

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Чепурда Л. М.

Таньков К. М.

Куракін О. Б.

**ОРГАНІЗАЦІЯ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА
ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА**

Навчальний посібник

**Черкаси
Видавництво ЧДТУ
2015**

УДК
ББК
Ч-

Рекомендовано до видання рішенням вченої ради Черкаського державного технологічного університету.

Протокол № від

Рецензенти:

Мігус І. П. – д-р.ekon.наук, професор, зав. кафедри менеджменту та економічної безпеки Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького;

Бужин О. А. – д-р.ekon.наук, професор кафедри філософії та суспільних наук Черкаського інституту пожежної безпеки ім. Героїв Чорнобиля Національного університету цивільного захисту України.

Чепурда Л. М.

Ч **Організація готельного господарства. Теорія і практика** : Навчальний посібник / Л. М. Чепурда, К. М. Таньков, О. Б. Куракін. М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2015. – 427 с.

ISBN

У навчальному посібнику викладено теоретичні основи та практичний інструмент організації готельного господарства. Розкриваються питання сутності готельного бізнесу і готельного продукту; організації готельного господарства та його функціонального призначення. Приділена увага організації основних і допоміжних процесів готельного обслуговування; аналізуються проблеми інженерно-технічної експлуатації готелю та організації ефективної роботи готельного персоналу.

Посібник адресований студентам спеціальності «Готельно-ресторанна справа», викладачам вищих начальних закладів та фахівцям, які працюють у сфері гостинності.

УДК
ББК

ISBN

@ Чепурда Л. М. Таньков К. М.,
Куракін О. Б., 2015

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
------------	---

Частина I

ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Розділ 1. Введення в індустрію гостинності.....	8
1.1. Індустрія гостинності: виникнення і розвиток.....	9
1.2. Готельний бізнес і готельний продукт.....	23
1.3. Нормативно-правові основи індустрії гостинності.....	37
Додаткова рубрика: моделі організації готельного бізнесу.....	55
Контрольні запитання.....	57
Розділ 2. Готель: організація і функціональне призначення	58
2.1. Поняття готелю та порядок його сертифікації	59
2.2. Основні форми організації готелю.....	71
2.3. Функціонально-планувальна організація готелю.....	82
2.4. Економіко-облікові аспекти діяльності готелю.....	111
Додаткова рубрика: порядок розробки сайту готелю.....	124
Контрольні запитання.....	130
Розділ 3. Технологічні процеси обслуговування у готелі.....	131
3.1. Основи технології готельного обслуговування.....	132
3.2. Організація процесів обслуговування гостей у готелі.....	149
3.3. Організація процесу закупівлі матеріальних цінностей.....	190
3.4. Організація процесу професійного прибирання приміщень готелю.....	209
3.5. Організація безпеки гостей готелю та збереження їх майна.....	222
Додаткова рубрика: у світі статистики готельного бізнесу.....	235
Контрольні запитання.....	237

Розділ 4. Організація інженерно-технічної експлуатації готелю.....	238
4.1. Основи інженерно-технічної експлуатації будівель і споруд готелю.....	239
4.2. Організація інженерно-технічної експлуатації готелю.....	255
4.3. Забезпечення техніки безпеки і охорони праці у готелі.....	274
Додаткова рубрика: нормативні вимоги до інженерно-технічної експлуатації будівель і споруд готелів.....	303
Контрольні запитання.....	306
Розділ 5. Організація роботи персоналу готелю.....	307
5.1. Особливості організації праці персоналу готелю.....	308
5.2. Особливості професійної підготовки персоналу готелю.....	314
Додаткова рубрика: практика тренінгу телефонного етикету працівника готелю.....	331
Контрольні запитання.....	334

Частина II

ПРАКТИКУМ

Тестові завдання для поточного і підсумкового контролю знань.....	336
Ситуаційні вправи.....	351
Практичні задачі.....	358
ГЛОСАРІЙ.....	385
ЛІТЕРАТУРА.....	399
ДОДАТКИ.....	403

ВСТУП

Готельний бізнес поєднує всі споріднені галузі економіки, що спеціалізуються на обслуговуванні подорожуючих людей через спеціалізовані підприємства: готелі, ресторани, туристичні агентства, національні парки, парки культури і відпочинку тощо У США цей бізнес є другим за значенням працедавцем, забезпечуючи робочі місця для більш ніж десяти мільйонів осіб. У багатьох штатах – це найважливіша галузь економіки, щорічно поставляє товари і послуги на чотириста мільярдів доларів.

Вищою метою ділової активності у сфері готельного бізнесу є, перш за все, задоволення потреб клієнта, і лише потім – підвищення доходів підприємства. В умовах жорсткої конкуренції, що панує на ринку готельних послуг, тільки таким чином можна залучити і, головне, втримати клієнта, а саме це створює основу для справжнього процвітання готельних підприємств в цих умовах. Згідно з даними *Forum Company*, витрати на утримання постійного клієнта становлять лише 20 % від того, що довелося би затратити на залучення нового. «Менеджери, які люблять підраховувати поточні доходи, обраховують не тільки клієнтів, але і власну компанію», – стверджує *Ф. Котлер*.

Тому одне з головних завдань готельного бізнесу полягає в тому, щоб розвивати обслуговуючу сторону бізнесу, розвивати культуру готельного сервісу.

Для забезпечення прийнятної професійної підготовки фахівців у сфері готельно-ресторанної справи викладається навчальна дисципліна «Організація готельного господарства», яка спрямована на оволодіння основами теоретичних знань і практичних аспектів організації готельних господарств, як невід'ємної частини сфери туристичного бізнесу України:

- формування у студентів системи знань щодо сутності та значення організації готельного господарства;
- означити сучасні напрями розвитку процесу організації готельного господарства у зарубіжних країнах і Україні;
- визначити основні фактори, які впливають на розподіл підприємств готельного господарства на типи і категорії;

- мати системне уявлення організації процесу обслуговування на підприємствах готельного господарства;
- знати основи організації підприємств громадського харчування на підприємствах готельного господарства;
- мати системне уявлення про організації допоміжних служб, цехів і дільниць підприємств готельного господарства;
- мати системне уявлення про організації праці на підприємстві готельного господарства;
- освоїти організації виробничого процесу у підрозділах підприємства готельного господарства та його контроль.

Матеріал навчального посібника складається з двох частин і має п'ять розділів, а також тестові завдання, ситуаційні вправи і розрахункові задачі. Для більш зручної роботи у кожному розділі подається додаткова інформація, що стосується уточнення та деталізації окремих аспектів навчального матеріалу, глосарій та додатки.

Автори висловлюють подяку рецензентам рукопису навчального посібника доктору економічних наук, професору, завідувачу

І доктору економічних наук, професору, завідувачу

За слушні зауваження і рекомендації, що були взяті до уваги і сприяли удосконаленню підбраного матеріалу.

Особлива подяка висловлюється колективу видавництва Черкаського державного технологічного університету, завдяки якому посібник був відредагований і виданий у стислі терміни.

Частина I

ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Концепція частини I навчального посібника побудована з урахуванням позиціонування навчальної дисципліни «Організація готельного господарства» серед інших навчальних дисциплін, що викладаються за спеціальністю 6.140101 «Готельно-ресторанна справа».

Частина I посібника присвячена розгляду ключових питань теорії і практики готельної діяльності. Описується становлення індустрії гостинності, представлені сучасні погляди на сутність готельного бізнесу та готельного продукту, розглядаються нормативно-правові основи індустрії гостинності (розділ 1); розкривається зміст організації та функціональне призначення готельного господарства (розділ 2); детально описуються технологічні процеси готельного обслуговування (розділ 3); подані основні положення організації інженерно-технічної експлуатації готелю (розділ 4) та особливості організації роботи персоналу готелю (розділ 5). На завершення кожного розділу пропонується дати відповіді на контрольні запитання.

Розділ 1

ВВЕДЕННЯ У ІНДУСТРІЮ ГОСТИННОСТІ

Структура розділу

- 1.1. Індустрія гостинності: виникнення і розвиток:
- 1.2. Готельний бізнес і готельна послуга:
- 1.3. Нормативно-правові основи створення і розвитку індустрії гостинності:

Ключові моменти розділу

1. Поняття індустрії гостинності
2. Основні етапи розвитку світової індустрії гостинності.
3. Світові моделі гостинності.
4. Сутність і зміст готельного бізнесу.
5. Готельна послуга як предмет ринкових відносин.
6. Міжнародні нормативно-правові акти у сфері гостинності.
7. Стандартизація і сертифікація у сфері гостинності.
8. Стандартизація і сертифікація як система управління якістю готельних послуг.

У результаті вивчення розділу ви:

отримаєте уявлення про сутність поняття індустрії гостинності;
знатимете фактори, які впливають на розвиток індустрії гостинності;
простежите основні етапи розвитку світової індустрії гостинності;
визначите сутність і зміст готельного бізнесу;
визначите сутність та зміст готельного продукту як предмету ринкових відносин;
розглянете основні положення стандартизації і стандартів у сфері обслуговування;
отримаєте уявлення про нормативну базу із стандартизації у сфері гостинності.

1.1. ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ: ВИНИКНЕННЯ І РОЗВИТОК

ПОНЯТТЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Гостю завжди і у всіх народів надавали все найкраще. У поняття гостинності історично незмінно і обов'язково входить нічліг і їда, тобто послуги розміщення і харчування.

Англійське слово *hospitality* (гостинність) походить від старофранцузького *hospice* (опис), що означає місце, у якому мандрівники мали можливість отримати притулок та їжу. Найбільш відомим закладом такого типу є *Hospice de Beaune* у Бургундії відомий також як *Hotel Dieu*, що означає «Дім Бога». Він був заснований у 1443 р. *Н. Роленом*, канцлером казначейства Бургундії як благодійна лікарня та притулок для бідних.

Поняття «гостинність» трактується як люб'язний прийом гостей, доброзичливість по відношенню до гостей. Це одне із понять цивілізації, яке завдяки прогресу і часу перетворилося у потужну індустрію, в якій працюють мільйони професіоналів, створюючи все, що має задовольнити потреби подорожуючого.

Різні зарубіжні спеціалісти по-різному трактують поняття «індустрія гостинності». Найбільш поширеними є такі:

- індустрія гостинності об'єднує туризм, готельний і ресторанный бізнес, громадське харчування, відпочинок і розваги, організацію конференцій і нарад;
- індустрія гостинності – це сфера підприємництва, яка складається із таких видів обслуговування, які спираються на принципи гостинності, характеризуються щедрістю і доброзичливістю по відношенню до гостей;
- індустрія гостинності – це узагальнююче поняття для різноманітних і численних форм підприємництва, які спеціалізуються на ринку послуг, що пов'язаний із прийомом та обслуговуванням гостей.

Сьогодні індустрія гостинності – це потужна виробничо-обслуговуюча система регіону чи туристичного центру, важлива прибуткова складова економіки регіону і країни в цілому. Засоби і системи тимчасового розміщення – це будівлі різних типів і видів (від бунгало до потужної готельної мережі), пристосовані спеціально для прийому і організації ночівлі тимчасових відвідувачів із різним рівнем обслуговування. Таку

індустрію складають різні засоби колективного і індивідуального розміщення: готелі, мотелі, молодіжні хостели і гуртожитки (дормідорії), апартаменти, хутори, сільські будиночки, а також приватний сектор, який приймає активну участь у тимчасового розміщення. Безперечним є факт: немає розміщення (ночівлі) – немає ефективного туризму. Це неприхильна і жорстка вимога економіки будь-якого туристичного регіону чи центра, які намагаються отримати стійкі і великі прибутки від прийому туристів та експлуатації своїх туристичних ресурсів.

Індустрія гостинності сьогодні розвивається під впливом ряду факторів, які розділяють на такі дві групи.

Зовнішні фактори

а) *політико-правові фактори*. Якщо держава зацікавлена у розвитку туристичної галузі, то це знаходить відображення у формуванні та реалізації загальної концепції пріоритетного розвитку індустрії гостинності; прийнятті законодавчих і нормативно-правових актів, що стимулюють і регулюють розвиток туризму та готельного господарства, а також у фінансово-економічних заходах щодо підтримки і розвитку туристичної інфраструктури у цілому;

б) *фактори безпеки*. У процесі розвитку туристичної діяльності питання безпеки починають займати все більш важливе місце. Для туристів розвинутих країн вже стало нормою очікувати від приймаючої країни здійснення належних умов по забезпеченню безпеки життя і здоров'я туристів у місцях відпочинку, засобах розміщення і на транспорті. Мандрівники проявляють занепокоєність з приводу санітарного стану засобів розміщення та закладів громадського харчування;

в) *економічно-фінансові фактори*. На індустрію гостинності впливають як макро-, так і мікроекономічні фактори. Економічна нестабільність регіону, ріст безробіття і інфляція у значній мірі турбують суспільство, що досить часто призводить до того, населення починає утримуватися від відпочинку у таких регіонах. У країнах, де доходи від туризму складають значну частку ПДВ, інвестиції спрямовуються на будівництво нових готелів та покращення туристичної інфраструктури у цілому. Рівень цін на послуги гостинності сьогодні розглядається як один із найбільш важливих факторів, що визначає

вибір місця відпочинку. У питаннях фінансового регулювання для індустрії гостинності найбільше значення має валютний курс і можливість валютного обміну;

г) *фактори культурного середовища*. Культурне середовище – це один із тих ресурсів, який формує масові туристичні потоки. Туристи відвідують певні місця, яка мають світову культурну цінність. Їх також цікавить життя і побут інших народів, тому заклади розміщення досить часто орієнтуються саме на особливості народного побуту, національної кухні, що знаходить відображення у організації діяльності підприємств готельного господарства;

д) *соціально-демографічні фактори*. Вони мають значний вплив на розвиток індустрії гостинності. У результаті зростання численності населення у світі збільшується його туристичний потенціал, а у сферу гостинності залучаються нові трудові ресурси. Для розвитку індустрії гостинності найбільше значення починає відігравати віковий, сімейний та соціальний склад населення. Відмінності у віковому складі мандрівників призвели до появи спеціалізованих засобів розміщення – для молоді, осіб середнього і похилого віку. Соціальний статус туристів призводить до появи готелів різних цінових категорій, які орієнтовані на людей самого різного достатку. Важливим фактором є сімейний склад мандруючих, що викликало до появи готелів для сімей із дітьми, гнучкої системи знижок для туристів, яка мандрують сім'ями тощо;

е) *інфраструктурно-комунікаційні фактори*. Найбільш важливе значення для туризму має стан його інфраструктури: транспорт, зв'язок, шляхи, розміщення і харчування. З позицій індустрії гостинності для розвитку міжнародного туризму найбільш важливим є існуючий у туристичній дестинації (найбільш важливі та вирішальні елементи туристичної діяльності, найбільш значимі для туристів) комплекс підприємств розміщення та харчування. У гостей готелів не повинно виникати і комунікаційних бар'єрів пр. встановленні контактів із персоналом готелю та отримання необхідної для них інформації;

є) *фактори розвитку торгівлі*. Схильність до витрат характерна майже для всіх без виключення туристів, які мають бажання при поверненні додому купити сувеніри, національні вироби, друковану продукцію, спортивний інвентар, одяг тощо. За таким, більшість підприємств сфери гостинності вже усвідомили вигоду від розвитку торгівлі

туристичними товарами, практично кожний успішний готель пропонує послуги з купівлі туристичних товарів та виконання певних туристичних робіт як у структурі готельного продукту, так і у якості окремих додаткових готельних послуг;

ж) *технологічні фактори*. Досягнення науково-технічного прогресу широко використовуються у індустрії гостинності, зокрема у таких сферах як транспортні перевезення, системи дистрибуції та споживча інформація. Розвиток телекомунікаційних технологій призвів до створення комп'ютеризованих систем бронювання, які дозволяють бронювати місця у готелях у режимі он-лайн.

Внутрішньогалузеві фактори

а) *фактори удосконалення готельного продукту*. Готельний продукт розглядається як найбільш важливим елементом туристичного продукту. Тому велика увага приділяється питанню його якості та подальшому удосконаленню. Якість готельного продукту у значній мірі залежить від стану зовнішнього середовища і туристичної інфраструктури, урядових структур країни, професійних асоціацій тощо;

б) *фактори іноваційності сфери готельних послуг*. Сьогодні готельний бізнес перетворився у один із найбільш прибуткових сегментів туристичного ринку. Готельні послуги все частіше надаються у вигляді готельного продукту, що забезпечує гостю максимальне число зручностей, помножене на гостинність та привітливність персоналу готелю. Автономне існування готелів вже давно змінилося їх інтеграцією у готельні мережі, які включають підприємства транспорту, зв'язку, туристичних операторів і агентів, екскурсійних і анімаційно-дозвільних організацій;

в) *фактори створення готельних ланцюгів, мереж і асоціацій*. У останні десятиріччя завдяки виникненню та розвитку інформаційних технологій і комунікацій, найбільш великі готельні підприємства стали об'єднуватися у інтегровані структури з метою регулювання розвитку свого бізнесу, а також для зростання й більш рівномірного розподілу доходів. Такі відомі готельні мережі як Маріот, Шератон, Холідей ІНН, Аккор і більшість інших слугують гарантом якості послуг, які надаються туристам. Широкого поширення отримали і готельні асоціації. Найбільш авторитетною сьогодні вважається Міжнародна готельна асоціація (МГА);

г) *фактори дистрибуції готельних послуг*. Такі системи зводять у єдиний ланцюг постачальників, продавців і споживачів готельного продукту. Нові інформаційні технології дозволяють значно спрощувати систему дистрибуції готельних послуг, зробити їх більш інформативними і ефективними для всіх її учасників. Сучасні системи дистрибуції у сфері гостинності легко адаптуються до потреб споживачів, надаючи їм різноманітні варіанти розміщення і послуг;

д) *фактори міграції трудових ресурсів*. Розвиток індустрії гостинності сприяє підвищенню зайнятості у країнах. При цьому характерно те, що розвинуті країни і найбільш відомі туристичні дестинації, відчуваючи нестачу у робочій силі, активно її імпортують із інших країн світу;

е) *фактор сезонності*. Такий фактор має значний вплив на функціонування будь-якого підприємства розміщення, оскільки ефективність їх діяльності залежить, насамперед, від потужності туристичних потоків у дестинацію.

Оточення, у якому функціонує індустрія гостинності має безпосередній вплив як на споживача готельних послуг, так і підприємства, що їх надають (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Елементи середовища підприємства сфери гостинності

Вплив зовнішнього середовища визначається, насамперед, через встановлених норм обслуговування, корпоративних цінностей, правил поведінки персоналу та його професійної підготовки. Такі зовнішні обмежувальні умови формують внутрішнє середовище підприємства та відбиваються у нормативних змінах його системи управління. Тобто, ефективність функціонування підприємства сфери гостинності визначається не лише змістом внутрішнього середовища, але і також не контрольованими підприємством змінами й ризиками, які пов'язані із функціонуванням його зовнішнього середовища.

ОСНОВНІ ЕТАПИ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Стародавній період (IV тис. до н.е. – середина V с. н.е.)

Перші заклади індустрії гостинності у Єгипті, Стародавньої Греції, Іраку, Римської імперії. У тому числі таверни, хани, заїжджі двори, приватні і державні постоялі двори та заїзди, поштові станції.

У далекі часи Єгипет уже вважався не лише осередком пам'ятників культури, про що свідчать виявлені численні написи на пірамідах, залишені екскурсантами і туристами античності, але і лікувальним курортом. Ці потреби спонукали влади займатися спорудженням наметових містечок, павільйонів, усіляких будинків і споруд для подорожуючих, а також організацією їхнього харчування і побутового обслуговування. Накопичені знання і досвід спорудження об'єктів розміщення, зафіксовані в історії Древнього Єгипту, з успіхом використовувалися пізніше в спорудженні подібних об'єктів греками і римлянами.

Готелі в сучасному розумінні були відомі ще в часи Древньої Греції. Споруджувалися вони поблизу місць, де відбувалися громадські свята, поблизу численних храмів, як, наприклад в Олімпії біля храму Афродіти й інших культових і курортних визначних пам'яток.

У Римській імперії в зв'язку з розвинутою мережею транспортних шляхів виникали повсюдно приватні постоялі двори і заїзди. Ці дороги призначалися в першу чергу для військових загонів, а також для збирачів податків, купців, окремих верств інтелігенції (художників, архітекторів, лікарів, музикантів і акторів). Істотною приналежністю цих доріг

була мережа «поштових станцій», де ті, хто подорожує з державною місією, могли змінювати коней або мулів, а також одержувати їжу і нічліг. На цих станціях можна було замовити послуги гіда, скласти маршрут, одержати карту й опис визначних пам'яток. Недалеко від Рима, у морській гавані Остії, можна було замовити морську подорож. Через низький рівень обслуговування і комфорту в притулках (готелях) для подорожуючих («*hospitium*») зупинялися лише в тому випадку, коли була відсутня можливість зупинитися у знайомих або родичів. У притулках (готелях) того часу протікали дахи, але небезпечним було і саме проживання.

У Римі таверни можна було пізнати по колонах, оперезаних ланцюгом фляг, і по червоних ковбасах, що висіли уздовж стін. Підлоги були прикрашені яскравою мозаїкою, а стіни оживляли розвішені картини.

Римський готель являв собою певний комплекс приміщень досить широкого функціонального призначення: це не лише кімнати для розміщення подорожуючих, але і складські приміщення, стайні, крамниці, майстерні тощо. Готелі, як правило, будувалися з каменю і мали у своєму розпорядженні необхідний перелік послуг. У зимовий час обігрівалися. Деякі готелі обслуговували лише офіційних осіб по спеціальних документах, що видавалися державною владою. Ця традиція збереглася дотепер у формі спеціальних приміщень для особливо важливих персон в аеропортах, вокзалах.

В міру розвитку господарських відносин у Римській імперії зростали вимоги подорожуючих до умов проживання і їхнього обслуговування постійними дворами. Виникає багато упоряджених і багатих постійних дворів. Як повідомляє Цицерон, у них були лазні, масажні, пральні, чищення взуття. Спостерігали за порядком, чистотою і дотриманням законності при наданні послуг державні чиновники – уділи. Постоялі двори зобов'язані були вести список гостей і бухгалтерію.

Караван-сараї, або караванні будинки, служили тимчасовим притулком учасникам караванів. Вони стали попередниками постійного двору для поштових карет, а пізніше мотелю, і надавали послуги караванам і іншим мандрівникам. Караван-сараї були розташовані на території сучасної Туреччини, Ірану, Афганістану і північної Індії на відстані одного дня шляху один від одного. Типовий караван-сарай складався з внутрішнього дворика для тварин і простих кімнат для мандрівників. По дорозі від

сучасного Стамбула до столиці Агри Могхула в північній Індії (Палац Тадж-Махал) мандрівник міг відпочити і знайти захист від бандитів. Приміщення можна було зняти за певну плату.

Особливо велике поширення вони набули в IX – XVIII ст. у зв'язку із зростанням міст і посиленням транзитної караванної торгівлі. Найбільш поширені два типи караван-сараїв: зальні і з внутрішнім двором. Зальні караван-сараї (зустрічаються у Вірменії) – це прямокутні будинки, розділені на нефі. Середній неф призначався для людей і товарів, у бічних нефі знаходилися тварини.

Середньовіковий період (VIII – IX ст.)

Початок розвитку індустрії гостинності. Він у основному пов'язаний із релігійними традиціями. Масові поїздки духовенства, пілігримів і прочан формують новий напрям у видах надання тимчасового притулку у церквах і монастирях. Виникає поняття «госпіції» – будинків, що надавали подорожнім і прочанам ночівлю, харчування, відпочинок, лікувальні процедури, ванну.

Масові поїздки купців, підмайстрів, духівництва, а також численних у середньовіччя пілігримів і прочан дають новий напрямок у формах надання притулку. Спочатку цей притулок був безкоштовним, заради любові до ближнього, що надавався монастирями, церковними організаціями, князівськими дворами тощо. Основним юридичним актом для наступного періоду розвитку готельної справи був едикт Карла Великого (768 – 814 рр.), імператора Великої Римської імперії, що накладав на монастирі і церкви обов'язок утримання «госпіціїв», які надають мандрівникам нічліг, харчування, лікувальну допомогу і ванну. Особливий розвиток ці госпіції одержали у Швейцарії, яка завдяки цьому має найстаріші готельні традиції і до сьогоднішнього дня користується у світі найвищим авторитетом у цій сфері.

Розцінок на кімнати не було, однак завжди очікувалися пожертви. Часто бувало, що монастирський охоронець, чиїм першорядним завданням було стояти біля воріт (воротар), також розпоряджався і приміщеннями для гостей. Слід зазначити, що вже в той час церква управляла першим «готельним ланцюгом». Згодом безкоштовний притулок починає перетворюватися в спеціальні, розраховані на отримання прибутку, підприємства. Ці установи в результаті постійного зростання вимог з боку мандрівників і

по мірі технічного прогресу, який одночасно відбувався, набували усе новіших і різнобічних форм, перетворюючись на готельні підприємства, схожі на сучасні.

Новітній період (XVI – початок XX ст.)

Відкриваються перші комфортабельні готелі. Один із перших готелів в Європі – це «Готель Генріха IV» – м. Нанті, 1788 р. у 1801 р. в Німеччині відкривається першокласний готель «Бадішу-Хоф», м. Баден-Баден. Центральна Швейцарія – готель «Ригі-клетерлі». 1861 р. Франція – готель «Моріс».

У Європі світська традиція «платної гостинності» пов'язана із зростанням міст. Не випадково перші заклади такого роду за назвою *taberna perpetua* (цілодобова торгівля вином) з'явилися на Рейні та Мозелі (найважливіша торговельна дорога Середньовіччя). У народних піснях і баладах часто зустрічаються мотиви, пов'язані з ночівлею втомленого подорожанина (солдата, підмайстра, купця тощо) під гостинним (або негостинним) дахом. На постійних дворах хазяїн часто тримав спеціальну кімнату, призначену для ночівлі гостей. Постоялі двори розташовувалися звичайно на перетині важливих торговельних доріг або в центрі міста на ринковій площі, де знаходилися головний собор і ратуша.

Готелі існували у великих містах і на перехрестях, біля переправ. Будинки були більше схожі на притулки з мінімумом меблів. Очерет, що кидали на земляну або кам'яну підлогу, служив як килимом, так і поверхнею, на котру зручно було кидати кістки й інші залишки їжі. У головній кімнаті уздовж стін були розкладені матраци, на яких спали. Харчування було особистою справою кожного, тому що більшість гостей привозило свою власну їжу.

У XV ст. в деяких готелях вже було від 20 до 30 кімнат. Георгіївський готель, один з найбільш відомих, мав винний підвал, комору, кухню, кімнату для господаря і господарки, був і спеціальний працівник, що доглядав за кіньми. Кімнати для гостей, або номери, були названі на честь відомих людей, міст або видатних чиновників. Серед них були кімнати «Граф», «Оксфорд», «Сквайр», «Лондон» тощо.

Наприкінці XVIII ст. назви стали містити слово *arms* (зброя), наприклад, «*King's Arms*» («Зброя короля»). Виставлена напоказ зброя лорда в готелі часто означала, що готель знаходився на території, що належала певному знатному роду, і була під його

захистом. Деякі геральдичні знаки належали споконвічним власникам землі, на якій розташовувався готель, або ж бувало, що власник готелю, що вийшов зі слуг, повинний був використовувати зброю або відзнаки свого колишнього господаря. Навіть зараз існують 400 пивних, названих «Голова короля», 300 з назвою «Голова королеви» і більше тисячі зі словом «корона» у назві.

Розвиткові готельної справи побічно сприяв англійський король Генріх VIII. Прочани, що йшли головними шляхами до великих соборів, могли зупинитися на два дні в приміщеннях, прибудованих до абатства або монастиря, де їх розміщували і годували відповідно до їхнього статусу. Коли Генріх VIII у 1539 р. звелів, щоб церковні землі були відділені від них або продані, зникла роль монастирів як пристановища для мандрівників. Як результат, стала процвітати готельна справа. Перепис 1577 р. виявив 14202 пивних, 1631 готелів і 329 таверн в Англії й Уельсі. Задовго до того, як з'явилася національна поштова система, окремі готелі повинні були мати стайні і коней для використання їх королівською поштою. Це також сприяло розвитку готелів.

Сучасний період (XX ст. – наш час)

XIX ст. стало переломним у розвитку готельного господарства. Разом з перенесенням назви «готель», що позначала раніше приватну міську резиденцію французького аристократа, на будинок, що служить тимчасовим місцем перебування кожного подорожуючого, що має достатню кількість грошей, почався період будівництва постійних дворів-готелів палацового типу і підвищеної комфортності по всій Європі. Приплив заможних англійців і американців у Європу змінює традиційну культуру готельних послуг – вони набувають усе більш і більш уніфікованого і стандартизованого характеру. Саме тоді в ужиток входять англійські слова «експрес», «комфорт», «дизайн». З кінця XIX ст. в Європі починають будувати сучасні готелі з високим рівнем комфорту.

У 30-і рр. XX ст., у середині періоду Великої депресії, цей бізнес знову занепав. Це було найбільше лихо, яке коли-небудь випадало на долю готельної індустрії США. Відродження індустрії гостинності почалося лише на початку 40-х рр. XX ст.

Після Другої світової війни, у 50-і рр. XX ст., відбулися значні зміни. Як відповідь на зміни в американському способі життя з'явилися мотелі. У 1952 р. *К. Уїлсон* побудував один з перших готелів для автомобілістів «Холідей-Інн». В цей час американці почали

більше подорожувати, що вимагало нових типів готелів. Виникла необхідність у приміщеннях, зручних для сімейного розміщення, але без необхідності оплати всього комплексу послуг, пропонованих готелем. Поява мотелів з обмеженим набором послуг за більш низькими цінами була найкращим рішенням.

Визнання нової готельної концепції проявилось в прийнятті власників мотелів і готелів для автотуристів до Американської Готельної Асоціації, що трохи пізніше була перейменована в Американську Асоціацію Мотелів і Готелів (ААМГ).

Підвищення якості та надійності транспортних перевезень у сукупності з їхнім здешевленням обумовили істотне збільшення потоків подорожуючих. Відповідно повсюдно виникали перші підприємства, що спеціалізувалися на обслуговуванні тимчасових відвідувачів. На зміну скромним пансіонам і «кімнатам для гостей» у будинках священиків, монастирях і релігійних місцях відкриваються перші комфортабельні (якщо не сказати розкішні) готелі.

Загальним завданням готельного руху, створенню єдиної класифікації готелів та інших важливих питань цієї галузі повинний був служити Міжнародний Союз власників готелів, що об'єднав 1700 готелів у різних країнах світу.

Готелі почали надавати масові і різноманітні послуги після закінчення Другої світової війни. Саме в цей період туризм набуває дійсно масового характеру: із предмета розкоші він стає потребою для більшості населення високорозвинених індустріальних країн. Формується могутня індустрія відпочинку зі своїми інститутами, продуктом, виробничим циклом, методами організації і управління виробництвом. У західноєвропейських країнах 50 – 60-і рр. ХХ ст. – це період масового будівництва готелів, мотелів, різноманітних розважальних закладів.

До кінця 80-х рр. ХХ ст. весь діловий світ з неослабною увагою стежив за розвитком таких готельних ланцюгів, як «Маріотт», «Рамада», «Шератон», «Редісон». На сьогодні процес розширення американської готельної мережі за кордоном продовжується, хоча і не настільки високими темпами.

Зростання ролі сучасного готелю як місця проведення конгресів вимагало відповідного ускладнення його технічних характеристик. Так, готелі великої готельної

корпорації «Шера-тон» мають конференц-зали, технічне оснащення яких включає систему синхронного перекладу, бездротові мікрофони, проектори й інше устаткування.

Багато готелів США переходять в обслуговуванні клієнтури на електронну систему управління і резервування місць. Ця система, розроблена спеціально для готельного сервісу, забезпечує виконання ключових операцій – таких, як розподіл номерів, контроль за використанням телефонів, перевірка рахунків тощо. Великі корпорації «Рамада іннз», «Хо-лідей іннз» та інші, які мають розгалужену мережу готельних підприємств, використовують єдину систему бронювання місць. У 1975 р. в США була встановлена загальнонаціональна система електронного резервування місць у готелях – «Індепендент резервейшнз сістем», що зберігає дані про наявність номерів більш ніж у 1500 готелях і мотелях у кожному великому місті країни.

Використання засобів малої механізації й автоматизації в готельному сервісі вимагало застосування кваліфікованої праці. Число операторів ЕОМ, програмістів на перфораторах, порт'є-операторів нараховувало в 1970 р. 1,8 тис. чоловік.

Здешевлення ЕОМ, випуск міні- і мікрокомп'ютерів збільшили можливості їхнього використання: якщо в 60-х рр. ХХ ст. лише готельні ланцюги і великі незалежні готельні фірми застосовували ЕОМ, то через десятиліття до їх послуг звернулися і дрібні фірми готельного сервісу. Економічні вигоди від цього були досить відчутними. Слід особливо зазначити, що автоматизація ряду готельних операцій стала одним із вдалих рішень проблеми наймання обслуговуючого персоналу готелів, яка постійно в той час ускладнювалася. Це стосувалося в першу чергу працівників низької кваліфікації, нестачу яких мали тоді багато готелів США. Саме нестача обслуговуючого персоналу, що виконував фізичну працю, змусила багато готелів автоматизувати ряд операцій: ліфти без ліфтерів, прямі телефони, машини для виготовлення льоду, що розташовувалися на кожному поверсі, тощо.

СВІТОВІ МОДЕЛІ ГОСТИННОСТІ

Базові принципи готельної справи, що практикуються в тій чи іншій країні світу, єдині для переважної більшості засобів розміщення в межах даної країни, чому формують у своїй сукупності загальну модель гостинності. І хоча такий підхід частково

умовний і слабо відповідає дійсності, однак найбільш суттєвим відмітним ознаками прийнято виділяти чотири моделі гостинності, які позначаються відповідно з географічною прив'язкою: європейська, азіатська, американська і східноєвропейська.

Європейська модель гостинності

Вона склалася в умовах найбільш розвинутого готельного ринку Центральної та Західної Європи, традиційно розглядається готельєрами як класичного зразка. Вона орієнтована на підтримання високої репутації закладу за рахунок прагнення до індивідуалізації підходу до клієнта. Європейське гостинність характеризується такими ознаками:

- диверсифікованість пропозиції європейського ринку готельних послуг, тобто наявність готельних підприємств найрізноманітніших класів від дешевих до елітних;
- соціальна сегрегація, яка виражена в тому, що гість з певним статусом навряд чи зможе контактувати на території готелю з людиною, яка має більш високий або більш низький суспільний статус;
- порівняно низька місткість номерного фонду, за рахунок чого забезпечується досить висока індивідуалізація обслуговування гостей;
- прагнення до підтримки популярності готелю, яка підтримується високоякісним обслуговуванням;
- традиційність і міжособистісний контакт при обслуговуванні гостей, навіть в умовах автоматизації готельного сервісу;
- вишуканість і стиль інтер'єрів, що не переходить, тим не менш, у розкіш;
- прагнення (особливо у дорогих готелів) розташовуватися в історичних центрах міст або поблизу від пам'яток старовини, унікальних місцевостях тощо.

Азіатська модель гостинності

Вона різко відрізняється від європейської, але в чистому вигляді такий тип готельного обслуговування реалізується далеко не у всіх азіатських країнах (лише у великих центрах міжнародного туризму мусульманських і деяких далекосхідних держав).

Для сервісу типових готелів азіатської моделі характерні такі ознаки, як розкішне убрання і гігантоманія. При цьому азіатський готель, що бажає отримати вищий бал за шкалою класифікації, зобов'язаний мати найбільшу місткість. Саме цим визначаються такі характеристики готелів, віднесених до азіатської моделі:

- високий рівень місткості;
- велика площа біля номерів і громадських приміщень;
- показне багатство як інтер'єрів, так і екстер'єрів готелів;
- порівняно більша доступність послуг за ціною, на відміну від жорсткого європейського ціноутворення;
- прихильність до системи готельного обслуговування «Все включено».

Азіатська модель гостинності розглядається, насамперед, як рекламний продукт, орієнтований на іноземного туриста. У ньому обігрується західний архетип, за яким азіатські держави бачаться «казковим Сходом», тобто використовується показне багатство готелів як візитна картка для гостей. Між тим для внутрішнього туризму в багатьох східних країнах продовжують використовуватися традиційні постоялі двори, який останнім часом доповнюється бізнес-готелями (сучасний різновид торгового подвір'я, технічно бездоганного в плані задоволення запитів ділових клієнтів).

Найбільш виразно ця тенденція виражена в Японії, де ретельно оберігається культура «*ryokan*». Рекани з'явилися в ранньому Середньовіччі (близько VII – VIII ст.) і з тих пір практично не змінилися, що доводить, наприклад, «Хоші Рекан» в окрузі Комацу, функціонуючий з 718 р. по теперішній час. Це постоялі двори класичної архітектури і планування, номери в яких вистелені циновками, а ліжка замінюють матраци-футон. Обідає гість безпосередньо у номері, напівлежачи за низьким столиком; замовлений обід приноситься служницею з готельної кухні. Вся обслуга носить кімоно. Поведінка обслуговуючого персоналу і постояльца регулюється стародавніми звичаями японського гостинності, незвичними для іноземця.

Американська модель гостинності

Вона притаманна Сполученим Штатам Америки, і характеризується змішанням стилів і підходів, що застосовуються в європейській і азіатській моделях. Великим готельним підприємствам, розташованим в зоні основних курортів та туристських центрів

США, вигідніше у багато чому слідувати азійській моделі. В першу чергу це виражається в колосальній місткості, показній розкоші і розвиненій готельній інфраструктурі. Втім, США і європейську модель не копіюють цілком. Так, якщо в Європі засоби розміщення чітко поділяються на готелі для небагатих і більш заможних, то в США небагаті споживачі звертаються в мотелі, тоді як готелі орієнтовані головним чином на середній і вищий класи суспільства. Крім того, європейська модель заперечує мережевий принцип організації, тоді як в Америці посилено створюються великі готельні мережі.

Східноєвропейська модель гостинності

Вона за своїм змістом повторює американську модель. Це пов'язано з тим, що при масовому переході держав колишнього соціалістичного табору до ринкових відносин в кінці 80-х – початку 90-х рр. ХХ ст. перетворення в готельному бізнесі відбувалися переважно з урахуванням американського досвіду, а часто – під безпосереднім контролем з боку запрошених американських готельєрів.

До того ж у якості зарубіжних інвесторів у східноєвропейські готельні проекти як правило виступали власники американських готельних мереж, що наклало відбиток на місцеву готельну модель (первісно – європейську) і зумовило змішання європейських і азійських характеристик, що властиво американській моделі.

1.2. ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС І ГОТЕЛЬНА ПОСЛУГА

СУТНІСТЬ І ЗМІСТ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Гостинність – одне із фундаментальних понять людської цивілізації. За мірою її розвитку надання гостинних послуг людям, які за тих чи інших причин поза домом (поза свого «замкнутого простору»), перетворювалося на професію для все більшого і більшого числа людей, поки не перетворилося на справжню індустрію.

■ **Готельний бізнес** – це бізнес, направлений на забезпечення приїжджих людей житлом, живленням, а також на організацію їх дозвілля.

Готельний бізнес поєднує всі споріднені галузі економіки, що спеціалізуються на обслуговуванні подорожуючих людей через спеціалізовані підприємства: готелі, ресторани, туристичні агентства, національні парки, парки культури і відпочинку тощо У

США цей бізнес є другим за значенням працедавцем, забезпечуючи робочі місця для більш ніж десяти мільйонів осіб. У багатьох штатах – це найважливіша галузь економіки, щорічно поставляє товари і послуги на чотириста мільярдів доларів.

Вищою метою ділової активності у сфері готельного бізнесу є, перш за все, задоволення потреб клієнта, і лише потім – підвищення доходів підприємства. В умовах жорсткої конкуренції, що панує на ринку готельних послуг, тільки таким чином можна залучити і, головне, втримати клієнта, а саме це створює основу для справжнього процвітання готельних підприємств в цих умовах. Згідно з даними *Forum Company*, витрати на утримання постійного клієнта становлять лише 20 % від того, що довелося би затратити на залучення нового. «Менеджери, які люблять підраховувати поточні доходи, обраховують не тільки клієнтів, але і власну компанію», – стверджує *Ф. Котлер*.

Тому одне з головних завдань готельного бізнесу полягає в тому, щоб розвивати обслуговуючу сторону бізнесу, розвивати культуру готельного сервісу.

Ця культура полягає в умілому задоволенні потреб клієнта. Вона повинна характеризувати стиль роботи керівництва і просочувати діяльність компанії зверху донизу. Наприклад, *А. Шарп* підтримує культуру обслуговування в готелях компанії *Four Seasons* особистим прикладом спілкування з персоналом і послідовною політикою компанії в цьому питанні. Принцип пріоритету інтересів клієнта підкріплюється у них практикою заохочення службовців за неординарні дії, спрямовані на задоволення потреб клієнта, – їх проголошують кращими працівниками року.

Готельний бізнес є основною складовою туристичної галузі. Розвиток внутрішнього та міжнародного туризму значною мірою пов'язаний з рівнем матеріально-технічної бази туристичних підприємств, розгалуженістю та різноманітністю їх мережі, якістю та обсягом послуг, пропонованих готельним господарством. Готельні підприємства виконують одну з основних функцій у сфері обслуговування туристів – забезпечують їх житлом і побутовими послугами під час подорожі.

Свого часу поняття «готельне господарство» співвідносилось з господарською діяльністю, що полягала в наданні платних послуг розміщення в готелях. Згодом, із зростанням попиту на туристичні послуги і прагненням готелів до розширення комплексності обслуговування, послуги розміщення стали тісно пов'язуватись з

харчуванням і реалізацією додаткових послуг. Це дає підстави для визначення поняття «готельне господарство» у широкому та вузькому його розуміннях. Визначення поняття «готельне господарство» у широкому розумінні включає проживання, харчування та додаткові послуги; у вузькому сенсі – тільки проживання.

Прискорений розвиток туристичної галузі, прагнення підприємств до отримання найвищого прибутку та зростаюча платоспроможність споживачів послуг сприяють розширенню та урізноманітненню готельної діяльності. Поряд з послугами проживання й харчування пропонуються такі нові додаткові послуги, як: обслуговування ділових зустрічей, спортивні, медичні, посередницькі, комунально-побутові та ін. При цьому підприємства готельного господарства розширюють послуги не тільки притаманні даній галузі, а й іншим галузям, наприклад, харчовій.

Поняття «готельна справа» застосовувалось спочатку для визначення діяльності готелів. Зараз же це поняття охоплює діяльність кемпінгів, мотелів, туристичних баз, котеджів та ін. Але готель був першим типом підприємств що надавали послуги проживання громадянам, і саме він дав назву всій галузі.

Існує ряд інших підприємств, що надають послуги з тимчасового проживання громадян, але вони не входять до системи готельного господарства. Це – будинки відпочинку, санаторії, пансіонати, дитячі табори відпочинку, профілакторії та ін. Вони не належать до готельного господарства тому, що надання послуг проживання не є їх основною діяльністю, а ціна послуг, як правило, не набагато перевищує їх собівартість.

Економічна сутність готельної діяльності полягає у тому, що вона має нематеріальний характер. Результатом виробничо-експлуатаційної діяльності готелів є не «готовий продукт», а пропозиція особливого виду послуг. При цьому послуги не можуть вироблятися окремо від існуючого матеріального продукту, тобто без експлуатації матеріально-технічної бази (будівлі, споруди, устаткування, інвентар), яка виступає основою виробництва та реалізації пропонованих послуг. З урахуванням особливостей обслуговування в готельному господарстві, де поєднуються виробництво та споживання послуг, цей процес визначається поняттям «надання послуг».

Рівень обслуговування у сучасному готельному господарстві зумовлений, головним чином, станом матеріально-технічної бази підприємства, що його пропонує

(будівлі, споруди, інженерне й санітарно-технічне обладнання, електроприлади, меблі тощо). В останні роки спостерігається процес оновлення та урізноманітнення матеріально-технічної бази підприємств, підвищення фахового рівня персоналу готелів, впровадження інноваційних технологій та ін. Будівлі готелів обладнуються спортивними, медичними, розважальними та іншими приміщеннями. Відтак, процес обслуговування споживачів послуг видозмінюється, а пропоновані послуги набувають комплексного характеру.

При цьому попит на готельні послуги є нерівномірним, що зумовлюється економічними, демографічними, природо-кліматичними факторами. Дуже часто він залежить від сезону, днів місяця і навіть тижня. Тому готелі, мотелі, кемпінги повинні мати певний резерв номерного фонду, а також матеріальних і трудових ресурсів, щоб оперативно і ефективно реагувати на його коливання. Постійна готовність підприємств готельного господарства до зустрічі й обслуговування гостей передбачає необхідність одночасної присутності протягом доби адміністратора, регістратора, портьє, носильників, покоївок та інших фахівців. Це значною мірою знижує ефективність використання праці персоналу. Однак вітчизняний та зарубіжний досвід відкриває шляхи до подолання цього протиріччя (наприклад, запровадження бригадної організації праці за принципом суміщення професій).

ГОТЕЛЬНА ПОСЛУГА ЯК ПРЕДМЕТ РИНКОВИХ ВІДНОСИН

Послугу так як і матеріальну продукцію визначають з огляду реакції виробника на потреби споживача. Тим самим проявляється товарний характер послуги, який відображається у здатності задовольняти потреби людей з допомогою її придбання, використання чи споживання.

Розглядаючи послугу як ринковий продукт виділяють такі її основні класифікаційні ознаки:

- залежно від об'єкту відповідальності за реалізацію послуг;
- за об'єктами впливу послуги: на людину; на майно людини; як на людину, так і на майно.

- групування послуг за вимірами: «відносне залучення товару» і «ступінь взаємодії споживач / виробник»: «чиста» послуга, низьке залучення товару – супутні послуги чи послуги, які отримані через товари – послуги, втілені у товарах;
- за рівнем відчутності послуги (від абсолютно невідчутних до відчутних);
- за критеріями «об'єкт впливу / ступінь відчутності процесу обслуговування».
- за функціональною сутністю послуги: послуги виробничого характеру; торгові послуги; послуги життєдіяльності; соціально-культурні послуги.
- за ступенем залучення матеріальних ресурсів до реалізації послуг:
- матеріальні послуги, тобто такі, що вимагають таких матеріальних ресурсів, як запасні частини, комплектацію тощо;
- нематеріальні послуги, які залучають невідчутні духовні складові людської активності (освітні, консультативні тощо).

Внутрішньо властиві послугі ознаки є тими вигодами, які надаються споживачеві.

Зовнішньо властиві послугі ознаки пов'язані із самою послугою, хоча вони існують поза неї (рис. 1.2).

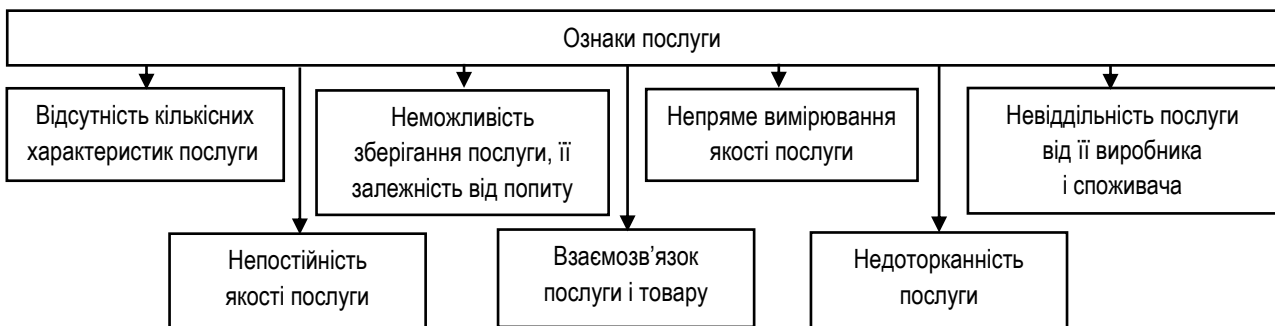


Рис. 1.2. Характерні ознаки послуги

Послугу характеризують «4 НЕ»:

а) послуга не відчувається. Її неможливо побачити, відчутти чи потримати до моменту здійснення угоди між виробником / продавцем послуги і її споживачем. А тому споживач вимушений шукати певні замінники критеріям якості і цінності послуги;

б) послуга не відділяється від виробника і споживача. Вона реалізується, надається і споживається одночасно. Тому якість послуги неможливо перевірити

заздалегідь. Залучення підприємства-виробника (продавця) і споживача у процес надання послуги дуже висока. Кожний із них є частиною послуги;

в) послуга не *зберігається*. Її не можна виробити «про запас». Очевидною є залежність послуги від попиту: немає попиту – немає послуги, і навпаки;

г) послуга не *постійна*. Вона надається людьми, тому послуга не може бути завжди однорідною по якості.

За своїм функціональним призначенням послуг, які надаються населенню, їх розділяють на матеріальні і соціально-культурні:

а) матеріальна послуга – *це послуга із задоволення матеріально-побутових потреб споживача послуг*. Така послуга забезпечує встановлення (зміну, зберігання) споживчих властивостей виробів чи виготовлення нових виробів по замовленням громадян, а також переміщення вантажів і людей, створення умов для споживання (зокрема до матеріальних послуг можуть бути віднесені послуги громадського харчування, послуги транспорту тощо);

б) соціально-культурна послуга – *це послуга із задоволення духовних, інтелектуальних потреб і підтримки нормальної життєдіяльності споживача*. Така послуга забезпечує підтримку й відновлення здоров'я, духовний і фізичний розвиток особистості, підвищення професійної майстерності (зокрема до соціально-культурних послуг можуть бути віднесені послуги медицини, культури, туризму, освіти тощо).

Всі послуги, які надають підприємства у сфері готельної діяльності поділяються на основні і додаткові.

■ **Основні готельні послуги** – *це послуги (проживання, харчування тощо), які включаються до ціни номера (місяця) і надаються гостю згідно з укладеним договором*.

До основних послуг відносяться надання готельних номерів, тобто приміщень призначених для відпочинку, сну та роботи проживаючих. Крім того надаються послуги персоналом готелю по прийому та оформленню гостей, послуги покоївок з прибирання готельних номерів і інші.

Процес надання основних послуг у готельно-ресторанній діяльності можна поділити на кілька основних етапів:

а) інформація про послуги – один з найважливіших І. часто, визначаючий. Вміле надання інформації повинно привертати увагу, збуджувати інтерес і бажання придбати послугу, тобто здійснити вибір готелю, номеру, терміну перебування та ін.;

б) резервування (бронювання) місць – дозволяє персоналу краще підготуватися до обслуговування туристів, а туристам більш раціонально провести дозвілля в туристичних центрах. У сучасних готелях застосовуються різні форми резервування місць – усна, письмова, телефонна, телексна, телеграфна та ін. Під час використання автоматичних апаратів для резервування застосовуються спеціальні міжнародні готельні коди;

в) реалізація послуг – може здійснюватись як безпосередньо в готелях, мотелях, кемпінгах, так і в спеціалізованих бюро та службах готельних підприємств або бюро подорожей.

г) зустріч і проводи туристів – включає: перенесення багажу, видача ключів і супровід до номеру. Доцільно разом із ключем видавати туристу візитну картку, у якій потрібно вказати назву готелю, його адресу, категорію та ін.;

д) обслуговування під час перебування у готелі.

Гості, як правило, оплачують основні послуги заздалегідь. Причому, досить часто до ціни за основну послугу додається плата за користування різноманітними спорудами готелю (мотелю) – спортивним залом, басейном, сауною, дитячим майданчиком та ін.

Виїзд і проводи гостей як останній етап надання основних послуг супроводжується, як правило, піднесенням багажу до автомобіля перед готелем, викликом таксі, наданням допомоги в упакуванні речей та ін.

Вказані етапи надання основних послуг взаємопов'язані та взаємообумовлені, кожен окремо й усі в цілому визначають якість готельно-ресторанних послуг та основні витрати діяльності.

Готелі з метою підвищення рівня якості та культури обслуговування, а також конкурентоздатності, підприємства по наданню готельних послуг повинні пропонувати додаткові послуги. Такі послуги, як користування телевізором, телефоном, Інтернетом, міні-баром, а також бронювання номерів (місць) у готелі, залежно від категорії готелю

можуть належати як до основних, так і до додаткових послуг, тому поділ на основні й додаткові є умовним і визначається категорією готелю, зокрема.

■ **Додаткові готельні послуги** – це послуги, що не належать до основних послуг готелю, замовляються та оплачуються гостем додатково за окремим договором.

Різноманітність й асортимент додаткових послуг постійно розширюються. Незважаючи на різноманітність асортименту додаткових послуг, їх поділяють на групи:

1. Полегшують перебування гостей у готелі:

- інформаційних (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-побутових (прання, чищення, прасування одягу, ремонт взуття, годинників, валіз, спортивного інвентарю тощо);
- посередницьких (резервування місць у культурно-розважальних установах, замовлення театральних квитків, резервування номерів у інших містах тощо);
- послуг автотуристам (забезпечення гаражем, стоянкою, дрібним ремонтом транспортних засобів);
- надання друкованої продукції, настільних ігор;
- продажу товарів;
- прокату спортивного, пляжного інвентарю, автомобілів, розмножувальної техніки та ін.;
- зберігання кореспонденції, цінностей.

2. Підвищують рівень комфорту в номерах (подання закусок і напоїв до номеру, медичні та косметичні процедури у номері, встановлення додаткового обладнання в номері, організація спортивно-оздоровчих послуг створення умов для проведення конференцій та ін.).

3. Збагачують знання туристів про район, країну (організація екскурсій зустрічей, перегляду фільмів, урочистостей з приводу національних свят.

4. Задовольняють особливі вимоги гостей – діячів мистецтва, спортсменів, бізнесменів та ін. (надання музичних інструментів, особистого екскурсовода, перекладача, секретаря, забезпечення телексом зв'язком, комп'ютером та ін.).

Перелік додаткових послуг значно відрізняється у різних за видами та категоріями готелях. Готелі категорії 5* повинні надавати всі додаткові послуги самостійно.

Розподіл готельних послуг на основні й додаткові є дещо умовним і визначається категорією готелю, зокрема такі послуги, як користування телевізором, телефоном, Інтернетом, міні-баром, а також бронювання номерів (місць) у готелі, залежно від категорії готелю можуть належати як до основних, так і до додаткових.

До закономірностей формування готельної послуги, як специфічного ринкового продукту, відносять такі.

1. Готельна послуга – це особливий товар, який створюється у результаті взаємодії туристичного підприємства і споживача. Вона так само, як і фізичний товар, визначається з погляду реакції її виробника / продавця на потреби споживача. Послуга має споживчу вартість, яка виражається у здатності задовольнити такі потреби. При цьому невід'ємними складовими такого товару є персонал, фізичне оточення і матеріальне підтвердження готельної послуги.

2. Споживач, приймаючи рішення про придбання певного готельного продукту, насамперед розраховує на отримання широкого спектра базових і додаткових послуг. При цьому матеріальна продукція і послуга не є антиподами, а швидше за все становлять дві області одного континууму «товар – послуга». Поєднання матеріальної і нематеріальної складових продукту формує сучасні уявлення про якісну сутність туристичної послуги, як такої, що найбільше відображає практичний зміст взаємодії підприємства і споживача на конкурентному ринку гостинності.

■ **Готельний товар** – це матеріальний результат виробничої діяльності готельного підприємства, який виставлений на ринок для продажу.

■ **Готельна послуга** – це результат діяльності підприємства чи індивідуального підприємця по задоволенню потреб туриста матеріального й нематеріального характеру у організації та здійсненні туру чи його окремих складових.

■ **Готельна продукт** – це доцільна сукупність взаємодоповнюючих видів діяльності і їх елементів матеріального і нематеріального характеру, які цілеспрямовано формують і реалізують сукупні відносини всіх учасників процесу

задоволення потреб і вимог у розміщенні, тимчасовому проживанні, харчуванні тощо у часових і просторових параметрах середовища таких відносин.

Особливість готельного продукту полягає в його фіксовані в часі і просторі. Слід мати на увазі, що купівля готельного продукту передбачає доступ до нього (готельного номеру), а не володіння ним, тобто клієнт не має права власності на готельний номер, яким користується. Перевага для клієнта полягає при цьому в тім, що він платить тільки за право користування номером, а отримує доступ до капіталу, не пов'язаного з володінням житловим приміщенням, і плюс до цього – додаткові послуги готелю (харчування, кімнати відпочинку, кіоски тощо).

Менеджери повинні працювати з готельним продуктом на чотирьох рівнях: *основний готельний продукт, супутній готельний продукт, додатковий готельний продукт і розширений готельний продукт (рис. 1.3).*



Рис. 1.3. Чотири рівні готельного продукту

На основному рівні – готельний продукт розглядається як такий, що повинен дати відповідь на питання: «Що насправді гість купує?» (готельний номер чи ліжко / місце). Будь-який основний готельний продукт є комбінацією різних готельних товарів і послуг, призначених для вирішення основної проблеми гостя: задоволення потреби у тимчасовому проживанні. Для цього менеджменту готелю необхідно розуміти, що є основною вигодою для споживача кожного продукту, і відповідно продавати саме ці вигоди, а не його функціональні властивості.

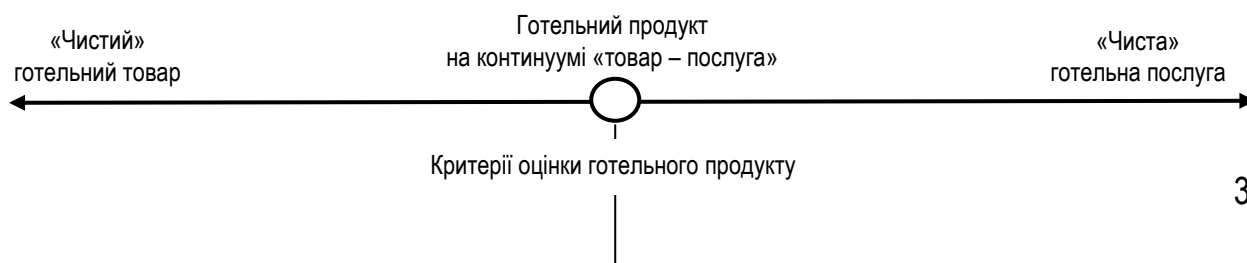
Супутніми готельними продуктами є послуги і товари, які необхідні гостю для того, щоб він між найбільш ефективно використати основний готельний продукт. Наприклад,

готель 4* повинен пропонувати крім номерів послуги при реєстрації приїзду та від'їзду, телефони в номерах, ресторан, послуги пральні та хімчистки. У готелі класу «економ» з обмеженим обслуговуванням сприяють послуги можуть обмежуватися тільки реєстрацією приїзду – від'їзду і телефонними автоматами.

Додатковими, чи підтримуючими готельними продуктами є продукти, що надають основному і супутньому готельному продукту додаткову вигоду і допомагають гостю відрізнити даний продукт від конкуруючих з ним. В готелі додатковими продуктами, які допомагають залучити клієнтів, можуть служити бізнес-центр або зали здоров'я з повним обслуговуванням. Різниця між супутніми та додатковими продуктами не завжди очевидна. Те, що є супутнім готельним продуктом на одному ринку, може бути додатковим на іншому. Наприклад, сім'ї, що проживають у готелі, можуть не вимагатися ресторан або послуги пральні та хімчистки, а командировочні якраз розраховують на них. Мережа готелів *Hyatt* була однією з перших, яка запропонувала своїм гостям туалетні аксесуари для ванної: шампуні, кондиціонери та різні види мила на вибір. Вводячи ці зручності, готелі тим самим сприяли продажу основного готельного продукту, тобто самих готельних номерів. Сьогодні ці зручності стали супутніми готельними продуктами в *Hyatt* та подібних їм готелях. Інші готелі запозичили такий досвід, і згодом гості стали чекати такий пакет в готелях цього класу як само собою зрозуміле.

Готельний продукт у розширеному розгляді включає в себе доступність гостя до загальної атмосфери готелю, легкість його спілкування із обслуговуючим персоналом, його участь у процесі обслуговування і взаємодію гостей один з одним. Такі фактори разом з основним, супутнім та додатковим готельним продуктом і складають розширене поняття «готельний продукт».

Будь-яка готельна послуга специфічна тим, що у багатьох випадках має очевидні ознаки товару (відчутні і матеріальні: документи, засоби розміщення тощо), а також ознаки послуги (консультації, ідеї, навчання тощо). На *рис. 1.4* наведено приклад положення готельного продукту на моделі *Л. Шостака*.



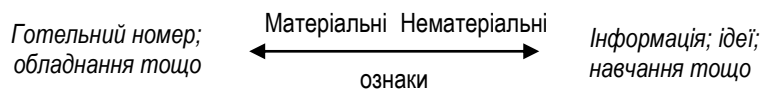


Рис. 1.4. Положення готельного продукту на континууму «товар – послуга»

При такому підході виділяють три компоненти, які присутні практично у будь-якому готельному продукті (у різних комбінаціях) і які визначають його матеріальну і нематеріальну сутність.

Індивідуалізація готельного продукту

Такий компонент має найбільше прив'язування до ознаки «товарна сутність» готельної послуги – оскільки альтернативою прийняття рішення споживачем щодо придбання готельного продукту є як правило певний товар (так гість має потребу у тимчасовому проживанні, що у системі його сприйняття відпочинку конкретизується певним типом готелю – «матеріалізація» готельної послуги). Як правило, це традиційний ринковий товар, що має всі матеріальні ознаки якості.

Відповідно готель повинен при формулюванні пропозиції своєї послуги донести до свідомості споживача таке:

- існують певні засоби розміщення (готельна послуга визначається як матеріальна складова туристичного продукту) з відповідним рівнем якості;
- пропонується індивідуалізація засобу розміщення (персоніфікація якості готельної послуги, що збільшує і модифікує цінність пропозиції готельного продукту).

Модифікація можливостей гостя готелю

Такий компонент, як і перший, має у значній мірі ознаку «товарна сутність» готельної послуги. Він присутній у тих готельних продуктах, які споживач навряд чи зможе отримати без сторонньої допомоги. Як правило, сюди відносять послуги, що потребують додаткових ресурсів: виробничих (послуга не може бути реалізована із відповідним рівнем якості без певних виробничих потужностей готелю: маркетинг, логістика, зв'язок, транспорт, охорона здоров'я тощо). У такому випадку ринкової альтернативи у такої послуги не існує.

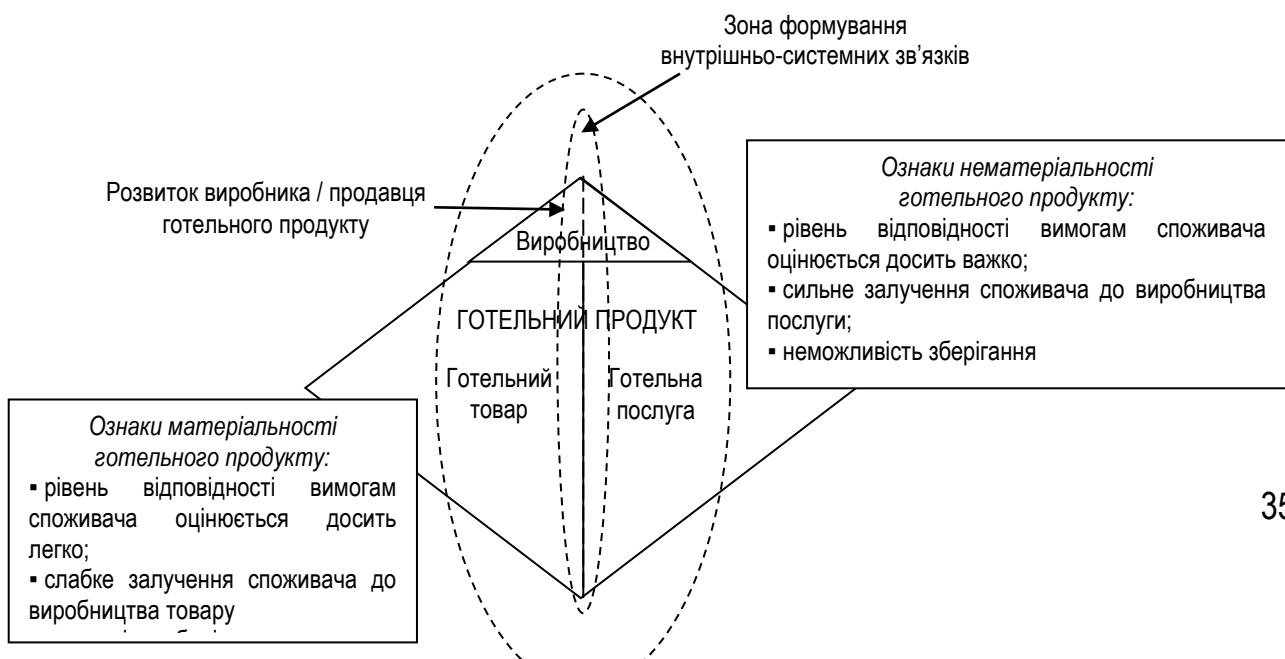
Час

Цей компонент присутній у готельних продуктах за умови, що споживач у принципі може надати готельну послугу сам собі, але за яких-небудь причин не хоче цього робити: небажання робити те, що для нього є неприємним чи нецікавим, або ж неможливо отримати необхідну якість. Це більш нематеріальний (можливо емоційний) аспект готельної послуги. В принципі можливо самому вирішувати питання відпочинку власними силами, домовляючись про тимчасове проживання у приватному секторі. Але звернення до послуг готелю буде гарантовано якісною і коштувати споживачеві менше часу і зусиль. У такому випадку рівень організації відпочинку спеціалізованим підприємством буде відповідати очікуваному рівню якості, а споживач отримує додатковий час для виконання іншої роботи.

Такі компоненти не існують відокремлено, вони взаємопов'язані і доповнюють один одного. Вони формують якісну сутність готельного продукту.

Поняття готельної послуги необхідно розглядати як досить широке, що відрізняється значною диференціацією, наявністю великого різноманіття ознак якості, за допомогою яких можна віднести його прояв до того чи іншого класифікаційного типу. Це дозволяє представляти готельну послугу як «складну річ», що визначається різнорідними за виробничо-споживчими характеристиками елементами матеріального і нематеріального характеру, які в її використанні за спільним призначенням утворюють комплексну готельну пропозицію – готельний продукт.

Рис. 1.5 відображає сутність поняття готельного продукту на концептуальному рівні, що визначає його двоїтий смисл.



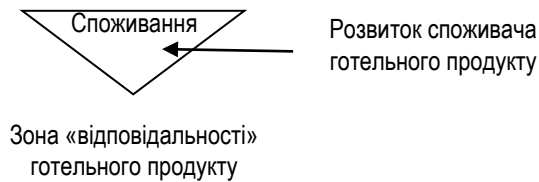


Рис. 1.5. Концептуальна модель готельного продукту

Готельні продукти мають комплексний характер і складаються з різноманітних послуг, наданих різними сферами, утворюючи єдиний продукт у вигляді «пакета товарів і послуг», підібраних для клієнта залежно від рівня його потреб. Однак такий «пакет» не має твердого характеру, і клієнт самостійно варіює його складовими.

При цьому важливо виділити такі методологічні моменти.

1. Готельний продукт так само, як і ринковий товар, визначається з погляду реакції підприємства на потреби споживача. Він має споживчу вартість, яка виражається у здатності задовольнити споживчі потреби через його придбання, використання та споживання. Невід’ємними складовими такого продукту є персонал підприємства, його фізичне оточення, матеріальне і нематеріальне підтвердження. У готельного продукту досить складно розділити елементи виробництва і споживання, оскільки споживач є безпосереднім учасником як споживання продукту, так і його виробництва. Тобто такі питання мають вирішуватися у найбільш тісній взаємодії та взаємозалежності всіх його складових.

2. Споживач, приймаючи рішення про використання готельного продукту, одночасно розраховує на отримання досить широкого спектра послуг. Готельні товар і послуга не є антиподами, а швидше за все становлять дві області одного континууму. Такий підхід значно розширює сучасні уявлення про сутність готельної послуги, переводячи її у площину поняття готельного продукту, як такого, що найбільше відображає зміст взаємовідносин готельного підприємства і споживача.

3. Виходячи з вище викладеного, найбільш продуктивно на концептуальному рівні готельний продукт розглядати з позицій трактування загального поняття «продукт» – тобто всього того, що отримується у ході обміну, як корисного, так і некорисного. У цьому розумінні поняття готельного продукту буде включати в себе все різноманіття

матеріальних і невідчутних властивостей, у тому числі функціональну, соціальну і психологічну користь чи вигоду.

Готельний продукт повинен відображати певні системні процеси дії його матеріальних і нематеріальних елементів один на одного, їх взаємну обумовленість і породження одним елементом іншого. З одного боку, готельний товар не може розглядатися як готельний продукт якщо він не має зв'язків із готельними послугами (і навпаки). З іншого боку без матеріальних і нематеріальних елементів готельного характеру не виникають взаємовідносини, які складають суть поняття готельного продукту. Це обумовлено тим, що лише через відносини учасників спільної організаційно-економічної діяльності між собою у туристичній сфері та з їх сукупним навколишнім середовищем формується й розвивається готельний продукт. Тобто матеріальні і нематеріальні елементи готельного продукту є інтегральним результатом сукупних взаємовідносин його учасників і лише в такій категорії готельний продукт може найбільш повно і коректно досліджуватися.

1.3. НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ОСНОВИ СТВОРЕННЯ І РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

МІЖНАРОДНІ НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ АКТИ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Готельна індустрія як вид економічної діяльності включає надання готельних послуг і організацію за винагороду короткострокового проживання в готелях, кемпінгах, мотелях, шкільних і студентських гуртожитках, будинках для приїжджих і т. д.

У Міжнародній практиці прийнята «Стандартна класифікація засобів розміщення туристів», розроблена експертами СОТ. Є дві категорії: колективні засоби розміщення туристів, які поділяються на розряди – готелі та аналогічні засоби розміщення, спеціалізовані заклади, інші колективні заклади; та індивідуальні засоби розміщення.

Під колективним засобом розміщення розуміється «будь-який об'єкт, що регулярно або іноді надає туристам розміщення для ночівлі в кімнаті чи якому-небудь іншому приміщенні, однак число номерів, що в ньому є, перевищує певний мінімум»,

визначається кожною країною самостійно. Причому всі номери в даному підприємстві повинні підкорятися єдиному керівництву (навіть якщо воно не ставить за мету отримання прибутку), бути згруповані в класи і категорії відповідно до наданими послугами і наявним обладнанням.

До колективних засобів розміщення туристів належать: готелі та аналогічні засоби розміщення, спеціалізовані заклади та інші підприємства розміщення.

Готелі володіють такими ознаками:

- складаються з номерів, число яких перевищує певний мінімум, мають єдине керівництво;
- надають різноманітні готельні послуги, перелік яких не обмежуються щоденним заправленням ліжок, прибиранням номери і санвузли;
- згруповані в класи і категорії відповідно до наданими послугами, наявним обладнанням і стандартів країни;
- не входять до категорії спеціалізованих закладів;
- орієнтовані на свій сегмент мандрівників;
- можуть бути незалежними або входити в спеціалізовані об'єднання (ланцюги).

Аналогічні заклади включають пансіонати і мебльовані кімнати, туристські гуртожитки та інші засоби розміщення, що складаються з номерів і надають обмежені готельні послуги, включаючи щоденну заправку ліжок, прибирання кімнати і санвузла. Спеціалізовані підприємства, крім надання послуг розміщення, виконують ще якусь іншу спеціалізовану функцію, наприклад, організацію конференцій, лікування. Сюди відносяться оздоровчі заклади, табори праці та відпочинку.

Інші колективні засоби розміщення надають обмежені готельні послуги, крім щоденну заправку ліжок та прибирання приміщень. Вони можуть складатися з номерів, а являти собою одиниці типу «оселі». Всі засоби класифіковані за окремими групами.

Віднесення до тих чи інших засобів розміщення визначається законодавчими актами та нормативними документами кожної країни.

«Основний закон по розвитку і вдосконаленню туризму» відносить до готельного господарства підприємства по прийому туристів – готелі, мотелі, сільські туристичні комплекси і пансіонати, бази і табори відпочинку для молоді, туристські села, сільські

будинки, будинки і мебльовані квартири, будинки відпочинку, будинки молоді, альпійські притулки.

У різних країнах світу для позначення категорії готелів і інших засобів розміщення застосовуються різні символи – від зірок у Франції та України до корон в Англії. Спроби запровадження уніфікованої міжнародної класифікації готелів до теперішнього часу не увінчалися успіхом.

Проте у 1989 р. Секретаріат СОР розробив Рекомендації по міжрегіональній гармонізації критеріїв готельної класифікації на основі стандартів, прийнятих регіональними комісіями. Рекомендації визначають мінімальні вимоги до будівлі і номерами, якості готельного обладнання та меблів, енерго- та водопостачання, опалення, санітарії, безпеки та зв'язку, готельним послугам і обслуговуючому персоналу. Вища категорія готелів п'ять зірок, нижча одна зірка.

У більшості країн попередня класифікація готелю є необхідною умовою при отриманні ліцензії на готельну діяльність. Багато готельні ланцюги встановлюють свої, як правило, більш високі, ніж в національних стандартах, вимоги.

Для захисту професійних інтересів працівників готельної індустрії в ряді країн утворюють національні готельні асоціації (наприклад, Російська готельна асоціація – РДА), які в свою чергу, утворили Міжнародної готельної асоціації(МГА), яка є провідною міжнародною організацією готельної індустрії Важливим внеском МРА розвиток міжнародного туризму стало прийняття в 1981 р. Міжнародних готельних правил, що визначають принципи взаємин клієнта і готельної адміністрації і не втратили своєї актуальності до теперішнього часу.

Метою Міжнародних готельних правил є кодифікування загальноприйнятої міжнародної торгівельної практики, регулюючої питання договору на розміщення в готелі. Вони покликані проінформувати гостя і власника готелю про їх взаємних правах та обов'язках. Дані правила доповнюють положення, передбачені в національних законодавствах щодо договірних відносинах. Вони застосовуються, коли таке законодавство не включає специфічних моментів, які стосуються договору на розміщення в готелі. Правила складаються з двох частин, перша частина – договірні відносини, друга – інші зобов'язання.

Особа, яка зупиняється у готелі, не обов'язково є стороною в договорі; договір на розміщення в готелі може бути укладений від його імені третьою стороною. У Правилах термін «клієнт» означає фізичну або юридичну особу, яка уклала договір на розміщення в готелі і несе відповідальність за оплату цього розміщення. Термін «гість» означає фізичну особу, яка передбачає розміститися або розміщується в готелі.

У відповідності з договором на розміщення власник готелю зобов'язаний предоставити гостю розміщення і додаткове обслуговування. Передбачається, що надавані послуги відповідають звичайним послугам в готелі в залежності від її категорії, включаючи використання номери і ті зручності, які зазвичай надаються для загальних потреб гостей. Гість несе відповідальність за оплату за договірною ціною. Умови договору обумовлюються категорією готелю, національним законодавством або інструкціями про діяльність готелю (якщо такі є), Міжнародними готельними правилами та правилами внутрішнього розпорядку готелю, які повинні бути показані гостю.

Договір не має якоїсь особливої форми. Він вважається укладеним, коли одна сторона приймає умови, запропоновані іншою стороною. Термін дії договору може бути укладений на визначений або невизначений період. Коли договір укладається на приблизний термін, погодженим вважається найбільш короткий пер. Договір на розміщення закінчується в 12.00 дня, наступного за днем прибуття клієнта, якщо в договорі не обумовлено і не узгоджено розміщення довше, ніж на один день.

У разі, якщо договір повністю або частково не виконано, винна сторона зобов'язана повністю компенсувати іншій стороні всі її втрати. Постраждала сторона зобов'язується вжити всіх необхідних заходів з метою зменшення можливих втрат. Якщо власник готелю не може виконати договір, він повинен вжити заходів до пошуку іншого розміщення, рівного чи більш високого стандарту, в тій же місцевості. Усі додаткові витрати, що виникли у зв'язку з цим, повинні бути покриті власником готелю. Якщо він не забезпечить цього, то буде підвідомчий для виплати компенсації. Закінчення договору узгоджується сторонами на взаємній основі. Готель може запросити повну або часткову попередню оплату. Якщо готель отримує від гостя певну суму грошей у вигляді авансу, це повинно вважатися попередньою оплатою за проживання та додаткові послуги, які будуть надані. Готель має повернути гроші, сплачені вперед, у розмірі перевищення над

сумою попередньої оплати, необхідної для виплати, якщо тільки попередньо не було обумовлено, що цей попередній внесок є безповоротним. Рахунок набирає чинності з моменту його вручення.

Будь-яке серйозне або повторне порушення договірних зобов'язань дає право постраждалій стороні припинити дію договору негайно, без попереднього повідомлення.

У другій частині Правил йдеться про відповідальність власника готелю і гостя. Юридична відповідальність власника готелю визначається національним законодавством. При відсутності в національному законодавстві відповідних положень повинно прийматися положення Європейської конвенції від 17 грудня 1962 р.

Відповідальність за майно гостя зазвичай обмежена, за винятком випадків, коли очевидна вина власника готелю чи його службовців. Обов'язок готелю приймати на зберігання цінності залежить від розміру та категорії готелю.

Гість (клієнт) несе перед власником готелю юридичну відповідальність за шкоду, заподіяну особам, будівлі, оздоблення чи обладнання, з його встановленої вини. Готель як гарантії оплати будь-яких належних їй сум має право затримати і в подальшому реалізувати з комерційної вартості будь-яке майно, принесене гостем в приміщення готелю. Гість повинен вести себе у відповідності зі звичаями і правилами внутрішнього розпорядку, прийнятими в готелі. Серйозне або повторне порушення правил внутрішнього розпорядку дає готелі право припинити дію договору негайно, без попереднього повідомлення. Якщо гість хоче привезти з собою в готель домашня тварина, він зобов'язаний попередньо переконатися, що це дозволено правилами внутрішнього розпорядку даного готелю.

В європейській практиці у разі невідповідності послуг, передбачених у турі, визначається розмір компенсації, одержуваної туристом за домовленістю сторін або за рішенням суду. Розмір компенсації береться з Франкфуртської таблиці (додаток В). Таблиця використовується в тому випадку, якщо вона прийнята відомчим актом, чинним на даній території, або включена сторонами в договір надання туристських послуг. Франкфуртська таблиця визначає розмір компенсації туристам за замовленням, але не при наданні послуги. Вона є публічним документом і рекомендована європейським туристським правом для врегулювання відносин між операторами і клієнтами. Таблиця

існує вже кілька десятиліть і, хоча не має юридичної сили, успішно використовується при вирішенні спорів. Франкфуртська таблиця свого часу була розроблена асоціаціями туроператорів Німеччини для уніфікації правил відшкодування збитків туристам за зовсім ненадані або неякісно надані послуги. Звичайно, це таблиця носить рекомендаційний характер, але зате з німецькою пунктуальністю перераховує всі типові претензії, які клієнт може пред'явити туристичній фірмі, і визначає розмір компенсації. В таблиці є розділи «Розміщення», «Харчування», «Інше», «Транспорт». Кожному вказаного порушення відповідає певний розмір компенсації, виражений, як правило, у відсотках від вартості відповідної послуги або групи послуг. Деякі види порушень супроводжуються примітками, які дозволяють уточнити той відсоток, який повинен бути застосований у кожному конкретному випадку. При користуванні Франкфуртською таблицею необхідно враховувати, що зазначені в ній відсотки повинні бути розраховані виходячи з вартості конкретної послуги. Якщо її вартість виокремити неможливо, то необхідно керуватися вартістю тієї групи послуг, частиною якої є «недонадана» послуга. При групуванні послуг рекомендується дотримуватися класифікації, прийнятої в самій таблиці: з розміщення, харчування, транспорту і т. д. На практиці іноді не вдається розмежувати комплекси послуг - наприклад, пов'язаних з розміщенням та харчуванням. Тоді береться комплексна вартість цих двох груп послуг, при цьому відповідно знижується зазначена в таблиці частка компенсації, виражена в інтервалі відсотків. Франкфуртська таблиця розроблялася і застосовується як універсальний документ, тобто вона охоплює всі види заподіяної шкоди туристам за винятком компенсації шкоди, заподіяної життю та здоров'ю людини, а також втраченої туристом власності (багажу, речей) з вини фірми або готелю.

Розмір цих видів шкоди може бути вирахований і компенсований окремо. При користуванні таблицею необхідно враховувати, що незначний збиток до уваги не приймається, розмір відсотка залежить від особистих якостей окремих туристів (вік, стать, чутливість або нечутливість до чого-небудь). Але в порядку винятку відсотки можуть бути збільшені (найбільше відсоткове підвищення – 50 %), якщо особливі особисті якості або недоліки туриста були відомі туристичній фірмі при купівлі ним поїздки. По розділу «Інші недоліки» зниження не надається, якщо збиток для туриста був заздалегідь очевидним і недоведеним. Відсоткова норма береться з повної ціни

(включаючи вартість транспорту). Ці таблиці сьогодні починають застосовуватися і у нас. У них - конкретні величини компенсацій за заподіяння незручності туристам. Таблиці не є нашим законом, у зв'язку з цим українські суди не можуть використати їх в якості підстави для призначення суми штрафу. Інша справа, якщо в договорі між туристичною фірмою і громадянином прямо зазначено, що при визначенні штрафних санкцій використовуються Франкфуртські таблиці. Згідно з ним, якщо не справний кондиціонер, компенсація повинна становити від 10 до 20 % від вартості туру в залежності від часу року. Якщо погано або рідко забиралися в номері, можна вимагати відшкодування від 5 до 10 % вартості путівки. Також від 5 до 10 % відшкодовується у разі, якщо меню було одноманітним або подавалася недостатньо гаряча їжа.

Від 20 до 30 % можна отримати, довівши, що їжа була зіпсована. У зв'язку з цим стає зрозумілою активність іноземних туристів, які прагнуть будь-незручність або несправність зафіксувати письмово у наших гідів-перекладачів. Крім матеріального збитку, турист має право вимагати відшкодування моральної шкоди, якщо буде доведена вина туристської організації. Розмір компенсації визначається безпосередньо в суді і залежить від ступеня фізичних і моральних страждань, заподіяних громадянину порушенням його прав.

СТАНДАРТИЗАЦІЯ І СЕРТИФІКАЦІЯ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

На більшості підприємств готельного господарства витрати на задоволення очікувань споживача в області якості складають значні суми, що у дійсності не знижують величину прибутку, тому представляється логічним, що витрати на якість повинні бути виявлені, оброблені і представлені керівництву подібно іншим витратам. На жаль, багато керівників не мають можливості одержувати наочну інформацію про рівень витрат на якість лише тому, що в компанії немає системи для їхнього збору й аналізу, хоча реєстрація і підрахунок витрат на якість – не складна, уже відпрацьована процедура. Визначені один раз, вони забезпечать керівництво додатковим могутнім інструментом керування.

Основу регулювання якості послуг у готелях, становить Закон України «Про туризм». Цей Закон діє з 15 вересня 1995 р. із змінами і доповненнями від 18 листопада

2003 р. Він визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні принципи реалізації державної політики України у сфері туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України. Закон України «Про туризм» став правовим підґрунтям для розробки цілого комплексу галузевих нормативно-інструктивних документів, що регламентують конкретні аспекти туристичної діяльності. У розділі «Організація туристичної діяльності» визначені основні принципи сертифікації і стандартизації туристичної діяльності, проаналізовано основні напрямки Державної системи стандартизації та мету сертифікації товарів, робіт і послуг у сфері туристичної діяльності.

Стосовно готельної індустрії більш конкретними є Декрет Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію і сертифікацію», що діє з 10 травня 1993 р. із змінами і доповненнями, внесеними 3 лютого 2004 р. Він визначає правові та економічні основи систем стандартизації та сертифікації, встановлює організаційні форми їх функціонування. Дія Декрету поширюється на підприємства, установи і організації незалежно від форми власності та видів діяльності, що діють на території України, а також на громадян - суб'єктів підприємницької діяльності.

Обов'язкову сертифікацію готельних послуг в Україні мають право проводити підприємства (організації, установи) державної форми власності, акредитовані як органи сертифікації готельних послуг в системі УкрСЕПРО.

В Україні сертифікація здійснюється за трьома моделями:

- оцінювання відповідності;
- сертифікаційні випробовування;
- атестація надання послуг.

Сертифікація системи якості здійснюється за моделлю міжнародних стандартів і рекомендується для готелів, що вже отримали категорію 5*. Сертифікат відповідності видається на термін не більше п'яти років.

При всій різноманітності діючих національних оціночних систем існують головні критерії, щодо класифікації закладів гостинності за рівнем комфорту, які можна поділити на дві групи:

- привабливість готельних споруд, їхнє територіальне розміщення функціональне призначення приміщень, їх площа, технічне оснащення, обладнання номерів;
- якість обслуговування, що залежить від компетентності персоналу та від рівня організації роботи служб закладів гостинності.

Перша група – це так звані «статичні» показники комфорту, які визначаються на етапі проектування та зведення споруди закладів гостинності й залежать від архітектурно-планувальних особливостей будівлі, функціонального складу та площі приміщень, їх технічного оснащення. Статичні показники залишаються незмінними протягом багатьох років і саме вони є основою щодо оцінки рівня комфортності закладів гостинності. Без зміни цих показників неможливо кардинально змінити й рівень комфорту.

Друга група – «динамічні» показники комфорту, які визначаються на етапі експлуатації готелю. До них належать характеристики санітарного стану приміщень, асортименту та якості процесу надання послуг, кваліфікації та професійних навичок персоналу, культурного спілкування які легше піддаються вдосконаленню. У міжнародній системі стандартизації та сертифікації послуг закладів гостинності на сучасному етапі існують два підходи:

а) кількісний підхід (при віднесенні готелю до певної категорії беруться до уваги нормативи площі приміщень, відсоткового співвідношення кількості номерів з санвузлом, телефоном та іншими зручностями у загальній кількості місць, наявність відповідного асортименту послуг);

б) якісний підхід (оцінюється місце розташування готелю відповідно його призначення, якісні показники процесу надання послуг, санітарний стан території та будівлі, досконалість меблів та обладнання, рівень кваліфікації персоналу тощо. У цьому разі дається оцінка у певній кількості балів. Але, на жаль, часто застосовуються недостатньо конкретні критерії оцінки, такі як «гарний район», «зручні ліжка», «доброякісне харчування», «досвідчений персонал»).

Для забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних закладів гостинності на міжнародному ринку послуг гостинності важливо встановити відповідність готельних тарифів до якісних характеристик послуг. З метою стимулювання високої й стабільної якості готельних послуг необхідно забезпечити сталі відносин франчайзингу в готельному господарстві України, що сприятиме закріпленню високої якісної марки готельних послуг і позитивного іміджу вітчизняних готельних підприємств та їх об'єднань.

В Україні найпоширенішим об'єктом стандартизації є продукція. Проте за кордоном широко застосовується і стандартизація послуг. Це пов'язано з випереджаючим розвитком торгівлі послугами. Світова статистика показує, що частка послуг за останні 25 років збільшилася у валовому національному продукті розвинутих країн з 54 до 61 %, країн, що розвиваються, – з 40 до 47 %. Лідирують у міжнародній торгівлі послуги туризму й транспортних перевезень, далі йдуть урядові послуги, банківські, страхування валютних ризиків і консультаційна діяльність, ліцензійні, інформаційні, інжинірингові, лізингові, франчайзингові послуги, послуги освіти і охорони здоров'я. Вищенаведені приклади свідчать про актуальність стандартизації послуг.

Останніми роками процес стандартизації послуг активізується і в нашій країні. Прийнятий Закон «Про стандартизацію» встановлює основні положення, принципи, поняття, порядок організації робіт в області стандартизації, які є єдиними і обов'язковими для всіх суб'єктів господарської діяльності незалежно від їх відомчої приналежності і форм власності. Закон «Про стандартизацію» закріплює перелік нормативних документів із стандартизації, що допускаються до застосування на території України, і загальні вимоги до всіх нормативних документів.

До нормативної документації із стандартизації, діючої на території України, відносяться:

- державні стандарти – ДСТУ;
- класифікатори техніко-економічної інформації;
- стандарти галузей – ОСТ;
- стандарти підприємств – СТП;
- стандарти науково-технічних, інженерних товариств і інших громадських організацій.

Окрім цього до нормативної документації із стандартизації законодавчо віднесені міжнародні (регіональні міжнародні) стандарти, правила, норми і рекомендації по стандартизації, які використовуються у встановленому порядку.

Відповідно до міжнародних угод, укладених Україною з іншими державами – учасниками СНД, окрім вище перелічених нормативних документів із стандартизації як нормативні застосовують міждержавні стандарти (ГОСТ), обов'язкові для держав – учасників СНД.

Нормативну базу із стандартизації у сфері гостинності складають:

- Закон України «Про внесення змін до Закону України» «Про туризм» від 18 листопада 2003 р., № 1281-IV;
- Закон України «Про стандартизацію» від 17 травня 2001 р., № 2408-III;
- Закон України «Про підтвердження відповідності» від 17 травня 2001р., № 2406-III;
- Закон України «Про стандарти, технічні регламенти та процедури оцінки відповідності» від 1 грудня 2005 р., № 3164-IV;
- Закон України «Про захист прав споживачів» від 1 грудня 2005 р., № 3161-IV;
- Постанова Кабінету Міністрів України від 19 березня 2003 р. № 358 «Про внесення змін до переліків центральних органів виконавчої влади, на які покладаються функції технічного регулювання у визначених сферах діяльності і розроблення технічних регламентів»;
- Постанова Кабінету Міністрів України від 17 серпня 2002 р. № 1136 «Про забезпечення дотримання законодавства під час надання послуг іноземцям та особам без громадянства»;
- Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2002 р. № 583 «Державна програма розвитку туризму на 2002 – 2010 роки»;
- Постанова Кабінету Міністрів України від 15 березня 2006 року № 297 «Про порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)»;
- Постанова Кабінету Міністрів України від 15 червня 2006 р. № 833 «Порядок провадження торгівельної діяльності та правила торговельного обслуговування населення»;

- розпорядження Кабінету Міністрів України від 27 червня 2003 р. № 390 р «Про затвердження заходів щодо розвитку іноземного і внутрішнього туризму»;

Національні стандарти:

- ДСТУ 4268-2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги» (розроблено Держтурадміністрацією спільно із ДП НДІ «Система», м. Львів; введено в дію у липні 2004 р.);
- ДСТУ 4269-2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» (розроблено Держтурадміністрацією спільно із ДП НДІ «Система», м. Львів; введено в дію у липні 2004 року);
- ДСТУ 3862-99 «Громадське харчування. Терміни та визначення»;
- ДСТУ 4281-2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація»;
- ДСТУ 4527-2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення»;
- Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг (затверджені наказом Держтурадміністрації від 16.03.2004 р. № 19, зареєстровані в Міністерстві юстиції 02.04.2004 р. № 413/9012);
- Правила роботи закладів (підприємств) громадського харчування. (Наказ Міністерства економіки від 24.07.2002 р. № 219, зареєстровані в Міністерстві юстиції 20 серпня 2002 р. за № 680/6968).

Міждержавні стандарти:

- ГОСТ 28681.1-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование услуг»;
- ГОСТ 28681.2-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования»;
- ГОСТ 28681.3-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»;
- ГОСТ 30335-95 «Услуги населению. Термины и определения»;
- ГОСТ 30390-95 «Общественное питание. Кулинарная продукция, реализуемая населению. Общие технические условия»;
- ГОСТ 30523-97 «Услуги общественного питания. Общие требования»;

- ГОСТ 30524-97 «Общественное питание. Требования к обслуживающему персоналу».

СТАНДАРТИЗАЦІЯ І СЕРТИФІКАЦІЯ ЯК СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Незважаючи на широкий перелік прийнятих законів, постанов та інструкцій, якість обслуговування в більшості вітчизняних готельних підприємств залишається низькою, а ціни й тарифи на послуги наближені до найвищих. Це пояснюється застарілою матеріально-технічною базою готелів та необхідністю коштів на її поновлення та поповнення. Недостатнє фінансування насамперед спричинене недосконалістю законодавчої системи України, а саме податковою політикою держави стосовно готельної індустрії. Недостатній професійний рівень як керівництва, так і обслуговуючого персоналу, недосконалість технічного забезпечення підприємств – також вагомі проблеми підвищення якості готельних послуг. Вирішення цієї проблеми ускладнюється недосконалістю системи оцінки та контролю якості обслуговування і механізмом регулювання цін на послуги готелів України. Взаємозв'язок і взаємозалежність якості послуг та рівня цін регулюється державою через систему стандартизації й сертифікації послуг.

У різних системах сертифікації використовують різноманітні бальні оцінки з нарахуваннями за критеріями оцінки якості, проте загальна схема визначення відповідності залишається однаковою. Останнім часом в експертів-аудиторів домінує підхід, який акцентує увагу на споживчих характеристиках оцінки якості відповідно до вимог стандарту *ISO 9004:2000*, згідно з якими визначають оцінку якості послуги, враховуючи точку зору і задоволення потреб як надавача, так і споживача послуги. Стандарт вказує теж на потребу порівняння цих оцінок з метою узгодження двох мірок якості, хоча більш вагомішою оцінкою визначеного рівня якості послуги є саме оцінка споживача.

Вимога стандарту вказує, що оцінка задоволення споживача повинна визначати ступінь, згідно з яким надання послуги, номенклатура послуг чи процес їх виконання задовольняє потреби споживача.

Кваліметричний метод оцінювання якості послуг *servaqual* – визнаний як універсальне знаряддя для досліджень відповідності якості всіх видів послуг, хоча конкретно був рекомендований і використаний для верифікації п'яти видів послуг – банківських, маклерських, сервісного обслуговування та телекомунікації. Вважається, що оцінка якості послуг може бути охарактеризована і визначена межами інтересів споживача та можливостями надавача послуг.

Метод *servaqual* сформований у вигляді анкети, яка виконується по-різному, залежно від її призначення (для споживачів і надавачів послуг), та складається з двох розділів.

Перший розділ (оцінки споживача) складається з трьох частин:

- частина перша – призначена для визначення очікувань споживачів і містить 22 стандартних питання;
- друга частина – призначена для оцінки загальної якості послуги споживачем, рівень оцінки визначається за семибальною шкалою;
- третя частина – споживач зазначає важливість оцінки деталізованих критеріїв якості послуг, оцінюючи їх балами, загальна кількість яких може становити 100.

Другий розділ оцінює надавачів готельних послуг за такими критеріями, як матеріальна основа послуг, професіоналізм у наданні послуг, відповідальність надавача, які, у свою чергу, базуються на двох інших критеріях: компетентності та розумінні споживача (*табл. 1.1*).

Таблиця 1.1

Перелік критеріїв оцінки якості послуг гостинності

Критерій	Що визначається
Матеріальна основа готельних послуг	Технічна якість. Стан споруд. Наявність вказівок, вивісок, позначень. Робота довідково-інформаційної служби
Професіоналізм персоналу готелю	Можливість надання необхідної послуги в потрібний час
Відповідальність персоналу готелю	Бажання допомогти споживачеві своєчасно вирішити проблему

Упевненість персоналу готелю	Довіра. Упередженість. Компетенція. Рівень охорони праці у надавачів послуг
Можливість отримання Послуги	Доступність. Комунікабельність персоналу. Розуміння споживачів

Сертифікація готельних послуг вміщує не тільки оцінку якості обслуговування, а також багато процедур, які зустрічаються під час сертифікації систем управління якістю. Насамперед, це перегляд елементів управління процесу надання послуги, контроль документів та даних, дії з коригування і запобігання зривів у роботі, контроль якості записів, внутрішній аудит якості і навчання персоналу – і усі процедури та вимоги до них, згідно з вимогами стандартів *ISO* серії 9000.

Сертифікацію системи якості проводять органи, акредитовані в Системі на право проведення цих робіт. Порядок проведення сертифікації встановлюється органом із сертифікації систем якості з урахуванням вимог нормативних документів Системи.

Сертифікація системи якості виконується за ініціативою заявника з метою підтвердження відповідності системи забезпечення якості готельних послуг вимогам відповідних стандартів, а також того, що підприємство може постійно надавати готельні послуги, що відповідають обов'язковим вимогам нормативних документів з безпеки і вимогам до певної категорії (зірки).

У разі проведення сертифікації системи якості заявник згідно з рішенням органів сертифікації готельних послуг (далі *ОСГП*) направляє заявку до органу із сертифікації систем якості. Після отримання заявником сертифікату відповідності на систему якості цей сертифікат надається органу із сертифікації готельних послуг для подальшого проведення робіт з обов'язкової сертифікації. Сертифікат відповідності, виданий за схемою, що передбачає сертифікацію системи якості, має термін дії до п'яти років.

У процесі роботи комісії заповнюють звіт за результатами оцінки процесу надання готельних послуг або протокол випробування (перевірки) на відповідність вимогам безпеки і протокол випробування (перевірки) на відповідність вимогам категорії, які є підставою для складання акту і ухвалення рішення.

Протоколи випробувань (перевірок) готельних послуг повинні бути підписані головою і всіма членами комісії, представником заявника, у присутності якого проводилися випробування (перевірки). З протоколами повинен бути ознайомлений заявник. Якщо до проведення випробувань (перевірок) була залучена випробувальна (соціологічна) лабораторія, то за результатами випробувань (перевірок) лабораторія складає свій протокол випробування (перевірок), підписаний виконавцями робіт і затверджений керівником лабораторії, і подає його в ОСГП, а копію – заявнику.

Після завершення випробувань (перевірок) на підставі усіх матеріалів складають акт проведення обов'язкової сертифікації готельних послуг. Акт підписує голова і члени комісії. Один екземпляр акту передається заявнику.

ОСГП розглядає всі матеріали (звіт, протоколи, акт, результати соціологічних досліджень і ін.). При позитивних результатах розгляду матеріалів ОСГП ухвалює рішення про видачу сертифікату відповідності. При цьому якщо схемою сертифікації, приведеної в рішенні за заявкою, передбачена сертифікація системи якості, то ОСГП при позитивних результатах цієї роботи ухвалює рішення про термін дії сертифікату відповідності.

Якщо ОСГП ухвалює рішення про відмову у видачі сертифікату відповідності, то рішення з обов'язковою вказівкою причин відмови передається заявнику в строк, що не перевищує 10 днів з дня підписання акту, а заявка анулюється. Повторне випробування (перевірка) з метою сертифікації може бути проведено тільки після подачі нової заявки в ОСГП і переконливих доказів заявника щодо проведення ним заходів коригувань для усунення причин, що викликали невідповідність.

ОСГП оформляє сертифікат відповідності і реєструє в Реєстрі системи в строк, що не перевищує 10 днів з дня надання акту. Оформлені в установленому порядку оригінал сертифікату відповідності і ліцензійна угода на право застосування сертифікату відповідності і знака відповідності ОСГП надають заявнику. Виконавці послуг застосовують знак відповідності (вид знаку визначено ДСТУ 2296-93 «Національний знак відповідності. Форма, розміри, технічні вимоги і правила застосування»), проставляючи його в рекламній і супровідній документації, яка видається клієнту (картках гостя, квитанціях і ін.), а також на вивісках.

Якщо вимоги до показників (характеристик) сертифікованої готельної послуги змінюються, то дія сертифікату припиняється з дати введення змін. У разі зміни умов надання або номенклатури готельних послуг або технологічної документації на їх надання, які можуть вплинути на показники, підтверджені під час сертифікації, заявник зобов'язаний попередити про це ОСГП.

Не пізніше ніж за три місяці до закінчення дії сертифікату відповідності заявник подає нову заявку до органу із сертифікації для отримання сертифікату на наступний період. Орган із сертифікації визначає необхідний обсяг робіт за заявою з урахуванням результатів технічного нагляду.

Технічний нагляд за сертифікованими готельними послугами під час їх надання здійснює ОСГП, який видав сертифікат відповідності, або за його дорученням – інша організація. Технічний нагляд проводять протягом всього терміну дії сертифікату відповідності у формі планових і позапланових перевірок.

Кількість планових перевірок і форми їх проведення визначаються умовами договору на здійснення технічного нагляду між ОСГП і заявником. Обсяг, зміст і порядок проведення технічного нагляду визначає ОСГП у кожному конкретному випадку з урахуванням схеми, за якою проводилася сертифікація, і регламентує їх у програмі технічного нагляду, яка розробляється ОСГП і затверджується його керівником. При проведенні технічного нагляду здійснюють:

- контроль дотримання підприємством вимог до сертифікованих готельних послуг шляхом перевірки їх відповідності діючій нормативній і технічній документації, відсутності змін в документації, а також перевірки характеру змін, внесених в нормативні документи, за якими була сертифікована готельна послуга, перевірку вимог безпеки, що містяться в нормативній документації;
- соціологічну або експертну оцінку, яку проводять за тими ж процедурами, які діяли і при сертифікації готельних послуг;
- оцінку процесу надання готельної послуги, атестацію підприємства, оцінку системи якості за тими ж методиками, які діяли і при сертифікації готельної послуги;

- контроль дотримання умов ліцензійної угоди, яка складається з перевірки наявності і правильності нанесення знака відповідності і знака відповідності категорії (зірки) на картки гостя, квитанції, рекламні матеріали, вивіски.

За результатами технічного нагляду ОСГП складає звіт, в якому вказуються можливі причини невідповідності готельної послуги встановленим вимогам (за наявності невідповідності) і пропонуються заходи коригувань для їх усунення. Один екземпляр звіту вручають заявнику. ОСГП може ухвалити рішення про проведення додаткових позапланових перевірок у разі надходження інформації про претензії (скарги, рекламації) до сертифікованих готельних послуг від їх споживачів, а також від органів, що здійснюють суспільний або державний контроль за готельними послугами згідно законодавчих актів. Додаткові перевірки можуть також проводитися за наявності інформації від заявника про зміну технології, характеристик або номенклатури готельних послуг або умов обслуговування.

Дія сертифікату відповідності і ліцензійної угоди може бути припинена у разі:

- встановлення невідповідності готельної послуги вимогам нормативних документів з її безпеки;
- встановлення відсутності умов для забезпечення безпеки готельної послуги;
- встановлення невідповідності послуги вимогам нормативних документів відносно наданому готелю категорії (зірки);
- встановлення змін, внесених в нормативну і технологічну документацію на готельну послугу без попереднього узгодження з ОСГП;
- порушення правил застосування сертифікатів і знаків відповідності;
- наявності скарг і претензій до сертифікованих готельних послуг;
- відмови заявника від оплати робіт по технічному нагляду.

У такому разі ОСГП в триденний термін подає письмову інформацію про ухвалене рішення щодо припинення або відміни дії виданого сертифікату відповідності в Держспоживстандарт України, його територіальний орган, у Державну службу туризму і курортів України і заявнику. Рішення про припинення дії сертифікату відповідності може бути відмінено, якщо за допомогою проведення заходів коригувань заявник може усунути невідповідність і причини її виникнення у встановлений ОСГП термін. По закінченні цього

терміну проводиться технічний нагляд, який може виконуватися за скороченою процедурою, враховуючи результати попереднього технічного нагляду.

Заходи коригувань проводяться заявником після отримання відповідного рішення ОСГП. Контроль за виконанням заходів коригувань, прийнятих для усунення причин виявлених невідповідностей, здійснює ОСГП. Всі витрати, пов'язані із заходами коригувань і контролем за їх виконанням, оплачує заявник.

Рішення про відміну дії сертифікату відповідності може бути прийняте, якщо:

- недоліки неможливо усунути за прийнятний час;
- заходи коригувань не виконані або вони не мали наслідків у встановлений термін про припинення дії сертифікату відповідності;
- не виконана умова ліцензійної угоди.

Відміна сертифікату відповідності набуває чинності з моменту вилучення його з Реєстру системи. Готельна послуга, на яку була відмінена дія сертифікату відповідності, може заявлятися замовником на повторну обов'язкову сертифікацію після виконання ним заходів коригувань, направлених на усунення порушень, виявлених під час технічного нагляду. У такому разі роботи із сертифікації проводяться без урахування результатів попередньої обов'язкової сертифікації даної послуги.

Якщо заявник має бажання оскаржити рішення про відміну ліцензії на право застосування сертифікату відповідності і маркування знаком відповідності готельних послуг, вказаних в сертифікаті і що надаються заявником протягом терміну дії ліцензійної угоди, то він повинен подати (письмово) апеляцію в ОСГП не пізніше місяця після отримання повідомлення про ухвалення рішення. Подача апеляції не припиняє дії ухваленого ОСГП рішення.

Як вже вказувалося вище, апеляція розглядається ОСГП в місячний термін з дня її надходження. Для розгляду спірних питань створюється апеляційна комісія. Заявник має право бути присутнім на засіданні комісії. Рішення комісії відносно поданої апеляції письмово доводиться до відома заявника і ОСГП. У разі незгоди з рішенням апеляційної комісії заявник має право протягом 10 днів з дня отримання рішення звернутися в Комісію з апеляції Національного органу з сертифікації або в суд.

ДОДАТКОВА РУБРИКА: світові моделі організації готельного бізнесу

У сфері гостинності прийнято виділяти кілька моделей організації готельного бізнесу.

Модель Рітца. Вона модель названа на честь швейцарського підприємця *Ц. Рітца*. Його ім'ям було названі багато престижних готелів світу. Готелі, що дотримуються даної моделі, відрізняються європейськими традиціями, вишуканістю та аристократизмом.

Модель К. Уільсона. Для неї характерний насамперед високий рівень обслуговування своїх гостей. Прикладом може служити мережа готелів «Холідей Інн». Відмітні ознаки даної моделі:

- дотримання єдиного архітектурного стилю;
- швидка реєстрація гостей;
- гнучка система тарифів;
- спеціальні номери для постійних клієнтів;
- наявність «шведського столу» (як правило, на сніданок);
- наявність конференц-холів.

На даний момент готелі, що дотримуються такої моделі, складають більш ніж 50 % готельних номерів у світі. Управління такими готелями здійснюють компанії, корпорації або холдинги, який є їх власниками.

Існують такі варіанти добровільні об'єднання готелів:

- готельні консорціуми (об'єднання декількох готелів і невеликих готельних груп різного класу);
- сімейства або асоціації (об'єднують готелі, що відповідають певним вимогам);
- готелі, об'єднані за принципом франчайзингу.

Існують також моделі готелів, які розрізняються характером взаємовідносин між власником готелю і управлінською ланкою готелю:

- готелі, які знаходяться у розпорядженні власника (незалежні готелі);
- перебувають під керуванням самого власника;
- для управління яких залучаються фахівці-менеджери або управлінські компанії;

Готелі, об'єднані в готельні мережі:

- готелі, які об'єднані спільною власністю власників і, як наслідок, є повноправними членами ланцюгів. Управління в такому разі здійснюється адміністрацією ланцюга – представниками власників. Власники мають повне право на отримання прибутку;
- готелі, які приєдналися до готельної ланцюга. Їх участь у бізнесі регулюється договором франшизи;

Об'єднання готелів, кероване професійними готельними компаніями:

- власник наділяє оператора повним правом управління власністю і не втручається в процес управління. У даному випадку оператор несе відповідальність за фінансові і операційні ризики в своїй діяльності, а власник отримує лише підсумковий чистий дохід від готельної діяльності;
- власник може втручатися в процес управління, контролюючи діяльність, і, як наслідок, несе відповідальність за фінансовими ризиками та здійснює всі операційні витрати по управлінню. У контракті має бути обумовлено, яку частку відповідальності несе оператор за результат своєї діяльності;
- власник ретельно стежить за діяльністю керуючої компанії і через це змушений повністю звільнити її від відповідальності за результат роботи (крім навмисних випадків і випадків грубої необережності);

Готелі, які входять в об'єднання незалежних готелів. При входженні готелі в об'єднання вона зберігає здатність діяти самостійно в усьому. Такі об'єднання в основному мають єдиний товарний знак і за участь в асоціації сплачують внески.

КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. Розкрийте поняття індустрії гостинності.
2. Сформулюйте основні етапи розвитку світової індустрії гостинності.
3. Які існують світові моделі гостинності?
4. У чому полягає сутність і зміст готельного бізнесу?
5. Розкрийте сутність і зміст поняття готельної послуги як предмету ринкових відносин.
6. Розкрийте сутність і зміст поняття готельного продукту.
7. Які існують міжнародні нормативно-правові акти у сфері гостинності?
8. У чому полягає стандартизація і сертифікація у сфері гостинності?
9. Сформулюйте основні положення стандартизації і сертифікації як системи управління якістю готельних послуг.

Розділ 2

ПОНЯТТЯ ПРО ГОТЕЛЬНЕ ГОСПОДАРСТВО ТА ЙОГО ФУНКЦІОНАЛЬНЕ ПРИЗНАЧЕННЯ

Структура розділу

- 2.1. Організація і функціонування готелю:
- 2.2. Основні форми організації готелів.
- 2.3. Функціонально-планувальна організація готелю:
- 2.4. Економіко-облікові аспекти організації готелю

Ключові моменти розділу

1. Сутність і зміст організації готелю.
2. Принципи формування організаційної структури готелів.

3. Загальна характеристика організації діяльності готелю.
4. Типологія готелів.
5. Класифікація готелів.
6. Загальні положення функціонально-планувальної організації готелю.
7. Функціонально-планувальна організація житлових приміщень готелю.
8. Функціонально-планувальна організація нежитлових приміщень готелю.
9. Функціонально-планувальна організація інтер'єру готелю.
10. Організація документообігу при наданні готельних послуг.
11. Відображення в бухгалтерському обліку операцій надання готельних послуг.
12. Перелік документів, які визначають порядок документообігу у готелях.

У результаті вивчення розділу ви:

визначите основні положення організації готелю та порядку його сертифікації; отримаєте уявлення про основні форми організації готелю: типологію і класифікацію;

визначите базові положення функціонально-планувальної організації готелю;

зрозумієте сучасні підходи до організації інтер'єру готелю;

отримаєте уявлення про сутність організації економіко-облікового механізму управління готелем.

2.1. ОРГАНІЗАЦІЯ І ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛЮ

СУТНІСТЬ І ЗМІСТ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЮ

Готельні господарства сьогодні розглядаються як необхідний елемент соціально-економічної сфери і відіграють велику роль у підвищенні

У практиці готельної діяльності використовуються різні види і способи її організації. Який з них підходить, кожний керівник готелю вибирає сам. Більшість із способів організації готельного господарства вже пройшли перевірку часом, інші прийшли на зміну тим, що вже не відповідають сучасним вимогам ринку, але універсального способу немає. Кожний із них приходиться пристосовувати під свої організаційні заходи. Але незалежно від способу у основу організації готельного господарства покладають наявні ресурси і цілі його діяльності. Будь-яка схема організації готельного господарства може дати очікуваний результат лише на певний момент часу,

так як вдалося керівництву вибрати на ринку факторів виробництва і реалізації готельного продукту й їх комбінації на основі використання інноваційних технологій обслуговування, інформації і персоналу. Основна формула успішної організації готельного господарства – це ефективний вибір і комбінація досяжних йому ресурсів краще, більш оригінально і швидше, ніж у конкурентів.

Діяльність готелю визначається його організаційною структурою, яка закладає основу моделі управління готелем.

■ **Організаційна структура управління готелем** – це система зв'язків, які діють між підрозділами готелю, а також між його працівниками. Іншими словами, це сукупність управлінських ланок, які розташовані у чіткій підпорядкованості і взаємозалежності та які забезпечують взаємодію системи управління і керованих систем.

Від організаційної структури управління готелем залежить порядок та способи реалізації всіх функцій готельного менеджменту – планування, організація, мотивація і контроль. Таким чином, організаційна структура управління готелем визначає сутність готелю та дає основу для реалізації його діяльності.

Мета формування організаційної структури готелю полягає у такому:

- забезпеченні раціонального розподілу і внутрішньої кооперації праці у готелі;
- визначенні завдань та призначенні відповідальних за їх вирішення;
- розподілі функціональних обов'язків серед працівників;
- встановленні зв'язків між ними, визначенні каналів комунікації.

Завдання формування організаційної структури готелю полягає у формуванні відносин між взаємопов'язаними об'єктами й суб'єктами управління і ресурсами, які забезпечують ефективне досягнення цілей виробничо-господарської діяльності готелю. За будь-яких умов організаційна структура має досить гнучко та легко пристосовуватися до особливостей його господарської діяльності готелю. Це визначає такі основні вимоги до неї:

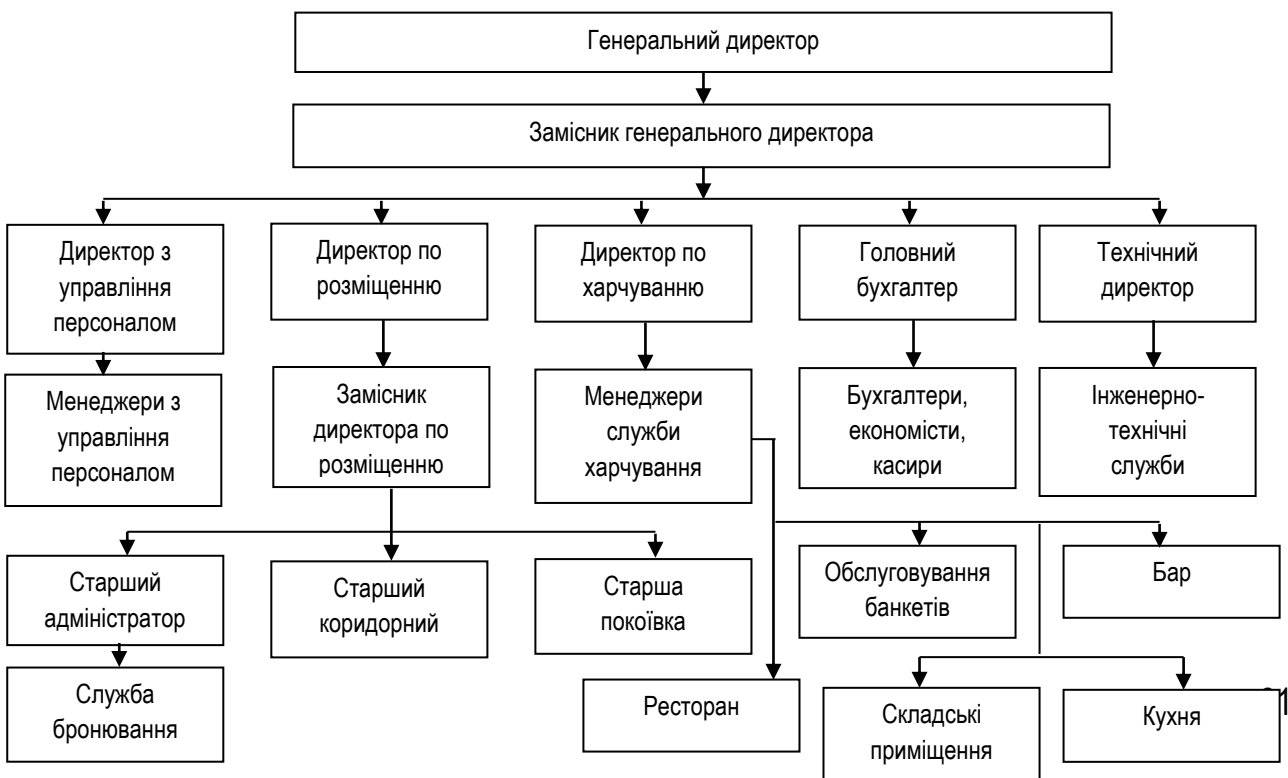
- структура організації має відображати цілі та плани господарської діяльності готелю;
- структура організації повинна відображати зовнішнє середовище готелю;

- структура організації повинна відображати визначений обсяг повноважень, якими наділені особи, що здійснюють на підприємстві управління окремими елементами господарської діяльності готелю;
- при групуванні видів діяльності готелю та розподілу повноважень всередині організації необхідно враховувати людський фактор.

Типова структура управління готелем представлена на *рис. 2.1*.

На малих готельних підприємствах, які у багатьох випадках є сімейним бізнесом, вірогідність виникнення проблем, що пов'язані з організаційною структурою управління, незначна. Розподіл завдань, влади і відповідальності, налагодження взаємовідносин працівників може відбуватися на неформальній основі. Але всі готелі, незалежно від їх типу і розмірів, мають організаційну структуру з об'єднуючими і координуючими функціями. Великим готелям необхідна ретельно розроблена, цілеспрямована і ефективна структура управління.

Робота персоналу готелю у команді вимагає інтеграції всіх функцій управління готелем. При цьому персонал, відповідаючи за певну ділянку роботи, вносить свою частку у реалізацію цілей діяльності готелю в цілому.



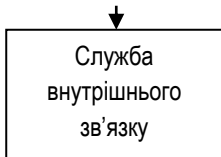


Рис. 2.1. Приклад організаційної структури управління готелем 4* (100 номерів)

Із наведеної на *рис. 2.2* схеми видно, що такий процес орієнтований цілком на споживача. При цьому основним принципом, на якому будується організація готельного господарства, є зосередження всіх служб готелю на забезпечення максимальної якості обслуговування кожного клієнта у продовж всього періоду його взаємодії з ними. Первісне і головне призначення кожного працівника готелю – це вміле налагодження взаємовідносин із кожним клієнтом, забезпечуючи комплексне задоволення його потреб. У сукупності персонал готелю входить у систему управління якістю обслуговування клієнта, яка охоплює всі функції діяльності готелю.

Організаційна структура готелю відображає форму (тобто побудову), устрій суб'єкта управління, спосіб його внутрішньої організації, зв'язки елементів такого суб'єкта між собою (порядок розташування, підпорядкованості окремих ланок управлінського апарату).

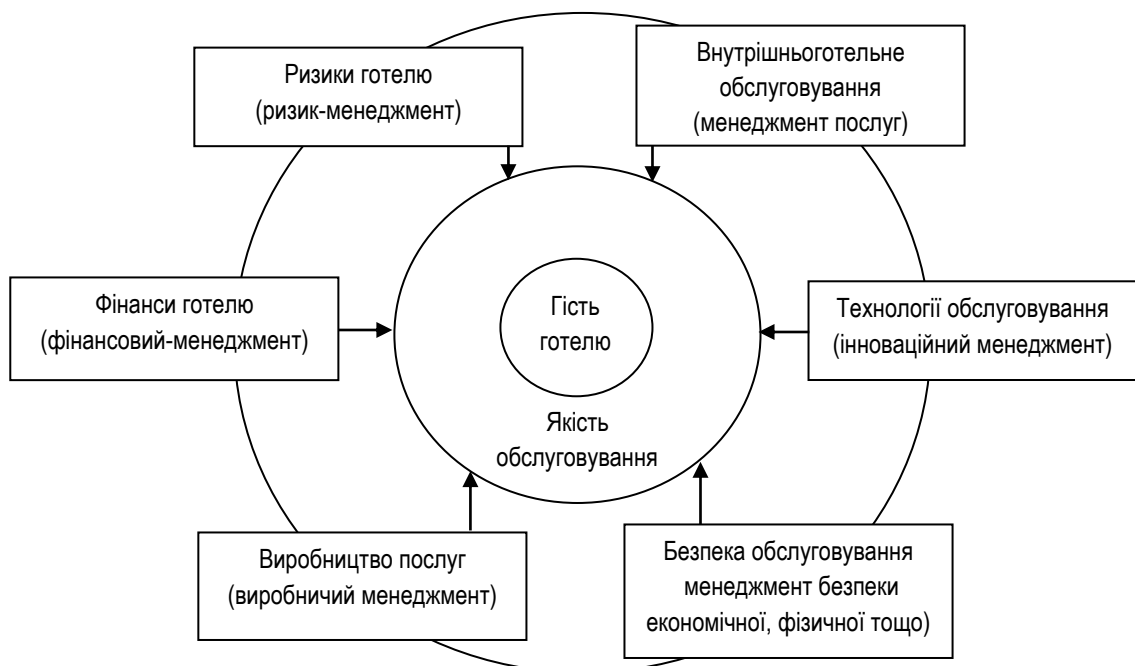


Рис. 2.2. Загальна схема організації процесу готельної діяльності

Ефективно побудована організаційна структура управління готелем забезпечує їй стабільність, стійкість, завдяки чому така система зберігає свої властивості при зміні умов функціонування зовнішнього середовища. Необхідно брати до уваги:

- прагнення до простоти форми та невеликого штату управління (вищий рівень структури управління має бути нечисленним, а сама структура – максимально простою та гнучкою);
- дотримання свободи і одночасно жорсткості управління (за умови поєднання централізації і децентралізації управління має проявлятися жорсткість стосовно виконання найбільш значимих для підприємства справ, і надається свобода дій функціональних підрозділів стосовно всього іншого);
- зміщення акцентів з функцій на бізнес-процеси (зосередження уваги органів управління не на виконанні окремих функцій управління, а на вирішенні питань найбільш ефективного управління процесом виконання замовлення клієнта у цілому – функціональні підрозділи готелю складають єдиний процес).

Організаційна структура готелю та його підрозділів залежить від цілого ряду факторів, до яких відносять:

- напрями діяльності готелю;
- розміри та потужність готелю (загальна площа складів, обсяг парку устаткування тощо);
- кількість найменувань, типів, марок, сортів тих розмірів матеріальних ресурсів, що використовуються у готелі;
- структура матеріально-технічних ресурсів, що споживаються готелем, за напрямками виробничо-господарської діяльності;
- кількість постачальників матеріально-технічних ресурсів та їх територіальне розміщення;
- призначення і кількість складів у готелі, що призначені для зберігання матеріально-технічних ресурсів;

- наявність у власності готелю магістральних та внутрішньо виробничих транспортних засобів, їх кількість за видами та типами;
- кількість гостей готелю.

ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ГОТЕЛІВ

Сучасні готелі розглядаються як складний комплексний об'єкт з великою кількістю приміщень різного функціонального призначення. Склад і кількість приміщень готелю залежить від його типу і категорії, що пов'язано з необхідністю створення високого рівня комфортності та покращення умов праці персоналу готелю.

Для підвищення ефективності організації приміщень готелю у процесі їх проектування вони об'єднуються у групи за функціональними ознаками, що дає змогу організувати між ними чіткі технологічні взаємозв'язки, які будуть відповідати встановленим вимогам.

Залежно від складності процесу готельного обслуговування, місткості та типу готелю, існують принципові схеми функціональної організації приміщень. Найголовнішими групами функціональних приміщень готелю є такі: Нежитлова і житлова групи приміщень.

Організаційна структура готелю відображає форму (тобто побудову), його устрій, спосіб його внутрішньої організації, зв'язки елементів такого суб'єкта між собою (порядок розташування, підпорядкованості ланок управлінського апарату готелю).

Завдання організаційної структури готелю полягає у формуванні відносин між взаємопов'язаними об'єктами й суб'єктами управління підприємством готельного господарства і ресурсами, які забезпечують ефективне досягнення цілей виробничо-обслуговуючої діяльності підприємства – задоволення за будь-яких умов потреб і вимог споживача готельного продукту у визначених часових і просторових параметрах зовнішнього середовища.

За будь-яких умов організаційна структура готелю має досить гнучко та легко пристосовуватися до особливостей його діяльності та змін зовнішнього середовища. Структура готелю має відображати:

- цілі та плани його виробничо-обслуговуючої діяльності;

- динаміку змін його зовнішнього середовища;
- визначений обсяг повноважень, якими наділені особи, що здійснюють управління виробничо-обслуговуючою діяльністю.

Організаційна структура готелю та його підрозділів залежить від цілого ряду факторів, до яких відносять:

- напрями виробничо-обслуговуючої діяльності готелю;
- розміри та потужності готелю (загальна, житлова та виробнича площа, обсяг основних і додаткових послуг тощо);
- кількість найменувань, типів, марок, сортів та розмірів матеріальних ресурсів, що використовуються у готелі;
- структура матеріально-технічних ресурсів, що споживаються готелем, за напрямками його діяльності;
- кількість постачальників матеріально-технічних ресурсів та їх територіальне розміщення;
- призначення і кількість складів у готелі, що призначені для зберігання матеріально-технічних ресурсів; наявність у власності готелю транспортних засобів, їх кількість за видами та типами.

Усі моделі готелів безпосередньо пов'язані з їх організаційними структурами та розділяються на окремі типи, що відрізняються за ступенем структурування, стандартизації діяльності та формалізації внутрішніх відносин, рівня централізації у прийнятті рішень, типу і жорсткості управлінського контролю.

З таких підходів готелі розглядаються як організаційні системи, що мають різні типи структур – ієрархічну й адхократичну.

■ **Ієрархічна структура готелю** – це тип готелю з багаторівневим управлінням, жорстким підпорядкуванням і незначним обсягом управління на кожному рівні.

Така структура підрозділяється на лінійно-функціональну і дивізійну.

Лінійна організаційна структура управління готелем. Її основу складає «шахтний» принцип побудови, який характеризується організацією за функціональним принципом, тобто спеціалізованими видами робіт всередині колективу готелю. Далі за

кожним із видів робіт формується ієрархія підрозділів колективу («шахта»), що пронизує все підприємство зверху до низу.

Лінійно-функціональна структура характерна для готелів малого і середнього розміру, або для великих вузькоспеціалізованих готелів, які пропонують незначну кількість послуг (рис. 2.3).

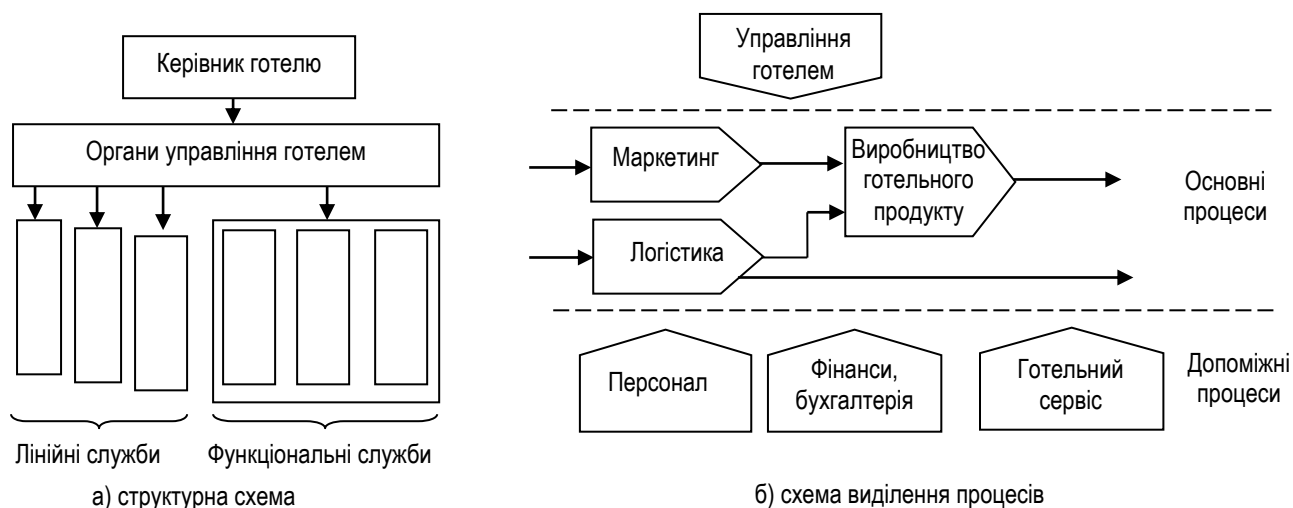


Рис. 2.3. Приклад лінійно-функціональної структури готелю

Така структура базується на розподілі повноважень між лінійними управляючими (функції прямого та безпосереднього управління) і функціональними (вузькі спеціалісти, які забезпечують управлінську діяльність (штаб)).

При такому типі організаційної структури основні процеси (маркетингові, логістичні, виробничі) збігаються з основними підрозділами готелю, що мають безпосереднє відношення до надання послуг гостям і отримання прибутку. Допоміжні процеси охоплюють діяльність функціональних підрозділів, яка спрямована на забезпечення виконання основних процесів. Власниками основних і допоміжних процесів призначаються керівники лінійних і функціональних служб, тобто вище керівництво готелю.

Дивізійна організаційна структура готелю. Така структура, поряд з «шахтним» принципом побудови підприємства, має і додаткові види структуривання: за видами продукції і послуг, за територіальною ознакою (філії) тощо. Вона характерна для

великих готелів з високим ступенем диверсифікації діяльності чи готельних мереж (рис. 2.4).

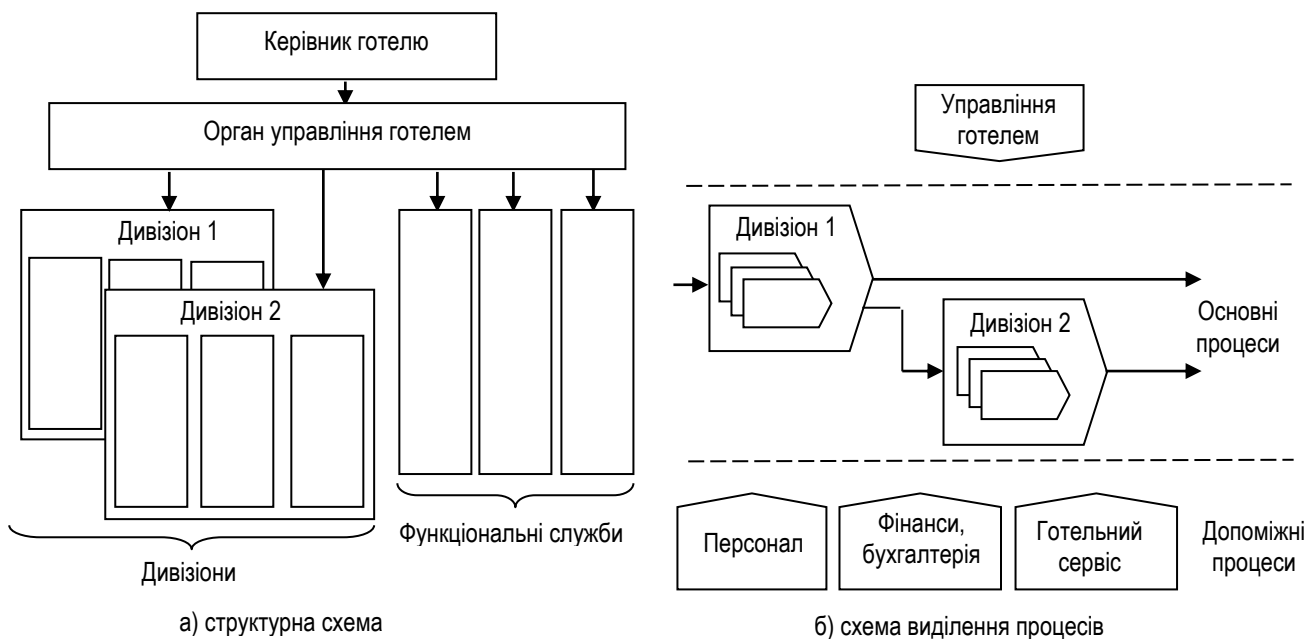


Рис. 2.4. Приклад дивізійної структури готелю

У дивізійних структурах відповідальність за виконання за частину основних функцій (маркетингових, логістичних чи виробничих) може передаватися її виробничим підрозділам (виробничі дивізіони / департаменти), а відповідальність за їх виконання («штабні» завдання) розподіляються між виробничими дивізіонами і центральним офісом чи управляючим дивізіоном.

Така структура характеризується багатосекційністю, високою автономією профільних підрозділів, низькою централізацією управління. Складається з декількох досить автономних одиниць (дивізіонів), кожен з яких орієнтований на діяльність у своєму секторі ринку гостинності.

Матрична організаційна структура готелю. Вона відноситься до адхократичного організаційного типу структур, що визначається наявністю проектних організацій, матричної, конгломератної і вільної структури. Як правило, застосовується у сфері управління проектами у сфері гостинності.

Матрична організаційна структура представляється у вигляді матриці працівників (підрозділів) і робіт, яка будується за принципом подвійного підпорядкування:

- адміністративному керівникові, який відповідає за забезпечення працівників (підрозділів) ресурсами для виконання основних обов'язків;
- керівникові проектних робіт чи керівникові напряму.

Для ефективного управління підприємством з матричною організаційною структурою, коли один працівник залучається до роботи як певними напрямками так і проектами, керівництво зобов'язане чітко визначити ресурси таких працівників, скоординувати їх завантаження і розробити документацію, де встановлюються їх права, обов'язки і повноваження.

ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО РОЗМІЩЕННЯ ГОТЕЛЮ

Сучасні готелі відрізняються за призначенням, місткістю, поверховістю, типами конструкцій, рівнями комфорту, режимами експлуатації (цілорічні, сезонні), місцем розташування (місто, курорт тощо), функціональним призначенням, забезпеченістю харчуванням, тривалістю проживання в них, рівнями цін. Усі ці фактори враховуються при проектуванні і впливають на склад приміщень готелю, архітектурно-планувальну структуру будівлі тощо. Основні ознаки, що характеризують готелі, це: місткість, поверховість, призначення і рівень комфорту.

Сучасний готель великої місткості і високого рівня комфорту є складним комплексним організмом, до складу якого входить значне число приміщень різного функціонального призначення: житлові, приміщення прийому й обслуговування, громадського харчування (з розвинутим складом виробничих приміщень і складним технологічним обладнанням), культурно-масового призначення, побутового обслуговування, адміністративні, розвинутий склад службових, господарських, підсобних, технічних приміщень тощо. До складу сучасних готелів все частіше включають також приміщення для ділових контактів (конференц-зали або зали багатофункціонального використання), кіноконцертні зали, бальні зали, банківські відділення, басейни, сауни, спортзали, кегельбани, приміщення для організації виставок, підприємства торгівлі, гаражі та інше.

Сучасний готель покликаний створити комфортабельні умови для проживання гостя і надати йому ряд додаткових послуг.

Основні принципи, що беруться до уваги при спорудженні будівель готелів, такі.

1. Будівля (або комплекс будівель) повинні органічно вписуватися до навколишнього середовища, не порушуючи особливості міського або сільського ландшафту.

2. Необхідно враховувати природно-кліматичні фактори, температуру та вологість повітря, кількість опадів, інсоляцію, швидкість і напрямок вітру тощо.

3. Архітектурне, конструктивне і планувальне вирішення будівлі не повинні бути надмірно дорогими. Планування будівлі повинне забезпечувати економічність її експлуатації.

4. При проектуванні готелю певну роль відіграють рекламні міркування: забезпечення оформлення фасаду, що підкреслює престижність готелю; встановлення рекордів певного напрямку (будівництво найвищої будівлі, найбільш екзотичної будівлі тощо); розташування вітрин готельних торгових центрів і т. ін.

5. Планування будівлі повинне забезпечувати раціональну організацію обслуговування і відповідний комфорт проживаючим, відповідати функціональним вимогам.

6. Будівля повинна відповідати естетичним, технічним, санітарно-гігієнічним, екологічним нормам і рекомендаціям. Варто передбачати можливість її реконструкції.

7. Необхідно дотримуватися умови економічності процесу будівництва будинку.

Будівлі готелів призначені для короткочасного проживання людей з метою здійснення різних видів діяльності. Це можуть бути ділові контакти під час відряджень, участь у роботі нарад, конференцій, симпозіумів і ін., туристичні поїздки з метою ознайомлення з природними визначними пам'ятками, історичними та архітектурними пам'ятниками (міста, регіону, країни); поїздки з метою відпочинку, курортного лікування, оздоровлення, а також для здійснення спортивних змагань та ін.

Функціональне призначення готелів істотно впливає на їхнє розташування в планувальній структурі міста. Містобудівний аналіз розміщення готелів у планувальній

структурі великих та найбільших міст дозволяє виділити кілька характерних прийомів їх розташування.

У центрі міста. Готелі, розташовані в центрі міста, є невід'ємним планувальним елементом центральних площ міста, розташовуються на центральних магістральних вулицях. Практика експлуатації готелів показує, що найбільш ефективно їхнє розташування в центрі міста з багатьох причин. Центр, будь-якого міста, як правило, добре пов'язаний у транспортному відношенні з усіма його районами та основними комунікаціями – вокзалами (залізничним, автовокзалом, аеровокзалом). На території історичного центру міста знаходяться в основному архітектурні та історичні пам'ятники, що створює комфортні умови для туристів, оскільки об'єкти їхніх інтересів знаходяться в зоні пішохідної досяжності. Розташування готелю в центрі міста – важливий фактор економії часу для багатьох приїжджаючих людей. Тому пріоритетною територією для будівництва готелів є саме центральна частина міста.

На територіях, що прилягають до центра. Готельні будівлі найчастіше розташовують у зоні, що прилягає до центру. Тут значно більше придатних для будівництва територій, вартість землі нижче, комфортність середовища вища, шумове забруднення відносно невелике. Таке розташування найбільш оптимальне і найбільш поширене. У цьому варіанті трохи погіршується транспортна досяжність у порівнянні з центром, але економічні показники ефективності будівництва набагато вищі.

На межі міста. Розташування готелів на «порозі» міста і за його межами має свою специфіку. Такі готелі, як правило, призначені для автотуристів. Вони, в основному, розташовуються на основних автомагістралях міста, у зоні в'їзду до великих міст. Невід'ємною умовою будівництва таких готелів є створення зручних з'їздів з транспортних артерій і добра видимість готелю вже на далеких підступах до нього.

За межами міста. Замість розташування готелів також породжує певні складності, пов'язані з доступністю до центру міста і роботою окремих блоків готелю, таких, наприклад, як ресторан, перукарня, що розраховані і на обслуговування міського населення.

Ділянка, що обирається для будівництва готельного комплексу, насамперед повинна мати достатню площу території з урахуванням специфіки експлуатації

готельного комплексу і його місткості. Бажано, щоб ділянка мала прямокутну форму і не більш ніж із двох сторін була обмежена магістральними вулицями. Недоцільне розташування готельних комплексів на ділянках з гострими кутами, що ускладнить процес проектування і будівництва готелю.

До ділянок для розташування готелів слід пред'являти й архітектурно-ландшафтні критерії: наявність озеленення, водних поверхонь, рельєфу. Бажано, щоб поруч з готелем розташовувався парк, сад або сквер.

При проектуванні готелів необхідно правильно використовувати рельєфно-ландшафтне довкілля для досягнення органічного зв'язку зовнішнього і внутрішнього простору. Особливо доцільно розташовувати готелі на терасах, пагорбах. Так, наприклад, найбільший американський готель «Хілтон» розташований на пагорбі й органічно вписаний до його планувальної структури. Так само вирішений готель «Кавальєрі» в Римі, при будівництві якого чудово використаний рельєф пагорба Монте-Карло.

Однією з обов'язкових умов будівництва готелю є те, що його ділянка має бути екологічно комфортною. Готель ні в якому разі не повинний розташовуватися в екологічно кризових зонах міст. Санітарно-гігієнічні параметри його довкілля (чистота повітряного басейну, рівень шуму, аерація, інсоляція) повинні відповідати нормативним вимогам.

Сучасна стандартизація готельних підприємств визначається поєднанням державних будівельних норм України, санітарних правил і норм, правил пожежної безпеки (ДБН В.2.2-9-99. Громадські будинки та споруди).

Сучасні готелі розглядаються як складний комплексний об'єкт з великою кількістю приміщень різного функціонального призначення. Склад і кількість приміщень готелю залежить від його типу і категорії, що пов'язано з необхідністю створення високого рівня комфортності та покращення умов праці персоналу готелю.

Для підвищення ефективності організації приміщень готелю у процесі їх проектування вони об'єднуються у групи за функціональними ознаками, що дає змогу організувати між ними чіткі технологічні взаємозв'язки, які будуть відповідати встановленим вимогам.

Залежно від складності процесу готельного обслуговування, місткості та типу готелю, існують принципові схеми функціональної організації приміщень. Найголовнішими групами функціональних приміщень готелю є такі: Нежитлова і житлова групи приміщень.

2.2. ОСНОВНІ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛІВ

ТИПОЛОГІЯ ГОТЕЛІВ

Згідно запропонованої Всесвітньою туристичною організацією (ВТО) типології всі засоби розміщення клієнтів поділяють на дві категорії: колективні і приватні (рис. 2.5).

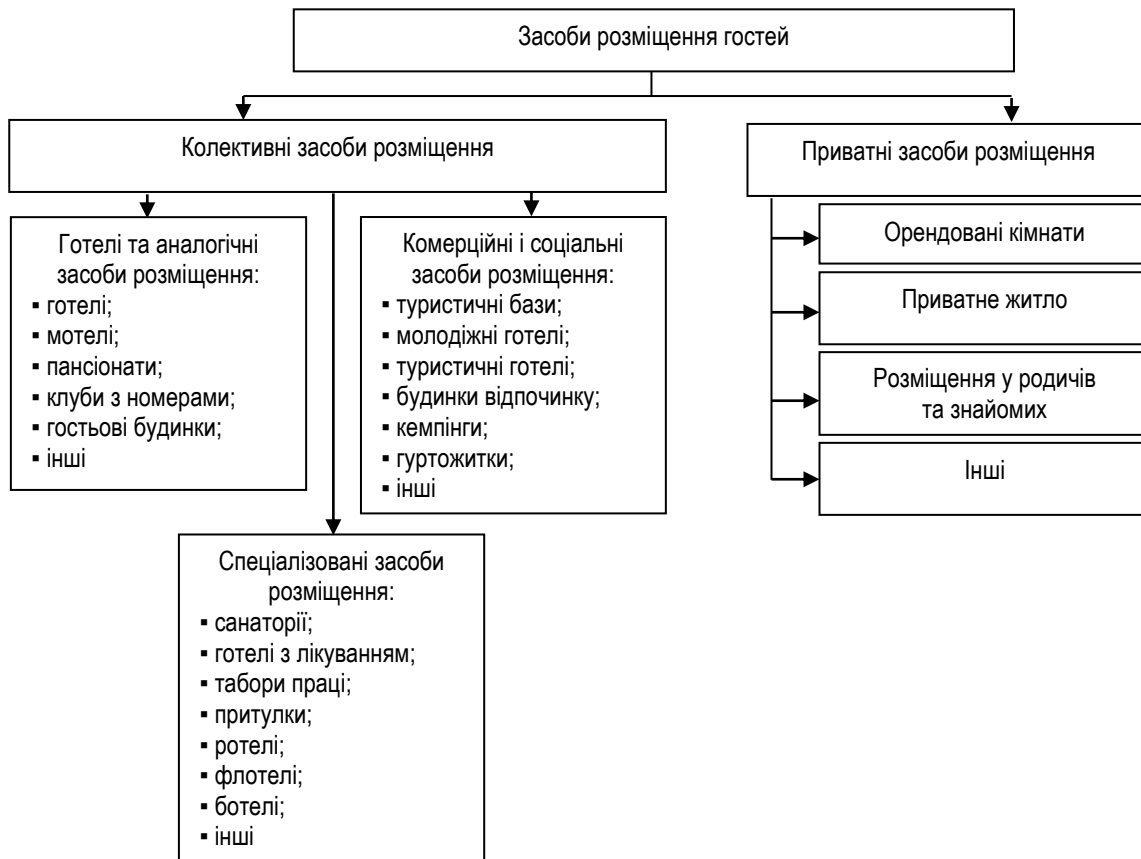


Рис. 2.5. Типологія засобів розміщення клієнтів (згідно рекомендаціям ВТО)

Група «Готелі та аналогічні засоби розміщення»

Згідно «Правил користування готелями та аналогічними засобами розміщення і пропозиції готельних послуг», затверджених наказом державної туристичної адміністрації України від 16 березня 2004 р. № 19, до готелів та аналогічних засобів розміщення відносять майнові комплекси, що складаються з 7 і більше номерів, підпорядковані єдиному керівництву і згруповані у категорії згідно переліку пропонованих послуг, мають необхідне обладнання.

■ **Готель** – це підприємство будь-якої організаційно-правової форми власності, що складається з номерів, пропонує комплекс готельних послуг, які не обмежуються застеленням ліжок, прибиранням кімнат і санвузлів.

■ **Аналогічні засоби розміщення** – це підприємства будь-якої організаційно-правової форми власності, що складаються з номерів і пропонують обмежені готельні послуги включно із застеленням ліжок, прибиранням кімнат і санвузлів (пансіонати, клуби з номерами, гостьові будинки тощо).

Група «Комерційні і соціальні засоби розміщення»

Це підприємства, які функціонують на комерційній основі, мають соціальне значення і у більшості випадків субсидуються державними чи приватними установами і організаціями (гуртожитки для молоді, туристичні гуртожитки, будинки відпочинку для осіб похилого віку тощо).

Група «Спеціалізовані засоби розміщення»

До спеціалізованих засобів розміщення належать підприємства, які можуть бути безприбутковими. Вони надають мінімальний перелік готельних послуг, не обов'язково складаються з номерів, основним житловим приміщенням може бути житлова кімната або колективне спальне приміщення. Окрім надання послуг з розміщення вони виконують інші функції, що є основними – забезпечують лікування, оздоровлення, профілактику, соціальну допомогу, проживання під час певної трудової діяльності. Разом з основними послугами ці заклади організують додаткові послуги – харчування, відпочинок, спортивні послуги.

До цієї групи відносять спеціалізовані громадські транспортні засоби (поїзди, судна, яхти тощо), які мають спальні приміщення і невідокремлені у оплаті послуг.

Група «Приватні засоби розміщення»

До таких засобів відносять приватне житло, у якому за плату або ж безплатно надається обмежена кількість місць, які клієнти і власники житла використовують упродовж обмеженого терміну як додаткове житло або з метою відпочинку (дача). Серед приватних засобів розміщення виділяють орендовані кімнати у сімейних квартирах, будинках, а також квартири, особняки, будинки, котеджі, як повністю обладнані житлові приміщення.

У типології сучасних готельних підприємств найчастіше враховуються такі ознаки.

Розташування готелю. За цією ознакою готелі класифікуються на категорії: розташовані в місті, курортних центрах, сільській місцевості, на транспортних засобах.

За місцем розташування у поселенні готелі ділять на:

- готелі в центрі міста (клас *Lux*, категорії 5* і 4*, що належать до малих і середніх підприємств, обслуговують високооплачуваних клієнтів-учасників конференцій, ділових зустрічей, бізнесменів, а також готелі середнього класу);
- готелі, розташовані у міській зоні, близькій до центра, заклади розміщення середнього класу, що обслуговують клієнтів середнього та вищого матеріального достатку;
- готелі розташовані на околицях міста – підприємства середнього та низького класу з спрощеним стандартом обслуговування – найчастіше розташовуються неподалік важливих транспортних комунікацій, пунктів – вокзалів автомобільного, залізничного, водного транспорту, аеропортів, розраховані на туристів, які рухаються транзитом, низькооплачувані та соціального забезпечення категорії туристів;
- готелі розташовані у курортних зонах умовно класифікують згідно їхнього розташування щодо привабливих туристичних атракцій – морського узбережжя, бальнеологічних, спортивно-оздоровчих об'єктів тощо.

Готелі, які розміщені на транспортних засобах, класифікують відповідно виду транспортного засобу та способу його пересування: аероготель (на літаку), флотель (на кораблі), ротель (у вагоні-трейлері, який рухається разом із автомобілем), ботель (стаціонарний заклад цілорічного використання, який розміщує туристів, розташований

на березі або кінцевому пункті водного туристичного закладу, у приміській відпочинковій зоні на відстані 150 – 200 км один від одного) тощо.

Місткість номерного фонду готелю. Така класифікація здійснюється згідно кількості постійних спальних місць (номерів) і визначається національними стандартами у кожній державі окремо. Наприклад:

- у США готелі до 100 номерів вважаються малими, 100 – 500 середніми, понад 500 – великими;
- у Австрії та Швейцарії готелі 100 місць – малі, 100 – 200 – середні, понад 200 місць – великі;
- в Україні, згідно офіційної класифікації готелів за місткістю, до 150 місць (не більше 100 номерів) – малі, 150 – 400 місць (до 300 номерів) – середні, понад 400 місць (300 номерів) – великі.

Як правило, світовий готельний фонд в основному зосереджується у середніх і малих готелях.

Рівень цін розміщення клієнтів. За середнім рівнем цін на основні платні послуги готелі класифікуються на:

- бюджетні готелі – 25 35 дол. США;
- економічні готелі – 35 – 55 дол. США;
- середні готелі – 55 – 95 дол. США;
- апартамент-готелі – 65 – 125 дол. США;
- першокласні готелі – 95 – 195 дол. США;
- фешенебельні готелі – 125 – 425 дол. США.

Режим роботи готелю. Виділяють дві групи готелів: для постійного і тимчасового (сезонного) – літом, зимою) обслуговування клієнтів.

Мета перебування клієнтів у готелі. Класифікують готелі:

- для ділових клієнтів (загального типу, відомчі, конференц-готелі тощо);
- для відпочинку (туристичні, курортні, мотелі, кемпінги інше);
- для транзитних клієнтів (готелі при важливих транспортних об'єктах - вокзалах, для молоді, спортсменів і т. ін.).

Надання послуг харчування. Готелі поділяються на такі категорії:

- готелі, що не надають послуг харчування, заклади без категорії або низької категорії, у яких відсутні власні гастрономічні підприємства – ресторани, кафе, бари;
- готелі, що пропонують сніданок;
- готелі, що забезпечують повний пансіон.

Форма власності готелю. Готелі поділяються на такі категорії:

а) *приватні* (орендовані). Це автономні, найбільш гнучкі в управлінні та пристосованні до змін цільового ринку. Може бути представлена акціонерним товариством (найбільш поширена форма), сімейними готелями, одноособовим володіння;

б) *державні*. У світовій практиці це менш типова. Вона пов'язується із закладами розміщення відомчого підпорядкування. В Україні, країнах колишнього Радянського Союзу, частка державних готелів залишається значною;

Муніципальні (комунальна) форма власності пов'язується з перебуванням закладів гостинності в управлінні органів міського самоврядування. Частка муніципальних готелів у світовому готельному господарстві незначна (2 – 5 %). Управління муніципальними готелями здійснюється згідно доручення на договірній основі однією особою або групою професіоналів уповноважених муніципальними органами влади.

КЛАСИФІКАЦІЯ ГОТЕЛІВ

Велика розмаїтість підприємств готельного сервісу, а також періодична поява нових їх видів робить будь-яку систематизацію типів і характеристик підприємств розміщення досить умовною. Сучасні готелі відрізняються за призначенням, місткістю, поверховістю, типами конструкцій, рівнями комфорту, режимами експлуатації (цілорічні, сезонні), місцем розташування (місто, курорт тощо), функціональним призначенням, забезпеченістю харчуванням, тривалістю проживання в них, рівнями цін. Усі ці фактори враховуються при проектуванні і впливають на склад приміщень готелю, архітектурно-планувальну структуру будівлі тощо. Основні ознаки, що характеризують готелі, це: місткість, поверховість, призначення і рівень комфорту.

Класифікація готельних підприємств за рівнем комфорту відіграє величезну роль у вирішенні питань управління якістю готельних послуг. Рівень комфорту – це комплексний критерій, складовими якого є:

- стан будівлі готелю, під'їзних шляхів, облаштованість прилягаючої до готелю території;
- стан номерного фонду: площа номерів (м²), частка одномісних (однокімнатних) номерів, частка багатокімнатних номерів, номерів-апартаментів, наявність комунальних зручностей тощо;
- стан меблів, інвентарю, предметів санітарно-гігієнічного призначення тощо;
- наявність і стан закладів харчування: ресторанів, кафе, барів тощо;
- інформаційне забезпечення і технічне оснащення, у тому числі наявність телефонного, супутникового зв'язку, телевізорів, холодильників, міні-барів, міні-сейфів тощо;
- забезпечення можливості надання ряду додаткових платних і безкоштовних послуг.

Перераховані критерії застосовуються практично у всіх наявних сьогодні у світі системах класифікації готелів. Крім того, ряд вимог висувається до персоналу і його підготовки: зовнішнього вигляду, віку, стану здоров'я, освіти, кваліфікації, знання іноземних мов.

Рівень комфорту на сьогодні лежить в основі понад тридцяти відомих у світі систем класифікації готелів. Найбільш розповсюдженими серед них є такі: європейська, або, як часто її називають, система «зірок», що базується на французькій національній системі класифікації, в основі якої лежить розподіл готелів за категоріями від 1* до 5*. Така система застосовується у Франції, Австралії, Угорщині, Єгипті, Україні і ряді інших країн:

- система букв (*A, B, C, D*), що використовується в Греції;
- система «корон», що застосовується у Великобританії,
- індійська система.

Що стосується країн, що розвиваються, то тут найбільш поширена індійська система класифікації, що також включає 5 категорій: 1*, 2*, 3*, 4*, 5*, які надає

спеціальна комісія на основі бальної оцінки. За цією системою відповідність готелів вимогам для даної категорії оцінюється в балах, при цьому по кожному пункту встановлюється максимально можлива оцінка. Для одержання тієї або іншої категорії необхідно набрати встановлену для даного класу мінімальну суму балів, причому їхня кількість по кожному пункту має складати не менше 50 % максимальної оцінки.

У кожній окремій державі до розуміння рівня комфорту як критерію класифікації підходять по-різному. Саме ця обставина, а також ряд факторів, обумовлених культурно-історичними і національними традиціями держав, перешкоджають введенню у світі єдиної класифікації готелів. У цьому напрямку залишається сьогодні безрезультатною діяльність Всесвітньої туристської організації (ВТО), Комітету готельної і ресторанної індустрії ЄС, Міжнародної готельної асоціації (МГА). ВТО запропонована лише стандартна класифікація засобів розміщення: мотелі; молодіжні готелі; пансіонати; пляжні готелі; туристські готелі; орендовані кімнати в приватних будинках; клуби з номерами; туристське село (група будинків); орендовані приміщення в приватних агентів; гостьові будинки; бунгало; підприємства соціального туризму; розміщення в родичів і знайомих; інші засоби розміщення.

Слід також зауважити, що в різних країнах застосовуються два різних підходи до оцінки відповідності готелю певній категорії. При першому підході розробкою, проведенням і контролем займаються державні органи, тобто існує офіційна державна класифікація за рівнем комфорту готельних підприємств та, можливо, інших засобів розміщення. Зокрема, приклади такого підходу спостерігаються у Франції, Україні та інших країнах. При другому підході розробкою, проведенням і контролем займаються професійні об'єднання і союзи. Наприклад, у Німеччині ці процеси здійснює Об'єднання готельних і ресторанних господарств (*EHOGA*), у Швейцарії – Швейцарський союз власників готелів.

У світовому готельному бізнесі функціонального призначення, рівня комфорту, обладнання, розташування, архітектурно-планувальних особливостей, рівня цін, інших характеристик, готелі та інші засоби розміщення клієнтів ділять на такі основні типи.

Готель-люкс. За місткістю він відноситься до малих або середніх підприємств. Розташований в центрі міста. Добре навчений персонал забезпечує високий рівень

сервісу найбільш вимогливим клієнтам, які є учасниками конференцій, ділових зустрічей, бізнесмени. Характерна висока ціна номера, що включає всі можливі види обслуговування.

Готель (середнього класу). За місткістю він більший за готель-люкс (400 – 2000 місць). Розташований в центрі міста або міській границі. Пропонує досить широкий набір послуг, ціни дорівнюють рівню регіону розташування. Розрахований на прийом бізнесменів, туристів-індивідуалів, учасників конгресів і т. д.

Готель-апартамент апарт-готель) За місткістю це підприємство малих або середніх розмірів (до 400 місць). Характерний для великого міста. Квартирний тип номерів, використовуваних як тимчасове житло, найчастіше на базі самообслуговування, мають кухонне устаткування. Ціна варіює залежно від строків розміщення. Обслуговує сімейних туристів і бізнесменів, комерсантів, які зупиняються на тривалій термін.

Сюїт-готель Це різновид апарт-готелів (без кухонь). Він пропонує послуги харчування (сніданки, обіди, вечері), включаючи або не включаючи їх до вартості проживання. В більшості надають номери, що складаються з вітальні, або так званої «спільної кімнати» й окремої спальні. Кількість і площа приміщень загального призначення скорочені до мінімуму; обмежений набір додаткових послуг. Клієнти – люди, які часто змінюють місце проживання, сімейні туристи, бізнесмени, ті, хто одержує задоволення від домашньої атмосфери, здатний по достоїнству оцінити затишок і самоту нестандартного житла.

Готель економ-класу. Це готель малої або середньої місткості (до 150 і більше місць) Розташований поблизу магістралей; просте й швидке обслуговування, обмежений набір послуг. Споживачі – бізнесмени й індивідуальні туристи.

Готель-курорт. Це готель зі значними розходженнями за місткістю, повний набір послуг, включає комплекс спеціального медичного обслуговування й дієтичного харчування. Розташований в курортній місцевості.

Мотель. Це прості одноповерхові або двоповерхові споруди, розташовані поза міською забудовою, біля автомагістралей – малі або середні підприємства (до 400 місць). Середній рівень обслуговування при невеликій кількості персоналу. Клієнти – різні категорії туристів, але з акцентом на пізнавальний автотуризм. Залежно від тривалості

зупинки клієнтів поділяють на транзитних (розташований вздовж шосейних доріг і головних магістралей) і кінцевих (по берегах рік, озер, біля гребель).

Приватний готель типу «нічліг і сніданок» (Bedand Breakfast (B&B)). Він визначається дешевим готельним продуктом, працює цілодобово. Власники тут і проживають, і управляють процесом (обслуговування клієнтів, а також самі безпосередньо беруть участь у його здійсненні). Це готель малої місткості, який розташований в приміській або сільській місцевості. Варіанти пропонованого сніданку різні. Громадські приміщення й додаткові послуги звичайно не надаються. Завдяки обмеженому набору послуг ціна за проживання нижча за готелі з повним обслуговуванням.

Готель-гарні. Це готель, що представляє клієнтам обмежену кількість послуг: розміщення й континентальний сніданок.

Готель типу «кондомініум-таймшер». У основі його лежить таймерний принцип організації відпочинку, що передбачає викуп на певний, заздалегідь зазначений період часу (в більшості випадків обмежений декількома тижнями в році) готельного номеру й прилеглої до нього території. Подібний тип готелів придбав особливу популярність у курортних районах (50 – 250 номерів, але зустрічаються готелі, що мають 4 – 5 номерів); повний набір послуг за цінами вище середніх. Можливе комплексне обслуговування за єдиною ціною. На сучасному етапі з'явилася можливість обміну часу й місця володіння між власниками (власник номеру-апартаменту таймер-готелю, що перебуває на морському узбережжі, може обміняти володіння цим номером на володіння номером у готелі, розташованому на гірськолижному курорті). При цьому обмін може здійснюватися зі збільшенням або зменшенням часу перебування. Компанії, що спеціалізуються на проведенні подібних обмінних операцій, – *Resort Condominium International (RCI)* і *Interval International*.

Конгрес-готель. Це готель, що обслуговує учасників великих форумів і конференцій. Є виставочні площі, приміщення для зустрічей. Пропонують повний набір бізнес-обслуговування: проведення телеконференцій, послуги секретаріату, переклад і т.д. Різноманітні підприємства харчування: ресторани самообслуговування, бари, кафе, кафетерії, фешенебельні ресторани.

Пансіон. Це готель з обмеженим спектром послуг. На відміну від готелів-гарнізонів надають сніданки, обіди й вечері (повний пансіон). Однак послуги харчування можуть одержати тільки проживаючі клієнти.

Гостиний двір. Це підприємство, що відрізняється від готелів спрощеним стандартом обслуговування, меншою місткістю, відсутністю ряду громадських приміщень для зустрічей й перебування гостей (холів, вестибюлів).

Ротель. Це пересувний готель, що представляє собою вагон з одно-двомісними відсіками, в яких розташовані спальні крісла. Є відсік для перевдягання, туалет, кухня, холодильник.

Ботель. Це невеликий готель на воді, в якості якого використовують відповідним чином обладнане судно.

Флотель. Це так званий «курорт на воді», в якості якого використовують морське судно. Флотелі виступають головними конкурентами великих готелів. Перевага – надають можливість переміщення морем (океаном). Можуть бути малими (20 кают-номерів) і великими (800 кают-номерів). Характерний широкий спектр додаткових послуг. Комфортабельні каюти оснащені всіма видами сучасних зручностей, включаючи телефонний зв'язок, супутникове телебачення. Є фітнес-центри, басейни, тренажерні зали, ресторани, бари, казино, магазини. Окремі судна надають приміщення для проведення конференцій, конгресів і інших заходів.

Флайтель (аероготель або «літаючий готель»). Це дорогий і нечисленний тип готелів, обладнаний посадковою площадкою й зв'язком з метеослужбами.

Альтернативна класифікація готелів

Superior Deluxe. *Характеристика:* ексклюзивний і дорогий шикарний готель, часто у вигляді палацу (*palace*), що пропонує найвищий стандарт обслуговування, розміщення й зручностей. Елегантні й вишукані приміщення, престижне місце розташування самого готелю. Категорія кращих готелів у світі.

Deluxe. *Характеристика:* готелі такого класу відрізняються від *Superior Deluxe* розміром і ціною. Можна рекомендувати навіть дуже вимогливим до сервісу клієнтам.

Moderate Deluxe. *Характеристика:* схожий на попередній клас, але має менш шикарне зовнішнє оздоблення. Більш орієнтований на обслуговування ділових клієнтів.

Superior First Class. *Характеристика:* готель вищий за середній. Може бути винятково добре відреставрованим старим готелем, але частіше – це гарний сучасний готель, спеціально спроектований для першого класу. Кімнати й громадські місця обставлені зі смаком, дуже комфортабельні. Готель такого класу найчастіше рекомендують клієнтам вищих шарів середнього класу

First Class. *Характеристика:* комфортабельний готель зі стандартними номерами, розвагами й громадськими приміщеннями. Може мати цілий рівень або крило з люксами. Найчастіше, готель такого класу пропонують клієнтам середніх запитів і груповим турам.

Limited-Service First Class. *Характеристика:* готелі, що пропонують якість *First Class*, але з обмеженнями в додаткових зручностях, послугах (наприклад, відсутність цілодобового румсервісу) й громадських місць. Часто проводять сніданки в маленькому, неформальному ресторанчику в готелі, а вечірні коктейлі – в холі. Повноцінне харчування (обід і вечерю) можуть не надавати взагалі. Такими готелями користуються для індивідуальних відряджень або при само організованих індивідуальних поїздках.

Moderate First Class. *Характеристика:* готелі *First Class* з комфортабельними, але простенькими номерами й громадськими приміщеннями. Може не бути деяких зручностей (наприклад, ресторану). Щонайкраще такі готелі підходять для клієнтів, які бажають заощадити.

Superior Tourist Class. *Характеристика:* пансіон, але в дуже гарному стані, номери функціональні – всі необхідні зручності, скромно, але акуратно обставлені, хоча деякі можуть відповідати стандартам «Перший клас». Громадські приміщення маленькі. Можуть задовольнити запити самостійно подорожуючих туристів.

Tourist Class. *Характеристика:* заклад пансіонного типу. Рекомендують для клієнтів зі скромними вимогами до комфорту й обслуговування.

Moderate Tourist Class. *Характеристика:* малобюджетний пансіон. Мінімальні зручності в номерах.

Некласифіковані готелі. *Характеристика:* до цієї категорії відносять готелі, чисті й цілком прийнятні як для ощадливих туристів, так і для клієнтів середнього класу. Характерні для невеликих гірськолижних курортів.

2.3. ФУНКЦІОНАЛЬНО-ПЛАНУВАЛЬНА ОРГАНІЗАЦІЯ ГОТЕЛЮ

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНО-ПЛАНУВАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЮ

Із зростанням поверховості та місткості готелів виникли варіанти планування з двома паралельними чи кільцевими коридорами. При цьому світловий фронт повністю відводять для розміщення вздовж нього житлових номерів і евакуаційних сходів, всі інші вертикальні комунікації, ліфтові холи, підсобні і обслуговуючі приміщення розміщують у просторі між коридорами. При цьому зменшуються радіуси обслуговування, підвищується компактність плану і збільшується ширина корпусу, що у свою чергу, сприяє зменшенню тепловтрат і економії питомих витрат палива.

Найбільш поширені такі схеми розташування готельних номерів:

а) *галерейна планувальна схема з однорядним розміщенням номерів відносно галереї*. Вона заздалегідь визначає техніко-економічну неефективність проектного рішення у зв'язку із малою шириною корпусу, максимальною питомою величиною зовнішніх огорожень та горизонтальних комунікацій. У цьому зв'язку галерейна схема застосовується відносно рідко, переважно у жаркому кліматі;

б) *компактна (точкова) планувальна схема*. Вона використовується як правило при проектуванні багатопверхових і висотних баштових готелів. Найбільш популярні планувальні схеми таких будівель із квадратною, прямокутною (відношення сторін не більше 2), круглою, овальною чи трикутною формою плану. У будівлях з круглою формою плану застосовують як радіальне, так і ортогональне розміщення номерів. Максимальну місткість при найкращих об'ємно-планувальних показниках, забезпечують квадратна і кругла форма плану із радіальним розміщенням номерів. Для планування житлових поверхів баштових готелів характерно центральне острівне розміщення груп

пасажирських (інколи скомпонованих із вантажопасажирськими) ліфтів і ліфтового холу із кільцевим коридором;

в) *вузлова планувальна схема*. Вона характерна для багатоповерхових готелів великої місткості. Їй характерно центральне розміщення основного вузла вертикальних комунікацій, від якого відходять протяжні ділянки коридорної чи галерейної структури приміщень. Число, протяжність, розміщення (симетричне, похило симетричне, асиметричне) ділянок по відношенню до центру та кути їх примикання до нього досить різноманітні. Застосовують променеві, таврові і двотаврові схеми планів. Вибір схеми диктується умовами забудівлі, орієнтацією, композиційними вимогами;

г) *атріумна планувальна схема*. Вона базується на кільцевому компонуванні житлових номерів навколо дворового простору – відкритого чи закритого. Якщо система готелів із відкритим атріумом має багатовікову історію, то система багатоповерхових готелів із закритим атріумом відносно нова. Вона запропонована декілька років американським архітектором *Портманом* і за досить невеликий термін отримала поширення у великих містах країн світу. Будівля готелю складає собою при цьому порожнисту піраміду, циліндр чи паралелепіпед; порожнина утворює простір атріуму, а оболонку – житлові номери і покриття будівлі. Атріум має громадське призначення, його простір як правило розбивається на ділянки зимового саду, відкритих віталень, куточків відпочинку тощо.

■ **Функціональна організація приміщень готелю** – це розташування приміщень та організація їх внутрішнього простору відповідно до участі у процесі обслуговування клієнта.

Функціональна організація приміщень готелю у значній мірі впливає на практично всі показники його діяльності. Для того, щоб оперативно і якісно надати гостю очікуваний ним діапазон послуг, готель повинен мати чітко відпрацьовану організацію своїх приміщень у їх функціональній взаємопов'язаності. Різні за розмірами та характеру спеціалізації готелі будуть мати особливості у функціональній організації всіх видів приміщень, але за будь-яких умов вони повинні гарантовано функціонувати відповідно своєму призначенню. Функціональна організація приміщень готельного господарства деякою мірою залежить від специфіки технологічних процесів обслуговування мешканців

готелю. Так, у великих сучасних готельних господарствах передбачаються приміщення ЕОМ, що пов'язано з автоматизацією процесів прийому, розміщення і бронювання місць. Для всіх типів готельних господарств є характерні такі однакові групи приміщень: житлової; адміністративної; вестибюльної групи; підприємств громадського харчування; господарського і складського призначення.

Як показує аналіз практики проектування і будівництва готелів, житлову частину проектують із прямокутною, компактною, атріумною та ускладненою формою плану. Готелі з прямокутною та ускладненою формою плану поширені більше, ніж з компактною й атріумною. На вибір форми плану впливають: містобудівні особливості ділянки будівництва, її розмір і форма, санітарно-гігієнічні і протипожежні вимоги, техніко-економічні міркування, а також творчий задум архітектора.

Прямокутна форма плану застосовується в будівлях готелів різної поверховості і довжини. На основі прямокутних планів звичайно створюють лаконічні об'єми будинків у формі паралелепіпеда.

Компактна форма плану (близька до кола, еліпса, квадрата, трикутника) більше властива багатопверховим готелям 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 до усіх номерів відносно невеликі. Готелі з компактною формою плану доцільні 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 має багато варіантів: «трилисники», «хрестовини»; різні криволінійні форми.

Зміна напряму загальних горизонтальних комунікацій дозволяє уникнути враження монотонності коридору, що виникає в протяжних будівлях із прямокутною формою плану. Однак 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 (можливе затінення номерів, особливо

розташованих у нижніх поверхах), у ряді випадків не виключене «проглядування» номера з вікон інших приміщень.

Атриумна форма плану (із внутрішнім подвір'ям, забудованим по периметру) дозволяє розташувати на поверсі велику кількість номерів. Найчастіше у внутрішнє замкнуте подвір'я повертають загальні галереї або обслуговуючі приміщення. Іноді до внутрішнього двору повернені номери. При орієнтації номерів до внутрішнього подвір'я готелю вони позбавляються видових якостей, погіршується ізоляція номерів від вікон, розташованих навпроти приміщень.

ФУНКЦІОНАЛЬНО-ПЛАНУВАЛЬНА ОРГАНІЗАЦІЯ ЖИТЛОВИХ ПРИМІЩЕНЬ ГОТЕЛЮ

Житлова група приміщень є основною у готелях будь-якого типу. Ці приміщення складають більше 50 % об'єму будівлі. До них належать такі приміщення як коридори, холи, вітальні, номери всіх типів і категорій, приміщення для обслуговування на поверсі, приміщення для обслуговуючого персоналу. Група житлових приміщень розташовується одна над одною у багатопверхових будівлях або в окремо збудованих корпусах, у невеликих котеджах (будинках) на два-три або декілька номерів.

Основу приміщень житлової групи становлять номери, з якими безпосередньо пов'язані допоміжні і службові приміщення. Номери поділяють на такі типи: одномісні, двомісні, тримісні, багатомісні. Залежно від рівня комфортності і ступеня оснащення обладнанням номери поділяють на такі категорії: президентський апартамент, номер бізнес класу, номер економ класу, люкс, напів-люкс, дубль (студію), комплекс, однокімнатний.

В усіх планувальних вирішеннях основним структурним елементом житлового поверху є номер.

■ **Готельний номер** – це окреме приміщення з однієї чи декілька кімнат, облаштованих для тимчасового проживання у готелі. Він містить у собі майже всі елементи житла людини (крім кухні), тут повинне бути місце для відпочинку і сну, роботи, прийому гостей. У ньому є передпокій, шафа для одягу, санвузол.

Номери розташовуються на житлових поверхах, де знаходяться також приміщення для чергового персоналу, що їх обслуговує, загальної горизонтальної комунікації, вітальні, ліфтові або сходово-ліфтові холи. Основні вертикальні комунікації (сходи і

ліфти) часто поєднують у єдиний сходово-ліфтовий вузол, розташування якого залежить багато в чому від форми плану житлових поверхів.

На основі аналізу практики проектування і будівництва готелів усе розмаїття номерів можна звести до таких основних типів:

- однокімнатні номери на 1 чол.;
- однокімнатні номери на 2 чол.;
- однокімнатні номери на 3 – 4 чол.;
- номери з підвищеним комфортом з 2-х кімнат і більше (люкси й апартаменти).

Найбільше поширення у світовій практиці одержали однокімнатні номери на одного і двох чол. Відповідно до міжнародних стандартів у готелях категорії 1* таких номерів має бути 60 %, дві зірки – 80 %, 3* і більше зірок – 100 %.

Вважається доцільним, що «люкси» і апартаменти мають складати 5 – 8 % номерів.

Сучасні номери, як правило, складаються з житлової площі (70 %), передпокою (12 – 15 %), санітарного вузла (13 – 22 %). Мінімальна площа номера передбачається не менш як 9 м². Номери мають відповідати основним вимогам: температура повітря у приміщеннях номера має бути в межах від 18 С до 20 С, вологість 65 – 75 %; наявності має бути природна і штучна вентиляція; денне природне освітлення і загальне штучне освітлення у вечірні години тощо.

Коридори, як і вестибюлі, формують першу уяву про готель. Ширина коридору розраховується так, щоб у ньому легко могли розійтися дві людини з валізами в руках. Звідси необхідна ширина одnobічного коридору не менше 1,3 – 1,4 м, а двохстороннього – 1,6 – 2,0 м (якщо двері відкриваються усередину номера). Якщо ж двері відкриваються в коридор, то ширина його відповідно збільшується.

Приміщення підприємства готельного господарства поділяються на житлові, службові, для обслуговування та допоміжні. До житлової групи належать такі приміщення як коридори, холи, вітальні, номери всіх типів і категорій, приміщення для обслуговування на поверсі, приміщення для обслуговуючого персоналу. Група житлових приміщень розташовується одна над одною у багатоповерхових будівлях або в окремо збудованих корпусах, у невеликих котеджах (будинках) на два-три або декілька номерів.

Основу приміщень житлової групи становлять номери, з якими безпосередньо пов'язані допоміжні і службові приміщення. Номери поділяють на такі типи: одномісні, двомісні, тримісні, багатомісні. Залежно від рівня комфортності і ступеня оснащення обладнанням, номери поділяють на такі категорії: «президентський апартамент», номер «бізнес-класу», номер «економ-клас», «люкс», «напівлюкс», «дубль (студію)», «комплекс», однокімнатний.

Площа однокімнатного номера складається з житлової площі (70%), передпокою (12 – 15 %), санітарного вузла (13 – 22 %). Мінімальна площа номера передбачається не менше як 9 м². Номери мають відповідати основним вимогам:

- температура повітря у приміщеннях номера має бути в межах від 18 °С до 20 °С, вологість – 65 – 70 %;
- в наявності має бути природна і штучна вентиляція, денне природне освітлення і загальне штучне освітлення у вечірні години тощо.

Номер «президентський апартамент» – це високо комфортабельне приміщення, який складається з трьох кімнат, має два окремих виходи, гостьовий туалет, персональний сейф тощо. Такий номер передбачено для прийняття офіційної державної особи, а також гостей з *VIP*-класом обслуговування.

Апартамент – це номер, який складається з декілька житлових кімнат:

- одна або дві вітальні, в яких передбачено міні-бари і міні-сейфи;
- декілька спальних кімнат з автономними санвузлами, до складу яких входить біде;
- один або два робочих кабінети; невелика кухня з їдальнею;
- хол або передпокій, що має один або два санвузли.

Усі приміщення обладнано високоякісними і комфортабельними гарнітурами в одному стилі. Сантехнічне приладдя високого ґатунку. Номер «апартамент» може бути розміщений у двох рівнях:

- на першому рівні – вітальня, передпокій, санвузол, кухня-ніша;
- на другому рівні – спальня з гардеробною, кабінет, санвузол.

Робочі кабінети можна розміщувати на першому поверсі.

Економ-клас – це однокімнатний номер, витриманий в діловому стилі. В кімнатах даної категорії можливе одномісне та двомісне розміщення. При двомісному розміщенні – два окремих ліжках.

Люкс – це номер, який має декілька кімнат (спальня, кабінет, вітальня), передпокій і санвузол. Усі приміщення обладнано високоякісними гарнітурними меблями, санвузли – доброякісним сантехнічним приладдям.

Дубль (студіо) – типовий двомісний номер, в якому одне ліжко замінюється диваном-ліжком, диваном-тахтою, кріслом-ліжком, що дозволяє використовувати цей номер як двомісний або комфортабельний одномісний.

Комплекс має два або декілька суміжних звичайних номерів або номер «люкс». Кімнати між собою сполучені спільним передпокоєм і мають один або два санвузли. Номер «комплекс» можна використовувати як одно – або двокімнатні номери або як багатокімнатні апартаменти з відповідним переобладнанням. Номер «комплекс» використовують для проведення зборів, нарад. При цьому між номерами встановлюють розсувні перегородки і використовують трансформаційні меблі. Трансформація номерів у комплекси пов'язана з переобладнанням і потребує значних зусиль персоналу.

Однокімнатний номер складається з однієї житлової кімнати, передпокою та санітарного вузла.

Двокімнатний номер має дві кімнати спальню і вітальню з робочою зоною і зоною відпочинку (спальня і вітальня можуть відокремлюватися одна від однієї розсувними або складними перегородками або скляними дверима), передпокій і санвузол з ванною або душем, умивальником і туалетом, доброякісні меблі, виконані в єдиному стильовому рішенні.

Організація номерного фонду підприємства готельного господарства має бути спрямована на вирішення таких питань, як забезпечення можливості максимальної завантаженості готелю в сезонний період, використання готелів для масового розміщення гостей в міжсезоння з пониженням їх категорії, гнучка відповідність житлового фонду змінам демографічного складу гостей, перспективне поліпшення комфортних умов помешкання гостей завдяки трансформації номерів без проведення реконструкції готелю тощо.

Коридори належать до житлової групи приміщень і становлять важливий комунікаційний вузол, що з'єднує ліфти, сходи з номерним фондом готелю та іншими приміщеннями. Ширина коридору розраховується так, щоб у ньому легко могли розминутися двоє людей з валізами у руках (не менше як 1,3 м і не більше як 2,4 м). Коридори по всій довжині повинні бути на одному рівні, а у випадку перепаду рівнів потрібно передбачити засоби орієнтури: освітлення, заміну сходів поступовим підйомом підлоги, озеленення низу стін, у місці перепаду тощо. Підлога коридорів покривається матеріалами, що поглинають шум і не є слизькими, а стіни і стеля виготовляються із вогнестійких матеріалів.

Холи становлять важливий комунікаційний вузол, який з'єднує сходи і пасажирські ліфти. Холи – це приміщення для відпочинку гостей, мешканців готелю, відвідувачів; для зібрання прибулих гостей, мешканців готелю, відвідувачів; для службових та ділових зустрічей.

У холі розміщується робоче місце чергової по поверху, обладнане письмовим столом та стільцем, тумбами для засобів зв'язку та збереження документів.

Вітальні – це приміщення, які, як правило, відокремлені від коридору перегородкою або глухою стіною і повністю звільнені від людського потоку. Розміщують вітальні на кожному поверсі з розрахунку одне приміщення площею 30 м² на 50 місць у номерах. Вітальні можуть бути об'єднані з поверховими холами або зв'язані з ними безпосередньо.

На житловому поверсі готелю надаються такі побутові послуги:

- ремонт і прасування одягу; чищення взуття;
- термінове прання і хімчистка одягу;
- подавання сніданків, обідів і вечерь у номер тощо.

Приміщення для побутового обслуговування знаходяться окремо на поверсі. До приміщень побутового обслуговування відносяться:

- блок приміщень, що надають побутові послуги;
- приміщення для обслуговуючого персоналу;
- приміщення для чистої білизни;
- приміщення для брудної білизни;

- приміщення для зберігання інвентарю, який використовують для прибирання;
- блок обслуговуючих приміщень: санвузол, сміттєпровід, сервізна з вантажним ліфтом.

До блоку приміщень, що надають побутові послуги відносяться приміщення для ремонту і прасування одягу, до яких є вільний доступ. Обладнується столами, дошками для прасування, раковиною для миття рук, стойкою для розвішування одягу.

Приміщення для обслуговуючого персоналу знаходяться неподалік від поверхового холу. Обладнуються робочим столом, стільцями, диваном, вбудованою або окремою шафою, холодильником, телефоном, системою зв'язку з номерами і вестибюльними службами.

Приміщення для чистої білизни розміщується поруч із вантажно-пасажирським ліфтом, кабіна якого відчиняється в бік блоку приміщень для обслуговування на поверсі. Може бути оснащено шахтопідйомником.

Приміщення для брудної білизни передбачається площею до 8 м та розміщується з вантажним ліфтом. Обладнується стелажми і білизнопроводом з приймальними клапанами для спуску брудної білизни.

ФУНКЦІОНАЛЬНО-ПЛАНУВАЛЬНА ОРГАНІЗАЦІЯ НЕЖИТЛОВИХ ПРИМІЩЕНЬ ГОТЕЛЮ

Адміністративна група приміщень

Блок групи приміщень адміністрації розміщують як правило на першому чи другому поверсі будівлі готелю. Такі приміщення повинні мати зручний зв'язок з блоками прийомно-допоміжних приміщень, житла, громадського харчування.

До неї відносять: приміщення дирекції, відділ кадрів, відділ постачання, бухгалтерія, каса, планово-економічний відділ і інженерно-технічний відділ.

У готелях на 50 – 400 чоловік площа адміністративного блоку встановлюється із розрахунку 0,12 – 0,18 м² на одне койко-місце. Для більш великих готелів також встановлюються відповідні нормативи.

Характеристика адміністративної групи приміщень:

- *кабінет директора*: має робочу зону, зону відпочинку, прийому гостей та експозиції;
- *каса*: має броньовані двері, сигналізацію, вікно для видачі грошей, оснащене спеціальною решіткою;
- *бухгалтерія*: має робочі зони для працівників відділу, відокремлену зону або окремий кабінет головного бухгалтера, які оснащені металевими сейфами, столами, комп'ютерами; межує дверима з касою;
- *відділ постачання*: має робочі зони для товарознавців, експедиторів, зону прийому відвідувачів;
- *планово-економічний відділ*: має робочі зони для працівників відділу, відокремлену зону або окремий кабінет начальника відділу;
- *інженерно-технічний відділ*: має відокремлені зони головного інженера (окремий кабінет), оснащені столами, комп'ютерною технікою, сейфами тощо;
- *приміщення громадських організацій*: має робочі зони які оснащені столами, комп'ютерною технікою, сейфами та відокремлені зони для проведення засідань, нарад, прийому відвідувачів тощо.

Вестибюльна група приміщень

Блок приміщень вестибюльної групи є основною з'єднуючою ланкою всіх груп приміщень готелю. Він створює перше враження про готель. У цьому блоці здійснюються: прийом, оформлення і розміщення приїжджаючих, розрахунки з ними, видача різних довідок про готель, зберігання та транспортування багажу тощо.

Функціональна організація приміщень вестибюльної групи повинна забезпечити раціональне взаємне розташування вертикальних комунікацій і входів для того, щоб рух основного людського потоку був найбільш коротким. Функціональний зв'язок між зонами і приміщеннями вестибюльної групи повинний виключити перетинання людських потоків.

У вестибюлі має дотримуватися чітке зонування, що зводить до мінімуму перетинання потоків проживаючих, відїжджаючих і приїжджаючих гостей, персоналу, епізодичних відвідувачів і шляхів доставки багажу до номерів і до автобусів.

До вестибюльної групи приміщень також належать гардероб, туалетні кімнати, камера схову, кімната для охорони, ліфти.

Характеристика приміщень вестибюльної групи:

- *гардероб*: оснащений вішалками для одягу, підставками для взуття, дзеркалом, телефоном, який підключений до внутрішньої мережі;
- *туалетні кімнати*: мінімальна кількість туалетних кімнат, які обладнані двома унітазами, трьома умивальниками, двома пісуарами в чоловічому туалеті; трьома унітазами, трьома умивальниками, одним біде в жіночому туалеті. Поряд з цим наявності є дзеркала та одноразові засоби користування;
- *камера схову* характеризується відсутністю вікон, наявністю броньованих дверей, сигналізацією, стелажми для багажу, сейфів;
- *кімната для персоналу служби охорони* розташована непомітно для гостей. Кімната є прохідною, а для збереження зброї існує сейф;
- *ліфти*: у відповідності до норми 1 ліфт на 50 місць, інтервал чекання має складати не більше 40 сек. Вантажопідйомність – не менше 6 чоловік.

У групі приміщень прийому знаходяться: черговий адміністратор, що веде облік зайнятих номерів, попередніх замовлень; каса, де клієнтами проводиться оплата всіх наданих послуг, автоматично зареєстрованих на індивідуальних картках; порт'є, що веде облік ключів (а по них – присутність клієнтів), видає кореспонденцію, виконує особисті доручення.

Допоміжна зона включає такі приміщення: відділення зв'язку, ощадну касу, транспортне агентство, перукарню, пункти прийому речей до ремонту, хімчистку і пральню, камеру схову.

Розташування функціональних зон може бути різним, його характеризують такі основні схеми: фронтальна, поздовжня і концентрична. Слід зазначити, що склад зон та їхня планувальна організація залежить від типу готелю.

У готелях 4* і 5* передбачаються магазини і торговельні кіоски. При вестибюлях повинні існувати спеціальні приміщення для сортування багажу, звідки він спеціальним ліфтом доставляється на відповідні житлові поверхи та до номерів приїжджаючих і від'їжджаючих. З приміщень сортування багажу повинен існувати безпосередній доступ до під'їжджаючих і від'їжджаючих автобусів і автомобілів.

Розташування допоміжних приміщень готелю навколо його основної ланки – вестибюля повинне передбачати можливість швидкого орієнтування прибуваючих, зорового контролю за відвідувачами і виключати можливі (у туристичних готелях) скупчення груп гостей.

Велике значення має вибір місця встановлення ліфтів. Ліфти, як правило, компонуються групами по кілька в кожній. Місця розташування цих груп повинні забезпечувати найкоротші шляхи потрапляння до номерів; у вестибюлі ліфти необхідно розташовувати так, щоб їх можна було легко знайти.

Коридори, як і вестибюль, формують першу уяву про готель. Ширина коридору розраховується так, щоб у ньому легко могли розійтися дві людини з валізами в руках. Звідси необхідна ширина одnobічного коридору не менше 1,3 – 1,4 м, а двостороннього – 1,6 – 2,0 м (якщо двері відкриваються усередину номера). Якщо ж двері відкриваються в коридор, ширина його відповідно збільшується.

Приміщення культурно-масового та спортивно-рекреаційного призначення

Вони передбачаються в основному у туристичних і курортних готелях. У готелях загального типу така група приміщень відсутня. Блок такої групи приміщень складається із залу для глядачів, фойє – танцювального залу, бібліотеки, більярдної і гостьових. У курортних готелях у відповідності із завданням на проектування можуть передбачатися відкриті й закриті плавальні басейни, фінські бані, зимові спортивні зали.

У готелях з високим рівнем комфорту передбачається також блок спортивно-рекреаційних приміщень. До них входять: універсальний зал проведення конгресів, культурних заходів тощо. Приміщення для секційних засідань, переговорів, експозиційний зал (салон) для організації виставок, демонстрації витворів мистецтва, призначених для продажу, сауна з баром і залом спортивних тренажерів, масажний зал тощо.

Велика увага приділяється розміщенню й оснащенню технічних приміщень й обладнання. У будівлях великих багатопверхових готелів для організації машинних і різних санітарно-технічних відділень відводять цілий технічний поверх. Тут розміщуються бойлерні, приміщення для кондиціонерів, вентиляційні камери, приміщення для

лічильників, акумуляторна, трансформаторні, а також ремонтні майстерні для енергетичної, санітарно-технічної, слюсарної, столярної й інших інженерно-технічних груп.

Приміщення бібліотеки – це декілька видів кімнат: читальна зала, книгосховище, зала прийому та видачі літератури.

Зали для конференцій мають місця, які оснащені приладами для слухання синхронного перекладу, освітлювальними приладами, відкидними столиками. Доповненням є фойє та приміщення для секційних засідань, підсобні та технічні приміщення.

Зали для нарад оснащені столами, приладами для слухання синхронного перекладу, освітлювальними приладами, аудіо та відеотехнікою.

Виставкові зали оснащені вітринами, постаментами, місцями для відпочинку відвідувачів. Організоване природне та штучне освітлення.

Більярдні розміщуються в холах на поверхах, які оснащені більярдними столами, висота яких регулюється; освітлювачами, стійками для кий, шафами, поличками для куль. Стіл знаходиться посередині кімнати. Відстань від стіни до столу не менше 1,50 м.

Кімнати для дитячих розваг, це одна або дві кімнати оснащені спеціальними меблями для дітей, відокремлені зони для ігор.

Спортивно рекреаційні приміщення: солярій, басейн, сауна, масажний кабінет, тренажерна зала, спортивний зал, зали для тренувань та проведення інструктажу з техніки безпеки.

Складські приміщення

Їх класифікують на дві групи: продовольчі і непродовольчі. До продовольчих складських приміщень відносяться:

- склад для молочних продуктів;
- склад для м'яса, м'ясопродуктів та птиці;
- склад для риби та рибних продуктів; склад для бакалійних товарів;
- склад для гастрономії.

Непродовольчі складські приміщення: склад для білизни та інвентарю, склад для мийних хімічних засобів, склад для меблів та обладнання, склад для запасних деталей та пристроїв.

Класифікують складські приміщення за умовами збереження товару: опалювальні, неопалювальні, охолоджувальні. Розташовують складські приміщення у підвальних приміщеннях, на поверхах та в окремих будівлях.

Підсобні і господарські приміщення

Блок підсобних і господарських приміщень існує в готелях будь-якого типу. Це приміщення обслуговуючого персоналу, різні побутові майстерні, склади, білизняні брудної і чистої білизни тощо. У невеликих готелях (до 300 чол.) для них визначений норматив площі 0,33 – 0,39 м² на одне ліжко-місце. Установлена також норма на шафи (білизняні) у господарських кімнатах невеликих готелів: 0,06 – 0,04 м² на одне ліжко-місце; на гардеробні шафи персоналу: 0,07 – 0,05 м² на одну людину. Одним з найважливіших 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 поверховими білизнопроводом. Іноді приміщення для зберігання використаної білизни влаштовують у підвалі. Розміри білизняних кімнат визначаються будівельними нормами.

Велика увага приділяється розташуванню та обладнанню технічних приміщень і установок. У великих багатопверхових готелях для облаштування машинних і різних санітарно-технічних відділень виділяється цілий технічний поверх. Тут розташовуються бойлерні, приміщення для кондиціонування повітря, вентиляційні камери, приміщення для лічильників, акумуляторна, трансформаторні, а також ремонтні майстерні для енергетичної, санітарно-технічної, слюсарної, столярної та інших груп.

Приміщення громадського харчування

Функціональна організація цієї групи приміщень вирішується з урахуванням категорійності готелю. В однозіркових готелях харчування гостей не передбачається. У

готелях 2* і 3* повинні бути ресторани або кафе. У готелях 4* і 5* – ресторани, банкетні зали, бари, а в 5* і нічні клуби.

Нічні клуби розраховані на показ видовищних програм і будуються звичайно за типом вар'єте з можливістю розташування посадкових місць у вигляді амфітеатру, з танцювальним майданчиком, гримерними, приміщеннями реквізиту, світлотехніки тощо. Ресторан готелю включає до числа своїх посадкових місць банкетні зали, що організовуються в ресторанній групі приміщень, однак число місць у банкетних залах нормується не більше 20 % загальної місткості ресторану.

Тенденція розглядати ресторанну групу приміщень у курортних і туристичних готелях як одне з місць можливого проведення дозвілля, обумовила появу в складі цієї групи таких нових типів ресторанів, як ресторани національної кухні, грилі-ресторани, вар'єте, винні і пивні погрібки, танц-бари, бари-дискотеки та ін. Такі підприємства харчування одержали найменування підприємств «розважального» харчування. Тенденція до їхнього розвитку в туристських і курортних готелях у даний час є досить перспективною.

Обідні зали в їдальнях і ресторанах варто проектувати місткістю не більше 250 місць, оскільки при більшій місткості створюється дискомфортна обстановка (шум, занадто жвавий рух відвідувачів).

Кількість посадкових місць у буфетах визначається з розрахунку не менш 10 % місткості готелю. Раціонально їх розташовувати з добрим вертикальним або іншим зв'язком із блоком групи харчування.

Весь обслуговуючий групу харчування персонал повинен мати окремий вхід у готель зі своїм вестибюлем, роздягальнями, душовими, санвузлами, кімнатами відпочинку й адміністративно-господарськими приміщеннями.

ФУНКЦІОНАЛЬНА ОРГАНІЗАЦІЯ ІНТЕР'ЄРУ ГОТЕЛЮ

Специфіка готелів полягає в розмаїтті функцій цих об'єктів. Це одночасно і житлові, і громадські будівлі, що визначає особливості формування їх інтер'єрів.

■ **Інтер'єр готелів** - це організація внутрішнього простору будівлі, яке забезпечує нормальні умови життєдіяльності людини.

Сприятливі умови життєдіяльності людини в готелях забезпечуються завдяки створенню комфорту як у самому готелі, так і на території, що прилягає до нього. Загальний комфорт внутрішнього простору готелів є інтегральним поняттям. Воно включає екологічний, функціональний і естетичний комфорт середовища будь-якого приміщення готелю.

Екологічний комфорт створюється оптимальним для організму людини поєднанням температури, вологості, швидкості руху повітря і впливу променистого тепла. Наприклад, у стані спокою або при виконанні легкої фізичної роботи температура взимку не повинна перевищувати 18 – 22, а влітку 23 – 25 °С; швидкість руху повітря взимку повинна складати 0,15, а влітку 0,2 – 0,4 м/с; відносна вологість – 40 – 60 % .

Важливим компонентом мікроклімату будь-якого приміщення є інсоляція (опромінення приміщень сонячними променями і природне освітлення). Тривалість інсоляції для багатьох приміщень готелів відповідно до санітарних норм і правил повинна складати не менше трьох годин на день. У приміщеннях готелів, де люди проводять велику частину доби, повинне бути завжди чисте і свіже повітря і нормальний шумовий режим.

Функціональний комфорт визначає зручність експлуатації будь-якого приміщення. Він забезпечує захист від докілья, безпеку і здійснення усіх функціональних процесів життєдіяльності людини: сну, харчування, відпочинку, особистої гігієни, розважання, ділових контактів тощо. Поділ усіх процесів життєдіяльності людини в приміщеннях здійснюється прийомами функціонального зонування як загального простору готелю з виділенням функціональних блоків, так і мікрозонуванням.

Мікрозонування здійснюється також за допомогою раціонального вибору обладнання і його оптимального розташування в будь-якому інтер'єрі.

Естетичний комфорт визначає позитивний емоційний настрій людини. Це забезпечується завдяки засобам і прийомам, за допомогою яких досягається об'єднання всіх елементів інтер'єру у єдине для сприйняття ціле. Естетичний комфорт інтер'єру залежить, у першу чергу, від гармонійності предметно-просторового оточення, від того, наскільки досягнута цілісність і погодженість його елементів.

Естетична організація середовища, або досягнення краси інтер'єру, включає безліч різноманітних завдань. Головні з них – це композиція простору, колірне вирішення та обробка поверхонь, господарська (дизайнерська) форма облаштування і меблів, вирішення декоративних деталей, освітлення, озеленення та ін.

Таким чином, інтер'єр будь-якого приміщення готелю повинний володіти екологічним, функціональним та естетичним комфортом.

Екологічний комфорт в інтер'єрах створюється, в основному, завдяки системам інженерного забезпечення готелів: вентиляції, кондиціонування повітря, централізованого пилотирування, опалення тощо.

Функціональний комфорт в основному забезпечується оптимальним набором меблів і обладнання. Меблі є одним з активних компонентів у формуванні інтер'єрів багатьох приміщень готелів.

Меблі в інтер'єрі готелю

Специфіка готельного господарства, багатофункціональність приміщень, що знаходяться в одній будівлі, обумовили диференціацію меблів за призначенням: побутова (для відпочинку, сну, роботи за столом, прийому їжі, зберігання одягу); конторська (або офісна); ресторанна і спеціальна (обладнання бару, перукарні, довідкових, місць чергових тощо).

Сучасні меблі за характером конструктивної структури підрозділяються на стаціонарні, комбіновані багатофункціональні (коли один предмет виконує дві і більше функцій) і таку, що трансформується (у тому числі секційну).

Вимоги до меблів встановлюються відповідно до комфортності готелів і їхнього призначення. Комфортність готелів визначає якість і кількість меблевих виробів, а функціональне призначення готелів – номенклатуру меблів.

При розміщенні меблів обов'язково враховуються норми розривів і проходів між предметами меблів.

Характер планувальної організації меблів залежить також від типу функціонального блоку готелю, в якому вона розміщується.

Композиційні прийоми розміщення меблів у приміщеннях цієї групи залежать від розмірів і об'ємно-планувального вирішення приміщення, функціональних зв'язків технологічного процесу.

Найбільша увага у всіх типах готелів приділяється меблюванню приміщень блоку житлової групи. Меблювання цих приміщень має вирішувати основне завдання: створити максимум зручностей при мінімальній площі.

У приміщенні житлових поверхів використовуються спеціальні готельні меблі: вбудована, що трансформується, зблокована, навісна. У результаті такого меблювання зменшується площа, займана меблями, і кількість предметів, полегшується прибирання приміщень та їх естетичне сприйняття.

Меблювання номерів залежить від площі номера і комфортності готелю. Житлова площа однокімнатного одномісного номера складає 9 – 18 м², однокімнатного двомісного – 12 – 25 м², в залежно від категорії готелю.

Прийоми розміщення меблів залежать від розмірів і конфігурації номера і його житлової площі, розташування віконних і дверних прорізів. Найбільшою складністю відрізняється меблювання однокімнатного номера, тому що поєднує функції сну, роботи, відпочинку і зберігання речей. В усіх сучасних номерах функції зберігання речей частково виносяться у передпокій, що обладнується вбудованою шафою і вішалкою.

Розташування предметів меблювання житлового приміщення номера визначається їхніми функціями. Наприклад, робочий стіл повинен знаходитися біля вікна (паралельно йому або торцем до нього); зона відпочинку (крісло і журнальний столик) – у полі зору від дверей; підставка для валіз – ближче до дверей або у блоці з робочим столом.

Розміри функціональних зон номера визначаються з урахуванням розривів між меблевими виробами однієї зони. Розмір робочої зони в поперечному напрямку складається із ширини столу (0,60 м), розриву від столу до стільця (0,10 м) і ширини стільця (0,45 м), що складає 1,15 м. Загальний розмір зони відпочинку з одним кріслом дорівнює 1,50 м (ширина журнального столика – 0,60 м, відстань від столика до крісла – 0,30 м, ширина крісла – 0,60 см).

Загальний розмір зони сну (1,35 м) складається з таких параметрів: ширини ліжка – 0,90 м (0,85 м – ліжка плюс 0,05 м – розрив від стіни), розриву 0,05 м між приліжковою тумбочкою і ліжком, ширини тумбочки 0,40 м.

Особливою комфортністю відрізняються номери типу «дубль», обладнані ліжком, комбінованим столом, стільцем, журнальним столиком, кріслом і підставкою для валізи, диваном-ліжком. Диван-ліжка служить додатковим спальним місцем і має тумбочку для постільної білизни.

Меблювання 3 – 4-х місних однокімнатних номерів готелів ускладнює функціональне зонування меблів. Для максимального розкриття внутрішнього простору житлової кімнати рекомендується використовувати двох'ярусні ліжка, особливо в молодіжних готелях.

Двокімнатні номери складаються зі спальні і вітальні, що відокремлюються одна від одної перегородками, що складаються і розсуваються, відкритими або зашклененими дверними прорізами. Раціональне меблювання спальні визначається острівним розміщенням ліжок, пристінної шафи; у вітальні розміщенням меблів для відпочинку повинні забезпечуватися зручність користування телевізором, а меблі для роботи можуть включати навісний підвіконний робочий стіл, що є одночасно підставкою для телевізора.

Житлова частина трикімнатних номерів складається зі спальні, вітальні і кабінету. Меблювання такого номера вирішується за аналогією з двокімнатним, але тут зона роботи виноситься в кабінет. Кабінет доповнюється ще книжковою шафою або полками і зоною відпочинку. У вітальні розташовується обідній стіл зі стільцями. При спальні може знаходитися гардеробна, а в передпокої – підставка для багажу. Трикімнатні номери можуть розташовуватися вдвох рівнях: на першому рівні вітальня, передпокій, санвузол, кухня-ніша, а на другому – спальня, кабінет, санвузол. Іноді кабінет розташовують на першому рівні.

Номери-апартаменти, що мають до 8 кімнат, бувають різними і можуть бути скомпоновані з декількох номерів, що у цьому випадку з'єднуються між собою дверима і називаються «номерами – «комплексами». Вони можуть бути обладнані для проведення

нарад, зборів, для чого між номерами встановлюються розсувні перегородки і використовуються меблі, що трансформуються (наприклад ліжко-шафа).

Передпокої у всіх типах номерів в основному не великі за площею (шириною не менше 1,05 м) і обладнані вбудованою (пристінною) шафою, вішалкою і дзеркалом.

У багатокімнатних номерах передпокої відокремлюється від житлової кімнати дверима, а в однокімнатних і простим прорізом.

У передпокої, що не має вбудованої шафи, встановлюється вішалка з полицею для капелюхів і підставкою для взуття, вішається дзеркало, виділяється місце для платтяної щітки.

Меблі в готелях категорії 3*, 4* і 5* звичайно обробляються фанерованим деревом дорогих твердих порід, застосовуються міцні покриття, полірування і лакування; для меблів готелів 1* і 2* – фарбування і лакування.

Велика увага в готелях (особливо 4* і 5*) приділяється досягненню естетичного комфорту. Він створюється завдяки художньо-просторовій організації процесу життєдіяльності людини за допомогою цілого ряду засобів. Першочергова задача – проектування композиції простору. Це означає таку побудову інтер'єру приміщення, при якій окремі елементи сприймаються у певній системі (стильовій єдності). На сьогодні найбільш поширені три прийоми художньо-просторової організації інтер'єрів готелів – стиль «ретро», сучасний і змішаний.

Інтер'єр у стилі «ретро» створюється стереотипними елементами минулих століть (ампір, бароко, рококо тощо).

Сучасний інтер'єр в організації простору відбиває строгість, простоту, логічність і лаконічність форм, їхню функціональну виправданість.

Інтер'єр, вирішений у змішаному стилі, містить елементи двох попередніх прийомів композиції простору.

Велике декоративне значення в інтер'єрі готелів мають завіси, гобелени, килими, оббивка меблів. Вони багато в чому визначають колірне вирішення та емоційне фарбування приміщень.

Одним з істотних елементів інтер'єру є завіси. Вони виконують практичні функції й одночасно впливають на композицію та колорит інтер'єру. Практичні функції завіс полягають у регулюванні природного освітлення, тепла та інсоляції, поглинанні шуму.

Застосовуються два види завіс: прозорі і щільні. Перші розсіюють і пом'якшують денне світло. Розсіяне світло створює комфортні умови для зору. Для прозорих завіс застосовують сітчасті тканини, при сильному освітленні – тонкі тканини. Матеріал для прозорих завіс може бути білим або ледь пофарбованим, гладким або мати малопомітні візерунки. Вибір кольору залежить від колірною вирішення інтер'єру.

Щільні завіси ізолюють приміщення від різних зовнішніх впливів. Колір щільних завіс, їхня фактура і малюнок, як правило, підбираються з урахуванням усієї композиції інтер'єру, а також розмірів приміщення і завіс.

Завіси можуть бути короткі і довгі. Нижній край коротких завіс повинний торкатися підвіконня; довгі завіси не повинні доходити до підлоги на 5 см.

Завіси бувають розсувні і підйомні. Найбільш поширені розсувні завіси, що розташовують з однієї або двох сторін вікна.

Залежно від декоративних якостей тканини поділяють на дві групи: «пасивні» і «активні». Малюнок і колір перших носить фоновий характер. До активних, тобто більш яскравих кольорових тканин, належать переважно набивні. На відміну від тканих завіс, де малюнок безпосередньо пов'язаний зі структурою матерії, набивний малюнок ніби накладається на тканину.

Малюнок тканин для готелів може бути геометричний і художній. Але характер малюнка повинний відповідати загальному характерові інтер'єру, краще вибирати лаконічний з невеликою кількістю колірних відносин.

Фактура завіс повинна бути легша і простіша від фактури меблевої тканини, що у свою чергу повинна бути контрастною до фактури килима.

Для меблів найбільш застосовні фактурні й гладкі однотонні за кольором тканини, без малюнків і орнаментів. Оббиті такими матеріалами меблі найбільш органічно входять до інтер'єру, відповідаючи загальному оформленню.

Килими служать м'яким і теплим покриттям підлоги. Для одного ліжка розмір килима має становити не менше 60 × 140 см; для двох ліжок, що розташовані під кутом,

— не менше 80 × 240 см; килим у торці спарених ліжок має бути не меншим 60 × 200 см. Рекомендуються петлясті і ворсові килими, однотонні або з малюнком.

Поряд з функціональними вимогами до декоративних і оббивних тканин, що багато в чому визначають колірне вирішення та емоційне звучання приміщень, висувається ряд вимог і до художніх засобів оформлення інтер'єру.

Перша вимога, яку необхідно виконувати в будь-яких випадках, – це комплексний вибір малюнку кольору завіс, килимів і оббивки меблів, застосовуваних в одному приміщенні. З усіх можливих варіантів можна для приклада рекомендувати наступний прийом комплектації тканин.

Завіси – з тканини з великим малюнком, килим – із дрібним. Оббивка меблів гладка різних кольорів. Частина меблів вирішується у колориті завіс, інша – у колориті килима і т. ін.

Високі декоративні властивості, економічність, масовість, транспортабельність, звуко- та теплоізоляційні властивості тканин роблять їх одним із самих широко доступних елементів оформлення інтер'єру готелів.

Колір в інтер'єрі готелю

Одним з найважливіших елементів інтер'єру є колірне вирішення приміщень – розфарбування стін, підлог, обробка їх різними матеріалами (пластик, кераміка, гіпсокартон тощо). Колірне вирішення інтер'єру створюється з використанням принципів контрасту і нюансу. У практиці використовуються обидва прийоми.

Колірне вирішення визначається багатьма факторами, серед яких основними, що впливають на вибір кольору інтер'єрів готелів, є природні умови, орієнтація, архітектура будинку і приміщення, призначення приміщень.

Приміщення готелів розрізняються за терміном перебування в них і за призначенням.

Особливістю приміщень вестибюльної групи є єдність внутрішнього простору. Таким чином, колір може бути використаний як засіб композиційного об'єднання простору групи приміщень. У той же час цей єдиний простір повинний бути розчленований кольором на окремі функціонально відособлені зони і приміщення.

До категорії приміщень, призначених для тривалого перебування гостей, відносяться номери; для короткочасного – приміщення вестибюльної групи і групи зв'язку. За призначенням приміщення поділяються на такі групи:

- приймальні приміщення – вестибюль, операційний хол, бюро оформлення; приміщення для відпочинку – холи;
- прохідні приміщення – сходи, ліфтові холи, коридори;
- житлові приміщення – номери.

Кожній групі приміщень необхідно дати чітку колірну характеристику, що відповідає їхньому призначенню.

Колірне вирішення інтер'єри готелів необхідно вибирати з урахуванням гігієнічних вимог. Пофарбовані у світлі тони приміщення легше утримувати в чистоті, а горизонтальні поверхні меблів повинні бути темними, що дозволяє легко помітити на них пил. Оббивка меблів і декоративні тканини повинні виключати сірі і бурі кольори, що роблять враження недостатньої свіжості.

Не можна з повною достовірністю визначити ті поєднання кольору, що викликають у людини саме ті відчуття і створюють той настрій, що відповідав б вимогам до колірному вирішення готелів. Однак, використовуючи дані досліджень кольорів, можна оцінити колірне вирішення інтер'єру за такими характеристиками. Колір:

- діє збудливо, заспокійливо або пригнічуючи;
- сприймається холодним або теплим, світлим або темним;
- створює враження стисненого або вільного, єдиного або розчленованого об'єму;
- викликає відчуття важкості або легкості деталей архітектури.

Для раціонального колірному вирішення інтер'єру готелю необхідно для кожного приміщення обирати колірну гаму з урахуванням її психологічного впливу на людину:

а) при вирішенні просторової композиції інтер'єру велике значення мають явища виступу та відступу кольорів. Виступ або відступ кольору залежить від його тону. Теплі кольори (особливо червоний) виступають уперед, а холодні (особливо синій) відступають назад. Це явище досить сильно залежить і від освітленості кольору. Світлі кольори є виступаючими, темні – відступаючими. Таким чином, явище виступу-відступу кольорів має важливе значення як засіб зорової зміни пропорцій і розмірів приміщень;

б) об'єднуюча і розмежувальна властивість кольорів. Велике практичне використання в оформленні номерів має об'єднуюча властивість кольору, суть якої в тому, що для зорового об'єднання декількох плям на площині остання має бути пофарбована в той самий колір, у який пофарбовані плями, або у більш насичений і темний. Якщо, наприклад, стіну, біля якої стоять меблі або висить дзеркало, брата ін., пофарбувати, скажімо, у жовтогарячий колір, то вона стане композиційним центром, і всі предмети об'єднуються з нею. Інтер'єр номера стане більш організованим і лаконічнішим. При фарбуванні предметів у різні кольори виникає ілюзія їхнього розчленування, особливо при фарбуванні у кольори, що сильно відрізняються один від одного за інтенсивністю світла. Менше враження розчленування може бути при фарбуванні у кольори, що є різними за тоном і насиченістю. Розмежувальну властивість кольору можна використовувати при фарбуванні довгих коридорів готелів. Окремі ділянки коридорів, пофарбовані у різні кольори, створюють відчуття скороченості довжини коридору.

в) на сприйняття кольору предмета впливає яскравість фону. Якщо яскравість предмета нижча від яскравості фону, то його колір здається бляклим і тому сприймається погано. Співвідношення яскравості фону і предмету необхідно враховувати при фарбуванні стін і підлоги та виборі кольору предметів оздоблення. Останні повинні бути яскравішими, ніж підлога і стіни; виділяючись на загальному фоні, вони підсилюватимуть декоративність інтер'єру;

г) при вирішенні багатьох завдань інтер'єру готелів має значення здатність кольору ілюзорно змінювати дійсні розміри предмета. Ця властивість кольору дозволяє коректувати розміри приміщень і устаткування. Особливо це варто враховувати при фарбуванні коридорів, оскільки при вертикальному членуванні стін або поперечному членуванні підлоги коридор може здаватися ширшим і коротшим. І, навпаки, неправильним розфарбуванням можна посилити й без того неприємне враження від довгого коридору, як, наприклад, розчленуванням кольором стін і підлоги поздовжніми смугами. Так само можна створити враження різної висоти приміщення – горизонтальним членуванням стін кольором, значно зменшити висоту приміщення і, навпаки, вертикальним членуванням стін збільшити його висоту;

д) у сприйнятті інтер'єру велике значення має розташування колірних плям відповідно до поняття «важкі» і «легкі» кольори. Психологи шляхом експериментальних досліджень встановили, що важкість кольору залежить головним чином від інтенсивності його світла: чим темніший колір, тим він більш важкий. Це правило стосується усіх кольорів: і ахроматичних, і хроматичних, і кольорів того самого тону, й різних колірних тонів. Важкість кольору залежить також і від його насиченості; з кольорів того самого колірною тону та однакової світлової інтенсивності більш насичені здаються більш легкими. Важкість кольору певною мірою залежить і від фактури матеріалу: колір матеріалу з грубою фактурою за інших рівних умов більш важкий, ніж колір матеріалу з гладкою поверхнею.

На сприйняття кольору великий вплив справляє інший колір, який спостерігач бачить одночасно з даним кольором або на який він дивився безпосередньо перед цим. У певних поєднаннях виникають явища одночасних і послідовного кольорових контрастів.

Одночасним кольоровим контрастом називається зміна колірною тону або насиченості кольору під дією сусідніх хроматичних кольорів. Якщо колір оточений хроматичним фоном, то він змінюється у бік кольору додаткового до кольору фону. Будь-який колір, знаходячись на фоні свого додаткового кольору, виграє в насиченості; знаходячись же на фоні однакового з ним кольору, але більшої насиченості – втрачає в насиченості.

Одночасний кольоровий контраст використовується для приглушення одних елементів інтер'єру або, навпаки, для посилення декоративного звучання інших елементів.

Кольоровість освітлення залежить від спектрального складу випромінювання джерел світла. Якщо він відрізняється від спектрального складу денного світла, то навіть за високої освітленості відбувається «перекручування кольору». Тому при проектуванні інтер'єру необхідно знати кольорові характеристики використовуваних джерел світла. Необхідно знати «видимий колір» кожного типу лампи, щоб правильно встановити дію світла на колір інтер'єру.

Прийоми використання кольору для композиційного пов'язування різних зон номера, а також номера з іншими приміщеннями досить різноманітні. Найбільш розповсюдженими є такі:

- кожне приміщення вирішене у своїй кольоровій гамі;
- усі приміщення мають одну кольорову гаму.

Рекомендації з кольорового вирішення інтер'єру готелів:

а) кольорове вирішення не може розглядатися як «останній штрих» в оформленні інтер'єру. Колір інтер'єру і його просторове вирішення повинні йти паралельно із самого початку проектування готелю;

б) колір інтер'єру варто вибирати з урахуванням природних умов (ландшафт, освітленість, колорит середовища тощо), архітектури навколишніх будинків, а також і самого готелю;

в) при виборі кольорового вирішення приміщення варто взяти також до уваги місце розташування готелю і його орієнтацію за сторонами світу. Холодну і нейтральну гами кольорової обробки інтер'єру рекомендується вибирати для готелів, розташованих у регіонах з жарким кліматом, а також у регіонах з більш холодним кліматом при світлових прорізах приміщень, орієнтованих на південь.

Теплу гаму кольорової обробки інтер'єру варто вибирати в готелях, розташованих у регіонах з холодним кліматом, а також у приміщеннях, у яких світлові прорізи звернені на північ.

Крім функціональних завдань, які необхідно враховувати при колірному рішенні інтер'єру, необхідно також домагатися гармонійного поєднання кольорів усіх елементів інтер'єру.

З численних варіантів колірної композиції інтер'єру вестибюльної групи найбільш рекомендованою є композиція, побудована на поєднанні світлих і нейтральних тонів загального фону з насиченими і яскравими колірними акцентами.

Рекомендуються такі колірні акценти інтер'єру:

- однотонні, побудовані на використанні групи близьких кольорів (для виявлення центра композиції береться більш насичений колір);

- багатобарвні, побудовані на протиставленні головних кольорів або взаємно доповненні.

Для номерів доцільні такі колірні композиції:

- однотонні, побудовані на одному головному кольорі або групі близьких кольорів;
- полярні композиції, побудовані на протиставленні двох головних кольорів або двох груп близьких один до одного кольорів;
- триколірні, побудовані на трьох головних кольорах.

Варто використовувати різні властивості кольорів з метою коректування розмірів і пропорцій номерів.

При проектуванні колірною вирішення готелів необхідно враховувати сприйняття кольору при природному і штучному освітленні. При цьому потрібно враховувати здатність кольору знижувати насиченість і змінювати колірний тон як при інтенсивному, так і при слабкому освітленні; знижувати насиченість світла предмета на яскравому фоні; змінювати колірний тон у залежності від кольоровості випромінювання джерела світла.

Освітлення в інтер'єрі готелю

Рівень освітленості приміщення визначає його комфортність, що залежить від обраного прийому освітлення.

Сучасні принципи пристроїв штучного освітлення залежать від об'ємно-просторового вирішення приміщення і його функцій. Функції приміщення впливають на вибір прийому освітлення, що визначає види джерел світла і світильників, їхній світлорозподіл і місце розташування, декоративність і систему освітлення. У приміщеннях готелів можуть використовуватися як загальні, так і місцеві системи освітлення.

Виконуючи утилітарне призначення, штучне освітлення бере участь одночасно в загальній композиції інтер'єру. Освітлення впливає на зорову оцінку інтер'єру – сприйняття його просторового і планового вирішення. Роль світла як художнього засобу особливо велика в архітектурі інтер'єру настільки складного комплексу, якими є приміщення громадського призначення готелів.

Вирішальне значення для художньої і психологічної оцінки штучного освітлення мають такі фактори: насиченість приміщення світлом, яскравість поверхні та її розподіл.

Різні варіанти насиченості світлом і розподілу яскравості надають приміщенню індивідуальний характер, завдяки чому той самий інтер'єр може сприйматися при різних системах освітлення по-різному.

При виборі системи штучного освітлення необхідно брати до уваги особливості приміщення. Особливості приміщень громадського призначення готелів полягають у такому:

- єдність простору вестибюльної групи приміщень;
- поділ єдиного простору на окремі приміщення і зони;
- різний характер приміщень: парадний – вестибюля, інтимний – холів, офіційний – бюро оформлення тощо;
- чіткість орієнтування приїжджаючих.

Крім власне освітлення, світло може виконувати також композиційні завдання. За допомогою освітлення можна зонувати приміщення. Це може бути досягнуто різним шляхом. Наприклад, для цієї мети може бути використана комбінована система освітлення. Тут загальне освітлення здійснюється вбудованими крапковими світильниками, місцеве – підвісними світильниками. Прийнятий ритм вбудованих крапкових світильників («зоряне небо») сприяє композиційному об'єднанню вестибюля, холу, фойє. Світильники місцевого освітлення використовуються як засіб локалізації окремих зон.

Найбільш виправданим з художньої точки зору є одночасне використання для створення зорової ілюзії світла і кольору.

Освітлення необхідне для виділення декоративних елементів інтер'єру. Разом з тим світло саме може бути декоративним елементом. В останньому випадку використовуються такі його властивості, як яскравість, світловий ритм, кольоровість, за допомогою яких можна створити ілюзію декоративної обробки поверхні. Якщо рівна поверхня асоціюється з незмінною її яскравістю, то рельєфна здається різною за яскравістю (грані рельєфу утворюють різкий перехід яскравості, криволінійні форми – поступовий перехід від однієї яскравості до іншої).

Для підсвічування елементів декоративного оздоблення інтер'єру доцільно використовувати загальне освітлення приміщення або зони. Спеціальне (локальне)

освітлення декоративних елементів доцільне лише в тому разі, якщо воно є органічною частиною композиції декоративного оздоблення інтер'єру.

Основним завданням при проектуванні штучного освітлення є вибір освітлювальних приладів та їхнє розташування.

У вестибюлях, холах необхідне рівномірне розсіяне освітлення; сходи доцільно виділяти більш інтенсивним і контрастним світлом як елемент, що пов'язує дві різні частини готелю: громадську і житлову; освітлення коридорів повинне сприяти швидкій орієнтації відвідувачів. При цьому основний потік світла повинний бути спрямований на двері номерів.

Місцеве освітлення призначається для освітлення робочих місць: бюро оформлення, місця відпочинку, столу чергового по поверху, прилавків кіосків та вітрин.

Місце адміністратора і бюро оформлення вважається добре освітленим, якщо його не затіняють ані працюючий, ані відвідувачі, якщо немає відбиття від паперу, ключів та інших блискучих і яскравих предметів. При цьому необхідно, щоб джерело світла залишалось схованим від очей.

Світло в холі повинно бути м'яким, розсіяним. Крім загального освітлення, тут повинне бути також передбачене освітлення місцеве: настільні світильники, підвіси або торшери з ковпаками з матеріалів, що розсіюють світло, а також вбудовані пристрої розсіяного і відбитого світла.

Місце чергового по поверху вважається добре освітленим, якщо працюючий також не затінює робочу поверхню; має бути передбачене освітлення місця для ключів, пошти й ін. Дотримання цих умов досягається розташуванням освітлювального приладу з лівого боку, згори або спереду. При цьому світильник повинний бути широкого світлорозподілу із застосуванням розсіювача (щоб уникнути осліплення).

Освітлення кіосків і рекламних вітрин зводиться головним чином до «ефектної» подачі рекламованої продукції. Прийоми освітлення, що є одним з головних художніх засобів сучасної реклами, досить різноманітні.

Таким чином, у різних приміщеннях вестибюльної групи повинні бути передбачені різна освітленість і насиченість світлом простору. Тому найбільш доцільною вважається

локалізована система освітлення, ефективна не лише з погляду архітектурно-художнього, але і з експлуатаційних розумінь.

Раціональні зі світлотехнічної точки зору прийоми і способи освітлення (локалізоване, сполучене й убудоване) дозволяють використовувати освітлювальні прилади найрізноманітнішої форми, конструкції і світлорозподілу. Світильники поділяються за своїми художніми особливостях на три основні групи:

а) світильники нейтральної форми, що є композиційним елементом меблів, з якими вони пов'язані функціонально. Часто світильники пов'язані з меблями і конструктивно;

б) декоративні світильники, що можуть відігравати значну роль в архітектурному вирішенні інтер'єру. До декоративних світильників відносяться торшери, настільні і настінні світильники, підвіси з декоративними розсіюванням і затінюванням;

в) вбудовані світильники відбитого і розсіяного світла, що дозволяють вирішувати різноманітні завдання інтер'єру, зорової зміни розмірів і пропорцій приміщення або посилення художнього звучання якого-небудь декоративного елемента тощо;

Вибір того або іншого світильника залежить від загального вирішення інтер'єру. Наприклад, торшер з декоративним абажуром поряд з підсвіченням приміщення виділяє зону відпочинку як центр композиції інтер'єра і надає номеру вигляд вітальні.

У номерах доцільно одночасно використовувати освітлювальні прилади різних груп: декоративні, світильники нейтральної форми та вбудовані пристрої для відбиття й розсіювання світла. Освітлювальні прилади, що поєднують функції загального і місцевого освітлення, варто використовувати як елемент головної композиційної ланки інтер'єру.

У створенні інтер'єру важливе освітлення не саме як таке, а його взаємодія з іншими елементами інтер'єру. У цьому зв'язку слід звернути увагу на вплив світла на сприйняття колірного вирішення інтер'єру.

Важливу роль в оформленні приміщень і житлових номерів відіграють твори живопису, скульптури, елементи декоративного, прикладного мистецтва й особливо озеленення.

Озеленення готелю

Озеленення в інтер'єрі готелів – це особливий вид мистецтва, що виконує як естетичні, так і утилітарні функції. Озеленення активно впливає на характер формування інтер'єру і є таким же рівноцінним компонентом оформлення середовища, як і обробка стін, меблювання та ін. За допомогою озеленення можна підвищити художню виразність внутрішнього простору, удосконалити його функціональну організацію. Утилітарна функція рослин полягає в створенні певного мікроклімату в приміщеннях.

Розрізняють активну і нейтральну системи озеленення. Так, у робочій зоні створюють нейтральну систему озеленення, а в зоні відпочинку – активну. За допомогою озеленення виконують поділ простору на зони.

Найбільш широко в готельних приміщеннях використовують озеленення у вестибюлях, холах, коридорах, ресторанах, кафе та у номерах.

Додавання озеленення до інтер'єру здійснюється як створенням природних (живих, засушених) природних композицій, так і штучних.

Найбільш широко використовуються декоративно-квітучі рослини, ампельні, а також застосовуються епіфітні рослини, тобто рослини (засохлі дерева), що використовуються для кріплення інших рослин, особливо ампельних.

До озеленення варто також віднести і живі квіти, що стоять у вазах. Вони завжди прикрашають інтер'єр, додають затишку, створюють приємну атмосферу і підвищують художню якість декоративного оздоблення. Квіти рекомендують ставити у вітальнях багатокімнатних номерів-люкс і в загальних вітальнях, холах, на столах адміністраторів і чергових по поверху, на столиках кав'ярні і ресторану. Але скрізь у готелі будуть доречно і святково виглядати навіть найскромніші букети або гілочки рослин.

2.4. ЕКОНОМІКО-ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЮ

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Одним з завдань в підприємницькій діяльності у сфері надання готельних послуг є отримання прибутку. При цьому дуже важливим є задоволення потреб при наданні таких послуг.

Характерними особливостями надання готельних послуг є:

- відсутність незавершеного виробництва, тобто, як правило, поточні витрати, що виникли протягом періоду, списують на фінансовий результат даного періоду.
- більшість витрат має умовно-постійний характер, тобто прямо не залежить від фактичного обсягу наданих послуг.
- споживання готельних послуг має нерівномірний або сезонний характер.

Враховуючи такі характеристики споживання та виробництва готельних послуг, на практиці прийнято, що:

- витрати від надання готельних послуг визнають у момент їх виникнення незалежно від терміну оплати послуги;
- практично неможливо в момент надання готельних послуг достовірно і в повному об'ємі оцінити витрати, здійснені для надання конкретної послуги та необхідні для її завершення.

Поточні витрати готелю можна класифікувати за видами діяльності, економічними елементами та галузями (підгалузями) економіки.

За видами діяльності витрати готелю класифікують відповідно до національних стандартів бухгалтерського обліку. Операційна діяльність – це основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, які не є інвестиційною чи фінансовою діяльністю.

Витрати операційної діяльності за їх економічним змістом групуються за економічними елементами та статтями витрат.

Під економічними елементами витрат розуміють сукупність економічно однорідних витрат у грошовому виразі за їх видами, а саме: матеріальні затрати; витрати на оплату праці; відрахування на соціальні заходи; амортизація; інші операційні витрати.

Це групування дозволяє відповісти на запитання, що витрачено за даний звітний період, і використовується при складанні фінансової та внутрішньогосподарської звітності.

Групування витрат за статтями калькуляції застосовують до витрат, що становлять собівартість готельних послуг, реалізованих протягом певного періоду і використовуються для планування, контролю та аналізу.

Таке групування показує, як формуються ці витрати відповідно до їх призначення та змісту, як враховують завдання їх аналізу та контролю. При цьому одні статті витрат є простими і відповідають певним елементам витрат (наприклад витрати на оплату праці), інші – комплексними, тобто включають декілька елементів. У результаті один елемент витрат може бути у кількох статтях калькуляції.

Готелі можуть здійснювати декілька видів діяльності і складатися з таких структурних одиниць, що є організаційно відокремлені і виконують певний комплекс робіт відповідно до внутрішньої спеціалізації. Характерною особливістю виробничих витрат, що виникають при наданні готельних послуг, є проблема обліку і розподілу в більшості випадків загальновиробничих витрат, якщо існують окремі допоміжні підрозділи. Тобто всі прямі виробничі витрати відносяться на об'єкт обліку – номерний фонд, а загальновиробничі необхідно розподілити при необхідності між окремими підрозділами.

У готелях є різні категорії номерів, які відрізняються площею, меблюванням, устаткуванням, оснащенням. Але кожен номер повинен мати залежно від його категорії повний комплект меблів і устаткування : ліжка, стілець і крісло, нічний столик, шафу для одягу, загальне освітлення і кошик для сміття.

Залежно від розмірів, основної спеціалізації готелю, задач управління номерним фондом об'єктом витрат на конкретному підприємстві може бути визнано:

- номерний фонд у цілому – при цьому всі виробничі (прямі та загальновиробничі) витрати списуються на даний об'єкт без розподілу;
- частина номерного фонду, виділена за певними ознаками (наприклад, за корпусами готельного комплексу, поверхами, категоріями тощо).

Якщо виходити з того, що номерний фонд готелю, як правило, використовується неповністю, об'єктом витрат може бути обрано:

- інвентарний номерний фонд, який використовувався у даному звітному періоді;
- інвентарний номерний фонд за вирахуванням номерів, що перебувають у ремонті (непридатні до експлуатації).

Якщо в оплату за проживання в готелі крім оплати номера, включається оплата інших послуг (сніданок, плата за підключення кабельного телебачення в номері, користування автостоянкою готелю, перевезення гостей з готелю в аеропорт - трансфер)

і вони створюються іншими підрозділами готелю (або замовляються в інших суб'єктів господарювання) то вартість таких додаткових послуг визначають за сумою витрат, що виникли під час роботи відповідних підрозділів (ресторану або їдальні, транспортного підрозділу тощо), а дохід від надання додаткових послуг є їхнім доходом. І для визначення фінансового результату діяльності в кожному з цих підрозділів можуть вести облік власних витрат і доходів, калькулювати ціни на свої послуги.

ФОРМУВАННЯ ТАРИФІВ НА ГОТЕЛЬНІ НОМЕРИ

Формування тарифів (вартості проживання) на готельні номери (місця) та послуги – один із важливих напрямів діяльності менеджерів готелю, що визначає ефективність його функціонування на ринку послуг гостинності. Вирішення цієї проблеми необхідно здійснювати комплексно з урахуванням багатьох факторів. Планування підприємством гостинності своєї діяльності зумовлює необхідність постійного моніторингу стану ринку, готовності до ринкових коливань з метою забезпечення реалізації стратегії саморозвитку та економічного виживання в умовах конкуренції.

У визначенні тарифів насамперед необхідно враховувати:

- собівартість номерів і готельних послуг в цілому;
- інвестиції, що надійшли або плануються їхнє надходження;
- ситуацію і тенденції на основних цільових ринках;
- норми прибутку і повернення витрат на вкладений капітал;
- реальний попит і пропозиції на цільовому ринку у даний час;
- можливості конкурентів і наявність у даній місцевості інших засобів тимчасового проживання;

Якість обслуговування у готелі та можливості його вдосконалення.

У структуру готельного тарифу (вартості проживання), окрім вартості розміщення у номері певної категорії, входять інші складові. Такі, як дворазове чи триразове харчування або лише сніданок, послуги міні-бару (напої), послуги сауни та відповідної маркетингової (в тому числі продуктової) політики готельного підприємства. Водночас, надаються знижки, якщо деякі складові не включаються до готельного тарифу, або передбачені надбавки, наприклад, при поселенні дорослої особи або дитини тощо. На

основі цих та інших особливостей формування готельних тарифів, яким присвоєнні спеціальні назви – «сімейний тариф», «родинний тариф», «європейський тариф», «американський тариф» тощо.

Загальні поточні витрати готельного комплексу, окрім експлуатаційних, включають витрати в інших видах його господарської діяльності та при здійсненні господарських операцій.

У вітчизняних готелях при ціноутворенні визначають середню вартість однієї людино-добі розміщення як частку від ділення всієї суми витрат експлуатації готелю, прибутку з урахуванням податкових платежів на повний обсяг наданих послуг розміщення (людино-діб).

У готельних комплексах, що надають широкий обсяг послуг, поточні витрати поділяються, згідно видів послуг, на прямі (виробнича заробітна плата, комунальні послуги, сировина тощо) та загальні експлуатаційні, адміністративні, витрати на збут та інші загальногосподарські витрати.

Якщо готель надає один вид послуг – лише номер, витрати готелю визначають на одиницю цих послуг, їх на прямі та загальні не поділяють. Якщо загальні експлуатаційні, адміністративні витрати, витрати на збут та інші господарські витрати розподіляють між власне готельними послугами й послугами інших підрозділів, підпорядкованих готелю (підсобні підрозділи), тоді використовують метод опосередкованого поділу вказаних витрат на собівартість послуг цих підрозділів.

Визначення повної собівартості одиниці послуг розміщення здійснюють в такій послідовності:

повна собівартість = експлуатаційна собівартість + адміністративні витрати, витрати на збут та інші загальні господарські витрати.

До експлуатаційної собівартості послуг розміщення включають прямі та загальні експлуатаційні витрати готелю. До прямих експлуатаційних витрат належать:

- витрати на оплату праці персоналу з відрахуваннями на соціальні заходи;
- амортизаційні відрахування на основні засоби готельного підприємства;

- комунальні витрати: опалення приміщень, водопостачання, каналізація, електроенергія прання та прасування білизни, абонентська плата за телефон та радіо, поточний ремонт номерного фонду.

Середня відпускна вартість одиниці послуг (людино-добу розміщення) у готелях України є основним фактором формування готельних тарифів і цінової політики.

У міжнародному досвіді країн Європи здійснюються диференціація загальної вартості послуг розміщення згідно окремих категорій номерів готелю за «методом еквівалентних чисел» з використанням показників прямих експлуатаційних витрат за категоріями номерів готелю та врахуванням визначеної норми прибутку й податкових платежів. Такі розрахунки є об'єктивною основою диференціації готельних тарифів.

Загальна кількість послуг, яка надається готелем, визначається як «повний комплекс послуг» і характеризує спеціальний готельний продукт, що задовольняє специфічний попит та створює відповідний імідж готельного підприємства. Наприклад, позитивний імідж готелю, що орієнтується на клієнтів-індивідуалів, які перебувають у справах бізнесу, створюють послуги ділового характеру: бізнес-центр (факс, телекс, ксерокс, експрес-пошта); послуги мережі Інтернет; послуги міжнародного телефонного зв'язку; послуги конференц-залів та інші послуги ділового характеру.

Технологія надання додаткових послуг має передбачати раціональне розташування служб у готелі для скорочення до міні німу процедури оформлення замовлень на послуги й виключити повторне звернення гостей і замовленням на одну й ту ж саму послугу.

ОРГАНІЗАЦІЯ ДОКУМЕНТООБІГУ ПРИ НАДАННІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Наказом Держкомбуду України від 13.10.2000 р. № 230 «Про затвердження форм документів первинного обліку» (далі *Наказ № 230*) затверджено форми документів первинного обліку та Інструкцію про порядок ведення документообігу при наданні готельних послуг, рекомендовані для застосування готельними підприємствами України незалежно від підпорядкування та форми власності.

При здійсненні розрахунків з громадянами за надані готельні послуги слід враховувати норми Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових

операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» (далі Закон про РРО) відповідно до п. 9.1 ст. 9 якого реєстратори розрахункових операцій і розрахункові книжки не застосовуються при наданні послуг підприємствами, установами й організаціями всіх форм власності, крім підприємств торгівлі та громадського харчування, у разі проведення розрахунків у касах цих підприємств, установ і організацій з оформленням прибуткових і видаткових касових ордерів та видачею відповідних квитанцій, підписаних і завірених печаткою у встановленому порядку. Тобто при дотриманні цих вимог готелі можуть не застосовувати положення Закону про РРО.

Розрахунки із застосуванням платіжної картки відбуваються інакше, оскільки в цьому разі оплата здійснюється за безготівковим розрахунком.

Відповідно до ст. 3 Закону про РРО суб'єкти господарювання, які здійснюють розрахункові операції в готівковій та/або в безготівковій формі (із застосуванням платіжних карток, платіжних чеків, жетонів тощо) при продажу товарів (наданні послуг) у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг зобов'язані застосовувати реєстратори розрахункових операцій, які включено до Державного реєстру реєстраторів розрахункових операцій, з додержанням встановленого порядку їх застосування.

Операцію зняття коштів із платіжної картки клієнта слід зареєструвати згідно положень Закону про РРО. Тому готелі у більшості випадків застосовують положення Закону про РРО, поєднані з платіжними терміналами, що дозволяють розраховуватися платіжними картками.

Крім касового чека готелі зобов'язані видати на підтвердження наданих послуг Рахунок за формою № 4-г, затвердженою Наказом № 230. Рахунок застосовується при оформленні розрахунків із гостями за основні та додаткові послуги, отримані у готелі.

Рахунок використовується при будь-якій формі обробки документа (електронній, ручній) та при будь-якому виді розрахунку (готівковому, безготівковому). Рахунок оформлюється на підставі пред'явленого паспорта або іншого документа, що посвідчує особу, тому обов'язково в ньому зазначаються прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи. Рахунок випикується у двох примірниках. Перший примірник видається проживаючому, другий здається до бухгалтерії. Графа рахунку «Послуга» містить перелік основних і додаткових послуг готелю, наданих проживаючому за звітний період, та податків на

вартість цих послуг. Сума до сплати розраховується щодобово згідно з переліком фактично отриманих послуг разом із сумами ПДВ і готельного збору, та всього до сплати. У Рахунку сума до сплати з ПДВ вписується в гривнях.

ВІДОБРАЖЕННЯ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ ІЗ НАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Порядок відображення в бухгалтерському обліку господарських операцій суб'єктами господарської діяльності – юридичними особами у сфері обслуговування незалежно від їх організаційно-правової форми та форми власності здійснюється згідно з вимогами Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (далі Закон про БО).

Питання організації бухгалтерського обліку готельного підприємства вирішується власником або уповноваженим органом (посадовою особою) відповідно до законодавства та установчих документів. Підприємство самостійно визначає облікову політику, форму бухгалтерського обліку, затверджує правила документообігу і технологію обробки облікової інформації, додаткову систему рахунків і реєстрів аналітичного обліку, об'єкти і періодичність проведення інвентаризації активів і зобов'язань, крім випадків, коли її проведення є обов'язковим згідно із законодавством.

Підставою для бухгалтерського обліку господарських операцій є первинні документи, які фіксують факти здійснення господарських операцій (п.9. 1 ст. 9 Закону про БО).

Інформація, що міститься у прийнятих до обліку первинних документах, систематизується на рахунках бухгалтерського обліку, у реєстрах синтетичного та аналітичного обліку. Готельні підприємства для узагальнення інформації ведуть облік на рахунках відповідно до Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затвердженого Наказ Мінфіну України від 30.11.99 р. № 291 «Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку та Інструкції про його застосування» (далі Наказ № 291), та

Інструкцією про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій (далі Інструкція № 291).

Оскільки основною діяльністю готелів є надання послуг, то облік операцій з їх надання є аналогічним обліку операцій із надання звичайних послуг. Тому витрати, пов'язані з наданням готельних послуг, у тому числі собівартість реалізованих готельних послуг, формуються відповідно до норм правил 16 Закон про БО, а доходи – згідно з вимогами правил 15 Закону про БО.

Витрати і доходи від надання готельних послуг

Витрати готелю складаються в основному з витрат, що виникають у зв'язку з наданням послуг.

1. На утримання приміщень номерів готелів (електро-, водо-, тепlopостачання, прання та прасування білизни, абонентська плата за телефон тощо).

Слід зазначити, що в рахунках на комунальні послуги (електро-, водо-, тепlopостачання) суми не розподілені між приміщеннями готелю. Водночас приміщення виконують різні виробничі функції: готельні номери (номерний фонд) використовуються безпосередньо при наданні готельних послуг, коридори, фойє – це приміщення загального призначення, є приміщення, що використовуються в адміністративних цілях (кабінети директора, головного інженера, бухгалтерії, інших офісних служб), для забезпечення збуту тощо. Зазвичай не всі приміщення у готелях обладнано приладами, які дають змогу з достатньою точністю визначити кількість спожитих у цих приміщеннях води, електроенергії тощо. Тому на практиці при розподілі таких витрат між відповідними рахунками (23, 91, 92, 93, 949) можуть використовуватися різні бази розподілу. Так, витрати на послуги з тепlopостачання доцільно розподіляти пропорційно площам, які займають відповідні приміщення. Розподіл витрат на послуги з водопостачання можна здійснювати пропорційно чисельності працівників та гостей готелю, які перебувають (працюють, проживають) у різних приміщеннях цього підприємства. Вартість спожитої електроенергії можна розподілити між різними видами витрат виходячи з потужності електроприладів, які знаходяться у приміщеннях відповідного призначення, і фактичного часу роботи цих приладів. Проведення зазначеного розподілу вимагає врахування всіх факторів, притаманних господарській діяльності конкретного готелю. Схема розподілу

має бути розроблена і підписана відповідними фахівцями (головним інженером, начальником технічного відділу) та затверджена директором. Так само необхідно розподіляти і нараховану амортизацію.

2. На оснащення номерів готелів (крім витрат, що підлягають амортизації) та обслуговування клієнтів у номері (столи, шафи одяжні, стакани, попільнички, рушники, мило тощо).

3. На оплату праці персоналу, що безпосередньо займається наданням основних послуг готелю, – покоївкам, портьє, черговим по поверхах, включаючи відрахування єдиного соціального внеску (далі ЄСВ) на загальнообов'язкове державне соціальне страхування. У конкретному готелі визначаються з переліком працівників та видів витрат, на які припадають заробітна плата і відрахування ЄСВ. Наприклад:

- основне виробництво – покоївки, чергові по поверхах, портьє;
- загальновиробничий персонал – прибиральниці, прачки, сантехніки, електрики, водії (при обслуговуванні для потреб загальновиробничого характеру);
- адміністративний персонал (керівництво, бухгалтерія, технічний відділ, фінансово-економічний відділ, водії, які обслуговують адміністративний персонал);
- служба збуту – працівники, зайняті просуванням і реалізацією готельних послуг (менеджери, маркетологи);
- інший персонал (охорона тощо).

4. На амортизацію приміщень номерів готелів.

5. На охорону праці й техніку безпеки.

6. На ремонт і технічне обслуговування готельних номерів тощо.

Щодо переліку і складу статей калькулювання виробничої собівартості наданих готельних послуг, то відповідно до п. 11 правил 16 Закону про БО підприємство самостійно встановлює такий перелік з урахуванням методичних рекомендацій з її формування у споріднених галузях, якими встановлено склад і класифікацію витрат: п. 3.1.13 Методичних рекомендацій з планування, обліку і калькулювання собівартості робіт (послуг) на підприємствах і в організаціях житлово-комунального господарства (далі МР № 157) і Методичними рекомендаціями щодо впровадження національних положень

(стандартів) бухгалтерського обліку у сфері громадського харчування і побутових послуг, гармонізованих з міжнародними стандартами (далі МР № 47).

У бухгалтерському обліку собівартість готельних послуг формується на рахунку 23 «Виробництво». Згідно з Інструкцією № 291 аналітичний облік за таким рахунком ведеться за видами виробництв, статтями витрат і видами або групами продукції, що виробляється. Тому на підприємствах готельного господарства до рахунку 23 «Виробництво» відкривають окремі субрахунки. Наприклад, якщо готель має окремі підрозділи, – «Готель (основні послуги)», «Ресторан», «Хімчистка», «Перукарня» тощо. З кредиту рахунку 23 «Виробництво» собівартість готельних послуг списується на субрахунок 903 «Собівартість реалізованих робіт і послуг».

Облік загальновиробничих витрат ведеться на рахунку 91 «Загальновиробничі витрати». Згідно з п. 11 правил 16 Закону про БО змінні загальновиробничі та постійні розподілені загальновиробничі витрати включаються до складу виробничої собівартості готельних послуг (бухгалтерським записом за дебетом рахунку 23 та кредитом рахунку 91), а нерозподілені постійні загальновиробничі витрати та наднормативні виробничі витрати – до собівартості реалізованих послуг (бухгалтерським записом за дебетом субрахунку 903 та кредитом рахунків 91, 23).

Облік інших витрат операційної діяльності готелю ведеться на рахунках 92 «Адміністративні витрати», 93 «Витрати на збут», 94 «Інші витрати операційної діяльності». Такі витрати відображаються у складі витрат того звітного періоду, в якому вони були здійснені (п. 7 правил 16 Закону про БО), тобто відносяться безпосередньо на зменшення фінансового результату в періоді їх виникнення.

Загальні правила формування в обліку інформації про доходи встановлено правил 15 Закону про БО дохід, пов'язаний з наданням послуг, визнається виходячи зі ступеня завершеності операції з надання послуг на дату балансу, якщо може бути достовірно оцінено результат цієї операції.

При цьому результат може бути достовірно оцінено за наявності таких умов:

- можливості достовірної оцінки доходу;
- ймовірності надходження економічних вигід від надання послуг;

- можливості достовірної оцінки ступеня завершеності надання послуг на дату балансу;
- можливості достовірної оцінки витрат, здійснених для надання послуг, та необхідних для їх завершення.

Спектр послуг, що надаються підприємствами готельного господарства, – досить широкий, тому й перелік доходів від реалізації також відносно великий. Зокрема, це доходи від здачі готельних номерів, реалізації побутових послуг (прання, хімчистка, перукарські послуги тощо), реалізації екскурсійних послуг, реалізації автомобільних послуг (перевезення пасажирів), реалізації послуг автостоянки, надання послуг із користування мережею Інтернет, телефоном тощо.

Для узагальнення інформації про дохід, одержаний від надання готельних послуг, використовують субрахунок 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг», до якого для обліку основних та додаткових послуг, що надаються готелем, відкриваються субрахунки другого порядку. Облік доходів від надання послуг іншими підрозділами готелю також ведеться за субрахунком 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг» з відкриттям окремих субрахунків другого порядку, а саме: «Хімчистка», «Перукарня», «Транспорт», «Автостоянка», «Пральня» тощо.

За кредитом субрахунку 703 відображається збільшення (одержання) доходу, за дебетом – належна сума непрямих податків та зборів. Наприклад, суми ПДВ, туристичного збору та списання у порядку закриття на рахунок 79 «Фінансові результати».

Згідно з п. 5 правил 15 Закону про БО дохід визнається під час збільшення активу або зменшення зобов'язання, що зумовлює зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків учасників підприємства), за умови, що оцінка доходу може бути достовірно визначена.

Так, при наданні готельних послуг, пов'язаних із тимчасовим проживанням гостей на умовах наступної оплати, дохід визнається під час збільшення активу (нарахування дебіторської заборгованості гостя перед готелем), що відображається бухгалтерським записом за дебетом субрахунку 361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями» у кореспонденції з кредитом субрахунку 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг». При

цьому сума визнаного у звітному періоді доходу від надання готельних послуг залежить як від кількості гостей та кількості діб, протягом яких у звітному періоді ці гості проживали у готелі, так і від вартості проживання у готелі однієї людини протягом однієї доби.

Кількість гостей та строки їх проживання у готелі у звітному періоді підтверджуються такими документами: журналом обліку громадян, що проживають у готелі (форма № 5-Г), журналом обліку іноземців, що проживають у готелі (форма № 6-Г). Тому дохід слід розраховувати виходячи з цих даних незалежно від дати оплати.

ПЕРЕЛІК ДОКУМЕНТІВ, ЯКІ ВИЗНАЧАЮТЬ ПОРЯДОК ПЕРВИННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ У ГОТЕЛЯХ

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI.
2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.99 р. № 996-XIV.
3. Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» від 01.06.2000 р. № 1775-III.
4. Закон України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» від 06.07.95 р. № 265/95-ВР.
5. Закон України «Про туризм» від 15.09.95 р. № 324/95-ВР.
6. Наказ Держкомбуду України від 13.10.2000 р. № 230 «Про затвердження форм документів первинного обліку та Інструкції про порядок ведення документообігу при наданні готельних послуг у ДП «Укркомунобслуговування».
7. Наказ Мінфіну України від 30.11.99 р. № 291 «Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку та Інструкції про його застосування».
8. Перелік платних побутових послуг, на провадження діяльності з надання яких придбавається торговий патент, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2010 р. № 1258.
9. Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 15.03.2006 р. № 297.

10. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг, затверджені наказом Держтурадміністрації України від 16.03.2004 р. № 19.

11. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку «Дохід», затверджене наказом Мінфіну України від 29.11.99 р. № 290.

12. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку «Витрати», затверджене наказом Мінфіну України від 31.12.99 р. № 318.

13. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджена наказом Мінфіну України від 30.11.99 р. № 291.

14. Методичні рекомендації з планування, обліку і калькулювання собівартості робіт (послуг) на підприємствах і в організаціях житлово-комунального господарства, затверджені наказом Держкомбуду України від 06.03.2002 р. № 47.

15. Методичні рекомендації щодо впровадження національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку у сфері громадського харчування і побутових послуг, гармонізованих з міжнародними стандартами, затверджені наказом Мінекономіки України від 17.06.2003 р. № 157.

ДОДАТКОВА РУБРИКА: розробка сайту готелю

При створенні дизайну сайту готелю потрібно мати на увазі, що він буде розрахований на досить широку аудиторію. Перше, на що повинен звернути увагу клієнт, відкривши *Web*-сторінку, – це відмінний привабливий, здатний відразу ж привернути погляд. Потенційний клієнт повинен зацікавитися ним і захотіти подивитися фото готелю, дізнатися про ціни, сервіс і так далі. При цьому всі фото номерів та інтер'єру повинні відрізнятися високою якістю, тому краще доручити цю справу професіоналу. Такого правила дотримуються багато готелів світу.

Дизайн сайту повинен бути лаконічним і зручним для користувача. Цільові аудиторії для сайту готелю сильно відрізняються, тому і дизайн буде мати ряд особливостей. Дизайн повинен бути виконаний у класичному стилі – присутність стильних фотографій, кольори більш спокійні, класичні поєднання.

На сайті повинні бути відображені додаткові послуги, на яких може заробляти готель. Наприклад трансфер клієнтів (таксі від аеропорту або вокзалу, оплата якого

може бути включена у вартість номера) На сайті потрібно відзначити, що є така послуга, що її можна оплатити заздалегідь, включивши оплату у вартість бронювання.

На сайті обов'язково необхідно розмістити інформацію про діючі акції та знижки. Цим ви залучите додаткових клієнтів. Бажано залишити місце для слайдера на головній сторінці сайту, саме там інформація про акції буде найбільш помітна і приваблива.

Основним призначенням сайту є реклама готелі та бронювання її номерів за допомогою мережі Інтернет.

Метою створення сайту є полегшення отримання користувачами актуальної інформації про компанії, а також скорочення дзвінків в службу підтримки клієнтів за рахунок системи онлайн бронювання. Цільова аудиторія сайту – це особи, старші 18 років.

Основне завдання – сайт повинен надавати користувачам доступ до інформації про готель, його діяльність, діючі проекти, акції, а також новини і події.

Загальний термін робіт по створенню сайту «Готель», складає до 30 днів, включаючи створення оригінал-макетів, флеш-заставки, верстка шаблону і розробка повного статичного прототипу сайту, програмування динаміки та підключення системи управління контентом згідно технічного завдання. У тому числі:

- розробка концепції сайту, інформаційне проектування;
- розробка ескізу базового дизайну;
- створення працюючого шаблону сайту, включаючи повну розробку «візуалу», посилання, інтерактивні елементи, флеш-заставки для першої сторінки сайту;
- програмування на базі системи керування контентом *Joomla*;
- підготовка, редагування, верстка та налаштування контенту сайту під пошукові системи;
- публікація сайту на сервері, тестування, оптимізація сайту для пошукових системах і каталогів.

В ході розробки сайту для готелю необхідно врахувати деякі моменти:

- унікальність і різноманітність контенту;
- оригінальність дизайну, але не надмірна химерність;
- досить великий бюджет сайту;
- створення версій на декількох мовах (мінімум 2 – 3);
- наявність якісних матеріалів (світлин, відео, текстів).

Головне полягає у тому, що проектувати, оформляти сайт та підтримувати його в майбутньому повинні тільки зарекомендували себе фахівці.

Технологічні вимоги до сайту:

- сайт розробляється під стандартне дозвіл екрану;

- коректне відображення браузером *Internet Explorer, Netscape Navigator, Mozilla Firefox, Opera*;
- використання фірмових кольорів і логотипу компанії.

Система управління контентом сайту повинна забезпечити адміністратору сайту можливість виконання наступних дій:

- додавання, редагування та видалення текстів і зображень;
- управління відображенням новин та інформації про акції та послуги;
- редагування списку вільних номерів та їх цін;
- додавання нових фотографій;
- управління дизайном.

Для початку необхідно звернути увагу на те, які функції може і повинен виконувати сайт:

- візитна картка готелю, інструмент просування бренду, виконує *PR* – функції;
- інструмент бронювання / продаж послуг готелю;
- інструмент маркетингових досліджень
- засіб взаємодії з клієнтами (форум, зворотний зв'язок).

Головна сторінка є основною точкою входу на сайт. Вона містить графічну частину, флеш-презентацію, основну навігацію, а також контентну область. На ній повинні добре проглядатися телефони та адресу готелю. Головна сторінка оформляється колажем з використанням фірмових кольорів. Графічна частина і флеш-презентація відображається у вигляді широкої горизонтальної шапки, зліва міститься основна навігація сайту. В оформленні сторінки повинен використовуватися слоган, наприклад: «Гостинність – наша професія».

Стандартний сайт готелю може складатися із таких розділів:

- розділ «Наші номери і ціни» – надання списку номерів готелю, їх ціни і зайняті вони чи ні;
- розділ «Послуги та розваги» – відображення списку послуг, що надаються готелем, а також список розважальних місць;
- розділ «Акції і спеціальні пропозиції» – відображення діючих акцій та спеціальних пропозицій готелі;
- розділ «Як дістатися» – надання картки, за якою можна знайти різні шляхи, якими можна дістатися до готелю;
- розділ «Фото» – відображення фотографій готелі, з допомогою яких можна залучити нових відвідувачів;
- розділ «Новини» – надання відвідувачам сайту списку новин у форматі: дата новини, заголовок, зміст. Останні новини завжди додаються вгору списку;

- розділ «Відгуки та пропозиції» – в цьому розділі відвідувач сайту може відправити свої відгуки та пропозиції по електронній пошті у форматі: дата, ім'я, *e-mail*, текст відгуку;
- розділ «Контакти» – надання відвідувачам сайту електронної пошти, за якою можна зв'язатися з готелем, її контактні телефони, індекс і адреса.

Крім таких розділів, як головна сторінка і фотогалерея з відомостями про готелі, потрібні і деякі інші розділи з певним наповненням. Приміром, вартість номерів, новини, кафе, додаткові послуги, бронювання та інше. Також обов'язково повинна бути контактна інформація.

Схематично зміст сайту готелю представлений на *рис. 2.6*.

Готельні сайти мають ряд своїх особливостей, і мультимовність – одна з них. Сайт повинен бути переведений принаймні на англійську мову(офіційно визнану другою мовою в більшості країн світу).

Сайт готелю повинен бути інтерактивним. Для цього необхідно.

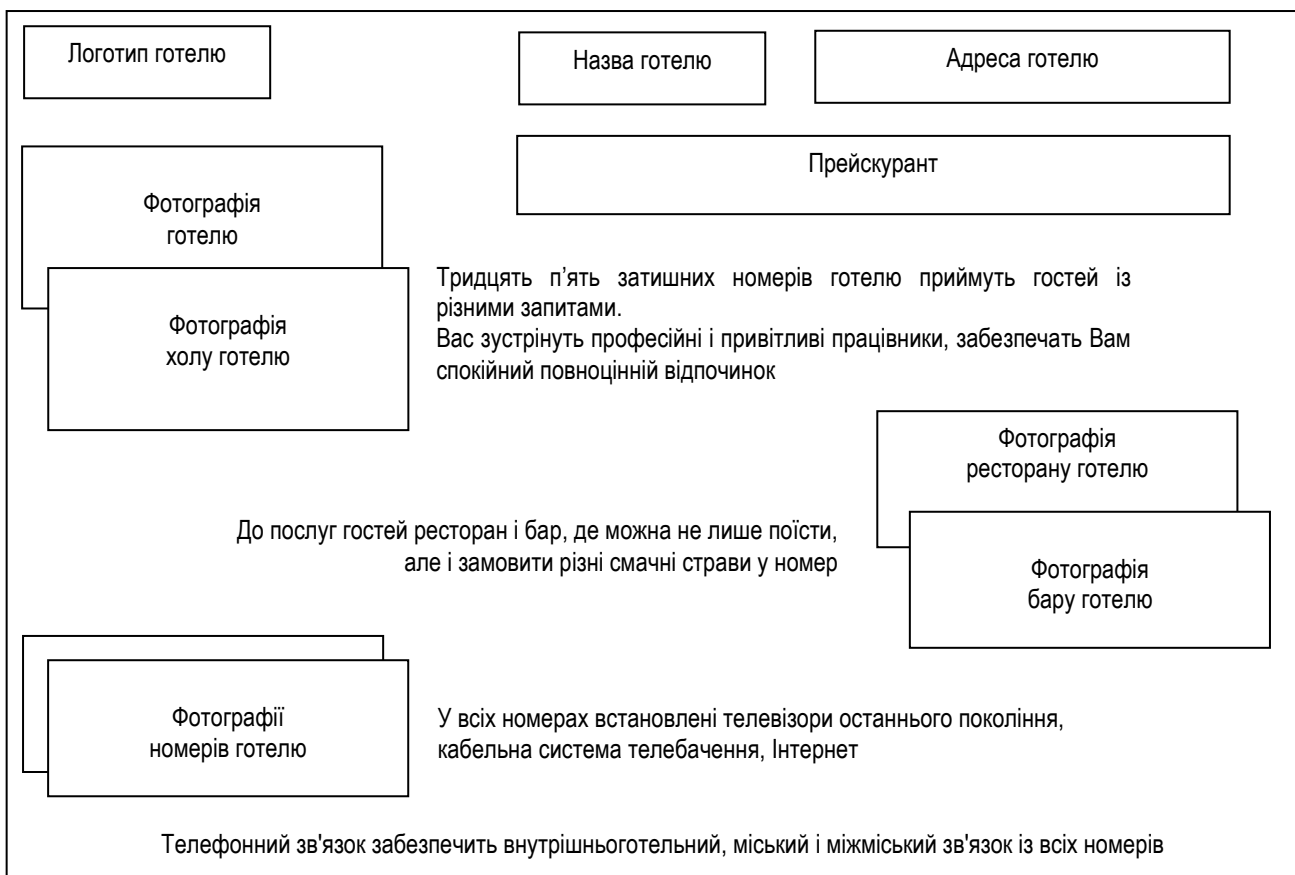


Рис. 2.6. Приклад формування сайту готелю

1. Створити список поширених питань. Це додасть готелю позитивний образ і буде мотивувати гостей зробити закладку і повернутися на сторінку готелю ще раз.

2. Використовувати форми «запит інформації» або «поставити питання». Якщо у гостя виникне питання, він зможе відправити вам його через подібну форму. Але важливо швидко реагувати на такі повідомлення, в іншому випадку ви заробите негативний імідж. І втратите клієнтів.

3. Проводити конкурси. Подібні заходи кажуть відвідувачам: ці люди не тільки займаються бізнесом, але ще й отримують задоволення від своєї роботи.

4. Реалізовувати віртуальні тури. Це гарна можливість показати клієнтам всі принади готелі практично наживо. Це можливість прогулятися по номеру, зайти в ресторан, побачити всі подробиці і найдрібніші деталі.

5. Представляти гостьову книгу. Використовуються інструменти для спілкування з клієнтами та партнерами. Так само позитивні відгуки і обговорення спонукають потенційних клієнтів вибрати цей готель.

6. Використовувати *Skype* або аналогічні Інтернет-сервіси голосового обміну інформацією.

7. Створення сторінки-представництва готелю в соціальних мережах. Не варто недооцінювати значимість цих мереж у сучасному світі. Обмін досвідом і враженнями серед клієнтів у таких мережах дуже високий.

Система бронювання – це один з ключових елементів сайту. Саме зручна і продумана система бронювання є останнім кроком на шляху вибору готелю. І якщо, визначившись з готелем, людина не зможе розібратися з цією системою, або ж вона некоректно спрацює, можна втратити гроші. Для цього на сайті необхідно створити спеціальний модуль бронювання. Його можна створити самостійно або ж скористатися послугами однієї з компаній, які займаються *on-line* бронюванням. Головна вимога до подібних модулів – простота і доступність.

Сайт готелю використовується для отримання інформації. Це самий низьковитратний спосіб вивчення ринку і купівельних переваг. На сайті можна проводити опитування, виявляти реакцію споживачів на різну інформацію.

Обов'язково на сайті повинно бути зазначено:

- про готель – загальний опис, історія, особливості, позиціонування, географічне розташування;
- опис готельних номерів з фотографіями;
- розцінки на різні категорії номерів;
- які надаються готельні послуги (*room-сервіс*, трансфер, доставка квитків і т. д.);
- ціни на послуги, про спеціальні пропозиції – опис і розцінки на спец. пропозиції (*weekend-ціни*, знижки на довге перебування, пакети для молодят і т. д.);

- опис ресторану, особливості кухні, витяги з меню і карти бару;
- повна контактна інформація.

Перше, на що звертає увагу відвідувач сайту, це на світлини. Потім йде ціна, потім ухвалення рішення про бронювання. І якщо світлини відвідувача зацікавили, а ціна влаштовує – він бронює готель.

Головна функція світлин готелю – це задати настрій, показати родзинку, а не втиснути всі предмети інтер'єру в один кадр. Помилка багатьох готелів – небажання проводити фотосесії. Аматорські світлини порожніх номерів, з кривою перспективою і засвіченими деталями не зроблять готель більш привабливим. Якісні світлини будуть корисні не тільки на сайті, але і в друкованій рекламі, і на телебаченні.

Дизайн сайту – це перше, що кидається в очі відвідувачу сайту і відразу ж створює певний настрій.

Використовуючи різні шаблони, ви можете зробити ваш сайт шикарним і респектабельним, відразу давши зрозуміти, на яку категорію гостей розрахований готель. Застосувавши сонячні яскраві кольори, підкреслити молодіжну спрямованість вашого готелю. Спокійний дизайн в теплих тонах здатний надати сайту і готелю атмосферу домашнього затишку. Тому важливо заздалегідь продумати, який саме настрій ви хочете передати через дизайн сайту, яку категорію відвідувачів залучити.

Крім того, сайт повинен бути функціональним. Відвідувач повинен на інтуїтивному рівні зрозуміти, на яку сторінку йому треба зайти, щоб забронювати номер або отримати необхідну інформацію.

Не варто перевантажувати сайт анімацією і спеціальними ефектами, постійне миготіння на екрані створює негативне враження

Стилістичне оформлення сайту має відповідати стилю готелю і використовувати його колірні схеми, графічні елементи (логотип) та шрифти. Дизайн сайту повинен бути барвистим – на сайті повинні бути присутніми фотографії радісних людей, різних барвистих місць готелі і т. д. Дизайн сайту повинен бути лаконічним і в той же час виглядати «дорого», стильно, сучасно. Основними шрифтовими гарнітурами цього стилю є гарнітури *Arial*, *Calibri* *Times New Roman*. Розмір шрифту повинен забезпечувати зручність сприйняття тексту при мінімально допустимому розмірі екрану. Сайт повинен представляти інформацію на двох мовах – українською та англійською.

Основні ключові слова, за якими сайт повинні знаходити по запитах в пошукових системах і Інтернет-каталогах це «готель», «готель у Закарпатті», «Львів-тур».

Оновлювати сайт готелю необхідно хоча б два рази на місяць. Занедбані сайти з неактуальною інформацією відразу відштовхують відвідувачів.

Для просування сайту його необхідно зареєструвати в головних пошукових сайтах і каталогах Інтернету з використанням ключових пошукових слів.

Для рекламної «розкрутки» сайту готелю як правило використовують:

- реєстрацію у пошукових системах і рейтингах, обмін посиланнями, внесення у текст і заголовки ключових слів (подорожі, туризм, тур тощо);
- розміщення платних посилань на популярних *Web*-серверах;
- зазначення адреси електронної пошти та сайту у всіх рекламних зверненнях, листах, на візитках і т. д.

Реєстрація сайту в пошукових системах Інтернету дозволяє використовувати їх бази даних для надання інформації користувачеві. Підвищити відвідуваність сайту можна, використовуючи банерну рекламу на інших сайтах.

КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. У чому полягає сутність і зміст організації готелю?
2. Які принципи формування організаційної структури готелів?
3. Визначте загальна характеристика організації діяльності готелю.
4. У чому полягає типологія готелів?
5. У чому полягає класифікація готелів?
6. Сформулюйте загальні положення функціонально-планувальної організації готелю.
7. У чому полягає функціонально-планувальна організація житлових приміщень готелю?
8. У чому полягає функціонально-планувальна організація нежитлових приміщень готелю?
9. У чому полягає функціонально-планувальна організація інтер'єру готелю?
10. У чому полягає організація документообігу при наданні готельних послуг?
11. Як відображаються в бухгалтерському обліку операції надання готельних послуг?

12. Наведіть перелік документів, які визначають порядок документообігу у готелях.

Розділ 3

ТЕХНОЛОГІЧНІ ПРОЦЕСИ ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ У ГОТЕЛІ

Структура розділу

- 3.1. Основи технології готельного обслуговування.
- 3.2. Організація процесів готельного обслуговування.
- 3.3. Організація процесу закупівлі товарів.
- 3.4. Організація процесу професійного прибирання приміщень готелю.
- 3.5. Організація безпеки гостей готелю та збереження їх майна.

Ключові моменти розділу

1. Поняття технології готельного обслуговування.
2. Технологічний цикл обслуговування гостей готелю.
3. Інструменти аналізу результатів контролю якості готельних послуг.
4. Бронювання готельного номеру.
5. Прийом і розміщення гостей.
6. Обслуговування гостей на поверхах.
7. Харчування гостей готелю.
8. Надання додаткових готельних послуг.

9. Організація від'їзду гостя із готелю.
10. Функції і завдання матеріально-технічного постачання.
11. Організація процесу закупівлі товарів за принципом «день за днем».
12. Управління відносинами з постачальниками.
13. Специфіка організації прибиральних робіт у готелі та контролю їх якості.
14. Санітарно-гігієнічні вимоги до утримання приміщень готелю.
15. Завдання, функції і структура служби безпеки готелю.
16. Технологія роботи служби безпеки у готелі.

У результаті вивчення розділу ви:

визначите сутність технології і технологічного циклу готельного обслуговування;
знатимете інструменти аналізу результатів контролю якості готельних послуг.
визначите зміст технологічних процесів обслуговування гостей готелю;
визначите зміст організації процесу закупівлі матеріальних цінностей;
визначите зміст організації процесу професійного прибирання приміщень готелю;
визначите зміст організації безпеки гостей готелю та збереження їх майна.

3.1. ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ І ТЕХНОЛОГІЇ ГОТЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

ПОНЯТТЯ ТЕХНОЛОГІЇ ГОТЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

■ **Технологія** – це комплекс наукових і інженерних знань, які втілені у способах і засобах праці, наборах матеріально-речових факторів виробництва, видах їх поєднання для створення певного продукту чи послуги.

На даний час технологію розглядають як цілісну динамічну систему, що включає в себе засоби праці, операції, процедури, правила, стандарти, еталони і норми технологічної діяльності, управління технологічним процесом, необхідну для цього інформацію і знання, енергетичні, сировинні, кадрові й інші ресурси, а також сукупність її економічних, соціальних, екологічних та інших наслідків, що певним чином впливають на середовище такої системи.

■ **Технологічний процес** – це послідовність технологічних операцій, які необхідні для виконання певного виду робіт.

Технологічний процес розділяється на технологічні операції, які характеризуються постійністю предметів, засобів праці, працівників-виконавців і які

охоплюють всі дії по обробці предмету праці даного виду, на одному робочому місці у певний робочий час. Технологічна операція – це основна одиниця розділення праці у технологічному процесі, організації праці, плануванні, нормуванні та обліку праці.

Важливе місце займає організаційно-технологічна підготовка готельного обслуговування.

■ **Організаційно-технологічна підготовка готельного обслуговування** – це комплекс технологічних операцій, процедур і видів робіт, спрямований на розробку і реалізацію технологічних процесів обслуговування, системи організації і оплати праці персоналу готелю, матеріально-технічного забезпечення діяльності готелю, нормативної бази внутрішнього планування з метою створення необхідних умов реалізації готельних послуг.

Більшість робіт з організаційно-технологічної підготовки готельного обслуговування регламентовані державними, галузевими стандартами і стандартами готельних господарств.

Організаційно-технологічна підготовка готельного обслуговування підрозділяється на декілька стадій, які наведені у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Зміст організаційно-технологічної підготовки готельного обслуговування

Стадія	Зміст стадії
Розробка проекту організації основного процесу обслуговування	Вибір форми організації процесу обслуговування. Визначення ресурсів, необхідних для організації процесу обслуговування. Розробка чи удосконалення системи оперативного планування обслуговування
Розробка проекту допоміжних процесів обслуговування	Складання схеми внутрішнього товароруку (склади, транспорт, служба технічної експлуатації і ремонту тощо). Вибір і встановлення необхідних засобів складського зберігання, тари, транспортування, ремонтного і експлуатаційного обслуговування тощо
Розробка системи організації і оплати праці персоналу готелю	Створення раціонального проекту розділення і кооперації праці. Розробка проекту організації трудового процесу, організації робочих місць, організації режиму праці і відпочинку. Підготовка і перепідготовка кадрів.

	Вибір і обґрунтування системи оплати праці персоналу готелю, у тому числі при розробці нових видів готельних послуг. Розробка системи преміювання персоналу готелю
Створення нормативної бази для внутрішнього техніко-економічного і оперативно-виробничого планування діяльності готелю	Розрахунок матеріальних, трудових й інших нормативів. Калькулювання собівартості готельних послуг і встановлення цін на нові послуги

До числа найбільш важливих вимог комплексної організаційно-технологічної підготовки готельного обслуговування відносять соціально-психологічну підготовку.

■ **Соціально-психологічна підготовка готельного обслуговування** – це система заходів, яка спрямована на організацію пропаганди економічних, психологічних і соціальних наслідків від реалізації готельних послуг для колективу готелю, а також для його гостей.

Головним завданням соціально-психологічної підготовки готельного обслуговування є створення умов не лише виключення опозиційного відношення персоналу готелю і його гостей (виникнення психологічного бар'єру), до нових готельних послуг та технологій їх реалізації, але і для зацікавленості всього колективу готелю у найбільш швидкому їх впровадженні.

У сфері гостинності технологія обслуговування відноситься до найбільш важливих факторів, які впливають на якість процесів обслуговування, фінансово-економічну ефективність функціонування готелю та управління ним. Організація технології обслуговування у готелі є стандартною для такої категорії підприємств, хоча у кожному готелі, відповідно до його розмірів, структури організації, категорії і орієнтації на ринковий сегмент, технологічному процесу обслуговування характерна певна особливість.

У ході обслуговування зростають витрати на реалізацію його процесу і відповідно зростає додана цінність послуги. За таким, основна мета технології обслуговування полягає у доданні цінності послуг при найменших витратах на кожному етапі.

Якість послуги (результату обслуговування) адекватна якості всього процесу обслуговування, тому витрати на цей процес повинні бути менше чи дорівнювати доданій цінності послуги для споживача (рис. 3.1).

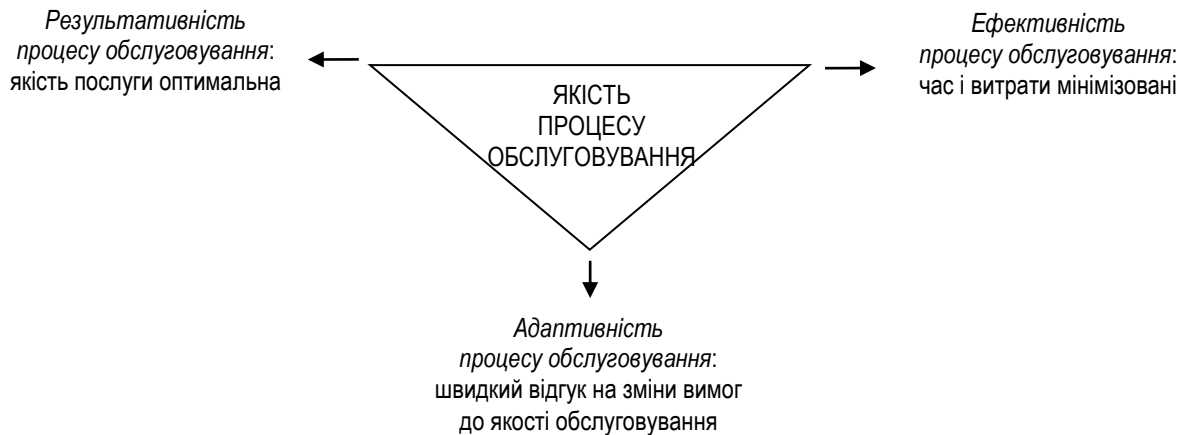


Рис. 3.1. Основні характеристики якості процесу обслуговування

Результативність процесу обслуговування відображає ступінь відповідності наданої послуги проектованій. Якщо всі послуги без дефектів і відхилень і їх цінність відповідає вимогам споживача, то це означає, що результативність процесу обслуговування висока. Результативність процесу обслуговування оцінюється: якістю послуги, пунктуальністю і часом її виконання.

Ефективність процесу обслуговування – це характеристика ступеню використання необхідних для реалізації такого процесу ресурсів. Як правило ефективність обслуговування оцінюють через витрати часу і ресурсів, тобто через продуктивність і собівартість виробництва і реалізації послуги. Підвищення ефективності процесу обслуговування досягається мінімізацією витрат і підвищенням швидкості його виконання.

Адаптивність процесу обслуговування (гнучкість, еластичність, здатність до адаптації) – це пристосованість до змін середовища, у якому реалізується процес і залежить від зовнішніх і внутрішніх причин. Гнучкість, адаптивність процесу обслуговування характеризується швидкістю відгуку процесу на зміни вимог ринку чи споживача.

Характеристики якості процесу обслуговування представлені на *рис. 3.2*.

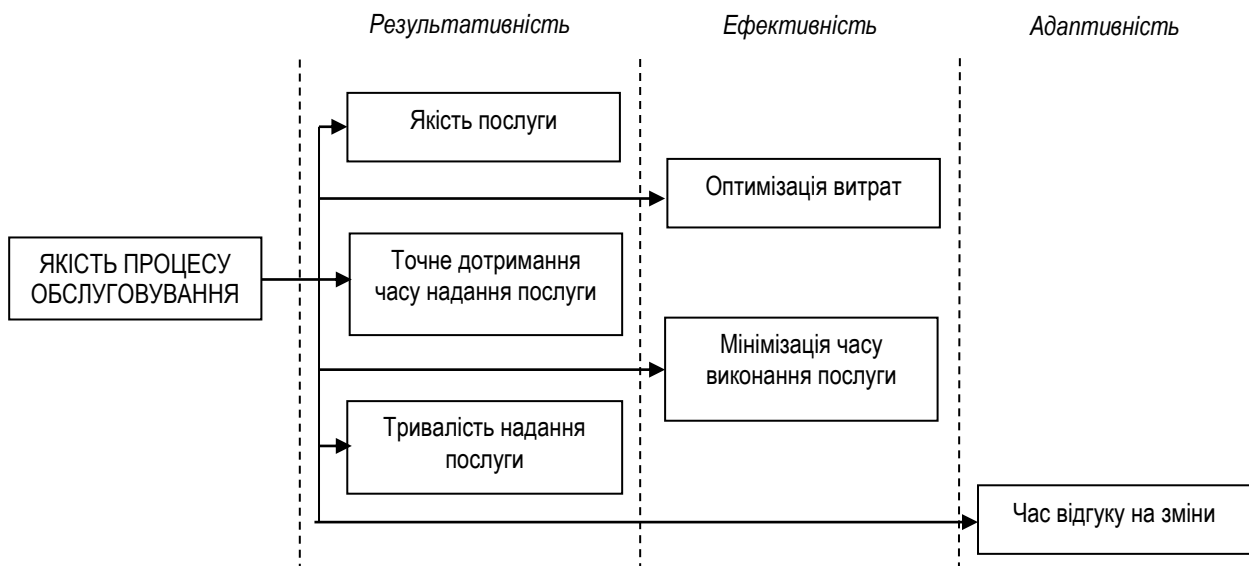
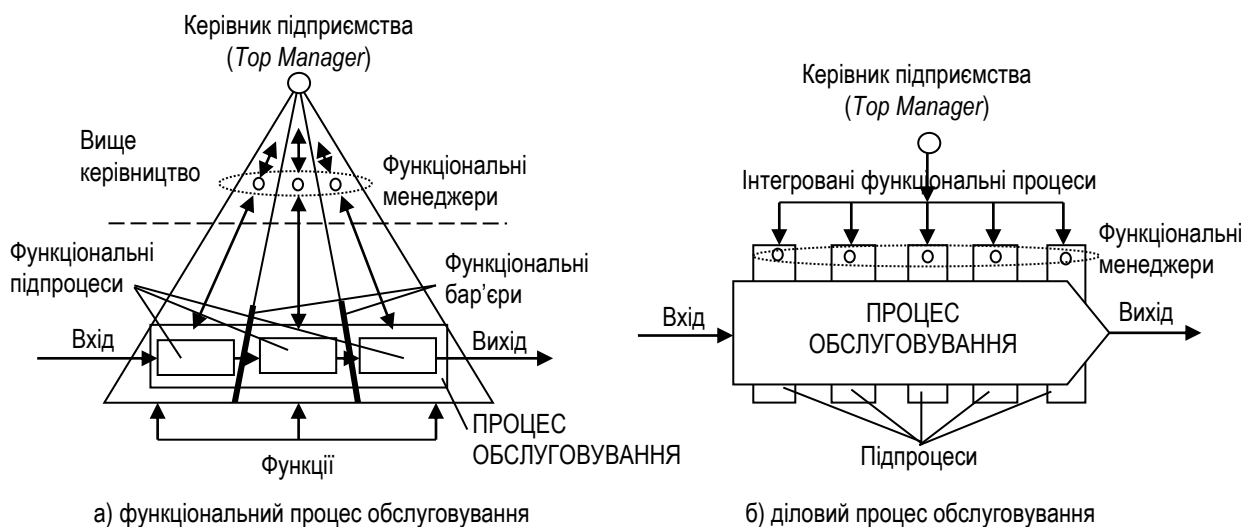


Рис. 3.2. Основні характеристики якості процесу обслуговування

Процеси обслуговування можуть бути трьох видів:

- індивідуальний процес, який виконується окремим працівником;
- функціональний (вертикальний) процес, який відбиває діяльність підприємства по вертикалі взаємодії керівників, підрозділів і персоналу підприємства (*рис. 3.3 а*);
- діловий (горизонтальний) процес, який відбиває горизонтальні зв'язки і взаємодії структурних підрозділів підприємства (*рис. 3.3 б*).



а) функціональний процес обслуговування

б) діловий процес обслуговування

Рис. 3.3. Схеми процесів обслуговування

Ланцюжок інтегрованих процесів фактично складає собою послідовний ряд постачальників і споживачів. При цьому вимоги до кожного наступного процесу чи операції обумовлює вимоги до попереднього процесу чи операції. Таким чином, вимоги до кожного одиничного інтегрованого процесу, який входить у загальний інтегрований (діловий, горизонтальний) процес, повинні визначатися вимогами до кінцевого результату, а також вимогами наступного функціонального процесу у ланцюгу.

ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ЦИКЛ ГОТЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

Технологія обслуговування у сфері гостинності – це важливий фактор, що обумовлює вплив на якість процесу обслуговування, на фінансово-економічну ефективність функціонування, процес управління готельним підприємством. Організація технологічного циклу обслуговування в готелях є стандартною, одночасно в кожному підприємстві відповідно до розмірів, структури організації, категорії, типу (орієнтація на ринковий сегмент) технологічний процес характеризується певною ідентичністю.

Технологічний цикл обслуговування клієнта – це уніфікований стандартний обсяг послуг з певною послідовністю надання, яким має намір скористатися клієнт і пропонує засіб розміщення під час перебування клієнта в готелі. Він складає собою повторюваний закінчений замкнутий процес, який переводить мету (задоволення потреб споживача) у певний планований результат (продукцію, предмет і об'єкт).

Перелік послуг, їх якість, у технологічному циклі можуть бути досить варіативними, однак основні етапи, послідовність головних надання послуг на кожному етапі завжди забезпечується в певній послідовності.

■ **Технологічний цикл обслуговування споживачів** – це ряд послідовних стадій, починаючи від вимог споживача і закінчуючи їх виконанням (ISO 9000:2000).

У загальному випадку технологічний цикл обслуговування можна описати законами теорії циклів, яка вивчає закономірності у процесах «життя» різного типу систем.

Закон структури. Він визначає спосіб організації та забезпечення єдності стадій циклу обслуговування. Зв'язки між стадіями циклу обслуговування є суттєвими і необхідним. Послідовність виконання стадій, вимоги до ефективності і рівня якості кожної стадії, повторюваність вимог до стадій обслуговування, до оформлення документації, пріоритетність стадій є складовими закону структури циклу обслуговування.

Закон функціонування. Він вказує на визначальну роль початкових стадій циклу обслуговування, а також відбиває взаємообумовленість різних стадій.

Закон розвитку. Він характеризує відповідність стадій циклу обслуговування один одному, а також перехід від однієї системи взаємовідносин до іншої на різних стадіях обслуговування.

Використовуючи ці закони у сукупності, можна оптимізувати цикл обслуговування як єдине ціле.

Технологічний цикл готельного обслуговування умовно ділять на чотири етапи.

Перший етап: до прибуття гостя у готель – бронювання (*Reservation*) номеру. Він розпочинається з моменту першого контакту потенційного гостя з персоналом готелю задовго до його приїзду. Спілкування здійснюється через телекомунікаційні засоби і пов'язується з можливістю попереднього замовлення (бронювання) послуг готелю. Інформація про можливість бронювання номерів (місць) може надходити з різних джерел.

Постійні джерела заявок на бронювання надходять від туристичних агентів з продажу, компаній, фірм, які організують виставки, конференції, семінари, а також від промислових і інших компаній. До постійних джерел бронювання також належить централізоване бронювання (*Global Distribution System – GDS*).

В процесі першого контакту потенційний гість отримує від працівника готелю важливу інформацію про структуру послуг, розташування готелю, тарифи та ін.

Попереднє спілкування завершується внесенням працівником служби рецепції заявки гостя в журнал реєстрації календарного бронювання номерів (місць) та обліку клієнтів в готелі. З цього моменту починається офіційний початок гостьового циклу обслуговування клієнта в готелі. Журнал реєстрації заявок на бронювання номерів (місць) та обліку гостей в готелі крім прогнозування і планування обсягів завантаження

готелю призначений для раціонального розподілу на перспективу затрат зусиль і ресурсів у створенні готельного продукту, руху фінансових ресурсів, визначення необхідної кількості штатних працівників та ін.

Протягом першого етапу технологічного циклу обслуговування здійснюється остаточна підготовка готелю до прийому гостя:

- підтверджується факт гостя приїзду;
- уточнюється термін прибуття гостя у готель;
- визначається необхідність трансферу (якщо передбачено в послугах готелю);
- пропонуються екскурсійні послуги з ознайомлення з культурно-історичними особливостями міста.

Другий етап: прибуття гостя в готель (*Arrival*), реєстрація (*Check in Procedure*) і розміщення клієнта (*Accommodation*). Він пов'язується із зустріччю гостей на вокзалі, аеропорту, трансфер в готель, реєстрацією та розміщенням гостя в готелі.

Зустріч гостей і трансфер в готель відіграють важливу психологічну і анімаційну функцію, адже перші враження від контакту з персоналом, містом, готелем яскравіше і довше запам'ятовується клієнтами. Разом, зустріч і трансфер менше стомлюють гостей. Важливий момент в готельному бізнесі: занадто втомився, незадоволений клієнт – це втрачені гроші від невикористання їм додаткових послуг готелю. У процесі трансферу важливим є надання гостю інформації про особливості стану готелю важливих об'єктів соціально-культурної, ділової інфраструктури міста. На цьому етапі здійснюється попередня оплата за проживання і заздалегідь визначені додаткові і супутні послуги готелю. Таким чином, ця фаза відіграє одночасно важливі інформаційну, адаптаційну та комунікаційну функції.

Третій етап: проживання (*Staying*) та обслуговування гостя в готелі.

Незалежно від функціональних характеристик, будь-яке готельне підприємство повинно ставити перед собою головну мету – протягом усього часу перебування в ньому гостей наблизити умови проживання клієнта в домашніх, створити умови для ефективної роботи, відпочинку, розваг.

У готелях з високим рівнем обслуговування обов'язковим є наявність бізнес-центру, бюро обслуговування, оздоровчого центру, послуг пропозиції автотранспорту та ін.

Раціонально побудований процес обслуговування гостей, професіоналізм персоналу – це своєрідні інвестиції на перспективу в готельному бізнесі, адже згодом вони окупляться фінансово під час повторного візиту клієнтів, можливо їх родичів, знайомих залучених позитивним відгуком про належний рівень сервісу.

Четвертий етап: виїзд (Departure), остаточна оплата гостем послуг готелю. Він пов'язується з повним розрахунком клієнта за проживання і надані додаткові платні послуги. При остаточному розрахунку необхідно перевірити точність рахунку, переглянути разом з клієнтом відповідність всіх нарахунків за термін його перебування в готелі. Необхідно завжди звернути увагу гостя перевірити правильність нарахування суми. Якщо була допущена помилка, необхідно внести відповідні зміни і вибачитися перед гостем. Підтвердженням правильності рахунку є його підпис.

Досить часто цей етап пов'язується з трансфером гостей на вокзал. Впровадження цієї послуги в готельному бізнесі стимулює гостей повторно відвідати засіб розміщення завдяки комфортності, індивідуальному підходу у процесі надання послуг.

ІНСТРУМЕНТИ АНАЛІЗУ РЕЗУЛЬТАТІВ КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Метод розгортання функції якості (*Quality Function Deployment – QFD*)

Введений у кінці 60-х рр. ХХ ст. японським професором Й. Акао, і був застосований половиною із 135 найбільш великих японських виробників до кінця 80-х рр. ХХ ст.

Метод розгортання функції якості послуги – це включення якості, технології та витрат у виробництво й реалізацію послуги таким чином, щоб технологічні особливості послуги надавали споживачам очікувані вигоди чи задоволення.

Такий метод використовує концепцію позиціонування та перетворює її у кінцеву послугу, параметри якої конкурентно переважають обрані у роботі параметри диференціації. Також передбачається об'єднання специфікацій такої послуги із специфікаціями відповідного виробничого процесу (рис. 3.4).

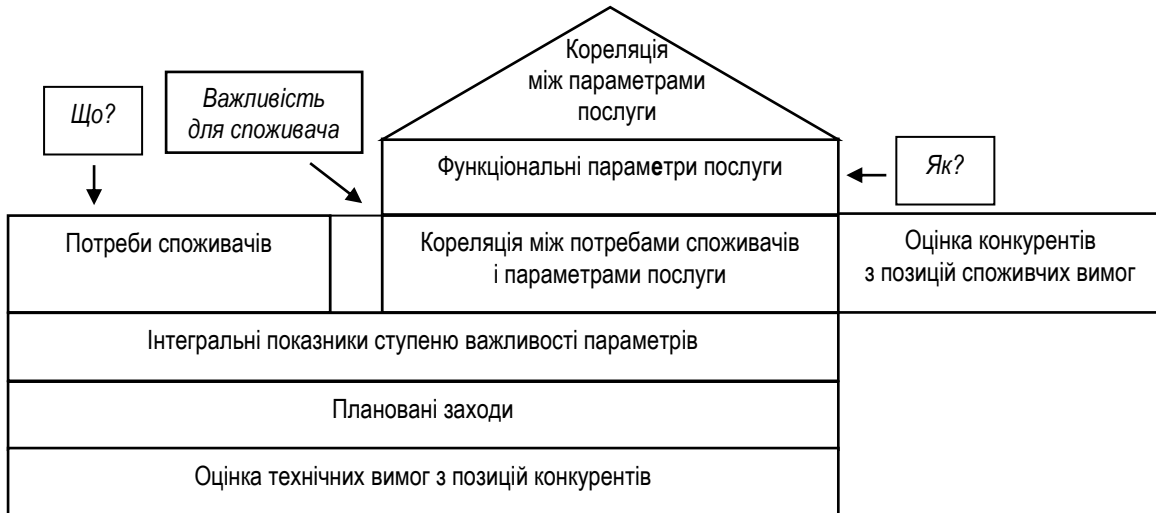
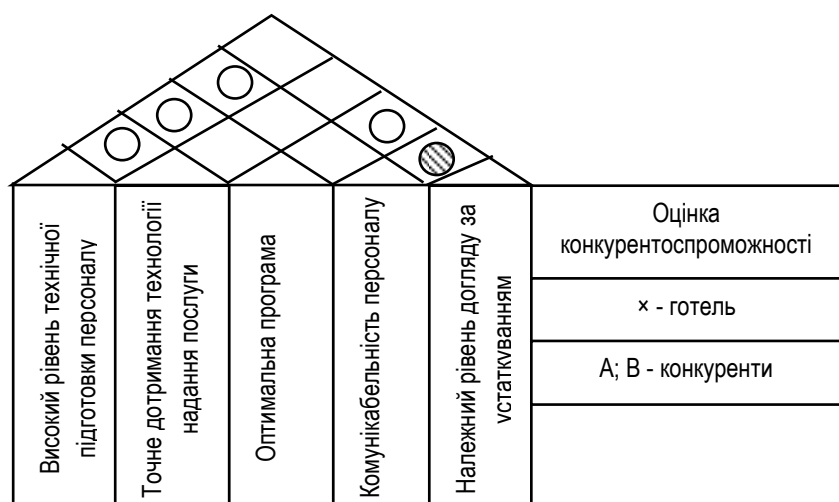


Рис. 3.4. Загальна структура матриці розгортання функції якості послуги («будинок якості»)

Основна мета використання матриці розгортання функції якості послуги – це встановлення відповідності між потребами споживачів (тобто відповіддю на питання «Що?») і тим, за допомогою чого вони задовольняються (тобто відповіддю на питання «Як?»). «Дах» будинку якості відображає ступінь кореляції між параметрами послуги, а права частина матриці дозволяє оцінити успішність задоволення потреб й вимог споживачів відносно конкурентів чи найкращих досягнень у такій сфері.

На рис. 3.5 представлений приклад розгортання функції якості може переводити думку клієнтів у процес управління якістю послуги гостинності.



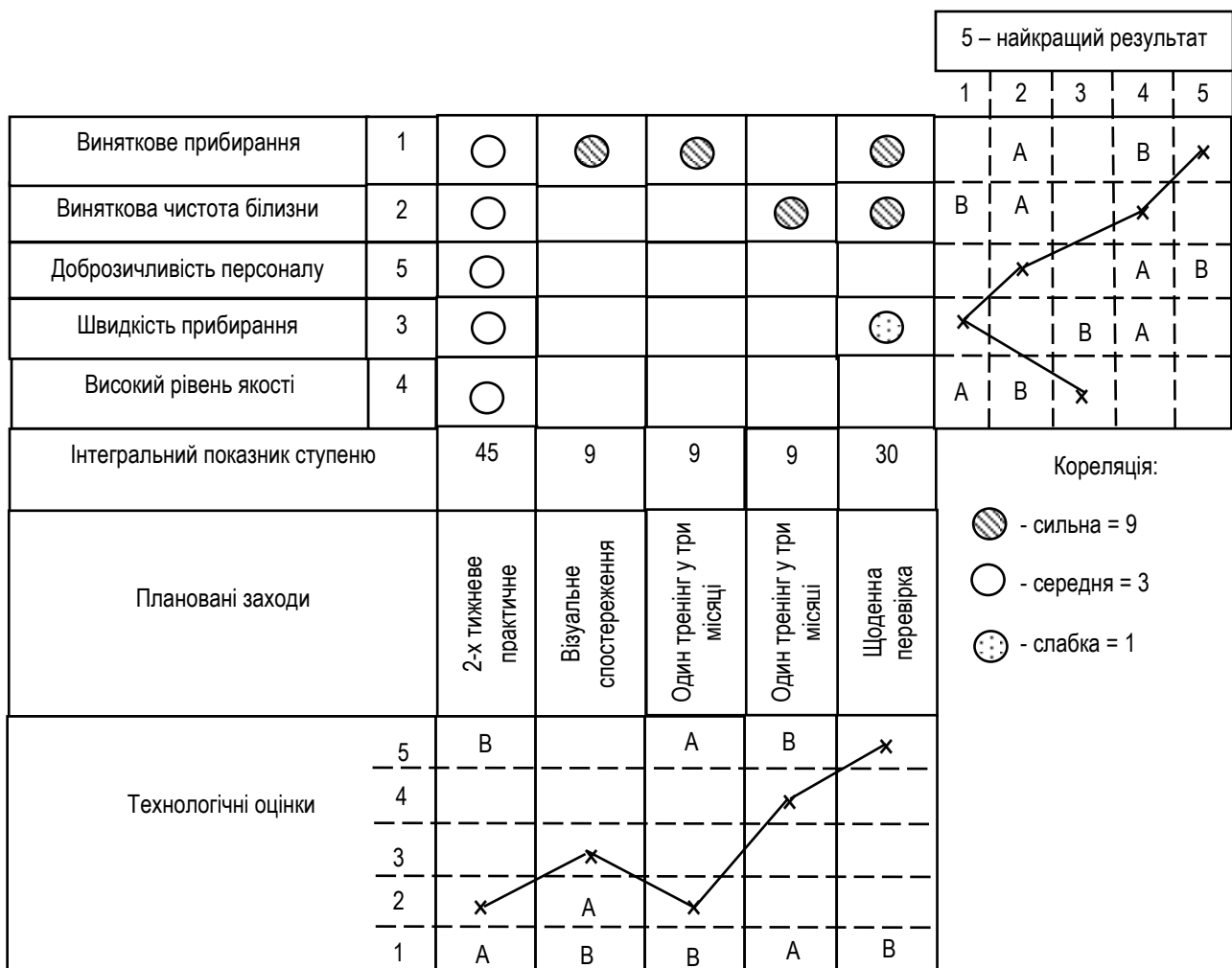


Рис. 3.5. Приклад матриці розгортання функції якості для готелю

На матриці видно, що найбільш важливим, з позиції клієнтів готелю, є таких критеріїв якості:

- виняткова чистота білизни;
- виняткове прибирання номеру;
- доброзичливість персоналу;
- швидкість прибирання номеру;
- високий рівень обслуговування.

Опит клієнтів показав, що для них важливим є не лише ступінь чистоти номеру, але і доброзичливість персоналу, який обслуговує номерний фонд готелю. Як видно із матриці, по ступеню важливості даний критерій стоїть на п'ятому місці. Рівню якості

обслуговування клієнти готелю присвоїли четверте місце. На третьому місці – швидкість прибирання номеру, на другому – чистота білизни. На першому місці – чистота номеру.

Процес розгортання функції якості послуги рухається у напрямку від цінності послуги для споживача до вимог, які пред'являються до самої послуги, далі до встановлення модульної структури процесу і потім до виробництва і технічних умов процесу. Все, що відноситься до виробничих аспектів, проявляється у процесі розгортання функції якості. Така функція у сфері послуг включає в себе моделювання людської поведінки. В матриці розгортання функції якості змодельований елемент «вигода × характеристика» для будь-якої послуги замінюється конкретним видом діяльності, що виконується особою, яка надає послугу.

Для ефективного задоволення п'яти основних вимог гостей готель має можливість оперувати п'ятьма параметрами, які представлені у стовпчиках матриці. Це підвищення рівня підготовки персоналу, дотримання технології надання послуг, оптимальна програма надання послуги, справність устаткування, рівень якості обслуговування. Із матриці видно, що між найбільш важливим критерієм якості послуг, які надаються готелем – винятковим прибиранням номеру і високим рівнем підготовки персоналу існує залежність (кореляція) середнього рівня. Аналогічна ситуація спостерігається і з другим по важливості критерієм – чистотою білизни. Швидкість прибирання номеру має слабку взаємодію із рівнем піклування про робочий стан устаткування. Якість прибирання номеру у значній мірі залежить, по-перше, від дотримання технології надання послуги; по-друге, від догляду за устаткуванням, і в меншій мірі – від рівня підготовки персоналу.

Представлена методика дозволяє визначити інтегральний показник ступеню важливості параметрів послуги з позицій їх впливу на рівень задоволення потреб споживачів. Такий показник визначається шляхом коригування значення ступеню важливості для споживача виділених критеріїв якості послуги на коефіцієнт кореляції.

Метод діаграмного проектування готельної послуги

У сфері готельного обслуговування споживчі вигоди та саме задоволення потреб споживачів як правило відбувається у момент двосторонньої взаємодії споживача і виробника / продавця послуги. Тому найбільш простий спосіб ідентифікації споживчої «корзини вигод», які містяться у готельній послугі як специфічному товарі – це створення

діаграми процесу управління взаємодією продавця і споживача. Метод діаграмного проектування (*blue-printing*) був запропонований Л. Шостаком.

Діаграмне проектування послуги – це схематичне зображення системи управління обслуговуванням споживачів і процесів, які відбуваються в ній.

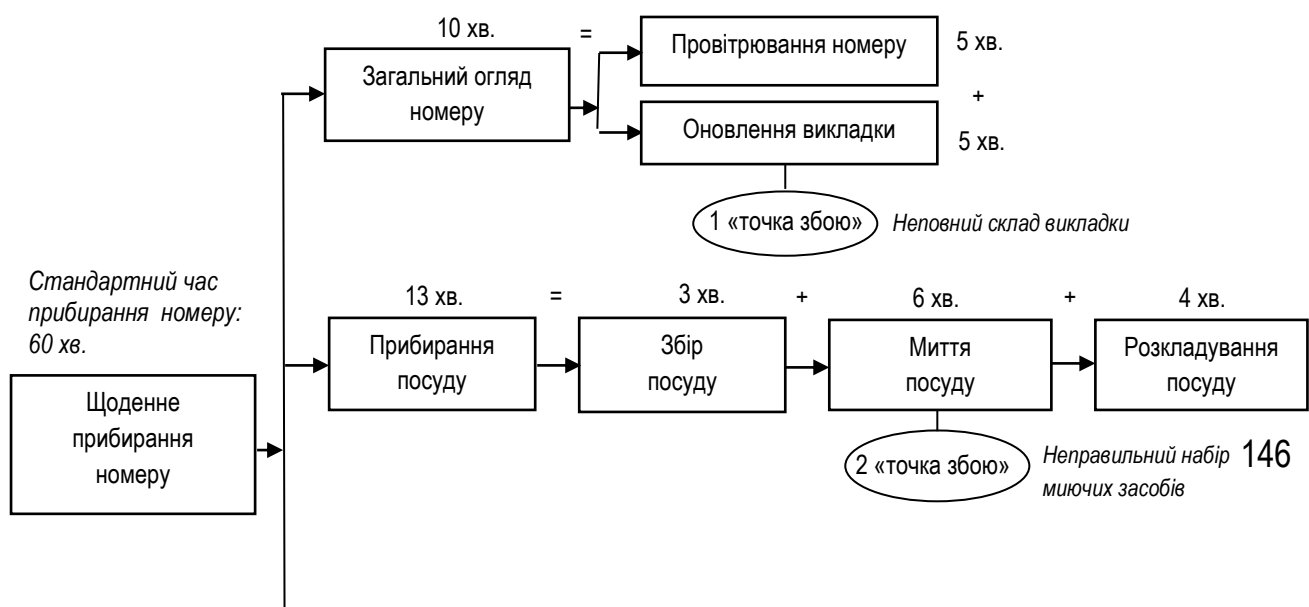
Л. Шостак вважає, що найбільш вигідний шлях для успішного маркетингу послуг – це візуальне представлення маркетологом всього процесу виробництва й надання послуг, а також всіх послідовних завдань, які безпосередньо пов'язані з цим процесом.

Це свого роду погляд на обслуговування зверху, що дозволяє отримати більш точне представлення про процес управління якістю послуги, ніж при його словесному опису. Такий план сприяє створенню, вивченню та тестуванню послуги ще того, як буде здійснюватися її реалізація.

Згідно технології діаграмного проектування необхідно насамперед відрізнити «смугу видимості» для споживача виконуваних у процесі надання послуг завдань. На видимій частині діаграми розміщуються й аналізуються етапи процесу надання послуги і вирішувані при цьому завдання. На невидимій частині діаграми аналізуються завдання, які вирішуються у процесі виробництва послуги. Такі процеси взаємопов'язані, піддаються контролю та змінювані, а завдання взаємозамінні.

На *рис. 3.6* представлений фрагмент діаграмного проектування процесу управління готельною послугою (прибирання готельного номеру).

У даному випадку розроблений процес обслуговування передбачає, що реалізація завдання якісного прибирання номеру повинна бути прихована від очей споживача, тобто знаходиться поза лінії видимості.



Максимально прийнятний час прибирання номеру: 50 хв.

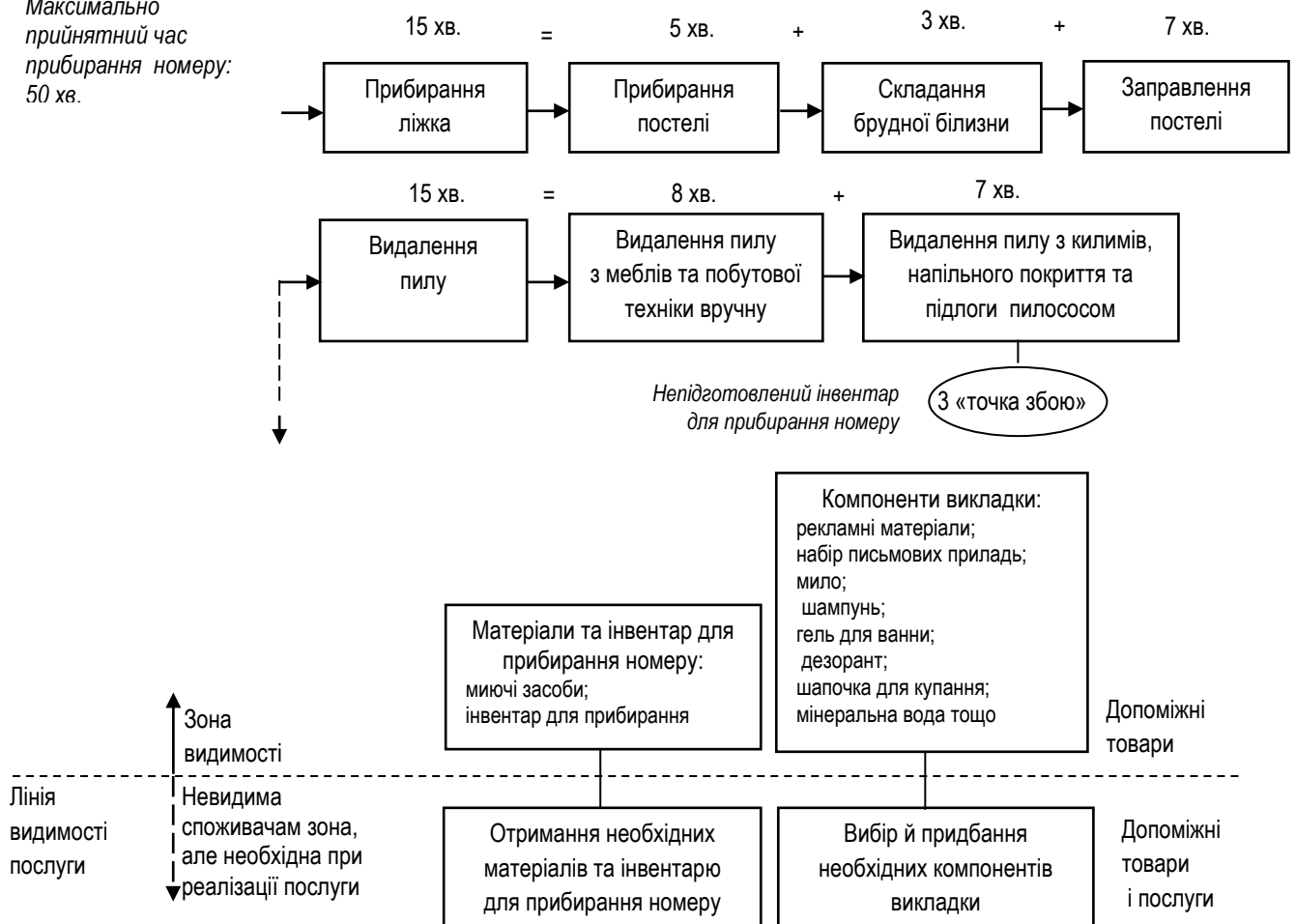


Рис. 3.6. Приклад діаграмного проектування готельної послуги (процедура прибирання готельного номеру)

Споживчий сценарій надання послуги

Технологія такого методу достатньо проста та прагматична: менеджер крім того, що він сам проектує етапи та завдання процесу обслуговування, може звернутися до споживача із проханням допомогти виконати таке завдання. Споживачеві (індивідуально чи у невеликій групі) пропонують описати процес надання послуги чи скласти його «сценарій», який документується у формі протоколу. У подальшому споживача просять дати оцінку такому процесу та висловити рекомендації щодо його вдосконалення.

Перевага такого методу полягає у тому, що у ході складання протоколу можна виявити сильні й слабкі сторони процесу надання готельної послуги. На основі такого протоколу можлива розробка нового сценарію обслуговування чи навіть ідеї нової

послуги. Недоліком методу споживчого сценарію є те, що він здатний відобразити проблему лише видимої для споживача частини обслуговування, у той же час як невидима частина обслуговування залишається поза зони їх коментарів. між тим невидима, чи, умовно кажучи, допоміжна частина процесу надання послуги є логічним продовженням чи ланкою видимої його частини, і досить важливий аналіз плюсів і мінусів всього процесу обслуговування, включаючи його видиму й невидиму частини.

Метод точок взаємодії

Процес взаємодії між персоналом підприємства і споживачами у момент виробництва й споживання послуги окремі фахівці концептуалізують як «*точку взаємодії*». Точка взаємодії (*Service Encounter – SE*) – це взаємодія, яка складається із двох елементів – споживача й виробника / продавця послуги. Це період, у продовж якого споживач й виробник / продавець вступають у безпосередню взаємодію.

У табл. 3.2 наведений найбільш простий приклад того, як метод точок взаємодії може бути застосований до послуг у сфері гостинності.

Саме у залежності від взаємодії у таких точках очікування споживача з приводу якості надаваної йому послуги підтверджуються чи, навпаки, не підтверджуються. У такому випадку менеджеру пропонується зафіксувати та перелічити всі моменти, коли споживач контролює з персоналом підприємства у процесі споживання його послуги. Вважається, що такі моменти піддаються контролю менеджерів і, таким чином, стають контрольованим факторами рівня якості послуг. Менеджер на основі відповідного аналізу може скоротити або ж збільшити кількість точок взаємодії, дати чіткі вказівки персоналу, що контактує із споживачами, – як вести себе, що робити, які завдання і як виконувати та скільки часу доцільно витратити на виконання того чи іншого завдання у моменти доторкання із споживачем.

Таблиця 3.2

Застосування методу точок взаємодії на прикладі ресторану

Опис точки Взаємодії	Контактна особа	Вимоги до якості обслуговування (надійність, чуйність, переконливість тощо)	Дії по відношенню до товарної стратегії (процес, люди, матеріальне середовище)
----------------------	-----------------	---	--

Вхід у приміщення ресторану	Працівники служби охорони	Ввічливість, швидкість і професіоналізм працівників. Сучасне устаткування. Посмішка і уніформа	Провести тренінг. Забезпечити сучасне устаткування і уніформу
Супровід відвідувачів	Адміністратор	Ввічливість, швидкість, професіоналізм, відсутність черг. Уніформа	Забезпечити достатню кількість вільних місць у години пік. Провести тренінг
Обслуговування відвідувачів	Адміністратор. Офіціант	Ввічливість, швидкість, професіоналізм, відсутність черг. Уніформа	Визначити уподобання відвідувачів. Забезпечити якісний сервіс
Перегляд музичної програми	Запрошені артисти	Професіоналізм артистів, цікава й нова програма	Визначити уподобання відвідувачів. Забезпечити якісний звук і світло
Вихід із приміщення ресторану	Працівники служби охорони	Ввічливість, швидкість і професіоналізм працівників. Сучасне устаткування	Провести тренінг. Забезпечити сучасне устаткування і уніформу

Для кожної точки взаємодії можна розробити свій набір пріоритетних критеріїв якості обслуговування (надійність, чуйність, переконаність, співчуття, матеріальність тощо). Завдяки своїй систематичності метод точок взаємодії може бути використаний у будь-якій сфері обслуговування і добре підходить для розробки концепцій виробництва і реалізації туристичних послуг.

Метод бізнес-реінжинірингу

У основі такого методу покладено розуміння підприємства як певного механічного організму, у сумісній діяльності всіх його підрозділів не повинно бути нічого зайвого (неефективного чи нескоординованого).

Бізнес-реінжиніринг – це широкий підхід, який передбачає здійснення змін на підприємстві з метою підвищення ефективності виробництва і швидкості реакції підприємства на зміни ринку. За таким методом діяльність підприємства відбувається не за вертикаллю управління, а по горизонталі управління бізнес-процесами створення споживчої цінності виробленої продукції і послуг.

Відносно сфери управління якістю туристичних послуг технологія реінжинірингу складається із двох послідовних кроків. Спочатку фіксується існуючий процес управління якістю послуг на підприємстві. Це досягається створенням загальної діаграми бізнес-процесу, де показані роль та завдання кожного підрозділу підприємства.

Потім проводиться загальний аналіз з метою встановлення втрат часу, дубльованих завдань, неузгоджень тощо. На основі проведеного аналізу діючий процес управління якістю послуг піддається необхідній модернізації.

На перший план висувуються нові цілі та завдання, продиктовані ситуацією на ринку споживчого використання туристичних послуг. До них відносять:

- різке зниження витрат часу на виконання функцій і процесів;
- різке зниження числа працівників та інших витрат на виконання функцій і процесів;
- глобалізація туристичного бізнесу (робота зі споживачами у будь-якій точці світу);
- робота зі споживачами у режимі «24 години 365 днів»;
- опора на зростання мобільності персоналу туристичного підприємства;
- робота на майбутні потреби споживача;
- пришвидшене просування нових технологій виробництва й реалізації туристичних послуг;
- активний рух в інформаційне суспільство (у «суспільство знань»).

Метод бенчмаркінгу

Бенчмаркінг пов'язаний насамперед із оптимізацією бізнес-процесів, системою управління якістю і управлінням змінами. Бенчмаркінг є різновидом оптимізації бізнес-процесів, при якій «ідеальний» бізнес-процес не будується віртуально, а запозичується із зовні чи середини (наприклад із іншого підрозділу підприємства). Головна його мета полягає не просто у копіюванні ідей, а у усвідомленні того, які рівні виконання можливі для різних процесів, а також у отриманні знань від кращих виконавців.

Незважаючи на те, що бенчмаркінг розглядається як внутрішньо організаційний процес, який спрямований на посилення позицій підприємства у конкурентній боротьбі, керівництво підприємства повинно звертатися до досвіду інших підприємств. До сфер, у яких може бути проведений бенчмаркінг, відносять: процеси виробництва і реалізації послуг; безпека виробництва і реалізації послуг; розміщення потужностей; дослідження і розробка послуги / продукту; дистрибуція; фінансова звітність; управління якістю послуг; покращення якості обслуговування; робота із бізнес-партнерами.

Аналіз досвіду найбільш успішних готельних підприємств дозволяє виділити такі необхідні умови успішного бенчмаркінгу:

- важливо добре розуміти внутрішньоорганізаційні процеси;
- зустрічі із працівниками підприємств-партнерів по бенчмаркінгу не призначаються, поки не буде проведено ретельне дослідження, яке підтверджує, що це підприємство дійсно одне із кращих у туристичній галузі;
- необхідно фокусуватися лише на кращих прикладах туристичної діяльності;
- у підприємств-партнерів повинно бути присутнім бажання надати очікувану інформацію;
- необхідно пам'ятати, що найбільш важлива інформація завжди тримається у таємниці;
- ніколи неможна зосереджуватися на результатах ефективного управління якістю послуг, необхідно розуміти процеси і механізми, що приводять до таких результатів;
- бенчмаркінг – це такий же безперервний процес, як і сама конкуренція;
- у керівництва і персоналу готелю повинно бути бажання змінюватися і розвиватися на основі результатів бенчмаркінгових досліджень.

Як свідчить досвід найбільш успішних зарубіжних готелів, інтеграція бенчмаркінгу і системи *TQM* є досить складним процесом. Тим не менше, деяких проблем можна уникнути за таких умов:

а) необхідна ретельне ув'язування концепції бенчмаркінгу із корпоративними цілями і пріоритетами. Зв'язок між ними повинен перевірятися, а необхідність тієї чи іншої діяльності повинна доводитися у процесі планування;

б) необхідно розуміти відмінності між аналізом конкурентів і бенчмаркінгом. Бенчмаркінг дозволяє встановити слабкі місця у діяльності готелю, у той же час як аналіз конкурентів дає більш загальну й поверхневу інформацію;

в) з метою уникнення необґрунтованої витрати ресурсів готелю, зокрема втрат часу, необхідна детальна підготовча робота. При цьому необхідно враховувати два моменти. По-перше, запізнення з реалізацією бенчмаркінгової концепції не може привести до повного запобігання необґрунтованих витрат шляхом впровадження ефективних розробок, а, у кращому випадку, призведе лише до їх зниження. По-друге, у процесах планування бенчмаркінгової діяльності і збору інформації для бенчмаркінгу

завжди присутній ризик орієнтації не на ті цілі чи процеси. Тому необхідна ретельна підготовча і, зокрема, аналітична робота;

г) постійне удосконалення і розвиток може бути досягнуто лише при умові ретельної перевірки і колегіального обговорення пропонувань до впровадження процесів, методів і технологій. Без цього бенчмаркінг може не вдатися.

3.2. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ ГОТЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

БРОНЮВАННЯ ГОТЕЛЬНОГО НОМЕРУ

Бронюванням номерів займаються менеджери відділу бронювання. Саме до цього підрозділу надходять заявки на бронювання від клієнтів. Крім формального збору заявок, відділ бронювання має вивчати попит на готельні місця. Вивчаючи багаторічний досвід роботи готелю, з огляду на план заходів, що проходять в даному регіоні, прогнозуючи попит на місця та аналізуючи завантаження номерів у минулі і поточний періоди, відділ бронювання разом зі службою маркетингу планує діяльність готелю.

Існує декілька типів бронювання.

Гарантоване бронювання. Це резервування із спеціально реєстрованим підтвердженням готелю про те, що він гарантує потенційному гостю отримання ним номеру у необхідний йому час. Гість, у свою чергу, гарантує оплатити номер, навіть якщо він не зможе ним скористатися, у випадку неявки. Оплата за невикористаний номер береться із людини у тому випадку, якщо вона не змогла вчасно анулювати замовлення на розміщення у готелі.

Види гарантованого бронювання:

а) *бронювання по попередній оплаті.* Передбачається повна оплата за весь період проживання у готелі. Така оплата здійснюється, як правило, банківським переказом. термін підтвердження передоплати встановлюється готелем, але не менше однієї доби до заїзду гостя;

б) *бронювання по виставленню рахунку* (внесення депозиту чи передоплата). Передбачається, що гість платить певну суму до заїзду. Сума авансу як правило включає в себе вартість проживання за одну добу плюс ПДВ. У випадку відміни

бронювання (до терміну, після якого починаються штрафні санкції) передоплата повертається, у тому випадку, коли змінюється дата заїзду (зміни повинні бути заявлені заздалегідь), передоплата переноситься. У випадку заїзду гостя передоплата використовується для оплати за проживання та інші готельні послуги;

в) *бронювання під гарантію кредитної карти*. Більшість підприємств міжнародних платіжних систем дотримуються політики страхування готельних господарств. Суть такої політики полягає у тому, що до тих пір, поки бронювання не відмінене (до встановленого терміну), готель має право накладати на гостей штрафні санкції, використовуючи дані по кредитним картам. На ім'я клієнта висилається бланк із проханням заповнити і вислати його у відділ бронювання готелю;

г) *бронювання під гарантію підприємства-замовника*. Різні підприємства, корпорації, фірми укладають із готелем договори, які встановлюють, що всю фінансову відповідальність за неприбуття своїх працівників чи партнерів несуть самі підприємства;

д) *бронювання за туристичним ваучером*. Це платіжний документ, який свідчить про попередню оплату клієнтом послуг розміщення туристичному підприємству.

Негарантоване бронювання. Це тип бронювання, яке не гарантує, що гість отримає номер, а готель, у випадку неявки клієнта, – оплату за заброньований номер. такий тип бронювання використовується, коли клієнт переконаний, що прибуде у готель раніше офіційного часу відміни бронювання і не бажає мати ніяких зобов'язань перед готелем.

Надбронювання (перерезервування). Це маркетингова технологія готелю, коли бронювання номерів проводиться зверх наявних на певний час. Готель йде на певний ризик, оскільки можуть одночасно приїхати обидва клієнти. Цей ризик виправдовується тоді, коли він ретельно вираховується на основі багаторічного досвіду роботи готелю, на основі знання того, яку кількість в середньому складають анульовані заявки. Але якщо обидва клієнти приїхали в готель, то місце одержує той, хто приїхав раніше. Для розташування клієнта готель має зв'язок з фірмами, що здають в оренду житло, або з поруч розташованими готелями, куди можна переадресувати клієнта. Іноді відділ бронювання пересилає заявку на броню в інший готель, що і підтверджує клієнтові, що

йому буде надане місце, але в іншому готелі. У цьому випадку необхідно одержати згоду клієнта на зміну готелю.

Регламент процесу «Бронювання готельного номеру» (рис. 3.7).



Рис. 3.7. Схема регламентації процесу «Бронювання готельного номеру»

1. Підготовка робочого місця до роботи:

а) вимоги до виконання процедури: наявність телефонного зв'язку, вихід у мережу Інтернет. Наявність документації (не менше 50 кожного виду): бланки суворої звітності; журнал реєстрації заявок фізичних осіб із вільними записами; журнал реєстрації заявок підприємств із вільними записами; форми підтвердження заявок на бронювання; форми відмови у вавках про бронювання. Готовність факсу до прийому повідомлень;

б) термін виконання: щоденно;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

2. Розбирання та реєстрація листів-заявок на бронювання номерів:

а) вимоги до виконання процедури: заявки, які надійшли від юридичних і фізичних осіб, повинні мати відмітку чергового адміністратора про час і дату їх надходження, а також реєстраційний номер. Реєстрація проводиться у журналі реєстрації заявок підприємств та у журналі заявок фізичних осіб. Відповідь на заявку по електронній пошті повинна бути надана у продовж трьох годин на електронну пошту автора заявки. По телефону – у продовж трьох годин за номером, який вказаний у заявці. Відповідь на заявку, яка вручена особисто черговому адміністратору, надається у продовж трьох годин у формі, яка запропонована замовником;

б) термін виконання: щоденно по мірі надходження заявок;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

3. Пошук по базі даних номерного фонду готелю необхідного клієнту місця / номеру:

а) вимоги до виконання процедури: вміння працювати з програмним продуктом (який підтверджений відповідним сертифікатом). Відповідність карти завантаження номерного фонду реальному завантаженню готелю;

б) термін виконання: щоденно по мірі надходження заявок;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

4. Внесення у базу даних «Завантаження номерного фонду на дату і час» програмного продукту чи у карту завантаження номерного фонду заявлених номерів / місць:

а) вимоги до виконання процедури: вміння працювати з програмним продуктом (який підтверджений відповідним сертифікатом). Відповідність карти завантаження номерного фонду реальному завантаженню готелю. Відповідь на заявку, яка надійшла по пошті, телеграфу, факсу, дається у продовж двох днів у письмовій формі. Відсилається по пошті із повідомленням про вручення;

б) термін виконання: щоденно по мірі надходження заявок;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

5. Анулювання чи зміна заявок на прохання клієнта.

а) вимоги до виконання процедури: анулювання чи зміна заявок на прохання клієнта виражається у письмовій формі (пошта, телеграф, факс) чи в усній формі (телефон, особисто);

б) термін виконання: щоденно по мірі надходження заявок;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

5.1. Внесення змін у базу даних «Завантаження номерного фонду на дату і час програмного продукту» чи у карту завантаження номерного фонду (згідно заявці про зміни чи анулювання заявки):

а) вимоги до виконання процедури: вміння працювати з програмним продуктом (який підтверджений відповідним сертифікатом). Відповідність карти завантаження номерного фонду реальному завантаженню готелю. Зміни у базу даних вносяться у продовж однієї години із моменту надходження інформації про анулювання чи зміну заявки;

б) термін виконання: щоденно по мірі надходження заявок;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

5.2. Інформування клієнта про те, що бажані ним зміни у бронюванні були проведені.

а) вимоги до виконання процедури: клієнт інформується про зміни у бронюванні у продовж двох годин з моменту таких змін;

б) термін виконання: щоденно по мірі надходження заявок;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

6. Формування графіку заїзду гостей на кожний день, тиждень, місяць:

а) вимоги до виконання процедури: вміння працювати з програмним продуктом (який підтверджений відповідним сертифікатом). Відповідність карти завантаження номерного фонду реальному завантаженню готелю;

б) термін виконання: щоденно по мірі надходження заявок;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

7. Планування діяльності служби бронювання:

а) вимоги до виконання процедури: складається місячний графік чергувань адміністраторів відповідно з режимом роботи, який встановлений для адміністраторів готелю.

б) термін виконання: щомісячно до 25 числа місяця, який передує плановому.

в) відповідальний за процедуру: старший адміністратор.

ПРИЙОМ І РОЗМІЩЕННЯ ГОСТЕЙ

В структурі служби прийому і розміщення прийнято виділяють підрозділ прийому і розміщення (стійка прийому і розміщення, стійка адміністратора, порт'є – *Reception*), який входить як підрозділ у *Front Office*, де знаходяться також служби консьєржа, швейцари, піднощики багажу, пажі (*Uniformed Service*), телефонні оператори, менеджери по роботі із гостями (*Guest Relations Manager*) і, часто, служба бронювання. Ця служба реалізує велику кількість найважливіших функцій, а її персонал зазвичай становить 10 – 15 % всіх працівників готелю (табл. 3.3).

Очолює цей підрозділ директор по розміщенню (*Front Office Manager*), якому підпорядковані всі вище перераховані служби. *Front Office* – це командний пункт готелю, місце першої зустрічі гостя із готелем і прощання з ним. Для гостя *Front Office* – це обличчя готелю і більш того, досить часто все спілкування гостя із готелем обмежується спілкуванням з персоналом за стійкою служби прийому. Працівники цієї служби повинні вміти продавати готельний продукт, створювати позитивний імідж готелю, вирішувати будь-яку проблему гостя.

Служби прийому у невеликих готелях іноді обмежуються лише адміністратором і піднощиком багажу. У цьому випадку адміністратор відповідальний за більшу частину послуг служби *Front Office*: від прийому дзвінків за бронювання номера до прийому гостей. Піднощик багажу окрім доставки багажу гостя може виступати у ролі порт'є, показуючи клієнту його номер і знайомить із правилами готелю. Але більшість невеликих готелів на 20 – 30 номерів намагаються зберегти загальноприйнятну структуру штату служби прийому, де кожен підрозділ, окрім адміністрації і служби доставки, має як мінімум по одному співробітнику.

Персонал служби прийому і розміщення готелю

Функціональна зона	Посада	Функціональні обов'язки працівника
1	2	3
Стойка реєстрації	Адміністратор. Порт'є	Реєстрація гостей. Визначення форм і розмірів депозитів, авторизація кредитних карт гостей. Підготовка і видача ключів від номерів. Внесення реєстраційних записів про гостя у інформаційну систему. Інформаційне обслуговування. Продаж номерів гостям з попереднім бронюванням. Продаж номерів гостям без попереднього бронювання
	Касир	Опрацювання і обслуговування рахунків гостей. Нарахування і прийом платежів. Контроль поточної заборгованості. Підготовка розрахункової документації і звітів
	Нічний аудитор	Аналогічні функції адміністратора і касира, але у нічний час. Підготовка щоденного балансу рахунків. Нарахування сум грошей, що залишилися з попередніх змін
Вхід у готель. Хол готелю	Швейцар	Зустріч гостей у входу в готель. Занесення багажу у хол готелю. Контроль потоку автомобілів перед входом у готель
	Консьєрж	Замовлення транспорту для зустрічі / проводів гостей. Надання транспорту готелю у оренду. Інформаційне обслуговування гостей у готелі. Замовлення квитків (театральних, екскурсійних, авіа- і залізничних тощо)
	Менеджер по зв'язкам із гостями	Здійснення комунікацій із гостями готелю. Розгляд скарг і побажань гостей. Організація зустрічі і надання додаткових послуг <i>VIP</i> -гостям
	Посильний	Доставка пошти, газет, приватних повідомлень у номер. Передача інформаційних повідомлень між підрозділами готелю

Продовження табл. 3.2

1	2	3
	Піднощик багажу	Супровід гостя і його багажу до номеру після реєстрації. Здача і видача багажу із камери схову. Надання необхідної інформації про готель
		Прийом зовнішніх дзвінків, надання інформації про готель

Телефонний вузол. Комутатор	Оператор	зовнішнім абонентам. Здійснення зв'язку зовнішніх абонентів із гостями і працівниками готелю. Планування побудок, передача повідомлень тощо
--------------------------------	----------	---

Що стосується великих готелів, то тут служба *Front Office* досить часто є багаторівневою і розгалуженою. Кожний підрозділ складається з трьох – п'яти осіб, а відділу *PR* відводиться одна з провідних ролей. Керівник служби *Front Office* великого готелю часто підпорядковується не директору готелю, а менеджеру, який курирує всю роботу з гостями готелю, в тому числі роботу служб харчування, покоївок. Подібне об'єднання служб, що безпосередньо контактують з гостями, отримало назву *Front-of-The-House*.

У готелях використовують два види розрахунків – готівковий і безготівковий (переведення грошей на рахунок готелю). У готелях високого класу як безготівковий розрахунок приймаються кредитні картки. Ними розплачуються індивідуальні туристи. У заявці на броню вказується номер кредитної картки, назва платіжної системи і термін дії картки. Для розрахунків за допомогою пластикових карток у готелі повинне бути спеціальне обладнання.

Для оплати за безготівковим розрахунком можуть використатися дорожні та іменні чеки:

а) дорожні чеки виписуються на певну суму, тому клієнт вибирає послуги в готелі. Одержувач чека, тобто готель, повинний визначити лише дійсність чека, тому що чекова компанія, що виписала дорожній чек, гарантує оплату по ньому, оскільки він уже оплачений клієнтом. Дорожній чек не може бути переданий іншій особі, але його можна обміняти на готівку в будь-якому банку;

б) іменні чеки виписує гість на необхідну до оплати суму кожного разу, коли це необхідно. Для зарахування платежу за таким чеком на рахунок готелю потрібен певний час.

Регламент процесу «Прийом і розміщення гостей» (рис. 3.8).

<p>ПРОЦЕС «ПРИЙОМ І РОЗМІЩЕННЯ ГОСТЕЙ» Процедури:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ отримання від гостя заявки; ▪ зустріч гостя у аеропорту / залізничному вокзалі / автовокзалі; ▪ зустріч гостя у вестибюлі готелю; ▪ надання гостем черговому адміністратору документа, який підтверджує його особу; ▪ реєстрація гостя, який має броню;

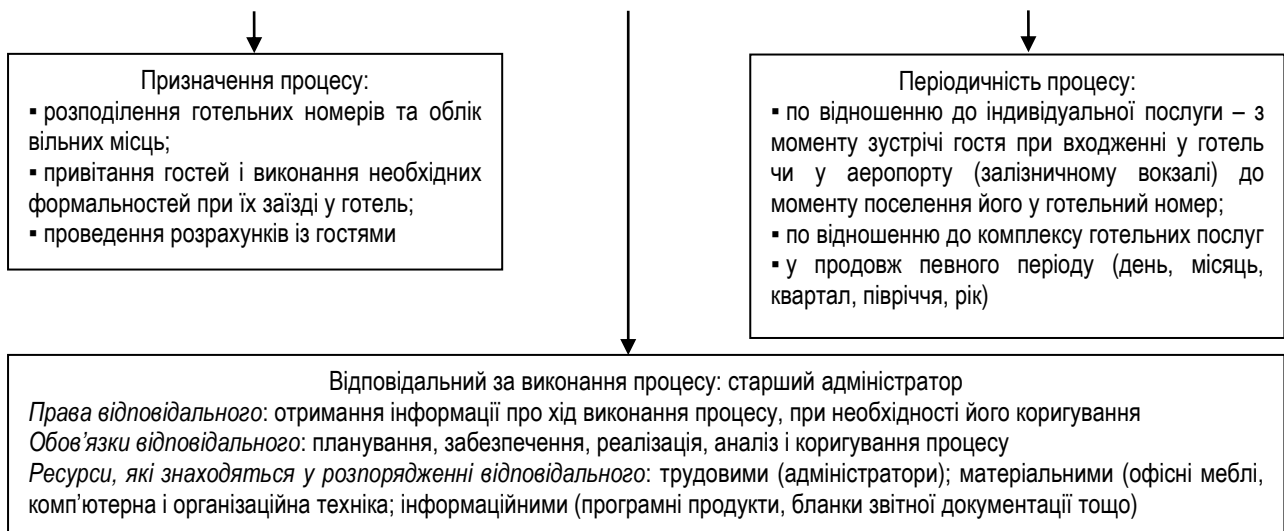


Рис. 3.8. Схема регламенту процесу «Прийом і розміщення гостей»

1. Отримання від гостя заявки про необхідність його зустрічі на далеких підступах (аеропорт, залізничний вокзал):

а) вимоги до виконання процедури: отримана від гостя заявка реєструється у «Книзі обліку заявок на зустріч». Про заявку про зустріч, яка надійшла у готель, у продовж однієї години інформується водій транспортного засобу, відповідальний за зустріч гостей, йому черговим адміністратором виписується наряд на зустріч гостя;

б) термін виконання процедури: щоденно по мірі надходження заявок;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

2. Зустріч гостя на далеких підступах (аеропорт, залізничний вокзал):

а) вимоги до виконання процедури: зустрічаючий і водій повинні бути одягнені у формений одяг готелю, дотримуватися вимог ділового етикету із гостями. Зустрічаючий повинен тримати у місці прибуття трафарет із назвою готелю, зустріти гостя, провести його до машини, по дорозі до готелю надати всю необхідну попередню інформацію про готель та послуги, які ним надаються;

б) термін виконання процедури: щоденно по мірі надходження заявок;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

3. Зустріч гостя у вестибюлі (на ближніх підступах)

а) вимоги до виконання процедури: черговий адміністратор повинен зустрічати та вітати гостя стоячи, дотримуючись норми ділового етикету у готелі, уточнити програму його перебування у готелі;

б) термін виконання процедури: по мірі прибуття гостей (8 хв. – для індивідуального гостя; 15 хв. – для групи до 30 чоловік; 40 хв. – для групи від 30 до 100 чоловік;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор / касир.

4. Підтвердження особи гостя.

а) вимоги до виконання процедури: пред'явлення гостем черговому адміністратору свого паспорту чи іншого документу, який посвідчує його особу. Він повинен мати його світлину і прописку, не повинен бути простроченим;

б) термін виконання: по мірі прибуття гостей;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

5. Реєстрація гостя, який має броню.

а) вимоги до виконання процедури: за умови підтвердження на розміщення, гість заповнює реєстраційну картку (анкету), що є договором між ним і готелем. В анкеті гість вказує адресу свого постійного місця проживання, адресу організації, що оплачує проживання (якщо оплата здійснюється третьою особою), і вид платежу (готівка, кредитна картка або чек);

б) термін виконання процедури: по мірі прибуття гостей.

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

5.1. Уточнення номеру заявки гостя:

а) вимоги до виконання процедури: провести вибірку необхідного модуля у комп'ютерній програмі чи карті завантаження номерного фонду. Вміння працювати з програмним продуктом (який підтверджений відповідним сертифікатом). Відповідність карти завантаження номерного фонду реальному завантаженню готелю.

б) термін виконання процедури: по мірі прибуття гостей.

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

5.2. Укладання угоди між гостем і готелем:

а) вимоги до виконання процедури: заповнюється гостем реєстраційна картка (анкета) проживаючого, книга обліку іноземних громадян. Знання правильності заповнення реєстраційної картки (анкети) проживаючого і книги обліку іноземних громадян;

б) термін виконання процедури: по мірі прибуття гостей;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

5.3. Виписка дозволу на поселення гостя для бухгалтера:

а) вимоги до виконання процедури: дозвіл на поселення у певний номер повинен бути остаточно узгоджений із гостем;

б) термін виконання процедури: по мірі прибуття гостей;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

5.4. Виписка дозволу на заселення для покоївки:

а) вимоги до виконання процедури: дозвіл на поселення у певний номер повинен бути остаточно узгоджений із гостем;

б) термін виконання процедури: по мірі прибуття гостей;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

5.5. Виписка гостю рахунку за проживання:

а) вимоги до виконання процедури: рахунок випикується у двох екземплярах із фіксацією оплати за весь період проживання. З гостя додатково стягується плата за бронювання номеру.

б) термін виконання процедури: по мірі прибуття гостей;

в) відповідальний за процедуру: касир.

5.6. Повна чи часткова оплата вартості проживання:

а) вимоги до виконання процедури: оплата вартості проживання проводиться у національній валюті із видачею гостю касового чеку;

б) термін виконання процедури: по мірі прибуття і реєстрації гостей;

в) відповідальний за процедуру: касир.

5.7. Заповнення картки гостя (візитної картки).

а) вимоги до виконання процедури:

- анкета-документ, що дає право на заняття номера або місця в номері, тобто надає дозвіл на поселення, має бути заповнена в двох екземплярах (для касира і портьє або чергового по поверху і в картотеку для контролю виїзду);
- після заповнення гостем анкети, адміністратор повинен звірити дані анкети і паспорти гостя, вписати в анкету номер кімнати, у якій буде жити гість, дату та час прибуття і підписує її; виписати дозвіл на поселення.
- інформування гостя про правила користування візитною карткою.

б) термін виконання процедури: по мірі прибуття і реєстрації гостей.

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

5.8. Вручення гостю ключа від номеру:

а) вимоги до виконання процедури: інформування гостя про місце знаходження номеру, ознайомлення з правилами здавання чи отримання ключів;

б) термін виконання процедури: щоденно по мірі прибуття і реєстрації гостей;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор

6. Реєстрація гостя, який не має попередньої броні.

а) вимоги до виконання процедури:

- гість заповнює реєстраційну картку (анкету), що є договором між ним і готелем.
- в анкеті гість вказує адресу свого постійного місця проживання, адресу організації, що оплачує проживання (якщо оплата здійснюється третьою особою), і вид платежу (готівка, кредитна картка або чек);

б) термін виконання процедури: по мірі прибуття гостей.

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

6.1. Встановлення характеру розміщення, необхідно гостю (вид номеру, його вартість, терміни розміщення, порядок оплати.

а) вимоги до виконання процедури: вміння працювати з програмним продуктом, який підтверджений відповідним сертифікатом. Відповідність карти завантаження номерного фонду реальному завантаженню у готелі;

б) термін виконання процедури: по мірі прибуття і реєстрації гостей;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

6.2. Укладення угоди між гостем і готелем, який не має броні:

а) вимоги до виконання процедури:

- заповнення гостем реєстраційна картка (анкета) проживаючого, книга обліку іноземних громадян;
- знання правильності заповнення реєстраційної картки (анкети) проживаючого і книги обліку іноземних громадян;

б) термін виконання процедури: по мірі прибуття і реєстрації гостей;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

6.3. Випуска дозволу на поселення гостя, який не має броні для бухгалтера.

а) вимоги до виконання процедури: дозвіл на поселення у певний номер повинен бути остаточно узгоджений із гостем;

б) термін виконання процедури: по мірі прибуття і реєстрації гостей;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

6.4. Випуска дозволу на заселення гостя, який не має броні для покоївки:

а) вимоги до виконання процедури: дозвіл на поселення у певний номер повинен бути остаточно узгоджений із гостем;

б) термін виконання процедури: по мірі прибуття і реєстрації гостей;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

6.5. Випуска рахунку за проживання для гостя, який не має броні:

а) вимоги до виконання процедури: рахунок випикується у двох екземплярах із фіксацією оплати за весь період проживання;

б) термін виконання процедури: по мірі прибуття і реєстрації гостей;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

6.6. Повна чи часткова оплата вартості проживання гостя, який не має броні:

а) вимоги до виконання процедури:

- при реєстрації гостеві випикується рахунок за проживання (2-й екземпляр); він містить у собі тариф номера (або місця), помножений на число днів, оплату бронювання, оплату додаткових послуг, що гість замовляє при реєстрації і різні готельні збори;

- оплата вартості проживання проводиться у національній валюті із видачею гостю касового чеку;

б) термін виконання процедури: по мірі прибуття і реєстрації гостей.

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

6.7. Заповнення картки гостя (візитної картки) гостю, який не має броні:

а) вимоги до виконання процедури:

- адміністратор заповнює візитну картку (картку гостя) – документ на право входу в готель і одержання ключа від номера. Картка гостя завжди виписується в одному екземплярі і повинна містити такі дані: прізвище гостя, номер кімнати і термін проживання;

- візитна картка повинна містити дані, куди підношувачі багажу повинні заносити речі гостей;

б) термін виконання процедури: по мірі прибуття і реєстрації гостей.

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

6.8. Вручення гостю, який не має броні, ключа від номеру

- а) вимоги до виконання процедури: гостю вручається ключ від номеру, черговий адміністратор інформує гостя про місце знаходження номеру, правилах здачі чи отримання ключів;

б) термін виконання процедури: по мірі прибуття і реєстрації гостей;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

7. Повернення гостю грошових коштів:

а) вимоги до виконання процедури:

- при достроковому виїзді гостя йому повертають грошові кошти за умови, що при поселенні він заплатив повну вартість проживання;
- заповнюється квитанція на повернення грошових коштів;

б) термін виконання процедури: по мірі необхідності;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор

8. Здача квитанції на повернення грошових коштів у бухгалтерію:

- а) вимоги до виконання процедури: квитанція на повернення грошових коштів здається бухгалтеру, вона не повинна мати виправлень;

- б) термін виконання процедури: по мірі необхідності;
- в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

9. Повернення грошових коштів гостю:

- а) вимоги до виконання процедури: гостю повертаються грошові кошти у розмірі, що вказаний у квитанції, де робиться помітка про повернення грошових коштів;
- б) термін виконання процедури: по мірі необхідності;
- в) відповідальний за процедуру: бухгалтер.

10. Заповнення анкети гостя:

- а) вимоги до виконання процедури: гість заповнює анкету гостя і підписує її;
- б) термін виконання процедури: по мірі необхідності;
- в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

11. Складання касового звіту:

- а) вимоги до виконання процедури: за підсумками фінансового дня складається касовий звіт у двох екземплярах працівником, який здійснює розрахунки із гостями. Перший екземпляр разом із рахунками чи контрольною касовою стрічкою щоденно здається у бухгалтерію, другий зберігається у підзвітної особи;
- б) термін виконання процедури: по мірі необхідності;
- в) відповідальний за процедуру: старший адміністратор.

ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ НА ПОВЕРХАХ

Готель працює в безперервному режимі обслуговування, а отже, до нього висуваються високі санітарно-гігієнічні вимоги. До якої б категорії не відносився готель, він постійно повинен бути чистим, так само, як і прилегла до нього територія. Це вимагає величезної повсякденної праці персоналу готелів з прибирання території, подвір'я, житлових і адміністративно-господарських приміщень. Тому важливо знати, як краще організувати і проводити роботи з благоустрою і прибирання, забезпечення чистоти в готельному господарстві.

Для здійснення швидкого і високоякісного прибирання з дотриманням усіх санітарно-епідеміологічних норм готель повинний мати:

- висококваліфікований професійно підготовлений персонал;

- повноцінний інвентар, сучасні прибиральні матеріали;
- сучасні види прибиральних машин і механізмів.

Важливим є правильний розподіл часу, що витрачається на прибиральні роботи. Необхідно, щоб прибирання здійснювалось швидко і без зайвих витрат часу і зусиль з боку обслуговуючого персоналу.

При виконанні прибиральних робіт існує кілька важливих принципів:

- поверховий персонал повинний якнайменше потрапляти на очі гостеві;
- прибиральний інвентар і прибиральні інструменти не повинні залишатися в місцях загального користування;
- покоївки, прибиральниці не повинні відволікатися на особисті справи під час виконання прибиральних робіт.

Виділяють такі категорії прибиральних робіт:

- прибирання території, що прилягає до готелю;
- прибирання площі центрального входу, вестибюля та деяких приміщень вестибюльної групи (гардероб);
- прибирання місць загального користування: сходів, коридорів, холів, адміністративних, службових і допоміжних приміщень;
- прибирання номерного фонду (житлових номерів + вузлів індивідуального користування).

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 виконання прибиральних робіт існують такі категорії персоналу:

- покоївки, що прибирають житлові номери;
- прибиральники, що займаються прибиранням коридорів, холів, сходів, вестибюлю;
- прибиральники виробничих і службових приміщень, майстерень і технічних служб.

Прибиральні роботи всіх готельних приміщень поділяються за видом і призначенням на кілька груп: прибирання внутрішніх приміщень і місць загального користування; прибирання санвузлів загального користування; прибирання житлових номерів.

Крім того, виділяються такі види прибирання житлових номерів: прибирання після виїзду гостя; щоденне поточне прибирання; генеральне прибирання; прибирання заброньованих номерів; проміжне або експрес-прибирання.

Для правильного забезпечення прибирання і максимальної чистоти приміщень, а також предметів та обладнання, що знаходяться в них, при мінімальних витратах сил і часу необхідно дотримуватися певної послідовності у роботі (див. 3.4).

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 карається аж до звільнення.

Покоївці, що працює в номері, забороняється:

- закриватися в номері;
- дивитися телевизор, слухати музику;
- користуватися туалетом, ванною, обладнанням цього номера;
- палити в номері;
- сидіти в номері без справи;
- сидіти з гостем;
- залишати візок у коридорі перед дверима номера;
- торкатися особистих речей гостя, викидати з письмового столу папери (самостійно).

Покоївка повинна вміти правильно увійти в номер, грамотно і чітко відповісти на питання проживаючих (у тому числі іноземною мовою).

Регламент процесу «Обслуговування гостей на поверхах» (рис. 3.9).

1. Підготовка номерів до поселення:

а) вимоги до виконання процедури:

- наявність інформації про стан номерного фонду всіх категорій, паспортних даних гостей, бухгалтерської інформації (рахунок кожного гостя про оплату проживання, надання харчування тощо);
- заповнення чергових по поверху інформаційних листків на кожному поверсі готелю.

б) термін виконання процедури: щоденно;

в) відповідальний за процедуру: менеджер служби готельного фонду (черговий по поверху).

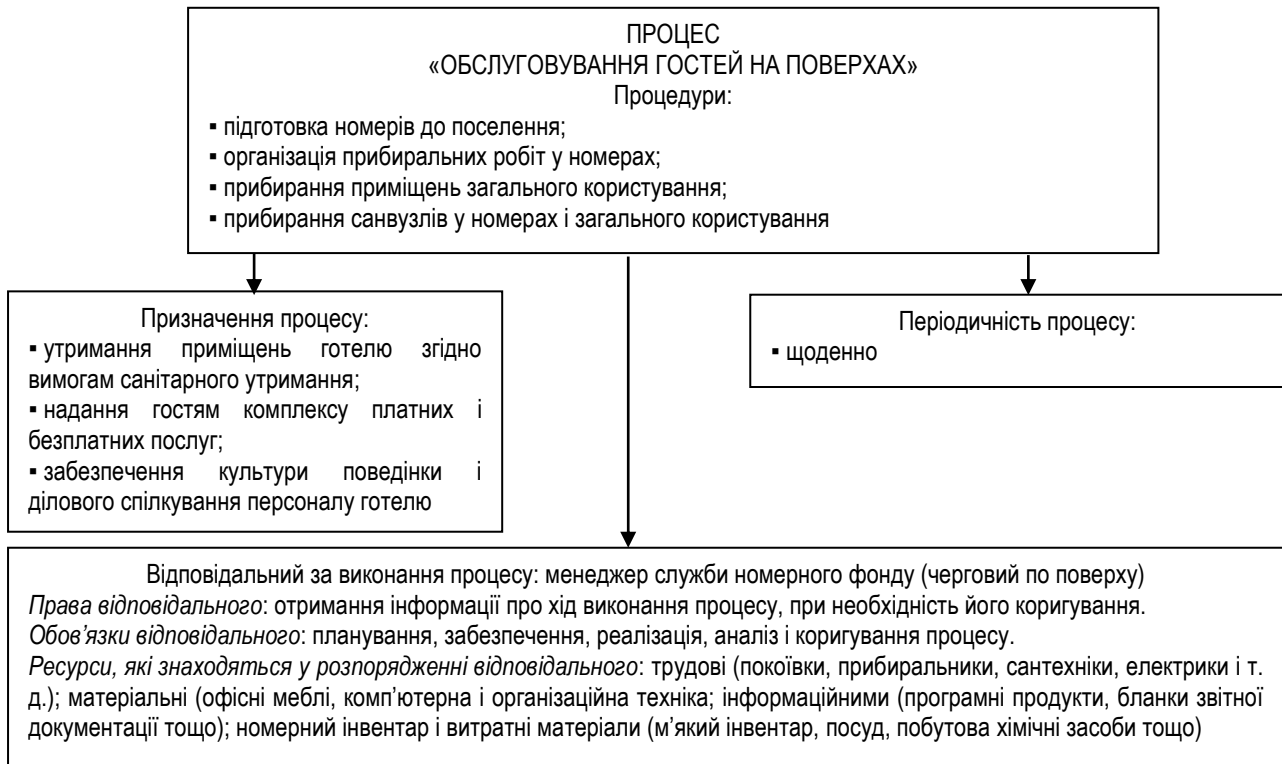


Рис. 3.9. Схема регламенту процесу «Обслуговування гостей на поверхах»

2. Організація прибиральних робіт:

а) вимоги до виконання процедури: наявність високої кваліфікації і професійно підготовлених працівників, інвентарю, сучасних прибиральних матеріалів, сучасних видів прибиральних машин і механізмів;

б) термін виконання процедури: щоденно;

в) відповідальний за процедуру: старша покоївка.

2.1. Підготовка покоївки до роботи.

а) вимоги до виконання процедури: відповідність працівника посадовій інструкції;

б) термін виконання процедури: щоденно;

в) відповідальний за процедуру: старша покоївка.

2.2. Виконання прибиральних робіт у номерах:

а) вимоги до виконання процедури:

- забезпечення покоївкою повної готовності номеру до прибуття гостя, який забронював цей номер;
- покоївка зобов'язана слідкувати за роботою побутової техніки, яка знаходиться у номері; при встановленні несправностей покоївка повідомляє про це старшу покоївку чи чергового по поверху;

б) термін виконання процедури: щоденно;

в) відповідальний за процедуру: покоївка.

2.2.1. Щоденне поточне прибирання номерів:

Трикімнатний номер:

а) вимоги до виконання процедури: прибирання виконують у такій послідовності: спальня, вітальня, кабінет, передпокій, санвузол.

б) термін виконання: згідно нормативів проведення прибиральних робіт (у розрахунку на 1 м²).

в) відповідальний за процедуру: покоївка.

Двокімнатний номер:

а) вимоги до виконання процедури: прибирання виконують у такій послідовності: спальня, вітальня, санвузол;

б) термін виконання процедури: згідно нормативів проведення прибиральних робіт (у розрахунку на 1 м²).

в) відповідальний за процедуру: покоївка.

Однокімнатний номер:

а) вимоги до виконання процедури: прибирання виконують у такій послідовності (по чи про годинникової стрілки): обідній стіл, ліжко, письмовий стіл, протирання вологою ганчіркою телефонного апарату, настільної лампи, сухою ганчіркою – книг, журналів, телевізору;

б) термін виконання – згідно нормативів проведення прибиральних робіт (у розрахунку на 1 м²);

в) відповідальний за процедуру – покоївка.

2.2.2. Генеральне прибирання:

а) вимоги до виконання процедури:

- проведення ретельного прибирання із застосуванням притирального інвентарю, матеріалів і машин (прибиранням охоплюють ті об'єкти і місця номеру, які не підлягають щоденному прибиранню і прибиранню після виїзду гостя);
- проведення санітарно-гігієнічних заходів, які по нормативним термінам співпадають із проведенням генерального прибирання;
- проведення заходів косметичного ремонту у номері (підфарбування, підклеювання шпалер тощо);
- встановлення придатності номеру до проживання шляхом огляду і встановлення неполадок різних інженерних систем;
- миття стін, протирання їх насухо; чистка вентиляційних решіток; чистка драпування, матраців, перин; чистка, миття вікон і дверей;
- виконання додаткових робіт (миття підлоги, килимових покриттів, пофарбування і натирання підлоги; механізоване прибирання стелі, стін, вентиляційних решіток тощо);

б) термін виконання процедури: 1 раз у 7 – 10 – 14 днів, згідно нормативів проведення прибиральних робіт (у розрахунку на 1 м²);

в) відповідальний за процедуру: покоївка.

2.2.3. Експрес-прибирання.

а) вимоги до виконання процедури:

- прибирання номеру на прохання гостя за окрему оплату;
- миття посуду; протирання обіднього столу;
- перестилання постільної білизни чи її зміна;
- прибирання у санвузлі індивідуального користування (миття раковини, ванної, унітазу);
- приготування ванни; зміна рушників;
- миття підлоги чи механізоване прибирання підлоги;

б) термін виконання процедури: на прохання гостя, згідно нормативів проведення прибиральних робіт (у розрахунку на 1 м²);

в) відповідальний за процедуру: покоївка.

2.3. Прибирання приміщень загального користування.

а) вимоги до виконання процедури:

- миття підлоги з допомогою мийних засобів, механізоване прибирання підлоги;
- натирання металевих деталей і устаткування спеціальними засобами;
- чистка скла, дверей, підніжних щіток, решіток, підвіконь і дзеркал;
- видалення сміття та миття попільниць;
- видалення пилу і опрацювання столів, стійок, дзеркал тощо.
- слідування у денний час прибиральниками і швейцарами за чистою вестибюлю, вхідних дверей, вікон, скла, а також за накопиченням сміття у корзинах, попільничках тощо.

б) термін виконання процедури: основне прибирання місць загального користування проводиться рано вранці, пізно ввечері чи вночі, згідно нормативів проведення прибиральних робіт (у розрахунку на 1 м²);

в) відповідальний за процедуру: прибиральник, швейцар.

2.4. Прибирання санвузлів у номерах :

а) вимоги до виконання процедури: прибирання санвузлу здійснюють у такій послідовності: дзеркало, скляна туалетна поличка і туалетні приладдя; умивальник; ванна; кахельні плитки стін; біде; підлога;

б) термін виконання процедури: згідно нормативів проведення прибиральних робіт (у розрахунку на 1 м²).

в) відповідальний за процедуру: покоївка.

2.5. Прибирання санвузлів загального користування.

а) вимоги до виконання процедури (щоденно):

- протирання навісних скляних поличок із дзеркалами;
- миття умивальників, унітазів, пісуарів;
- протирання кахельних плиток навколо сантехнічних приладів;
- протирання дверей і перебірок, миття підлоги.

б) термін виконання процедури: згідно нормативів проведення прибиральних робіт (у розрахунку на 1 м²).

в) відповідальний за процедуру: прибиральник.

ХАРЧУВАННЯ ГОСТЕЙ ГОТЕЛЮ

Забезпеченням гостей послугами харчування зайняті у готелі підрозділи громадського харчування, які включають у себе кухню, ресторан, бари, кафе, секцію прибирання внутрішніх приміщень і миття посуду, підрозділи по обслуговуванню банкетів і конференцій, служба «обслуговування у номерах».

Типи підприємств громадського харчування та кількість місць у них залежать від призначення готелів, від категорії і місткості готелів і мотелів, а також їх розташування в місті та наявність поблизу інших підприємств громадського харчування відкритого типу.

Підприємства громадського харчування у готелях і мотелях можуть бути розраховані на обслуговування не лише гостей, але і на відвідувачів з міста (підприємства відкритого або закритого типу). У разі використання підприємств громадського харчування відкритого типу для відвідувачів з міста для них слід передбачати окремі входи з вулиці, а для проживаючих в готелях і мотелях – з вестибюля.

Зали підприємств громадського харчування (ресторани, кафе) великої місткості рекомендується розміщувати не вище третього поверху або в окремих блоках, прилеглих до житлових корпусів готелів і мотелів.

При наявності у готелях (мотелях) різних типів підприємств громадського харчування з різними схемами функціонально-технологічної структури рекомендується приймати принцип комплексного їх функціонування.

Всі основні функціональні групи приміщень підприємств громадського харчування повинні мати чітке функціональне зонування і технологічну взаємозв'язок. В підприємствах громадського харчування місткістю більше ніж 50 місць слід передбачати окремі входи для відвідувачів і персоналу.

Для підприємств громадського харчування, розміщених у готелях і мотелях, рекомендується передбачати господарський під'їзд, розвантажувальну площадку і сміттєзбірник. Розвантажувальна площадка не повинна розміщуватися під вікнами номерів. Над розвантажувальної майданчиком рекомендується передбачати навіс або козирок. Функціонально-технологічна схема розвантажувальних місць вирішується з урахуванням типу автомобілів, що доставляють продукти.

При залах ресторанів готелів категорій 5* і 4* і мотелів 4* рекомендується передбачати розміщення банкетних залів, загальною місткістю 15 – 20 % кількості місць в ресторані (відсоток уточнюється в завданні на проектування).

Необхідність влаштування банкетних залів в ресторанах готелів і мотелів категорій 2* і 3* визначається завданням на проектування.

Денні бари, як правило, розміщуються у вестибюлі, холах, вітальнях і в ресторанах. Нічні бари повинні розташовуватися в місцях, ізольованих від житлових корпусів.

Мінімальна кількість місць у підприємствах громадського харчування у готелях і мотелях залежно від місткості останніх рекомендується приймати за *табл. 3.3*.

Таблиця 3.3

Місткість підприємств громадського харчування готелів і мотелів

Підприємство громадського харчування готелю	Місткість у % від загальної місткості готелю / мотелю за категоріями			
	Готелю / мотелі			Готелі
	2*	3*	4*	5*
Ресторан,	70	80	90	100
у тому числі банкетний зал	14	16	18	20
Кафе	30	20	15	10
Столова	-	-	-	-
Буфет	10	5	5	-
Бар при вестибюлі	Відповідно завданню на проектування			
Бар при ресторані	-	Відповідно завданню на проектування		
Бар при кафе	-			
Бар у спортивно-оздоровчому комплексі	-	-	Теж	
Бар у культурно-дозвільному центрі	-	-	Теж	
Столова обслуговуючого персоналу*	10	10	10	10

*Столова обслуговуючого персоналу передбачається у готелях і мотелях місткістю 500 і більше місць.

Пропускну здатність їдальні кемпінгів рекомендується передбачати з розрахунку 100 % їх місткості.

У вечірньому кафе кемпінгів місткістю 300 місць і більше, допускається пристрій барів з розрахунку 20 % місткості кафе. Можуть передбачатися туристські кухні під

навісом з розрахунку 0,25 м² на 1 місце (але не менше 30,0 м²) з установкою спеціального обладнання: плит, столів для самостійного приготування їжі, миття посуду, агрегатів для підігріву води та ін. Поряд з туристською кухнею рекомендується влаштовувати навіси або приміщення для обідніх столів. Туристична кухня повинна бути обладнана водопроводом і каналізацією.

У кемпінгах, як правило, передбачаються столові (ввечері кафе), буфети при їдальнях, магазин кулінарії і туристські кухні. Місткість підприємств громадського харчування кемпінгів рекомендується приймати відповідно до *табл. 3.4*.

Таблиця 3.4

Місткість підприємств громадського харчування кемпінгів

Місткість кемпінгу	Кількість місць		Кількість робочих місць у магазині кулінарії (при наявності)
	У столовій (вечором у кафе)	У буфеті	
100	50	20	1
300	150	60	2
500	250	100	3

Функціональна організація цієї групи приміщень вирішується із врахуванням категорії готелю. У 1* готелях харчування гостей не передбачено. У 2* і 3* готелях повинні бути ресторани чи кафе. У 4* і 5* готелях – ресторани, банкетні зали, бари, а у 5* готелі і нічні клуби.

Тенденція розглядати ресторанну групу приміщень у курортних і туристичних готелях як одне із місць можливого проведення дозвілля, обумовила виникнення у складі такої групи нових типів ресторанів: ресторани національної кухні, гриль-ресторани, вар'єте, винні й пивні підвали, танц-бари, бари-дискотеки тощо. Такі підприємства харчування отримали найменування «розважального» харчування. Тенденція до їх розвитку у туристичних й курортних готелях сьогодні є досить привабливою.

Обідні зали у їдальнях і ресторанах необхідно проектувати ємністю не більше 250 місць, оскільки при великій місткості створюється дискомфортна ситуація. Кількість посадочних місць у буфетах визначається із розрахунку не менше 10 % місткості готелю.

Раціонально їх розміщувати з гарною вертикальним чи іншим зв'язком з блоком харчування.

Весь обслуговуючий групу харчування персонал повинен мати окремий вхід у готель із своїм вестибюлем, роздягальнями, душовими кабінами, санвузлами, кімнатами відпочинку і адміністративно-господарськими приміщеннями.

■ **Ресторан** – це підприємство громадського харчування, яке надає широкий асортимент блюд, напоїв, кондитерських виробів, у тому числі фірмових і складного приготування.

Високий рівень обслуговування у ресторані забезпечується кваліфікованими поварами, офіціантами, метрдотелями і поєднується із відпочинком і розвагами.

Основною функцією сектора ресторанного господарства є пропонування гостям продуктів харчування і напоїв. Обслуговування з боку цієї служби носить комплексний характер.

Керівник даного сектора складає меню, забезпечує постачання необхідних продуктів, розподіляє по ділянках обслуговуючий персонал, контролює якість готової продукції і обслуговування, дотримуючись при цьому розумного режиму економії. Кожен відділ у службі має свого керівника.

Кухня знаходиться у віданні шеф-кухаря, який підпорядковується директору ресторанного господарства. Шеф-кухар має трьох помічників, один з яких відповідає за денну зміну, другий – за вечірню, третій – за банкети. Кухня є основним виробничим центром ресторанного господарства.

Ресторан управляється адміністратором (метрдотелем), до обов'язків якого входить:

- підтримання високої якості обслуговування відвідувачів; наймання, навчання і раціональне використання персоналу;
- встановлення і підтримання високих стандартів якості; стеження за обслуговуванням у номерах, міні-барах, коктейль-барах;
- надання директору ресторанного господарства розрахунку бюджетів і бізнес-прогнозу на наступні тиждень, місяць, рік.

Завідувач секцією прибирання внутрішніх приміщень і миття посуду підпорядковується безпосередньо директорові ресторанного господарства і відповідає за такі види робіт:

- прибирання внутрішніх приміщень ресторанного господарства (тих, де відвідувачі зазвичай не бувають);
- миття і чищення порцелянового і скляного посуду, а також столового приладдя, яке використовується торговими точками ресторанного господарства;
- ведення суворого обліку посуду і приладдя та щомісячну перевірку їхнього запасу;
- підтримку в робочому стані посудомийних машин;
- інвентаризацію запасу миючих препаратів і засобів для чищення;
- санітарну обробку кухні, банкетних приміщень, комор, стаціонарних холодильників, морозильних камер і всього устаткування;
- своєчасне поповнення персоналу;
- контроль за наявністю комах чи тварин і виклик спеціальних служб з їх знищення у разі потреби.

Відділ обслуговування масових заходів організовує наради, конференції, звані обіди, вечері та весілля.

■ **Кафе** – це підприємство громадського харчування, яке надає гостям обмежений асортимент блюд і напоїв, борошняних кондитерських виробів, кисломолочних продуктів у поєднанні із відпочинком і розвагами.

■ **Бар** – це спеціалізоване підприємство громадського харчування, яке надає гостям різні напої, десерти, солодкі блюда і закуски.

Бари класифікують залежно від їх розташування у готельній будівлі:

- вестибюльний бар – слугує зручним місцем для зустрічей і розмов гостей готелю;
- ресторанний бар – традиційно є найбільш привабливим елементом інтер'єру ресторану готелю;
- допоміжний бар – торгова точка, яка розташована у глибині готельної будівлі, на поверсі (у великих готелях їх може бути декілька, де зосереджуються різні види напоїв для обслуговування гостей у номерах);

- міні-бар – невеликий бар з холодильником у номерах; призначений для постачання гостей напоями у будь-який час доби.

Запаси напоїв у міні-барах поповнюються щоденно, а вартість випитого додатково включають у загальний рахунок за проживання. Для цього у номерах є бланки, у яких гостю пропонують вказати кількість випитого і з’їденого із міні-бару, поставити свій підпис і передати такі відомості у службу розміщення. У тому випадку, якщо гість не заповнив бланк, його заповнює відповідальний за цю ділянку роботи працівник готелю, але і у цьому випадку необхідний підпис гостя. З метою уникнення непорозумінь у номерах повинна бути розміщена інформація про порядок використання міні-баром і перелік продуктів і напоїв із розцінками на них. Продукція міні-барів повинна бути промаркована.

У готелях з високим рівнем обслуговування функціонують поверхові служби обслуговування, які цілодобово надають послуги із харчування – подача у номер на прохання гостя їди, напоїв. Замовлення на таке обслуговування здійснюється декількома способами:

- по телефону;
- шляхом виклику офіціанта з допомогою спеціально об лаштованої у номері кнопки;
- з допомогою карти замовлення сніданку (табл. 3.5), яка може бути розміщена на ручці дверей із зовнішнього боку до трьох годин ночі (подання у номер сніданків починається із 6.30 і закінчується у 10.00 – 12.00).

Оплата за сніданок може бути проведена гостем безпосередньо офіціанту у момент подачі замовлення (для цього у офіціанта є заздалегідь підготовлений рахунок). Один екземпляр вручається гостю, два інших екземпляри офіціант забирає з собою для подальшої звітності. Необхідно мати на увазі, що послуги харчування у готелі є другими після послуг розміщення за об’ємом реального прибутку, що потребує ретельного визначення способів і форм такого обслуговування, їх різноманітності.

Таблиця 3.5

Основні види сніданків , що подаються у готельний номер та їх складові елементи

Вид сніданку	Складові елементи сніданку
--------------	----------------------------

Континентальний сніданок	Йогурт, вершкове масло, джем чи мед, фрукти, сири. Для вибору напоїв до сніданку пропонують такий асортимент: декілька видів соку, кава, кава без кофеїну, кава з молоком (вершками), чай, гарячий шоколад, лимонад. Із хлібобулочних виробів пропонують: тости, хліб, кекси, рулети, печиво
Англійський сніданок	Чай, кава, гарячий шоколад, булочні вироби, тости, масло, джем, мед, варення, яєчня із шинкою чи беконом, омлет із шинкою чи печерицями, рибні блюда, блюда із злакових (каша, суп)
Національні сніданки	
Голландський сніданок	Кава, чай, молоко, голландські анісові сухарики, голландський сир, вівсяна каша, млинці із начинкою, м'ясні асорті, оселедець
Італійський сніданок	Свіжі фрукти, міцна кава з молоком, тости, булочки з мармеладом, медом, маслом
Французький сніданок (стандартний)	Гарячий напій з молоком
Французький сніданок (1 варіант)	Дуже міцна кава з великим об'ємом молока, масло, сир різних сортів, хліб, булочки, рогаики
Французький сніданок (2 варіант)	Холодні закуски (бутерброди-канапе, різні салати із свіжих і консервованих овочів, птиці, риби, масло), гаряча овочева закуска, рибні чи м'ясні гарячі блюда із гарніром із овочем, фрукти, кава

Регламент процесу «Харчування гостей готелю» (рис. 3.7).

1. Резервування столу:

а) вимоги до виконання процедури: зареєструвати прізвище, дату, час, число персон. Поцікавитися, чи є особливі побажання у відвідувачів;

б) відповідальний за процедуру: метрдотель; черговий офіціант чи бармен.

2. Зустріч відвідувачів:

а) вимоги до виконання процедури:

- привітати із згадуванням імен, прізвищ і чинів;
- допомогти у гардеробі при роздяганні;
- провести гостей до столу;
- представити гостям офіціанта, який буде їх обслуговувати;

б) відповідальний за процедуру: швейцар, гардеробник, метрдотель, директор ресторану.

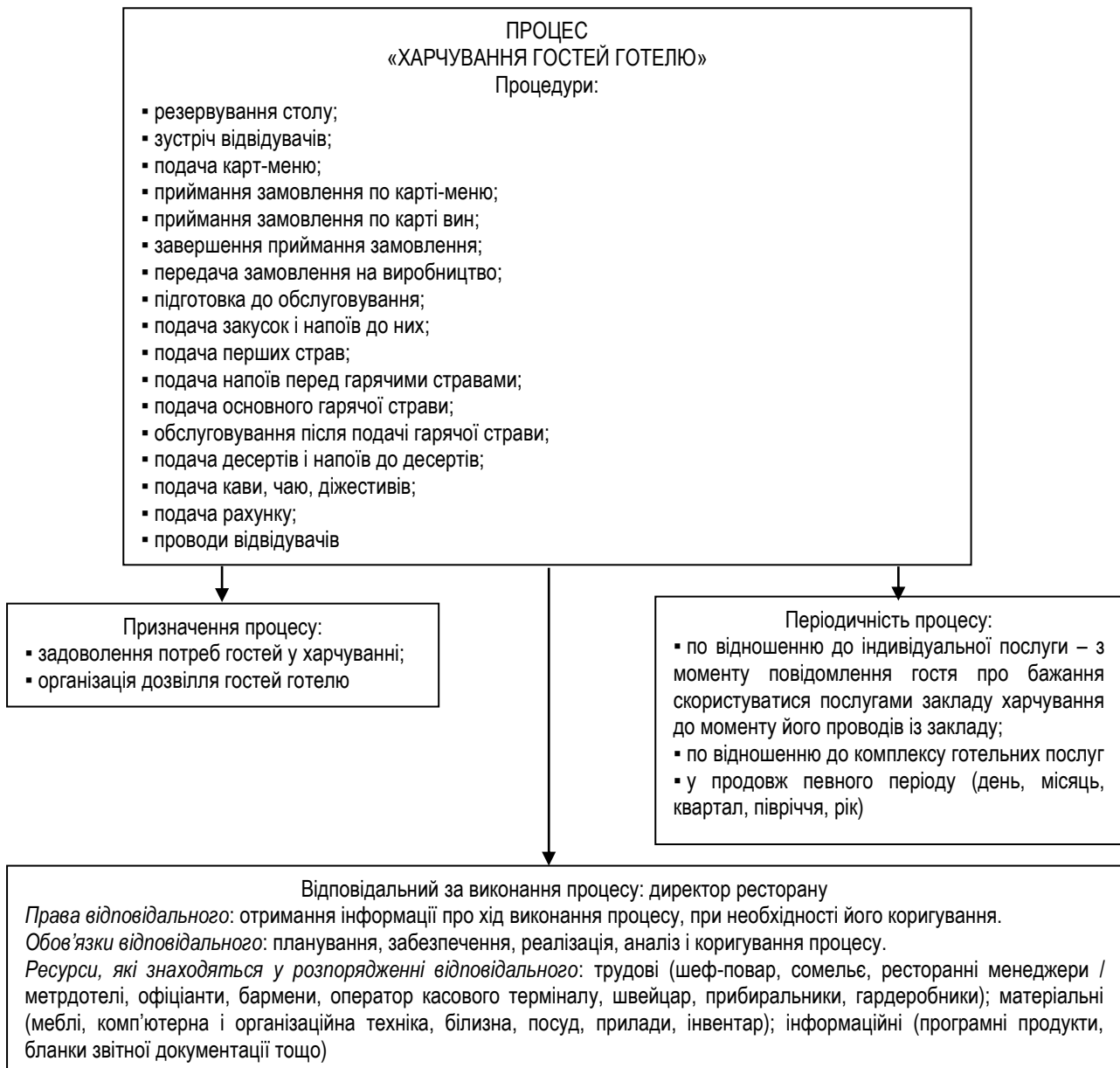


Рис. 3.7. Схема регламенту процесу «Харчування гостей готелю»

3. Подача карт-меню:

а) вимоги до виконання процедури:

- привітати гостей, які зайняли свої місця за столом, подати гостям карти страв і карти вин;
- запропонувати замовити аперитив;
- надати гостям час для ознайомлення з переліком продукції і послуг ресторану;

б) відповідальний за процедуру: метрдотель, офіціант, сомельє.

4. Прийом замовлення по карті страв:

а) вимоги до виконання процедури: надати відвідувачам інформації про фірмові страви, про чергові страви, а також про страви, які зацікавили гостей;

б) відповідальний за процедуру: офіціант.

5. Прийом замовлення по карті вин:

а) вимоги до виконання процедури:

- надати відвідувачам інформації про напої;
- рекомендувати напої до обраних страв;
- рекомендувати напої у тому порядку, у якому будуть подаватися страви;
- уточнити особливі побажання гостей, що стосуються порядку і температури подачі замовлених напоїв;

б) відповідальний за процедуру: сомельє.

6. Завершення прийому замовлення:

а) вимоги до виконання процедури:

- забезпечити подачу аперитиву;
- прочитати записане замовлення, чітко називаючи страви, напої та їх кількість; отримати від відвідувачів підтвердження цього замовлення;
- карти-меню, а також таблички з номером столу і надписом «зарезервовано» прибрати зі столу.

б) відповідальний за процедуру: офіціант, сомельє.

7. Передача замовлення на виробництво:

а) вимоги до виконання процедури:

- скласти план подачі і розставлення страв;
- повідомити повару про особливі побажання гостей;
- повідомити гостям час очікування деяких страв;
- зафіксувати замовлення на касовому терміналі;

б) відповідальний за процедуру: офіціант, оператор касового терміналу.

8. Підготовка до якісного обслуговування:

а) вимоги до виконання процедури:

- виконати додаткову сервірування столу необхідними наборами;

- подати хліб, випічку і мінеральну воду;
- б) відповідальний за процедуру: офіціант, сомельє.

9. подача закусок і напоїв до них:

а) вимоги до виконання процедури:

- наповнити бокали і чарки гостей водою і напоями, які супроводжують закуски;
- подати закуски;
- строго дотримуватися температурного режиму подачі страв і напоїв;
- пропонувати соуси, спеції, приправи, харчовий лід.

б) відповідальний за процедуру: офіціант, сомельє.

10. подача перших страв (супів):

а) вимоги до виконання процедури:

- прибрати посуд із-під закусок;
- знову запропонувати хліб і воду;
- подати першу страву (суп);

б) відповідальний за процедуру: офіціант.

11. подача напоїв перед гарячою стравою:

а) вимоги до виконання процедури:

- прибрати використаний посуд;
- презентувати вино;
- наповнити вином відповідні бокали;
- підготувати стіл до подачі основної гарячої страви;

б) відповідальний за процедуру: офіціант, сомельє.

12. подача основної гарячої страви:

а) вимоги до виконання процедури:

- перевірити відповідність наборів страві, яка подається (м'ясні і рибні);
- подати основну страву, якщо це потрібно, то окремо подати гарнір і соус;

б) відповідальний за процедуру: офіціант.

13. обслуговування після подачі гарячої страви:

а) вимоги до виконання процедури:

- прибрати весь використаний посуд, у тому числі тарілки для хліба, соусники і набори для спецій;
- прибрати всі непотрібні набори і зачистити стіл;

б) відповідальний за процедуру: офіціант.

14. подача десерту і напоїв до десертів:

а) вимоги до виконання процедури:

- уточнити замовлення десертів і запропонувати додатково замовити десерти;
- провести необхідну сервірування столу для подачі десертів і напоїв;
- подати десерти і напої;

б) відповідальний за процедуру: офіціант.

15. подача кави, чаю, джестивів:

а) вимоги до виконання процедури:

- уточнити сорт кави чи чаю;
- подати алкогольні напої;
- подати каву чи чай;

б) відповідальний за процедуру: офіціант, сомельє.

16. подача рахунку:

а) вимоги до виконання процедури:

- подати бланк рахунку;
- провести операції із розрахунку і видати здачу;

б) відповідальний за процедуру: офіціант, метрдотель.

17. Проводи відвідувачів:

а) вимоги до виконання процедури:

- надати допомогу при виході гостей із-за столу;
- провести гостей до гардеробу;
- допомогти одягнутися;

б) відповідальний за процедуру: офіціант, метрдотель, гардеробник.

НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Характерною особливістю сучасного готельного обслуговування є централізація реалізації послуг. Великі готельні об'єднання формують спеціалізовані ланки для реалізації послуг. Тому частина операцій у процесі обслуговування туристів (попередній продаж, резервування місць тощо) виходить за рамки компетенції окремих ланок готельного господарства та зосереджується в спеціалізованих туристичних організаціях або самому підприємстві. Отже, на якість обслуговування в готелях впливає діяльність посередницьких ланок, що реалізують їхні основні послуги.

Початкова інформація про характер послуг міститься у назві, місцезнаходженні та категорії засобу розміщення. Інші відомості:

- кількість і наявність вільних номерів;
- близькість до туристичних центрів і берега моря;
- пільги, що надаються певним категоріям клієнтів (молоді, сім'ям із дітьми, учасникам конгресів та ін.), туристи знаходять у рекламних проспектах.

Ще детальнішу інформацію вони можуть одержати від туроператорів, тобто фірм, що здійснюють через мережу турагентів рекламу та збут турів.

Надання інформаційних послуг у готелях – один із найважливіших і часто визначальний етап у наданні послуг. Вміле надання інформації повинно привертати увагу, збуджувати інтерес і бажання придбати послугу, тобто здійснити вибір готелю, номера, терміну перебування та ін. Водночас, інформаційну діяльність варто проводити з великим тактом, увагою та професіоналізмом.

В кожному описі готелю є невеличка рубрика під назвою «До Вашої уваги». Тут можна знайти коротку, цікаву інформацію про можливе місце проживання. Для точнішої орієнтації та полегшення вибору готелі групуються за інтересами туристів з відповідною організацією їхнього відпочинку.

Особлива увага звертається в інформації на пільги та можливості їх одержання. Наприклад:

- пільгові ціни на дитячі путівки (дійсні тільки для дітей, які проживають у кімнаті разом із двома дорослими);
- безкоштовне вино та фрукти під час прибуття, чай і тістечко щодня, пляшка вина (на номер) щотижня;

- безкоштовний торт у день народження клієнта; щодаки безкоштовний прокат автомобіля (на номер);
- якщо турист відпочиває впродовж 2 тижнів у даному готелі, то адміністрація на свій власний розсуд може запропонувати певне його урізноманітнення: 1 тиждень – на одному курорті, а потім переїхати до контрастного курорту, при цьому одержавши знижку в оплаті до 75 % та ін.

Основні послуги, що надаються безкоштовно:

- виклик швидкої допомоги, лікаря і доставка ліків;
- користування медичною аптечкою першої допомоги;
- доставка в номер або вручення персоналом готелю особистої кореспонденції;
- збереження ручного багажу;
- збереження цінностей та грошей, що здаються за описом.

Основні послуги, що надаються безкоштовно:

- виклик швидкої допомоги, лікаря і доставка ліків;
- користування медичною аптечкою першої допомоги;
- доставка в номер або вручення персоналом готелю особистої кореспонденції; збереження ручного багажу;
- збереження цінностей та грошей, що здаються за описом.

Незважаючи на різноманітність асортименту додаткових послуг, їх доцільно розділити на групи, що мають загальні риси з точки зору задоволення попиту на них.

1. Полегшують перебування гостей у готелі:

- інформаційні (інформування про послуги, що їх надає готель, розваги, 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, автомобілів, розмножувальної техніки та ін.;
- зберігання кореспонденції, цінностей.

2. 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).

3. Задовольняють особливі вимоги гостей – діячів мистецтва, спортсменів, бізнесменів та ін. (надання музичних інструментів, послуг особистого екскурсовода, перекладача, секретаря, забезпечення телексивним зв'язком, комп'ютером тощо).

Перелік додаткових послуг істотно відрізняється в різних за видами та категоріями готелях. Готелі категорії «Люкс» або 5* повинні надавати всі додаткові послуги самостійно. Для цього вони мають розгалужену мережу підрозділів (перукарню, ресторан, кафе, бар, відділення зв'язку та банку, крамниці, кіоски, хімчистку, касу з продажу квитків на всі види транспорту тощо), що виробляють і реалізують різноманітні додаткові послуги.

Готелі, які не можуть самостійно виконувати весь комплекс додаткових послуг, укладають договори на їхнє надання із відповідними комунально-побутовими, транспортними, банківськими, торговельними підприємствами, закладами культури та ін.

1. Надання безкоштовних додаткових готельних послуг:

- зберігання багажу в камерах схову (не більше двох місць);
- доставка телеграфної кореспонденції в номер;
- виклик швидкої допомоги;
- доставка в номер термометра, медикаментів першої необхідності;
- побудка гостей готелю в будь-який час (на їхнє прохання);
- доставка в номер довідкової та сувенірної реклами, фірмових конвертів і паперу;
- зберігання грошей, цінних паперів (відповідно до опису);

- надання довідкової інформації про розташування й режим роботи пунктів побутового обслуговування та інших послуг;
 - а) вимоги до виконання процедури (щоденно): надання гостям безкоштовних послуг з прибирання здійснювати відповідно до їх переліку (див. регламент процесу «Надання додаткових послуг»);
 - б) термін виконання процедури: по мірі необхідності;
 - в) відповідальний за процедуру: менеджер служби готельного фонду (черговий по поверху).

Регламент процесу «Надання додаткових готельних послуг» (рис. 3.8).

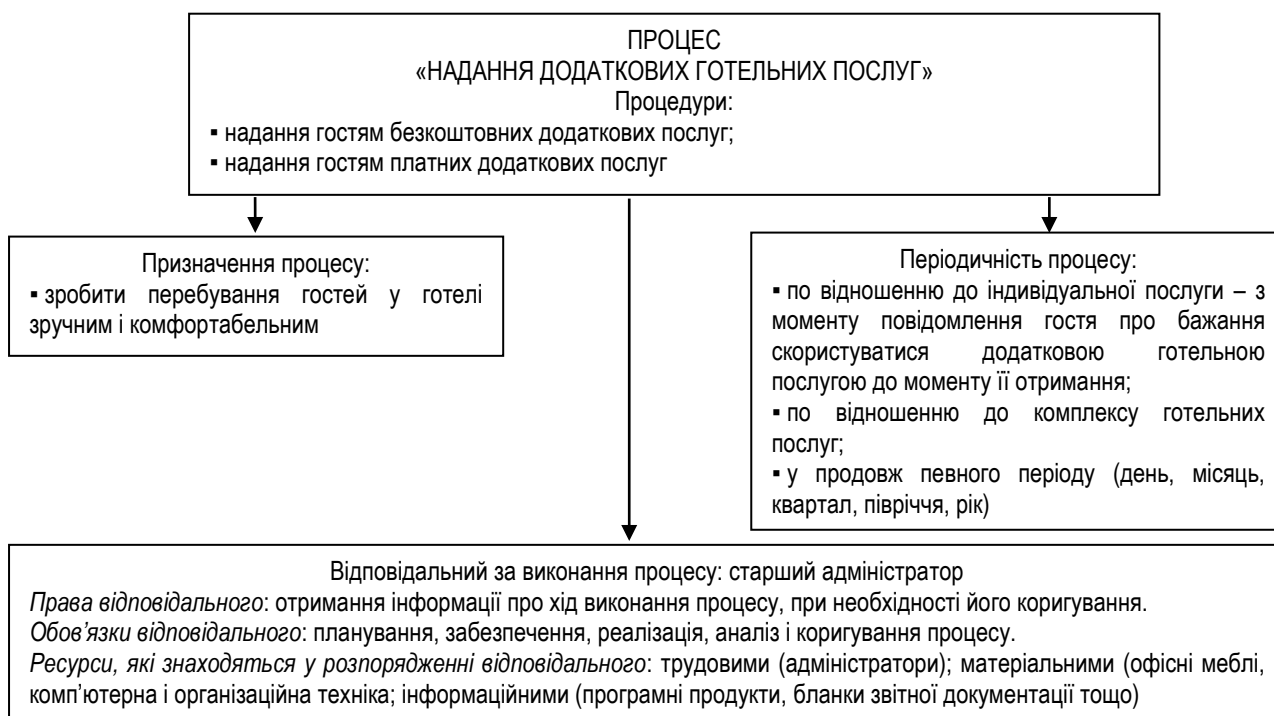


Рис. 3.8. Загальна структурна схема процесу «Надання додаткових готельних послуг»

2. Надання платних додаткових готельних послуг:

- екскурсійне обслуговування;
- замовлення послуг гідів-перекладачів;
- організація продажу квитків у театри, у цирк, на концерти тощо;
- організація продажу квитків на всі види транспорту;

- замовлення автотранспорту за замовленням гостей;
- виклик таксі;
- прокат автомобілів;
- замовлення місць у ресторанах міста;
- покупка і доставка квітів;
- продаж сувенірів, листівок та іншої друкованої продукції;
- ремонт взуття;
- ремонт і прасування одягу;
- прання і хімчистка одягу;
- користування сауною;
- послуги перукарні;
- оренда конференц-залу, залів переговорів;
- послуги бізнес-центру;

а) вимоги до виконання процедури (щоденно): надання гостям платних додаткових послуг здійснювати відповідно до їх переліку;

б) термін виконання процедури: по мірі необхідності;

в) відповідальний за процедуру: менеджер служби готельного фонду (черговий по поверху).

ОРГАНІЗАЦІЯ ВІД'ІЗДУ ГОСТЯ ІЗ ГОТЕЛЮ

У день від'їзду гість одержує повний розрахунок, його просять оплатити заборгованість і повернути ключі від номера, перш ніж залишити готель.

Для оформлення розрахунків з гостями передбачені бланки суворої звітності. Це рахунок (форма № 4г), що виписується касиром у трьох екземплярах (у випадку автоматизованої обробки даних – у двох екземплярах):

- перший видається гостеві;
- другий разом з «Касовим звітом» (форма №9-г) протягом доби здається в бухгалтерію,
- третій екземпляр залишається в касира і зберігається до виїзду гостя з готелю.

Існують ще бланки суворої звітності, що використовуються для взаєморозрахунків із клієнтом. Це квитанція за використання автостоянки готелю (форма № 10-г), що випикується на підставі техпаспорта автотранспортного засобу і документа, що засвідчує особистість гостя, при прийомі і видачі автотранспортних засобів. Вона випикується в двох екземплярах: перший екземпляр видається платникові, а другий – здається в бухгалтерію.

Крім того, існує ще один документ – це корінець квитанції на прийом речей до камери схову (форма №13-г). Він заповнюється комірником камери схову в двох екземплярах: один залишається в комірника, інший видається гостю, що здав речі до камери схову і пред'являється комірникові тоді, коли необхідно їх забрати.

Розрахунок оплати за бронювання номерів (місць) проживання за безготівковим розрахунком здійснюється заповненням бланка форми № 8-г. Титульний лист форми спочатку заповнюється агентом з бронювання (адміністратором або портье) і передається в бухгалтерію для передоплати.

У більшості готелів персоналу потрібно ознайомити гостя з можливими варіантами оплати при реєстрації. Таким чином, кредитні картки або інформація про прямо випикуванні рахунки повинні бути надані гостеві заздалегідь, до випикування з номера. Це завчасне повідомлення дозволяє одержати підтвердження на дозвіл щодо використання кредитної картки або прямого банківського переказування. Це скорочує час з оформлення виїзду і дозволяє скоротити до мінімуму заборгованість готелю.

Агент служби прийому і розміщення після випику гостя переводить номер у статус вільного і повідомляє відділ покоївок про від'їзд гостя. Покоївка прибирає номер і готує його для контролю і подальшого збуту.

Служба прийому і розміщення повинна виявляти оперативність у питаннях інформації про номери, що звільнилися, у точній і доцільній формі.

Файл, що містить інформацію про гостя – це набір особистих його реквізитів і відомості щодо фінансового стану. Наявність такої інформації дозволяє працівникам готелю краще зрозуміти свою клієнтуру і забезпечити міцну базу для стратегічного маркетингу.

Файли, що містять інформацію про гостя, можуть отримати її з анкет реєстраційних карток або створені на основі точних комп'ютерних систем, що автоматично направляють відомості при вибутті гостя до файлу даних про гостя.

Відповідний аналіз даних історії гостя може забезпечити готель цінною конкурентоздатною інформацією на ринку готельних послуг.

Під час оформлення виписки і сплати рахунків добре підготовлений і організований персонал служби прийому і розміщення може забезпечити ритмічну, ефективну і сприятливу атмосферу у всіх відношеннях. Процес оплати рахунків залежить від ефективності системи обліку і поінформованості гостей, починаючи зі стадії бронювання і закінчуючи оформленням виїзду. Важливу роль у цьому грає аудит.

Існує кілька способів, згідно з якими особовий рахунок може бути зведений до нуля. Коли гість підходить до стійки, щоб виписатися, касир повинний точно перевірити, який рахунок був уже оплачений, незалежно від того, який метод розрахунку був використаний гостем під час реєстрації.

Звичайно в готелях з розвинутою інфраструктурою відпочинку, найактивніше життя вирує у вечірній і нічний час, тобто тоді, коли відсутні його керівництво і службовці, що є кураторами тих виробничих підрозділів, які працюють цілодобово. Тому в багатьох готелях Західної Європи, а потім і Америки була введена посада нічного аудитора.

Регламент процесу «Організація від'їзду гостя із готелю» (рис. 3.9).

1. Отримання від гостя повідомлення про його наміри виїхати із готелю:

а) вимоги до виконання процедури: наявність даних про наміри гостя, термін проживання у готелі якого закінчується;

б) термін виконання процедури: по мірі необхідності, згідно графіку завантаження готелю;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

2. Огляд готельного номеру на предмет цілісності матеріальних цінностей:

а) вимоги до виконання процедури: огляд готельного номеру здійснюється як у присутності гостя, так і без нього. При встановленні фактів псування матеріальних цінностей, складається відповідний акт;

б) термін виконання процедури: по мірі необхідності;

в) відповідальний за процедуру: черговий по поверху.



Рис. 3.9. Загальна структурна схема процесу «Організація від'їзду гостя із готелю»

3. Оплата гостем зіпсованих матеріальних цінностей:

а) вимоги до виконання процедури: оплата зіпсованих матеріальних цінностей здійснюється старшому адміністратору. Гостю видають касовий чек;

б) термін виконання процедури: по мірі необхідності;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

4. Остаточний розрахунок гостя по його від'їзду із готелю

Проводиться остаточний розрахунок із гостем, із врахуванням користування додатковими платними послугами. При затримці виїзду не більш ніж на шість годин після розрахункової години (з 12.00 до 17.59) проводиться погодинна оплата, при затримці виїзду у період з 18.00 до 23.59 проводиться оплата за половину доби, при затримці виїзду більш ніж на 12 годин, оплата проводиться за одну добу.

4.1. Оплата готівкою при від'їзді гостя:

а) вимоги до виконання процедури: при отриманні грошей за проживання, бронювання, додаткові плани послуги оформляється рахунок відповідної форми;

б) термін виконання процедури: по мірі необхідності;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

4.2. Оплата готельних послуг авансом: суму авансу розраховують шляхом помноження добового чи погодинного тарифу на передбачений час проживання. Якщо аванс повністю не використаний і існує необхідність частини грошей повернути гостю, то у такому випадку заповнюють відповідний бланк і роблять помітку про повернення грошей у рахунку;

а) вимоги до виконання процедури:

б) термін виконання процедури: по мірі необхідності;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

4.3. Оплата готельних послуг по безготівковому розрахунку:

а) вимоги до виконання процедури: адміністратор випишує у двох екземплярах рахунок оплати за проживання. Його готель надає разом із рахунком-фактурою, яка виставляється підприємству-платнику;

б) термін виконання процедури: по мірі необхідності;

в) відповідальний за процедуру: черговий адміністратор.

4.4. Звіт чергового адміністратора про розрахунки із гостями:

а) вимоги до виконання процедури: черговий адміністратор надає у бухгалтерію звіт про розрахунки із гостями (касовий звіт із прикладенням всіх касових бланків чи контрольно-касової стрічки);

б) термін виконання процедури: по мірі необхідності;

в) відповідальний за процедуру: черговий по поверху.

5. Випуска гостю перепустки на винесення особистих речей:

а) вимоги до виконання процедури: випишується гостю дозвіл на виніс особистих речей;

б) термін виконання процедури: по мірі необхідності;

в) відповідальний за процедуру: черговий по поверху.

6. Виїзд гостя із готелю:

а) вимоги до виконання процедури: гість віддає ключ від готельного номеру черговому адміністратору, заповнює вихідну анкету про якість готельного обслуговування;

б) термін виконання процедури: по мірі необхідності;

в) відповідальний за процедуру: черговий по поверху.

3.3. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ЗАКУПІВЛІ

ФУНКЦІЇ І ЗАВДАННЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОГО ПОСТАЧАННЯ

Термін «постачання» визначає закінчений процес виконання певних дій, пов'язаних з підтримкою виробництва:

- виявлення необхідності у сировині та матеріалах;
- пошук, аналіз та вибір постачальників;
- розвиток тривалих ділових відносин з постачальниками;
- переговори по цінам, вхідний контроль якості тощо.

Постачання може включати різні типи придбання (закупівлю, оренду, виконання зобов'язань за контрактом і т. д.) сировини й матеріалів, а також пов'язані із цим роботи: вибір постачальників, проведення переговорів, узгодження умов, експедирування, моніторинг показників роботи постачальників, переробку вантажів, транспортування, приймання й складування матеріалів.

При цьому передбачається виконання таких видів діяльності: безпосередньо закупка, доставка, прийомка та контроль якості, зберігання, відпуск на виробництво, розпорядження невикористаними та неякісними залишками, переробка та утилізація відходів виробництва.

■ **Матеріально-технічне постачання** – це сукупність взаємоузгоджених та взаємозалежних процесів, функцій та видів робіт, яка спрямована на досягнення цілей забезпечення підприємства не обхідними по якості матеріальними ресурсами у потрібний час, у потрібному місці, від надійного постачальника, який своєчасно

відповідає по своїм зобов'язанням, пропонує очікуваний замовником сервіс та вигідну ціну.

Цілі матеріально-технічного постачання:

- поглиблений аналіз доцільності організації закупки тих чи інших матеріально-технічних ресурсів;
- використання наукового підходу до формування цінової політики у сфері постачання;
- розробка та реалізація програм зниження витрат у постачальника матеріально-технічних ресурсів;
- придбання матеріально-технічних ресурсів по мінімально можливій повній ціні (сукупні витрати вздовж ланцюга поставок);
- підтримка оптимального рівня якості матеріально-технічних ресурсів на вході;
- пошук та ефективне використання надійних, конкурентоспроможних постачальників;
- зниження обсягів запасів матеріально-технічних ресурсів та забезпечення їх безперебійного просування вздовж всього ланцюга поставок.

Завдання постачання матеріальних ресурсів:

- створення надійного та безперервного матеріального потоку на підприємстві;
- тісна взаємодія з підрозділами, що використовують ці матеріали, розвиток відносин і розуміння їхніх запитів;
- пошук підходящих постачальників, тісна взаємодія з ними та формування вигідних відносин;
- закупівля необхідних матеріально-технічних матеріалів і гарантія того, що вони мають прийнятну якість, доставляються вчасно і туди, куди це необхідно, а також задовольняють іншим вимогам;
- домовленість про гарну ціну і умови поставок;
- створення невеликих запасів, проведення підходящої політики запасів і інвестицій у них, наявність стандартних і доступних матеріалів і т. д.;

- швидке переміщення матеріалів від виробника ресурсів до готелю, експедирування необхідних поставок, постійне відстеження поточних умов, у тому числі очікуваного росту цін, виникнення дефіциту, розробки нових продуктів і т. д.

Методичне забезпечення постачання полягає у розробці різних методик з допомогою яких вирішуються такі завдання:

- ефективне управління рухом сировини, матеріалів та комплектації від постачальників до готелю;
- своєчасне забезпечення діяльності готелю необхідними матеріально-технічними ресурсами, що відповідають вимогам до асортименту та номенклатурі, об'ємам чи кількості, якості та комплектності.

У всіх ситуаціях, що пов'язані з матеріально-технічним постачанням, керівництво готелю має забезпечити виконання таких кроків:

- детальний аналіз складових вартості доставки матеріальних ресурсів;
- прийняття рішення щодо можливості роздільної поставки по видам та черговості використання ресурсів, використання власного транспорту чи послуг постачальника;
- мотивація персоналу, причетного до поставки матеріально-технічних ресурсів, оперувати такими категоріями як: оцінка вартості зберігання ресурсів на вході (до моменту їх використання), вигоди своєчасної доставки ресурсів, відділення витрат на доставку ресурсів, їх зберігання від інших витрат;
- встановлення найбільш прийнятних термінів закупівлі матеріально-технічних ресурсів, приймаючи до уваги всі можливі комерційні ризики;
- встановлення цінових пілг, що пропонуються постачальниками;
- узгодження з постачальником правил проходження вхідних матеріальних потоків та розподілу відповідальності за їх порушення;
- об'єднання зусиль з постачальником на основі взаємної довіри та вигод.
- встановлення доцільності використання інтегрованого аутсорсингу – передача відповідальності за всі вхідні матеріальні потоки сторонній організації.

За певних умов термін «закупка» може використовуватися у сфері оперативної діяльності відділу постачання при виконанні одноразової угоди по придбанню

підприємством необхідних матеріалів. Щодо терміну «постачання», то він розглядається як закінчений процес виконання певних дій, пов'язаних з підтримкою виробництва: виявлення необхідності у сировині та матеріалах, пошук, аналіз та вибір постачальників, розвиток тривалих ділових відносин з постачальниками, переговори по цінам, вхідний контроль якості тощо.

■ **Закупівля товарів** – це отримання товарів необхідної якості та кількості у визначений час, місце та по узгодженій ціні, за яким відбувається часткова чи повна передача прав власності на такі товари.

Мета закупки матеріально-технічних ресурсів – придбання готелем товарів і послуг, у відповідь здійснюючи грошову чи будь-яку іншу еквівалентну оплату.

У якості основних цілей закупки матеріально-технічних ресурсів розглядають такі:

- постійний пошук нових джерел поставок матеріально-технічних ресурсів, найбільш вигідних з фінансової точки зору;
- розробка конкретних напрямів аналізу та оцінки потенційних постачальників;
- розрахунок фінансових та трудових витрат по конкретним умовам закупівлі ресурсів, включаючи транспортування, митні внески, акцизи.

Завдання закупки товарів – це безумовно виконувати зобов'язання однієї сторони (постачальника) перед іншою стороною (готелем) надати сировину, матеріали та комплектацію, що необхідні останньому для виконання своєї виробничо-господарської діяльності.

До завдань закупки товарів відносять:

- дотримання узгоджених термінів закупки товарів;
- забезпечення точної відповідності між кількістю поставок товарів та потребами у них;
- дотримання вимог постачальником щодо якості товару.

Основні методи закупки товарів представлені у *табл. 3.6*.

Завдання закупки товарів мають бути реальними, планованими, порівняними та мають вартість. Розділяють завдання загального та локального характеру, вирішення яких безпосередньо пов'язано з виробничо-господарською діяльністю підприємства. До них віднесено:

- розуміння ключових компетенцій постачальників;
- визначення рівня їх кваліфікації як можливих проєктантів матеріалів та технологічних процесів їх виготовлення;
- оцінка ризиків, що пов'язані з використанням тих чи інших технологій постачальника та порівняння таких ризиків з вірогідністю успіху.

Таблиця 3.6

Методи закупки готелем товарів та їх характеристики

Метод закупки	Зміст методу	Особливості методу
Закупка ресурсів однією партією (оптові поставки)	Передбачається отримання готелем товарів великою партією за один раз	Простота оформлення договірних документів. Гарантія поставки всієї партії, підвищені торгові знижки. Потреба мати великі складські площі. Оборотноість інвестицій у закупки ресурсів та їх зберігання значно уповільнена
Регулярні закупки ресурсів дрібними партіями	Споживач замовляє необхідну кількість товарів, які поставляються йому невеликими партіями на протязі певного періоду	Оборотноість інвестицій у закупки ресурсів та їх зберігання прискорена. Ймовірність замовлення надлишкової кількості товарів. Необхідність оплати всієї кількості товарів, що визначені договором
Щоденні (щомісячні) закупки	Метод широко використовується там, де потреба у сировині й матеріалах, які є дешевими та швидко використовуються	Прискорення оборотності інвестицій у закупки ресурсів та їх зберігання. Зниження витрат на складування та зберігання. Своєчасність поставок
Отримання товарів по мірі необхідності	Готель замовляє необхідну кількість товарів, які поставляються йому невеликими партіями за таких умов: <ul style="list-style-type: none"> ▪ кількість поставлених товарів не встановлюється, а визначається приблизно; ▪ постачальники перед виконанням кожного замовлення отримують підтвердження від споживача; ▪ сплачується тільки поставлена кількість товару; ▪ по закінченню терміну контракту готель не зобов'язаний приймати та оплачувати товари, які не поставлені 	Відсутність твердих зобов'язань щодо закупки певної кількості товарів. Прискорення оборотності інвестицій у закупки ресурсів та їх зберігання. Мінімізація часу оформлення договірних документів
		Товар замовляється, коли він необхідний,

Закупка товарів з негайною здачею готелю	Купуються товари, які використовуються нечасто і коли отримати їх неможливо по мірі потреби	вивозиться з складів постачальників. Великі витрати, що пов'язані з необхідністю детального оформлення документації при кожному замовленні. Дрібні розміри замовлень. Велике число постачальників
--	---	---

За таких умов, оперативний аналіз стану процесу закупки товарів дозволяє виділити декілька комплексів взаємопов'язаних, але маючих і самостійне значення завдань – облік руху ресурсів, контроль наявності у постачальника тих чи інших видів сировини і матеріалів, аналіз функціонування процесу закупок, конструювання управлінських рішень.

Завдання першого класу. Вони полягають у зборі, накопиченні, зберіганні, систематизації інформації про надходження, зберігання, списання товарів, результати діяльності підрозділів готелю, які охоплені системою матеріально-технічного забезпечення. Вирішення завдань такого класу передбачає опрацювання нормативної інформації про характеристики ресурсів, структуру системи матеріально-технічного забезпечення, параметри складських та транспортних потужностей на вході.

Завдання другого класу. До них входять завдання контролю та аналізу процесу закупки товарів. Завдання контролю передбачають процедури інтеграції даних, що характеризують функціонування процесу закупок ресурсів, розробки необхідних менеджерам даних по критеріям відбору, видання різноманітних форм вихідних документів. Цей клас завдань досить тісно пов'язаний з завданнями аналізу. У ході аналізу визначаються та порівнюються якісні характеристики, що відображають функціонування процесу закупки, здійснюється встановлення невідповідності планованих значень характеристик та фактичних, виявляються причини такої невідповідності.

Процес закупки охоплює велику кількість різноманітних заходів, що відносяться до широкого спектру сировини й матеріалів, їх комплектності, якості та своєчасністю надходження у підрозділи готелю.

ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ЗАКУПІВЛІ ТОВАРІВ ЗА ПРИНЦИПОМ «ДЕНЬ ЗА ДНЕМ»

Процес закупівлі товарів продовольчого і матеріально-технічного призначення у готелі має циклічний характер. Тому можна вести мову про певний алгоритм, тобто встановлену схему роботи, якої повинен дотримуватися спеціаліст готелю по закупкам, проводячи поточну діяльність день за днем (рис. 3.10).

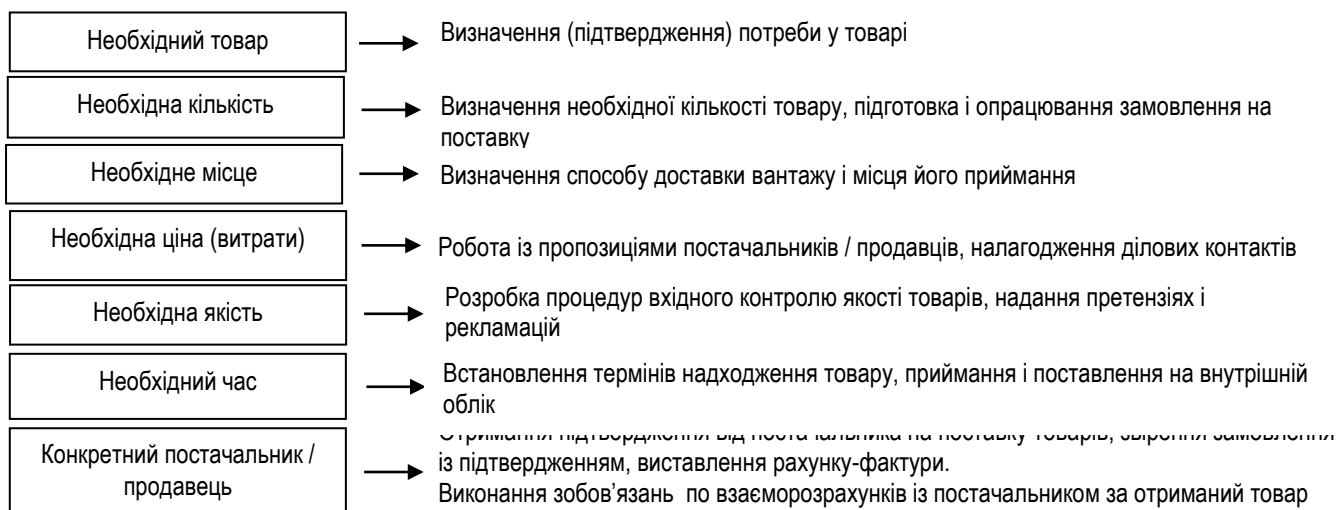


Рис. 3.10. Типовий порядок процесу закупівлі готелем товару

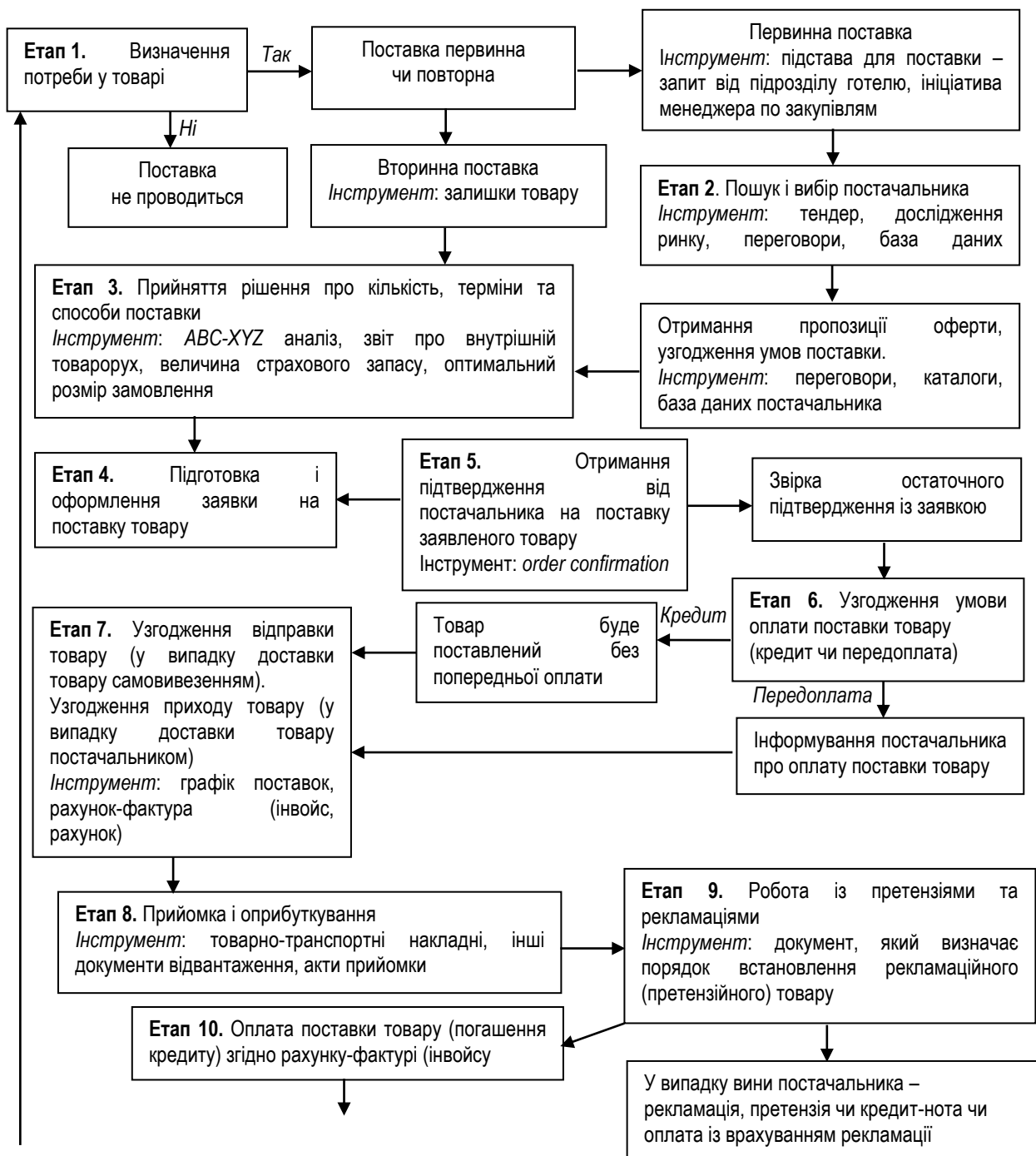
Суть процесу закупівлі полягає у тому, що це циклічні, повторювані етапи. При цьому кожний етап вимагає контролю як з боку постачальника, так і з боку замовника і прийняття відповідних щоденних рішень (рис. 3.11).

1. *Визначення потреби у товарі.* Необхідно мати на увазі: замовлення на товар оформляється письмово із вказівкою основних його характеристик (ціновий діапазон, приблизна кількість товару до першої поставки, приблизний графік внутрішнього розподілу товару (тиждень / місяць / квартал / рік), основні споживчі характеристики товару, які впливають на його закупівлю (комплектація, гарантія, габарити, енергоємність тощо), вимоги до упаковки і тари тощо. Сам менеджер із закупівлі не є дослідником попиту, але його робота – це знайти такий товар, що максимально відповідає потребам готелю.

Менеджер при прийнятті рішення про необхідність закупівлі товару може оперувати так названими залишками – даними інформаційної системи, яка показує стан

складського запасу на поточний момент. Така інформація повинна відповідати реальній кількості даного товару на складі готелю. Звіти по залишкам повинні бути:

- щоденними, незалежно від того, чи планується поставка товару чи ні (зранку чи ввечері, по мірі того, як у готелі оновлюється інформація, оприбутковується чи списується товар);
- у різних зрізах – залишки товарів у коморах служб готелю, по складам, по постачальникам (недоданий товар), за кількістю, за вартістю, по суміжному, взаємодоповнюючому, взаємозамінному товару, а також виписаний та резервний товар.



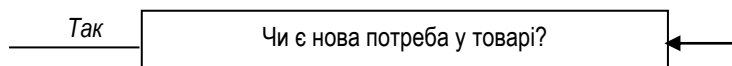


Рис. 3.11. Типовий порядок організації процесу закупівлі товару

2. *Вибір постачальника чи контакт із вже існуючим постачальником.* Від правильно обраного постачальника залежить у кінцевому підсумку не лише ціна, але і стабільність поставок, забезпечення гарантій поставки відповідно із замовленням, якість обслуговування тощо.

У випадку первинної поставки необхідно звернути увагу на здатність потенційного споживача максимально задовольнити потреби готелю у певному товарі. Важливо, щоб постачальник з'являвся тоді, коли товар потрібен, а не тоді, коли постачальник сам нав'язує його. А від так, чим більше інформації про потенційних постачальників є у служби матеріально-технічного забезпечення, тим більш правильним буде вибір. Джерелами такої інформації можуть бути:

- виставки і ярмарки;
- Інтернет (спеціалізовані портали чи сайти, реклама і розсилка);
- каталоги продукції і альманахи (типу «Меблі для ресторану», «Барна техніка»);
- торгові і профільні журнали;
- асоціації, об'єднання професіоналів.

У випадку повторної чи регулярної закупівлі товару постачальник отримує заявку згідно із існуючими домовленостями і заздалегідь узгодженими комерційними умовами. Важливо встановити, що може вплинути на поставку: наявність інструкцій на українській мові, сертифікатів, гарантій, дані про упакування і транспортну тару, терміни підтвердження і відправки замовлення, мінімальна партія, комплектність, можливість і особливості транспортування та митного оформлення.

Важливу роль відіграє база даних про товари і їх постачальників. База даних – це внутрішній документ готелю у електронному вигляді (найбільш часто його оформляють у таблиці *Excel*), куди менеджер по закупівлям заносить всю інформацію про товар постачальника, цінах, знижках (всіх можливих, отриманих і не отриманих), характеристиках, упаковці, комплектності, термінах придатності тощо. Важливо розуміти:

база даних – це особистий інструмент менеджера. Такий документ з'являється тоді, коли робота із постачальниками набуває регулярного характеру. У ньому повинно бути:

а) найменування товару (перерахування по групам, категоріям і товарним позиціям). Причому важливо вносити у базу не лише товар, який буде поставлятися, але і потенційно цікавий для забезпечення ефективної діяльності готелю. Якщо асортимент товару дуже великий, то необхідно вибрати ті групи чи категорії товарів, які для готелю є актуальними;

б) код чи артикул постачальника і штрих-код (якщо він є). Це полегшить пошук товарів та виключає дублювання найменувань;

в) ціна чи діапазон цін із можливими знижками. Оскільки величина знижок за партію може змінюватися (залежно від обсягу, умов оплати, величини кредитної лінії, бонусів тощо), то менеджер при складанні замовлення може заздалегідь розрахувати вартість поставки і вибрати необхідну кількість чи спосіб оплати;

г) властивості товару (розміри, кольори, комплектація тощо). Чим більш детальний опис, тим краще;

д) упаковка, транспортна тара чи інші параметри, які важливі для логістики готелю. Це дозволяє на етапі замовлення чи формування асортименту від постачальника визначити мінімальну партію, своєчасно подати інформацію на склад у відділ матеріально-технічного постачання про розмір замовлення.

3. *Прийняття рішення про кількість, терміни та способи поставки товару.* На цьому етапі необхідно визначитися із номенклатурою і кількістю товару. Для цього досить часто використовують *ABZ-XYZ-аналіз*, звіт про оборотність, звіт про товарорух (залишки), прогноз купівель, величина страхового запасу, оптимальний розмір замовлення. Нижче наводиться загальний огляд найбільш поширених методів.

ABC-аналіз. Це ранжування асортиментна по різним параметрам (обороту і прибутку). Товари групи «А» – найбільш важливі, які приносять 50 % обороту й прибутку. Товари групи «В» – «середні» за важливістю, які приносять ще 30 % обороту і прибутку. Товари групи «С» – «інші» товари, які приносять ще 20 % обороту і прибутку.

XYZ-аналіз. Це математично-статистичний метод, який дозволяє аналізувати і прогнозувати стабільність продаж окремих видів товарів і коливання рівня споживання

тих чи інших товарів. Чим більш сталий попит на товар, тим легше ним управляти, тим нижче потреба у товарних запасах, тим легше планувати рух товару.

Суміщений ABZ-XYZ-аналіз. Він дозволяє регулювати складський запас і вибирати правильну закупівельну політику по відношенню до різних товарів (які товари завозити із страховим запасом, які можна ввозити фіксованим запасом тощо). Також з допомогою цих даних можна розподілити свої зусилля по спостереганню над різними товарами: що вимагає постійного і ретельного спостереження, а що можна перевіряти час від часу.

Оборотність товару. Це число оборотів у разях чи днях середнього товарного залишку за певний звітний період (місяць, тиждень). Основна мета такого аналізу – це визначити ті товари, у яких швидкість циклу «товар – гроші – товар» буде мінімальною, а від так, приймати рішення про їх подальшу долю. Важливо від слідкувати динаміку зміни оборотності – порівняти із минулим періодом, із аналогічним періодом минулого року. Збільшення оборотності може свідчити про наявність надлишкового складського запасу.

Звіт про внутрішній розподіл і залишки. Це дані про кількість розподіленого між підрозділами готелю товару і товару, який залишився на його складі на даний момент. Важливо не лише оперувати отриманими даними, але і пам'ятати про сезонність замовлень, завантаженості готелю, а також на якій стадії життєвого циклу такий товар знаходиться (чи зростає попит на нього чи ні).

Прогнози закупівель. Вони можуть бути експертними (прогноз будується професіоналами служб маркетингу, обслуговування гостей, інженерно-технічної експлуатації готелю тощо), статистичними (метод «наївного прогнозу», метод довгострокової середньої, метод ковзної середньої і т. д. При цьому враховують горизонт прогнозу (приблизний залишок часу, на який слід будувати прогноз закупівель. Якщо для поповнення запасу товару не потрібно багато часу (наприклад поставка відбувається за два тижні), то горизонт прогнозу можна обмежити найближчим часом. Якщо товар необхідно чекати декілька місяців, то горизонт буде складати 90 днів з дати побудови прогнозу.

Визначення страхового запасу. Проводять по кожній позиції (тобто постійній недоторканій частині запасів, призначеної для безперервного постачання готелю у

випадку збоїв у поставках чи безперервного зростання потреби у ньому). Розраховується по формулі «можливий час затримки поставки × середній денний попит».

Більш детально ці та інші методи розглядаються у розділі «Управління запасами» навчальної дисципліни «Логістика у готельно-ресторанній справі».

4. *Підготовка і оформлення заявки на поставку товару.* Форма заявки може бути будь-якою:

- усна – у випадку простого замовлення однотипного товару, який вже давно поставляється і не потребує ніяких додаткових узгоджень із постачальником («Поставте, будь ласка, десять упаковок товару «Х», артикул такий-то»);
- письма – у електронній чи факсовій формі (форма заявки довільна – простий перелік позицій чи бланк-заявка по узгодженій із постачальником формі).

Кожний готель відпрацьовує ту форму замовлення, яка для нього найбільш зручна. письмова форма більш бажана, оскільки вона дає можливість звірити потім підтвердження із самою заявкою і перевірити, чи ті позиції і у тій кількості був поставлений товар.

5. *Отримання підтвердження від постачальника на поставку заявленого товару.* Завдання менеджера по закупівлям звірити підтвержену постачальником і замовлену ним кількість і номенклатуру товару. На підставі підтвердження постачальник виставляє рахунок (рахунок-фактура, інвойс чи проформа-інвойс – залежно від типу поставки), який розглядається як офіційний документ і на основі якого буде проведена оплата замовлення). За таким документом у подальшому формуються всі документи по прийому товару, вносяться попередні дані у інформаційну систему готелю.

6. *Узгодження умови оплати поставки товару.* Залежно від досягнутих домовленостей поставка товару може йти таким чином:

а) передоплата. Проводиться на підставі виставленого постачальником рахунку. Як правило, дані подаються у бухгалтерію чи фінансову службу готелю заздалегідь, на основі балансу і плану закупівель. Завдання менеджера на цьому етапі – надати для оплати у бухгалтерію вірні реквізити постачальника, проконтролювати суму платежу і сповістити постачальника про оплату.

б) у кредит. Після звірення замовлення із рахунком при відкритій кредитній лінії постачальник дає добро на відвантаження товару. кредит повинен починатися з моменту відвантаження товару (а краще з моменту отримання готелем вантажу). Як правило, це предмет переговорів із постачальником та вміння вести ділові переговори.

7. *Узгодження умов поставки товару (поставка у необхідне місце і час).* На цьому етапі важливо отримати інформацію, буде товар доставлений у складі консолідованої поставки (коли у одній машині йде декілька різних вантажів від різних постачальників і із різних місць) чи буде мати місце моно поставка (тобто все замовлення займає всю машину чи контейнер і рухається напряду від постачальника у готель). Від цього будуть залежати витрати на транспортування товару і як наслідок – його вартість. Важливо також отримати від постачальника всі супровідні документи (із вказівкою пакувальних місць, ваги і об'єму вантажу), щоб цю інформацію надати складу готелю. Це потрібно, щоб для товару було підготовлено місце на складі і необхідне устаткування для його приймання і зберігання.

8. *Прийомка і оприбуткування товару.* На цьому етапі складається акт прийомки товару. При цьому можливі такі варіанти:

а) товар прийшов у комплекті відповідно накладним. Якщо відсутня нестача, бій, брак при транспортуванні, порушення упаковки і т. д, то товар оприбутковується. При цьому офіційно цикл закупівлі можна вважати закінченим;

б) встановлені розходження у кількості і якості товару (бій, брак, пересортування, нестача). Необхідно терміново визначити – чи має місце пропажа чи пошкодження товару під час транспортування чи брак постачальника. У цьому випадку підставою для такого рішення може бути регламент. Це внутрішній документ готелю (наприклад «Положення про прийомку товару»), який описує процедуру прийомки товару і допомагає при визначенні характеру браку: чи відноситься він до процесу транспортування чи до постачальника. При цьому складається відповідний акт, на підставі якого постачальнику виставляють претензію.

9. *Робота із претензіями і рекамаціями.* У випадку встановлення бою, браку, пересортування чи нестачі товару з вини постачальника останньому виставляється рекамація чи претензія. Для кожного постачальника існує свій порядок рекамацій із

врахуванням особливостей товару і способів його транспортування. Як правило, здійснюються такі дії:

- грошова компенсація від постачальника на суму бракованого товару (часткове погашення вартості згідно затвердженому відсотку уцінки, 100 % погашення вартості, 100 % погашення вартості плюс транспортні витрати і витрати на зберігання);
- товарна компенсація від постачальника (поставка партії будь-якого товару із асортименту постачальника на суму прийнятої reklamaciji);
- зниження оплати по отриманому замовленню на суму reklamacijnogo товару (з виставленням кредит-ноти);
- заміна товару на кондиційний (повна заміна чи заміна на схожий товар, близько до товарної компенсації);
- фіксована знижка (як правило 2 – 3 %) на вартість будь-якого замовлення (так названий бонус на reklamaciju);
- повернення бракованого товару постачальнику (за рахунок постачальника чи за рахунок готелю);
- безкоштовна поставка запасних частин і безкоштовний ремонт, відновлення товару силами постачальника для надання йому властивостей нового товару.

10. *Оплата поставки товару (погашення кредиту) згідно рахунку-фак-турі (інвойсу).* Якщо товар поставляється у кредит, то після його отримання через обумовлений термін настає день оплати. Як правило, на підставі балансу і графіку закупок складається план оплат, який і визначає термін і пріоритет погашення кредитів.

УПРАВЛІННЯ ВІДНОСИНАМИ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ

Існує сукупність критеріїв, які є найбільш важливими для вивчення нових чи існуючих постачальників, які розглядаються у якості можливих учасників розробки та промислового освоєння нової продукції. До них відносять:

- чи здатний постачальник досягти визначених цілей, що стосуються собівартості, якості та встановлених технічних характеристик нової продукції?

- чи в стані постачальник укластися у графік розробки нової продукції та її промислового освоєння?
- чи здатний постачальник досить швидко нарощувати свої потужності (у тому числі і логістичні потужності), щоб задовольнити вимоги до обсягів виробництва нової продукції?
- чи має ключовий персонал постачальника достатню підготовку та кваліфікацію для впровадження та успішної експлуатації процесів виробництва необхідної підприємству сировини й матеріалів?
- чи має у своєму розпорядженні постачальник необхідну кваліфікацію та професійні навички як розробник, чи має він матеріальні засоби та кошти, які необхідні для розробки прийнятої конструкції, організації виробництва та вирішення проблем, які можуть виникати по ходу робіт?

Вище означені критерії мають ув'язуватися у єдину систему оцінки ризиків при прийнятті рішення про залучення постачальника до нової продукції та її промислового освоєння. У тому числі:

- яка ймовірність того, що визначений постачальник буде здатний у повній мірі забезпечити розробку нової продукції?
- у якій мірі визначений постачальник здатний зменшити ризики у порівнянні з іншими потенційними постачальниками?
- чи готове підприємство змінити / коригувати своє рішення щодо залучення встановленого постачальника до розробки нової продукції?
- чи існує на підприємстві план коригування робіт по розробці нової продукції у випадку незадовільної діяльності постачальника?

Такі критерії мають свою специфіку, а їх невідповідність якомусь визначенню може суттєво вплинути на встановлення постачальника (*табл. 3.7*).

Підприємство має визначити, які з визначень критеріїв вибору постачальника будуть використані, що у свою чергу знайде відображення у контракті на поставку матеріальних ресурсів та впливатиме на хід його виконання.

Управління постачальниками – це один з принципово важливих аспектів матеріально-технічного забезпечення діяльності готелю. Його завдання – організація

вибору та оцінки необхідного для ефективного виконання процесу постачання. Від того, наскільки вдало готель виконав вибір постачальника залежить якість готельних послуг та його успіх на споживчому ринку.

У табл. 3.8 представлено можливі підходи до вибору постачальника.

Традиційний підхід забезпечує можливість суттєвого зниження ціни на товари, але він не завжди виправданий. Сьогодні на зміну вимог до ціни приходять намагання готелів отримати від постачальника товар необхідної якості та гарантій утримання її рівня на протязі всього терміну дії контракту. Переважна орієнтація готелю на ціну підвищує ризик виробництва товарів низької якості та збільшення витрат (внутрішніх і зовнішніх) нас усунення відхилень процесів, дефектів та браку.

Таблиця 3.7

Критеріїв по яким підприємство визначає потенційного постачальника

Критерії	Ризики	Вибір дій
Обов'язкові	Неприйнятний	Будь-яке положення договору, що не відповідає таким критеріям має бути виключено з його змісту
Вирішальні	Дуже високий	Невідповідність положень договору таким критеріям може принести підприємству дуже великі проблеми у його виробничо-господарській діяльності та слугувати серйозним аргументом відмови від послуг постачальника
Важливі	Високий	Невідповідність положень договору таким критеріям може принести підприємству не тільки зайві проблеми, але і витрати та втрати, що повинно розглядатися як серйозний недолік діяльності постачальника
Середні	Середній	Невідповідність положень договору таким критеріям може принести підприємству додаткові витрати та втрати, незручності у майбутньому. Але вони можуть бути компенсовані відповідністю іншим (вищими по значимості) критеріям
Мінімальні	Мінімальний	Невідповідність положень договору таким критеріям може принести до помірних незручностей та витратам, але не може серйозно вплинути на процес встановлення постачальника
Низькі	Низький	Невідповідність положень договору таким критеріям не може принести до незручностей та витратам і втратам. Невідповідність їм може вплинути на рішення тільки при інших рівних умовах

Порівняльна характеристика основних підходів до вибору постачальника

Традиційний підхід	На основі аудиту постачальника
1	2
<p>1. Створення групи постачальників для кожного виду готельної послуги (готельного продукту).</p> <p>2. Встановлення ділових відносин з тими, хто пропонує мінімальну ціну чи, у випадку якщо ціна необхідних товарів у всіх постачальників – з тими, хто забезпечить найбільш швидку поставку.</p>	<p>1. Комплексний аудит постачальника:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ аналіз попередньої діяльності по поставкам продукції, аналогічної тій, що необхідна для готелю; ▪ встановлення відповідності системи менеджменту якості постачальника вимогам існуючих стандартів та специфічних вимогам готелю;

Продовження табл. 3.8

1	2
<p>3. Добиватися мінімально можливої ціни шляхом переговорів, наприклад посилаючись на можливість переключення на інших постачальників.</p> <p>4. Мати не менш ніж двох постійних постачальників з метою захисту та страхування від можливих порушень поставок чи інших проблем, а також щоб мати можливість тиснути на постачальників при укладені угоди (контракту)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ контроль готелем якості товарів на відповідність вимогам існуючих стандартів. <p>2. Спрямованість аудиту постачальника:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ компетентність керівництва та його прихильність якості; ▪ розуміння змісту обов'язкових положень технічних умов та контракту на поставку; ▪ розмір постачальника та його виробничі потужності; ▪ можливий обсяг поставок товарів; процеси та методи управління якістю поставок; ▪ рівень кваліфікації та підготовки працівників постачальника; ▪ організація та ефективність забезпечення якості, відгуки інших споживачів; ▪ фінансова стабільність постачальника

Досвід показує, що ризик може бути значно меншим, якщо постачальника вибрано досить ретельно. Успіх досягається за умови, коли замовник і постачальник відкриті та упевнені один у одному. Цьому можуть сприяти такі підходи до співпраці:

- готель у повній мірі покладається на систему забезпечення якості товарів, що діє у постачальника;

- постачальник передає готелю разом з товаром визначені технічними вимогами дані контролю та випробувань;
- постачальник здійснює стовідсотковий контроль та випробування складної продукції за відповідними стандартами;
- постачальник проводить прийомочно-здавочні випробування за угодженою з готелем програмою;
- постачальник має систему якості, яка визнається готелем, наприклад систему якості по міжнародному стандарту *ISO* серії 9000.
- до постачальника не пред'являються ніякі вимоги по забезпеченню та контролю якості, а готель здійснює свій вхідний контроль та відбір товарів.

Менеджер при формуванні закупок повинен керуватися вихідною інформацією, яку він отримує від різних служб готелю, постачальників і посередників. Вона підрозділяється на декілька видів залежно від призначення даних.

Інформація про потенційних постачальників. Вона має досить широкий діапазон. Для проведення оцінки постачальників та вибору найбільш вигідного може бути використана таблиця порівняльної оцінки постачальників (рис. 3.12).

Перелік первинних характеристик (показників) постачальників	Номер постачальника			
	1	2	3	...
1. Якість товарів / комплектації				
1.1. Виконання вимог технічних умов та стандартів до товару постачальника				
1.2. Виконання вимог технічних умов та стандартів до фасування, тари, пакування, маркування				
1.3. Виконання додаткових вимог замовника				
1.4. Стабільність якості товару постачальника				
1.5. Наявність у постачальника сертифікованої системи якості				
2. Економічні показники				
2.1. Ціна і цінова політика				
2.2. Географічне положення (витрати на транспорт та митні послуги)				
2.3. Вид поставки (1 бал – передплата, 2 бали – оплата по факту, 3 бали – кредитна лінія)				
3. Рівень організації поставок та сервісне забезпечення				
3.1. Своєчасність поставок				
3.2. Терміни та система формування замовлення				
3.3. Готовність до зміни термінів та обсягів поставок				
3.4. Заміна бракованого товару				

3.5. Оперативність реакції на претензії				
4. Перспективність та лояльність постачальника				
4.1. Готовність до тривалої співпраці по договорам з гарантією якості				
4.2. Готовність до підвищення якості товару				

Постачальник № 1 _____ Оцінка _____ %
Постачальник № 2 _____ Оцінка _____ %
Постачальник № 3 _____ Оцінка _____ %
Постачальник ... _____ Оцінка _____ %

Сертифіковані постачальники № _____
Рекомендовані закупки у постачальників: _____

Менеджер по закупкам _____ Головний інженер готелю _____
« _____ » _____ 200__р. « _____ » _____ 200__р.

Рис. 3.12. Зразок таблиці порівняльної оцінки постачальників

Заповнення такої таблиці ведеться по трьохбальній шкалі. Готель може доповнювати чи змінювати наведений на рисунку перелік характеристик постачальника: наприклад, дані про рекламачії продукції по кожному постачальнику.

Інформація про вимоги споживачів (внутрішніх та зовнішніх). Як правило така інформація вивіряється існуючими на даний час нормативно-технічної та іншої документації. У цьому випадку служба матеріально-технічного постачання виконує інтегральну оцінку матеріальних ресурсів, у яких є потреба, з урахуванням вимог загальноприйнятих стандартів.

Інформація про товари. Вона стосується цілого спектру таких даних: цінова характеристика; показники якості (властивостей) та надійності; умови транспортування; умови складування та зберігання; вид упаковки та інше.

Інформація про товарні ринки. Вона зводиться до такого:

- цінова політика по відношенню різних товарних груп на тому чи іншому ринку;
- товарна політика у частині структури товарів, існуючої на даний час та прогнозованої на майбутні періоди;
- зміна цін (поточний ріст чи зниження) по окремій номенклатурі товарів;
- перспективи зміни цін на поточний час та перспективу.

5. *Інформація про організації, які надають логістичні послуги.* Вона включає комплексну базу даних про спектр логістичних послуг по різним підприємствам та організаціям:

- транспортні компанії (характеристика, комплекс нових та додаткових видів сервісного забезпечення – завантаження, розвантаження, експедиція);
- складські комплекси, включаючи митні та портові термінали, розподільні уніфіковані й спеціалізовані склади (характеристика, основні та додаткові послуги – фасування, пакування, комплектування);
- комунікаційні організації, які розробляють загальні й корпоративні інформаційні мережі (характеристика, спектр надаваних послуг).

Процес «Закупка товарів» складає велику кількість функцій, які інтегрують матеріальні і інформаційні потоки. Головний зміст такої діяльності визначає вирішення питань принципового значення, у першу чергу:

- налагоджувати власне виробництво товару чи закуповувати його у сторонньої організації;
- скільки закуповувати товарів;
- коли закуповувати товари.

Вирішення першого питання потребує від керівництва готелю всебічного та поглибленого аналізу всіх факторів, які визначають пріоритет того чи іншого рішення.

У якості очевидних вимог до постачальника можуть виступати:

- його присутність на місцевих, національних чи міжнародних ринках;
- наявність у постачальника стандартів обслуговування, при наймі, таких, що відповідають існуючому рівню обслуговування у готелі;
- умови постачальника забезпечують витрати на товар не більш ніж 5 % від існуючих.

До прихованих вимог відносять:

- здатність постачальника сприяти виходу готелю нові ринки;
- забезпечення готелю консультаційної підтримки на ринку нових товарів.

Організація закупок залежить від типу та розміру готелю. У невеликому готелі – за всі закупки може відповідати один працівник. У середньому чи великому по розмірах готелі це можуть бути створені групи, відділи, де працюють менеджери по закупкам, експедитори, складські працівники і т. ін.

3.4. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ПРОФЕСІЙНОГО ПРИБИРАННЯ ПРИМІЩЕНЬ ГОТЕЛЮ

СПЕЦИФІКА ОРГАНІЗАЦІЇ ПРИБИРАЛЬНИХ РОБІТ У ГОТЕЛІ

Забезпечення необхідного рівня чистоти та гігієни в готелях, напевно, одне з найвідповідальніших заходів у сфері клінінгових робіт. Не тому, що для готелів існують якісь особливі трудові стандарти клінінгу, а тому, що реноме і дохід готелів в значній мірі залежать від охайного зовнішнього вигляду інтер'єрів і чистоти в приміщеннях.

Сучасні готелі – це комплекс різноманітних приміщень з різними гігієнічними і режимними вимогами. Їх прибирання можна умовно розділити на два види: прибирання приміщень індивідуального користування (номерів) і прибирання приміщень загального користування (холи, коридори, ліфти, ресторани, бари, місця для відпочинку та розваг, перукарні, косметичні та масажні салони тощо). Так само необхідно пам'ятати про зовнішніх частинах будівлі та прилеглих територіях.

Щоб впоратися з відповідним обсягом робіт необхідно участь декількох збиральних служб різної спеціалізації. Якість прибирання готелів залежить як від професіоналізму цих служб, так і від організації взаємодії між ними. Процес організації прибирання ускладнюється ще й тим, що на відміну від будь-якого офісного будинку, життя у готелі не завмирає по досягненні години «Х», коли всі співробітники і відвідувачі залишають будівлю, і прибиральні служби можуть приступити до роботи, координуючи свою діяльність тільки всередині власного колективу. У готелях прибирання приміщень проводиться практично цілодобово. Приміщення загального користування прибираються вночі і ранніми вранці, номери, як правило, прибираються вранці і в першу половину дня.

Головними контролерами якості прибирання приміщень у готелях є постояльці. Чи захочуть вони ще раз зупинитися в цьому готелі чи ні в чому залежить від чистоти всього, що їх оточує. Перебування у готелі досить дороге, для багатьох - стресовий. Людина, виплачуючи неабияку суму за номер, розраховує на затишок і комфорт, які недосяжні без такого важливо елемента готельного сервісу як професійне прибирання. Недоліки в роботі будь-якої з збиральних служб можуть призвести до втрати репутації.

Недоглянутий хол або безладдя в зоні реєстрації можуть відлякувати охочих поселитися в готелі, тим більше, коли є з чого вибрати. Але навіть якщо постоялець, задоволений першими враженнями, потрапить в недоглянутий номер, то він, цілком можливо, поставить під сумнів рівень гігієни в ресторані і малоймовірно, що скористається ним, як і іншими закладами готелі. І як би не намагалася адміністрація залучити нових клієнтів, вкладаючи величезні кошти в оформлення інтер'єрів і розширення сфери пропонованих послуг, неякісне прибирання приміщень перекреслить всі зусилля і витрати. Неправильне розуміння значення клінінгових служб в експлуатації готелів, спроба заощадити на збиранні можуть призвести до краху.

Для досягнення високих стандартів чистоти і гігієни необхідно, в першу чергу, залучення професіоналів, як менеджерів, так і покоївок і прибиральників високої кваліфікації. Для клінінгової служби прибирання і підтримання чистоти в готельних приміщеннях - це показник рівня професіоналізму, оскільки доводиться координувати і використовувати велику кількість різноманітних робіт, пов'язаних з прибиранням, захистом і від крадіжок. Досягнення високих результатів у клінінг неможливо без застосування високоякісного та сучасного обладнання, інвентарю та хімічних засобів. Має величезне значення те, наскільки добре співробітники компанії-постачальника клінінгових послуг та/або технологій розбираються в питаннях збирання і чи можуть вони допомогти правильно вибрати необхідні засоби і методи, навчити грамотному їх використанню.

КОНТРОЛЬ ЯКОСТІ ПРИБИРАННЯ ТА УТРИМАННЯ ЖИТЛОВИХ ПРИМІЩЕНЬ

Гість повинен постійно відчувати, що про нього піклуються. Турбота про гостя та задоволення його потреб – завдання першорядної важливості для готельного персоналу, яка є запорукою успіху. Унікальність будівлі засоби розміщення, чудова матеріальна база, широкий спектр послуг – все це нічого не варте, якщо клієнт не оточений доброзичливістю, гостинністю і щирою турботою персоналу.

При виконанні прибиральних робіт обслуговуючий персонал зобов'язаний виконувати вимоги по санітарному утриманні номерів готелю.

Якщо гість залишив білизну для прання, покоївка передає білизну в спеціальному пакеті бригаирові, бригаир відносить його в пральню; оформляє квитанцію з переліком білизни і зазначенням вартості прання; кладе на стіл (тумбочку) чистий бланк-замовлення на прання; вішає новий пакет для білизни в санітарному вузлі.

У випадку виявлення несправностей: сантехнічного обладнання, електрообладнання, джерела води, несправності телевізора, телефону, холодильника потрібно дати заявку в диспетчерський пункт, записати в журналі і простежити за виконанням заявки.

Проміжне прибирання виконують, як правило, у другій половині дня, якщо цей вид прибирання зазначений в рознарядці, або на прохання гостя.

Проміжне прибирання номерів передбачає виконання таких робіт: видалення сміття з кошика та з підлоги, упорядкування столу; прибирання постелі; миття ванни; миття склянок.

При прибиранні номерів після виїзду гостя покоївка має: перевірити, чи немає забутих гостями речей; перевірити цілість майна готелю; зняти з ліжка ковдру, простирадло, перевернути перину.

У ланцюгу послідовності проведення прибиральних робіт на день прибирання заброньованих номерів здійснюється у першу чергу. До таких робіт відносять: сухе протирання; вологе протирання; вологе прибирання підлоги. Це здійснюють напередодні дня приїзду гостя ввечері чи вночі, у день приїзду гостя рано вранці, щоденно один раз на добу на підставі нормативів часу, що розраховані на 1 м² площі.

Перед початком свого робочого дня покоївка виконує такі дії:

- одягнення форменого одягу (його вид залежить від готелю), взуття;
- отримує у старшої покоївки список-завдання на прибирання із вказівкою номерів і видів прибиральних робіт;
- отримує у старшої покоївки ключі від номерів;
- перевіряє наявність і стан інвентарю;
- отримує чисту білизну, отримати рекламні матеріали;
- укомплектовує свій возик.

Укомплектований візок покоївки повинен містити в собі прибиральні матеріали:

- миючі засоби;
- дезінфікуючі засоби;
- засоби для відмивання усіх видів поверхонь;
- засіб для підлог з будь-яким видом покриття;
- засоби для натирання;
- жиророзчинні засоби;
- засоби для чищення пластикових поверхонь;
- засіб для обробки дерев'яних меблів;
- засоби, що дезодорують;
- пристрій для миття вікон;
- знімні насадки для миття і дезінфекції;
- бавовняні знімні 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;
- протиральний інвентар (пилосос, швабру, совок);
- двоє відер;
- мішок для брудної білизни;
- мішок для сміття;
- щітки;
- ганчір'я;
- гумові рукавички.

Покоївка повинна знати тимчасові нормативи здійснення усіх видів прибиральних робіт. Це допоможе їй виконати необхідний обсяг робіт з мінімальними витратами сил і часу.

Для чіткої організації праці покоївок прийнята наступна послідовність прибирання номерів. Прибирання номерів починається з прибирання заброньованих номерів, в обсязі поточного щоденного прибирання. Якщо заброньовані номери були прибрані попередньою зміною, то необхідно:

- перевірити якість прибирання кімнати і санвузла, роботу телевізора, телефону, холодильника, освітлювальних приладів;
- протерти пил з полірованих поверхонь, переконатися, що рекламний і інформаційний матеріал укомплектований повністю, а так само в наявності повного викладення предметів сангігієни.

Другим етапом прибираються номери, які звільнилися після виїзду клієнта. Після закінчення прибирання дані номери негайно здаються в службу адміністраторів до заселення. Прибирання готельних номерів повинна проводитися щоденно.

Розрізняють такі види прибирання номерного фонду:

- поточне щоденне прибирання;
- проміжна прибирання;
- прибирання номерів після виїзду гостя;
- генеральне прибирання;
- вечірня підготовка номера.

Пристаючи до роботи, покоївка, згідно вимогам стандарту, повинна вдягнути чистий, добре вигладженою форму, службовий значок. Кожна покоївка повинна мати візок для транспортування чистої і використаної білизни, засобів для прибирання номерів, а так же набір рекламної продукції.

Згідно вимогам санітарних норм і правил, комплектація візки проводиться наступним чином: зверху кладеться викладення предметів гостинності, потім чиста білизна, на нижньому відсіку ганчір'я, чистячі і миючі засоби. Брудну білизну збирається у великий поліетиленовий пакет або полотняний мішок, закріплений з боків візка, і з іншого боку закріплюється мішок для сміття.

Забороняється транспортування чистої білизни у відкритому вигляді. Ганчір'я, використовувана при прибиранні номерів, повинна бути промаркована і використовуватися суворо за призначенням.

При проведенні прибиральних робіт покоївка забезпечується різними прибиральними матеріалами:

- для підтримки блиску полірованих поверхонь меблів;
- для чищення килимів і килимових покриттів;
- для миття підлог мармурових, мозаїчних, паркетних, глазурованих плиток;
- для миття дерев'яних, пофарбованих масляного фарбою підлоги і лінолеуму;
- для чищення мідних, латунних, бронзових виробів;
- для миття скла;
- для миття санвузлів;
- для видалення пилу пилососами або шлангами централізованої системи пиловидалення.

У номерах вищої категорії, що складаються з декількох кімнат, необхідно дотримуватися наступної послідовності: усунути спальню, потім їдальню, кабінет, вітальню, передпокій і повний санвузол.

Якщо номер двоповерховий, збирання починають з другого поверху, потім прибирають перший поверх; далі прибирають сходи і закінчують передпокою.

Прибирання готельних номерів проводиться в відсутність гостя, за винятком випадку, коли гість себе погано почуває.

Згідно вимогам санітарних норм і правил, щоденне поточне прибирання житлових номерів проводиться в наступній послідовності:

- приміщення номери провітрюється протягом 20-30 хвилин: взимку відкривається квартира, влітку – вікна;
- миється посуд, залишена гостем і накривається чистим рушником до кінця прибирання ;
- далі покоївка приступає до прибирання ліжка: знімається і перевертається на матрацник, струшується простирадло, ковдру з підодіяльником, збиваються подушки;
- заправляється постіль наступним чином: простирадло розстеляється таким чином, щоб один край її був підвернутий під матрацник;

- розправляються подушки, і все закривається ковдрою з підодіяльником (обов'язково закриваючи подушки), потім все накривається ковдрою
- віддаляється пил з меблів, столів, телевізора, телефону, холодильника, радіоприймача;
- віддаляється пил з килима, приліжкові килимки, з підлогового покриття, підлоги.

Під час проведення прибирання в номері категорично забороняється вставати на столи, дивани, крісла та інші меблі.

Завершується прибирання в номері приведенням в належний порядок санвузол. Приступаючи до прибирання санвузла покоївка повинна надіти гумові рукавички і клейонковий фартух. Щоденне прибирання санвузлів в номерах, згідно вимогам санітарних норм і правил, повинна проводитися в такій послідовності:

- протирається навісна поличка, дзеркала, рушник - сушка;
- протирається глазурована керамічна плитка;
- миється умивальник, ванна, біде, унітаз;
- видаляється сміття з педального відра, після чого воно миється;
- миється гумовий килимок з додаванням дезінфікуючого препарату;
- підлога миється.

Після закінчення прибирання санвузла, покоївка знімає рукавички, дезінфікує руки, розкладає на туалетному поличці склянки за кількістю проживаючих у номері та необхідний набір предметів гостинності в залежності від категорії готелю і стандартів (гель для душу, шампунь, мило, зубна щітка і паста, тапочки, серветки, туалетний папір з резервним рулоном).

Далі покоївка вивішує рушники для кожного гостя: не менше двох в готелях 1* і 2*; не менше трьох - у готелі 3*, не менше п'яти – у готелях 4* і 5*; і викладає поліетиленові пакети для білизни, речей, що здаються гостем в прання і хімчистку.

Істинним критерієм оцінки якості будь-якого засобу розміщення є наявність комфорту і затишку. Кожен гість судить про якість обслуговування по загальному враженню, яке у нього складається від готельного номера.

Кожна кімната повинна передавати індивідуальність і чарівність, завжди являти собою високий еталон комфорту і краси. Гості оцінюють, скільки душі вклав персонал

засоби розміщення підбір кольорів стін, стелі, люстри, торшери, оббивки меблів, розстановку меблів, створення домашньої обстановки.

Служба покоївок, як вже було зазначено, відповідно до вимог санітарних норм і правил, починає збирання номери з 20-30 хвилинного провітрювання, але номер відчайдушно пропах сигаретним димом. На сьогоднішній день, коли у багатьох країнах прийняті укази, постанови про заборону куріння, наші гості стали більш вимогливі до комфорту в номері. Номер, може бути, піддається до провітрювання, але м'які меблі, килимове покриття, особливо ліжко, ковдра, подушка ще довгий час будуть мати сигаретний запах.

Багато засоби розміщення мають визначені поверхи для курців гостей, наприклад, 8 поверх. А гість бажає проживати на цьому поверсі, але в номері для некурців, т. к. з вікна відкривається прекрасний вид на місто. Правильно чинить адміністрація засоби розміщення, коли на кожному поверсі виділяється частина номерів для гостей, які не палять.

Номери у засобах розміщення повинні пахнути свіжістю, килимове покриття або килим повинні виглядати доглянутими; ніде не повинно бути ні волоска, чисті рушники без плямочки, чисті склянки без слідів дзеркала, без єдиної плями, ні дірочки, ні плям на постільній білизні.

Відрядно, що останнім часом зауваження клієнтів про якість номерів знайшли своє відображення в опитувальних аркушах для гостя. Адміністрація засоби розміщення першим розділом ставить якість номери. Гостя просять дати оцінку багатьом деталям номери: чистоті номери на момент поселення, станом меблів у номері, якістю освітлення, відчуття простору в номері, чистоті ванної кімнати, тиші та спокою в номері, ступеня задоволеності місцем для роботи у номері, чистоті та обслуговування під час перебування, роботи технічних апаратів.

Всі співробітники засоби розміщення повинні бути націлені на те, щоб при зручному випадку поцікавитися, як гість себе почуває. Як пестить слух гостя, коли йде на зустріч співробітник поверховій служби, вітається першим і вимовляє його ім'я чи прізвище. Для гостя немає більш приємного моменту. Він відчуває тепле, доброзичливе ставлення до своєї персони і у нього виникає бажання повертатися в цей готель

У деяких готелях стандартами не передбачено, щоб персонал поверху мав інформацію про гостя (ім'я, прізвище, країна). Багато професіоналів вважають, таку позицію неправильною, це підтверджується і опитуваннями гостей. Всі 100% гостей хочуть персональної уваги до себе у всіх службах засоби розміщення.

З метою постійного утримання номерів у зразковому санітарному стані в засобах розміщення проводиться проміжна прибирання житлових номерів. Як правило, вона проводиться у другій половині дня, після того, як гість пішов з кімнати.

При проміжній прибирання номерів виконуються наступні роботи:

- наводяться порядок на обідньому столі;
- видаляється сміття з попільнички, з кошиків;
- якщо гість відпочивав, прибирають постіль;
- миється ванна, якщо гість користувався нею протягом дня і замінюються рушники.

Чим вище категорія засоби розміщення, тим більше уваги приділяє адміністрація якості прибирання житлових номерів, і проміжна прибирання номера може бути проведена кілька разів.

Генеральне прибирання номерів проводиться систематично з встановленою періодичністю 7-10 днів. Під час генерального прибирання протирають від пилу стіни, прочищаються вентиляційні решітки, чистяться пилососом драпірування, перинки, протираються скла вікон, дверей, проводиться миття килимів, доріжок. Штори на вікнах чистяться пилососом і два рази в рік здаються в хімчистку, пральню. Адміністрація засоби розміщення повинна чітко відстежувати періодичність генерального прибирання.

Для проведення прибиральних робіт покоївка отримує наряд на прибирання номерів. Цей документ в засобах розміщення має різну назву.

Що необхідно вказати в наряді:

- номери кімнат,
- кількість кімнат в номері,
- категорію номера,
- характер виконуваних збиральних робіт,
- розцінку за прибирання.

У наряді першими зазначаються номери, поставлені на броню і вільні, так як в них в будь-який час можуть поселити гостей; потім номери, які звільняються після виїзду гостей, і в останню чергу номери, в яких треба провести поточну щоденне прибирання

Важко переоцінити те значення, яке відіграє контроль за якістю послуг в кожній службі готелю, контроль за дотриманням стандартів обслуговування клієнта. Це стосується і служби покоївок. Залежно від ступеня задоволення гостей визначається ступінь успіху або провалу роботи служби покоївок.

Робота покоївок має велике значення для засобу розміщення, оскільки вона може вплинути на рішення клієнта, йому повернутися в цей готель або немає. Щоб робота цієї служби була якісною, її має очолювати професійний housekeeper. Це ключова посада в будь-якому засобі розміщення. Керівник служби покоївок повинен вміти управляти колективом, мотивувати вчинки підлеглих, він повинен володіти знаннями в області кадрової політики, правових питаннях, питаннях фінансової політики, організації роботи служби обліку і аналізу господарської діяльності підприємства розміщення, в тому числі обліку і збереження величезних матеріальних цінностей.

В обов'язки покоївки входять утримання в належній чистоті номерів та інших приміщень, спостереження за збереженням майна, обладнання та інвентарю, а також приймання від проживаючих замовлень на додаткові побутові послуги та забезпечення їх своєчасного виконання відповідно до переліку надаваних готельних послуг.

В першу зміну покоївки проводять прибирання номерів в наступній послідовності: відкриваються квартирки або вікна, змінюється вода в графіні, міняється постільна білизна або забирається постіль для денного утримання, протираються підлоги, чистити килими і м'які меблі, протираються всі поліровані або лаковані поверхні, після прибирання житлових кімнат здійснюється прибирання санітарного вузла.

Покоївки роблять прийом від виїжджають звільнилися номерів і готують їх для нового заселення.

Залежно від місцевих умов застосовуються такі форми організації праці покоївок:

- індивідуальна, коли за кожною покоївки закріплюються певні номери для прибирання і обслуговування проживаючих;

- бригадна, коли прибирання та обслуговування номерів проводяться бригадою покоївок.

Старші покоївки призначаються із загального числа покоївок з виконанням функцій бригадира. До її посадових обов'язків відносять:

- прибирати доручену число номерів, ванних і коридорів у відповідності зі стандартами чистоти і гігієни, встановленими в готелі;
- проявляти пильність у питаннях безпеки гостей і їхньої власності, доповідаючи начальнику поверхи про всіх підозрілих випадках;
- діяти згідно з правилами готелю:
- здійснювати контроль за користуванням ключів покоївки;
- приносити всі забуті в номерах речі в адміністративно-господарський відділ;
- дотримуватися заходів протипожежної безпеки і техніки безпеки

Відповідаючи за чистоту у доручених номерах, ванних і коридорах, повинна:

- підготувати візок з усіма необхідними засобами для прибирання номерів, ванних і коридорів;
- підтримувати візок постійно в акуратному стані;
- заправляти ліжка в номерах після кожного використання, стежачи при цьому за тим, щоб білизна була чистою, випрасуваною і в хорошому стані;
- протирати дерев'яну меблі, дзеркала, картини, телевізори і полиці в гардеробі; протирати вологою ганчіркою всі ящики;
- змивати плями з дверей і стін;
- проводити чищення килимових покриттів пилососом, в тому числі під ліжками та меблями;
- витрушувати і мити попільнички і корзини для паперів; протирати телефонний апарат;
- стежити, щоб додаткові подушки і ковдри перебували на місці;
- поповнювати необхідні запаси напоїв для гостей у відповідності з встановленими стандартами;

- прибирати ванну кімнату, включаючи ванну, раковину, туалет, біде, плитку на стінах і на підлозі і полиці; протирати і доводити до блиску дзеркала і металеві деталі;
- змінювати використані рушники і поповнювати необхідні запаси у відповідності з встановленими стандартами;
- проводити прибирання пилососом, витирати пил і змивати плями зі стін і підлоги в коридорі.

САНІТАРНО-ГІГІЄНІЧНІ ВИМОГИ ДО УТРИМАННЯ ПРИМІЩЕНЬ ГОТЕЛЮ

Всі приміщення готелю повинні ретельно прибиратися спеціальним штатом покоївок і прибиральниць. До початку роботи старша покоївка і покоївка повинні бути одягнені в чисту і випрасувана формений або спецодяг.

При прибиранні приміщень готелів використовують прибиральні пристосування, прибиральний інвентар і прибиральні матеріали.

Кожна покоївка повинна мати візок для транспортування чистої і використаної білизни, засобів для прибирання номерів, а також викладення, набір якої залежить від категорійності готелю (рекламні матеріали, набір письмового приладдя, мило, шампунь, гель для душу, дезодорант, шапочка для купання, мінеральна вода тощо).

Екіпіровка візки проводиться в спеціальному приміщенні наступним чином: зверху кладеться викладка, потім чиста білизна, внизу – засоби для прибирання, одноразові поліетиленові мішки під сміття.

Брудну білизну можна збирати у великі поліетиленові пакети або полотняні мішки, закріплені з боків візка. Транспортування чистої білизни у відкритому вигляді забороняється.

Проводяться такі взаємопов'язані види прибирання номерів, як щоденна поточна, проміжна (за необхідності) і генеральна.

Білизняне господарство готелю включає в себе центральну білизняну для чистої білизни, центральну білизняну для брудної білизни (відсутній при наявності у готелі пральні), поверхові комори для брудної білизни та добового запасу чистої білизни, склади (для нового білизни).

Площа центральній білизняній повинна бути:

- не менше 6 м² для готелів місткістю 15 – 20 місць;
- 16 кв. м² для готелів місткістю 50 – 100 місць;
- 30 м² для готелів місткістю 200 – 500 місць;
- 45 м² для готелів місткістю 800 – 1000 місць.

Кількість комплектів постільної білизни та рушників повинно забезпечувати наступну періодичність зміни білизни:

- постільної білизни один раз у 3 дні;
- при заселенні іноземців – щодня;
- зміна рушників – щодня.

Приміщення, де знаходиться чиста чи брудна білизна, повинні бути пофарбовані олійною фарбою в два шари) або облицьовані глазурованою плиткою. В кімнатах для зберігання чистої білизни встановлюються шафи або стелажі, полиці яких покриваються клейонкою чи пластиком, а в приміщеннях для зберігання брудної білизни – підлогові або стелажі дерев'яні скрині, пофарбовані олійною фарбою світлих тонів, раковини з підведенням холодної і гарячої води. Підлоги в білизняних покриваються лінолеумом, пластиком або метласької плиткою.

Додаткові постільні приналежності (наматрацники, ковдри, вовняні ковдри тощо) зберігаються у спеціальних шафах чергового персоналу.

При прийомі і видачі чистої і брудної білизни одним і тим же працівником передбачається наявність двох халатів для роботи (при прийомі та сортування брудної білизни повинні використовувати індивідуальні засоби захисту – косинка, халат, гумові рукавички). Після прийому брудної білизни працівник повинен вимити руки і змінити халат.

Центральна білизняна, комори приміщення, де знаходиться чиста і брудна білизна, необхідно щодня прибирати (втирати стелажі, шафи або скрині, столи для персоналу, мити підлоги); щотижня проводять генеральне прибирання з миттям стін, дверей і видаленням пилу зі стелі.

У службових приміщеннях не повинні знаходитися сторонні предмети та особисті речі. Прання білизни проживаючих при відсутності пральні може проводитися покоївками

або спеціально виділеним працівником тільки у спеціально обладнаному приміщенні. Категорично забороняється прання білизни у номерах і службових приміщеннях. При відсутності в готелі пральні адміністрацією повинен бути укладений договір на прання білизни з фабрикою-пральнею міста.

3.5. ОРГАНІЗАЦІЯ БЕЗПЕКИ ГОСТЕЙ ГОТЕЛЮ ТА ЗБЕРЕЖЕННЯ ЇХ МАЙНА

ЗАВДАННЯ, ФУНКЦІЇ І СТРУКТУРА СЛУЖБИ БЕЗПЕКИ ГОТЕЛЮ

Служба безпеки у готелі працює, як правило, за двома напрямками. Їх можна умовно позначити як безпека клієнтів і безпека майна.

Забезпечення безпеки клієнтів передбачає вжиття заходів щодо охорони постояльців, недопущення крадіжок та попередження інших насильницьких дій по відношенню до гостей готелю. Ці функції виконує служба охорони готелю або приватні розшукові фірми.

Оптимальне число персоналу в службі охорони готелю визначається виходячи із трьох факторів: статусу готелю, числа номерів та рівня загальної криміналізації країни знаходження готелю. В середньому, на готель 3* 300 номерами оптимально число співробітників охорони – 8 – 10 чоловік. В штат служби безпеки включають не тільки охорону готелю, але також швейцарів або навіть покоївок.

В якості керівника служби охорони готелі воліють набирати співробітників з числа колишніх військовослужбовців або колишніх працівників охорони правопорядку. На ринку досі спостерігається дефіцит досвідчених начальників служб охорони, тому часто готелі вдаються до послуг рекрутингових агентств для того, щоб дістати до себе цінного співробітника.

В обов'язки охорони входить спостереження за порядком в холі готелю та інших приміщеннях, а також реагування на повідомлення від постояльців з приводу всіляких інцидентів. Служба охорони в готелі також спеціалізується на попередженні і врегулюванні ексцесів, пов'язаних з неврівноваженими клієнтами. Більшість великих

сучасних готелів сьогодні оснащені сучасними системами відео спостереження, а їх номери відкриваються за допомогою спеціального електронного ключа, що значно знижує кримінальний ризик в готелі. Сейфи в готелях і сейфи в номерах готелів також відносяться до структури безпеки гостей.

Безпосередня турбота про безпеку клієнтів – це не тільки охорона. У багатьох готелях, особливо на літніх курортах, нерідкі отруєння та інфекції. Тому в структурі служби безпеки також обов'язково повинен бути присутнім медичний кабінет або медпункт.

Служба безпеки майна в готелях – це налагоджена робота систем оповіщення про пожежі, тобто пожежної сигналізації. Пожежна сигналізація в готелях – це вотчина технічних служб. В обов'язки техніків входить не тільки підтримку працездатності системи і технічний контроль, але й, нерідко, вибір і пошук нового обладнання. Багато готелів часто не мають власної технічної служби, а воліють наймати організації зі сторони. Ряд готелів укладає договори з муніципальними службами з надзвичайних ситуацій.

Особиста безпека гостей і гарантована збереження їх власності – важливий аспект у роботі будь-якого готелю. Службовці зобов'язані приймати всі необхідні запобіжні заходи, щоб захистити гостей від грабунків, шахрайства, насильства та ін. Вони несуть відповідальність за шкоду, завдану гостям за час їхнього проживання в готелі.

Служба безпеки готелю займається наступними проблемами:

- розробкою процедур реагування на надзвичайні події;
- повсякденного безпекою гостьових кімнат;
- контролем ключів;
- унеможливлення крадіжок, контролем за замками;
- контролем доступу в будівлю готелю;
- системою охоронної сигналізації;
- контролем території;
- зовнішнім освітленням;
- системою спостереження з допомогою телевізійних моніторів.

Основними завданнями служби безпеки підприємства гостинності є:

- забезпечення безпеки виробничо-торговельної діяльності і захисту інформації та відомостей, що є комерційною таємницею;
 - організація роботи з правової, організаційної та інженерно-технічної (фізичної, апаратної, програмної і математичної) захисту комерційної таємниці;
 - організація спеціального діловодства, що виключає несанкціоноване одержання відомостей, які є комерційною таємницею;
 - запобігання необґрунтованому допуску й доступу до відомостей та робіт, які становлять комерційну таємницю;
 - виявлення та локалізація можливих каналів витоку конфіденційної інформації в процесі повсякденної виробничої діяльності в екстремальних (аварійних, пожежних та ін.) ситуаціях;
 - забезпечення режиму безпеки при проведенні всіх видів життєдіяльності, включаючи зустрічі, переговори, наради, засідання, пов'язані з діловим співробітництвом як на національному, так і на міжнародному рівні;
 - забезпечення охорони будівель, приміщень, обладнання, продукції та технічних засобів забезпечення виробничої діяльності;
 - забезпечення особистої безпеки керівництва та провідних працівників і спеціалістів;
 - оцінка маркетингових ситуацій та неправомірних дій зловмисників та конкурентів.
- Служба безпеки підприємства гостинності виконує такі загальні функції:
- організовує і забезпечує пропускний і внутрішній режим в будівлях і приміщеннях, порядок несення служби охорони, контролює дотримання вимог режиму співробітниками, суміжниками, партнерами і відвідувачами;
 - керує роботами з правового та організаційного регулювання відносин щодо захисту комерційної таємниці;
 - бере участь в розробці основоположних документів з метою закріплення в них вимог забезпечення безпеки і захисту комерційної таємниці, зокрема Статуту, Колективного договору, Правил внутрішнього трудового розпорядку, Положень про підрозділи, а також трудових договорів, угод, підрядів, посадових інструкцій і обов'язків керівництва, фахівців, робітників і службовців;

- розробляє і здійснює спільно з іншими підрозділами заходи щодо забезпечення роботи з документами, що містять відомості, які є комерційною таємницею, при всіх видах робіт, організовує і контролює виконання вимог «Інструкції по захисту комерційної таємниці»;
- вивчає всі сторони комерційної, виробничої, фінансової та іншої діяльності для виявлення і закриття можливих каналів витоку конфіденційної інформації, веде облік і аналіз порушень режиму безпеки, накопичує і аналізує дані про злочинних прагнення конкурентів та інших організацій про діяльність підприємства та його клієнтів, партнерів, суміжників;
- організовує і проводить службові розслідування за фактами розголошення відомостей, втрат документів та інших порушень безпеки підприємства;
- розробляє, веде, оновлює і поповнює перелік відомостей, що становлять комерційну таємницю та інші нормативні акти, що регламентують порядок забезпечення безпеки і захисту інформації;
- забезпечує суворе виконання вимог нормативних документів щодо захисту комерційної таємниці;
- здійснює керівництво службами і підрозділами безпеки підвідомчих підприємств, організацій, установ і інших в частині обумовлених договору/умовах щодо захисту комерційної таємниці;
- організовує і регулярно проводить навчання співробітників підприємства й служби безпеки за всіма напрямками захисту комерційної таємниці, добиваючись, щоб до захисту комерційних секретів був глибоко усвідомлений підхід;
- веде облік сейфів, металевих шаф, спеціальних сховищ та інших приміщень, в яких дозволено постійне або тимчасове зберігання конфіденційних документів;
- веде облік виділених для конфіденційної роботи приміщень, технічних засобів у них, що володіють потенційними каналами витоку інформації;
- безпеки сусідніх підприємств в інтересах вивчення криміногенної обстановки в районі (зоні).

Служба безпеки є самостійною організаційною одиницею, що підкоряється безпосередньо керівникові підприємства гостинності.

Очолює службу безпеки начальник служби на посаді заступника керівника підприємства з безпеки.

Організаційно служба безпеки складається з таких структурних одиниць:

- відділу режиму і охорони, у складі сектору режиму та сектору охорони;
- спеціального відділу у складі сектора обробки секретних документів і сектора обробки документів з грифом «Комерційна таємниця»;
- інженерно-технічної групи;
- групи безпеки зовнішньої діяльності.
- Працівники підрозділів служби безпеки в цілях забезпечення захисту відомостей, складових комерційну таємницю, мають право:
- вимагати від усіх співробітників підприємства, партнерів, клієнтів суворого і неухильного виконання вимог нормативних документів або договірних зобов'язань щодо захисту комерційної таємниці;
- вносити пропозиції щодо вдосконалення правових, організаційних та інженерно-технічних заходів щодо захисту комерційної таємниці.

Співробітники служби безпеки зобов'язані:

- здійснювати контроль за дотриманням «Інструкції по захисту комерційної таємниці»;
- доповідати керівництву про факти порушення вимог нормативних документів щодо захисту комерційної таємниці та інших дій, що можуть призвести до витоку конфіденційної інформації або втрати документів або виробів;
- не допускати неправомірного ознайомлення з документами і матеріалами з грифом «Комерційна таємниця» сторонніх осіб.

Співробітники служби безпеки несуть відповідальність за особисті порушення безпеки комерційної таємниці і за використання своїх прав при виконанні функціональних обов'язків по захисту конфіденційних відомостей співробітниками підприємства.

Склад та функції підрозділів служби безпеки визначаються положеннями, що виробляються самим підприємством гостинності.

Організація роботи відділу безпеки

Відділ режиму і охорони є самостійним структурним підрозділом служби безпеки і підпорядковується начальнику служби безпеки.

У своїй діяльності відділ керується вимогами «Інструкції по організації режиму та охорони». У тому числі:

- організація та здійснення заходів щодо забезпечення безпеки діяльності та захист відомостей, складових державну і комерційну таємницю;
- розробка та вдосконалення системи запобігання несанкціонованого допуску й доступу до відомостей, що становлять комерційну таємницю;
- організація та підтримання пропускнуго і всередині об'єктного режиму;
- організація охорони заарештованих за режимом конфіденційних приміщень;
- організація особистої охорони керівників і провідних співробітників;
- організація і встановлення заходів фізичної і технічної захисту будівель і приміщень;
- організація, розробка та контроль системи безпеки в повсякденних і в особливих умовах (стихійні лиха, поломки, аварії, безлади і т. ін.).

У відповідності з основними завданнями відділу режиму і охорони виконує наступні функції:

- організовує роботу по виконанню рішень, наказів і розпоряджень керівництва підприємства по забезпеченню захисту комерційних секретів і забезпечення безпеки діяльності;
- визначає єдність дій і організує захист, безпеку, збереження документів і цінностей в звичайних і особливих умовах;
- розробляє, оновлює і доповнює інструкції, положення та інші нормативні матеріали з режиму і охорони;
- здійснює керівництво роботою по встановленню ступеню конфіденційності відомостей, що містяться в документах; спільно з основними підрозділами проводить роботу з аналізу практики застосування «Переліку відомостей, що становлять комерційну таємницю», щодо підготовки та внесення до нього в

установленому порядку необхідних змін і доповнень, а також організовує його переробку та перевидання;

- організовує розробку та контроль за ефективністю діючої дозвільної системи допуску співробітників, компаньйонів і клієнтів до ознайомлення і роботи з документами конфіденційного характеру, з метою виключення можливості ознайомлення з відомостями, які не належать до виконуваної ними роботи;
- розробляє та розглядає спільно зі спеціальним відділом і підрозділами пропозиції щодо вдосконалення діловодства з грифом «Комерційна таємниця», запобігання факторів включення в документи секретного і несекретної характеру зайвого об'єму інформації є комерційною таємницею, скорочення видаються і розроблюваних документів конфіденційного характеру, невиправданою з розсилки;
- організовує і забезпечує систему контрольованого доступу і спеціального пропускового режиму в будівлі та приміщення;
- організовує, забезпечує та контролює виконання вимог законодавства в межах об'єктного режиму;
- визначає систему охорони і бере участь в її організації та забезпеченні роботи виділених приміщень;
- організує розробку тактичних принципів використання коштів автоматизації, сигналізації, зв'язку та охорони;
- організовує охорону, пропускну» допускний і всередині об'єктний режим і здійснює оперативно-методичне керівництво роботами по захисту виділених приміщень та інформації, що обробляється та передається з використанням технічних засобів;
- здійснює керівництво та режим захисту комерційних відомостей у роботі з відбору, зберігання і використання архівних матеріалів;
- здійснює методичне керівництво і приймає безпосередню участь у проведенні попереджувально-профілактичної роботи з виконавцями робіт та документів конфіденційного характеру;

- організовує проведення службових розслідувань за фактами втрати документів конфіденційного характеру, розголошення охоронюваних відомостей, порушення охорони та пропускнуго режиму, необґрунтованого ознайомлення працівників та відряджених осіб з відомостями, що становлять державну і комерційну таємницю і за іншими фактами, які призвели або створювали умови, які сприяють витоку конфіденційної інформації;
- забезпечує особисту охорону керівництва і співробітників.

На основі єдиноначальності начальник відділу режиму і охорони виконує такі функції:

- призначає проведення перевірок стану та ефективності роботи по забезпеченню збереження комерційних секретів, режиму безпеки, охорони та технічного її забезпечення;
- вимагає від співробітників подання пояснень за фактами, які призвели або могли призвести до витоку інформації, складової комерційну таємницю;
- порушує клопотання про заохочення працівників, які беруть активну участь у роботі по попередженню витоку охоронюваних відомостей, виконання вимог режиму і охорони.

У складі відділу режиму й охорони формуються такі структурні одиниці.

Сектор режиму

Сектор режиму є підрозділом відділу режиму і охорони служби безпеки і підпорядковується безпосередньо начальнику відділу.

У своїй діяльності сектор керується вимогами «Інструкції по режиму і охорони» в частині режиму. У тому числі:

- організація пропускнуго і всередині об'єктного режиму;
- розробка дозвільної системи та забезпечення допуску співробітників до документів, матеріалів і відомостей, що становлять комерційну таємницю;
- контроль за дотриманням режиму допуску до відомостей і документів;
- удосконалення системи пропускнуго і всередині об'єктного режиму;
- участь у розробці «Переліку відомостей, що становлять комерційну таємницю».

У складі сектора режиму виділяються наступні штатні посади:

- завідувачий сектором режиму;
- старший інспектор по режиму – начальник бюро перепусток;
- інспектор з режиму;
- інспектор по роботі з персоналом, допущених до відомостей, що становлять комерційну таємницю.

В частині забезпечення режиму основними функціями сектору є розробка, реалізація та здійснення основних положень системи отримання дозволів на доступ до інформації, складової комерційну таємницю, в тому числі:

- права, обов'язки та відповідальність працівників, допущених до роботи з документами, що містять комерційну таємницю;
- схемі видачі дозволів на доступ працівників до відомостей, що становлять комерційну таємницю;
- порядку доступу на наради з питань, які містять відомості, що становлять комерційну таємницю;
- порядку і контролі доступу до відомостей, що становлять комерційну таємницю, представників інших підприємств і державних органів;
- ведення, уточнення та зміну «Переліку відомостей, складових комерційну таємницю»;
- облік працівників, допущених до роботи з документами і матеріалами, що містять відомості, складові комерційну таємницю;
- облік та аналіз порушень режиму роботи з документами, що містять комерційну таємницю, різного роду спроб несанкціонованого доступу до конфіденційних документів традиційного та автоматизованого виконання (бази даних, персональні файли і ін.), випадків телефонних переговорів, що містять конфіденційну інформацію;
- організації та проведення ділових нарад, переговорів та зустрічей з обговоренням питань, пов'язаних з комерційною таємницею;
- організації та забезпечення пропускнуго та внутрішнього режиму: видача перепусток (постійних, тимчасових, разових), порядок відвідування, облік відвідувачів;

- визначенні виділених приміщень, проведення їх паспортизації, забезпечення їх захисту спільно з групою інженерно-технічного захисту інформації.

У частині роботи з персоналом враховується, що співробітники – головний джерело витoku конфіденційної інформації, з урахуванням цього функції групи становлять:

- бесіди з вступниками на роботу в підрозділи, робота яких пов'язана з комерційною таємницею, з метою встановлення їх придатності для цієї роботи;
- вивчення надходить на роботу в частині його минулої трудової діяльності;
- оформлення зобов'язань про нерозголошення відомостей, що становлять комерційну таємницю;
- аналіз службової обізнаності співробітників;
- аналіз та облік трудовий задоволеності з метою попередження звільнення працівників, допущених до відомостей, що становлять комерційну таємницю;
- ведення дос'є на співробітників, допущених до документів з комерційною таємницею;
- організація навчання працівників з питань захисту комерційної таємниці;
- бесіди з працівниками, які звільняються, оформлення контракту (зобов'язання) не розголошувати комерційні таємниці.

Всю повноту відповідальності за виконання завдань і функцій по режиму та роботи з персоналом несе завідуючий сектором режиму.

Ступінь відповідальності інших працівників сектору встановлюється посадовими інструкціями.

Сектор охорони

Сектор охорони є підрозділом відділу режиму і охорони служби безпеки і підпорядковується безпосередньо начальнику відділу.

У своїй діяльності сектор керується вимогами «Інструкції по режиму і охорони» в частині охорони.

Забезпечення надійного захисту будівель, приміщень, обладнання, валютних і матеріальних цінностей, а також особистої охорони керівного складу в звичайних і екстремальних умовах.

Сектор охорони складається з підрозділів.

Комендантська служба

Вона може складатися з коменданта будівлі, чергового майстра з позавідомчої і об'єктової технічної охорони і чергового майстра з протипожежної охорони.

Сектор охорони

До його завдань віднесено:

- здійснення охорони будівель, приміщень, обладнання, ліній зв'язку і перевезень, пожежну охорону, а також особисту охорону начальницького складу;
- забезпечення необхідних умов, що виключають несанкціонований доступ до охоронюваних будівлі, приміщення, окремі конфіденційні ділянки і зони території і службових приміщень (особлива увага приділяється критичним умов, пов'язаних зі стихійними лихами, полумками, аваріями);
- реалізація обліку, контролю і спостереження за охоронними зонами, приміщеннями, сховищами;
- забезпечення установки і роботи на місцях технічних засобів охорони, охоронної та пожежної сигналізації;
- здійснення прийому під охорону і здавання в експлуатацію приміщень, що охороняються, перевіряючи при цьому надійне спрацювання засобів охорони, роблячи відповідний запис у журналі прийому і здачі під охорону;
- прийняття заходів щодо ліквідації можливих пожеж та інших аварійних ситуацій.

У частині особистої охорони керівного складу сектор керується окремим положенням, що розробляються службою безпеки з урахуванням конкретних умов її діяльності, за яким працівники зобов'язані:

- перевіряти наявність, стан і функціонування технічних засобів охорони охоронної та пожежної сигналізації;
- вимагати суворого дотримання встановленого внутрішнього режиму і правил трудового розпорядку;
- брати участь у розробці заходів по посиленню безпеки і збереження майна, коштів, будівель і приміщень;

- не допускати випадків використання несправного обладнання, охоронної і пожежної техніки;
- вживати заходи впливу до працівників, які допускають псування або неправильну експлуатацію охоронно-пожежної техніки;
- вимагати своєчасного ремонту і профілактики технічних засобів охорони та пожежної сигналізації.

Спеціальний відділ

Він є самостійним структурним підрозділом служби безпеки і підпорядковується безпосередньо начальнику служби.

У своїй діяльності відділ керується вимогами «Інструкції по режиму і охорони» в частині комерційних секретів.

Організація і керівництво діловодством секретних документів та документів з грифом «Комерційна таємниця».

Спеціальний відділ складається з таких структурних одиниць:

- сектор обробки секретних документів;
- сектор обробки документів з грифом «Комерційна таємниця»;
- машинописне бюро оформлення спеціальних документів, експедиція.

Він здійснює наступні функції:

- обробка вхідної та вихідної кореспонденції, доставка її за призначенням;
- здійснення контролю за термінами виконання документів;
- організація роботи з реєстрації, обліку та зберігання документальних матеріалів поточного користування;
- розробка номенклатури справ, здійснення контролю за правильним формуванням справ у підрозділах і підготовкою матеріалів до своєчасної здачі в архів;
- розробка і впровадження пропозицій щодо вдосконалення системи діловодства;
- друкування і розмноження секретних документів та документів з грифом «Комерційна таємниця»;
- участь у підготовці скликаються і проводяться керівництвом закритих нарад та організація їх технічного обслуговування.

Спеціальний відділ в частині забезпечення обробки секретних документів керується відповідними документами, в частині ведення діловодства з грифом «Комерційна таємниця» виконує вимоги «Інструкції по захисту комерційної таємниці». У тому числі:

- вимагати від керівників підрозділів і виконавців чіткого і своєчасного виконання нормативних документів з організації і ведення спеціального діловодства;
- регулярно перевіряти правильність ведення діловодства в підрозділах, вказувати керівникам підрозділів на виявлені недоліки і вимагати їх усунення;
- повертати виконавцям документи, оформлені з порушенням встановлених правил діловодства;
- зазначення спеціального відділу в межах його функцій, передбачених Положенням, є обов'язковими до керівництва та виконання підрозділами підприємства;
- всю повноту відповідальності за якість та своєчасне виконання покладених цим Положенням завдань і функцій несе завідувач відділом;
- ступінь відповідальності інших працівників відділу встановлюється посадовими інструкціями.

ДОДАТКОВА РУБРИКА: у світі статистики готельного бізнесу

(за матеріалами сайту prohotelia.com.ua > 2014/08/kyiv-hotels-mid-year...)

Міжнародна компанія *Colliers International* підвела підсумки розвитку готельного бізнесу України у першому півріччі 2014 р. Серед основних тенденцій на ринку готельної нерухомості м. Києва експерти компанії відзначають таке:

- скорочення числа гостей із-за кордону, а також із інших регіонів України;
- зниження завантаження готелів майже у два рази;
- зниження заявленої вартості готельного номера;
- оптимізація витрат готельєрів;
- об'єднання готельєрів з метою пошуку шляхів виходу із кризи;
- наступна хвиля перегляду планів про вихід нових проектів, у тому числі готелів середнього цінового сегмента, які найбільш активно будувалися у 2013 р.

За станом на середину 2014 р. загальний номерний фонд м. Києва склав 10000 номерів: 27 готелів категорії 4* і 5*, 48 готелів категорії 2* і 3* та біля 30 готелів категорії 1* і без зірковості (рис. 3.13).

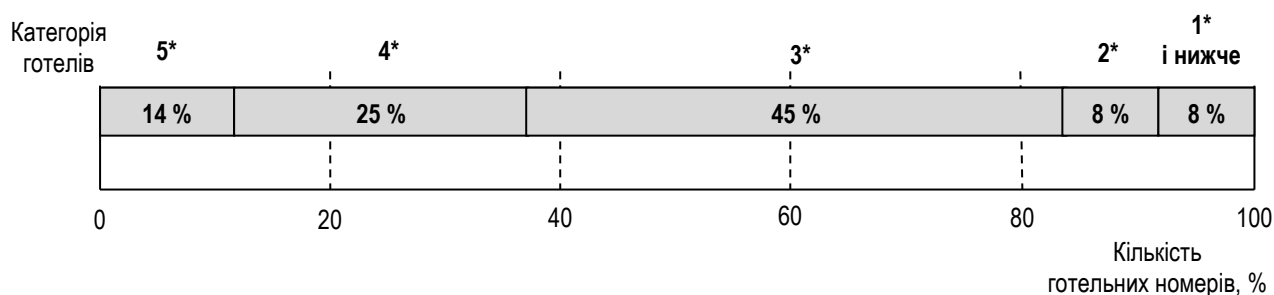


Рис. 3.13. Пропозиція номерного фонду у готелях м. Києва за категоріями

За даними Головного управління статистики у м. Києві кількість розміщених гостей у 2013 р. (попит на готелі) склала 1026000 осіб, що на 8 % вище показника 2012 р. При цьому кількість іноземців серед всіх гостей, які були розміщені у готелях м. Києва зросла на 13 % у порівнянні із 2012 р. і склала 580000 осіб.

Загальна динаміка пропозиції номерного фонду у готелях м. Києва за категоріями представлена на рис. 3.14.

Але з початку 2014 р. політична нестабільність у країні провокувала скорочення ділової активності та зниження туристичної активності, що позначилося на кількості поїздок із закордону, а також інших міст України.

Заповнення готелів верхнього цінового сегменту м. Києва знизилося із 40 – 55 % (на початок 2014 р.) до рівня 30 % (на кінець першого півріччя 2014 р.). Готелі із якісним обслуговуванням середнього цінового сегмента відпрацювали першу половину 2014 р. з показниками заповнення на рівні 35 – 40 %.

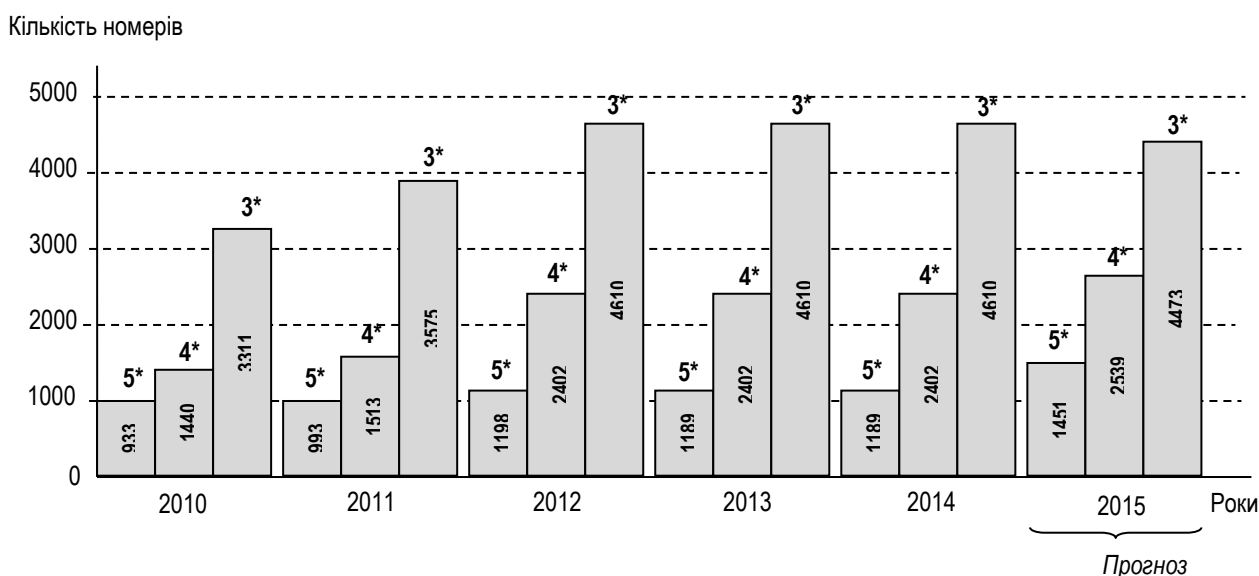


Рис. 3.14. Динаміка пропозиції номерного фонду у готелях м. Києва

За результатами аналізу діяльності готелів м. Києва у першому півріччі 2014 р. середня вартість проданого номеру у день (*ADR*) склала (рис. 3.7):

- для готелів категорії 5* – €140 – 160;
- для готелів категорії 4* – €70 – 100;
- для готелів категорії 3* – €40 – 55.

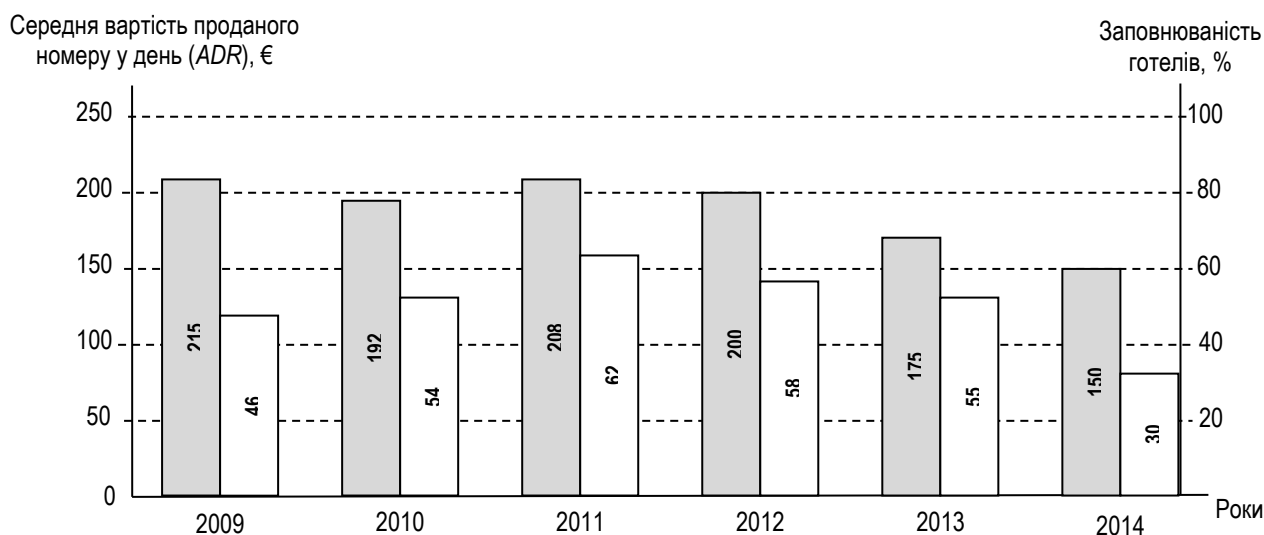


Рис. 3.15. Динаміка середньої вартості проданого номеру в день (*ADR*) і середнього рівня заповнення номерного фонду у готелях м. Києва

У середньому запитувана вартість номеру категорії «Стандарт» (вартість стійки) за станом на кінець першого півріччя 2014 р. знизилася у порівнянні із аналогічним періодом у минулому році таким чином:

- на 15 % у готелях категорії 5* і складала €350;
- на 20 % у готелях категорії 4* і складала €130;
- на 30 % у готелях категорії 3* і складала €365.

Але в умовах коливання валютних курсів, у гривневому еквіваленті заявлена вартість стійки зросла на 35 % у готелях 5*, на 25 % у готелях категорії 4* і на 5 % у готелях категорії 3*.

КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. У чому полягає поняття технології готельного обслуговування?
2. Що таке технологічний цикл обслуговування гостей готелю?

3. Які існують інструменти аналізу результатів контролю якості готельних послуг?
4. У чому полягає процес бронювання готельного номеру?
5. У чому полягає процес прийом і розміщення гостей?
6. У чому полягає процес обслуговування гостей на поверхах?
7. У чому полягає процес харчування гостей готелю?
8. У чому полягає процес надання додаткових готельних послуг?
9. У чому полягає процес організація від'їзду гостя із готелю?
10. Визначте функції і завдання матеріально-технічного постачання?
11. У чому полягає організація процесу закупівлі товарів за принципом «день за днем»?
12. У чому полягає управління відносинами з постачальниками?
13. У чому полягає процес специфіка організації прибиральних робіт у готелі та контролю їх якості?
14. Сформулюйте санітарно-гігієнічні вимоги до утримання приміщень готелю?
15. У чому полягають завдання, функції і структура служби безпеки готелю?
16. У чому полягає технологія роботи служби безпеки у готелі?

Розділ 4

ОРГАНІЗАЦІЯ ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНІЧНОЇ ЕКСПЛУАТАЦІЇ ГОТЕЛЮ

Структура розділу

- 4.1. Основи інженерно-технічної експлуатації будівель і споруд готелю.
- 4.2. Організація інженерно-технічної експлуатації готелю.
- 4.3. Забезпечення техніки безпеки і охорони праці у готелі.

Ключові моменти розділу

1. Інженерно-технічна експлуатація готелю: зміст і завдання;
2. Вимоги до технічної експлуатації будівель готелю.
3. Основні елементи системи інженерно-технічної експлуатації готелю;
4. Система пожежної безпеки готелю;

5. Організація роботи інженерно-технічної служби готелю.
6. Санітарно-гігієнічні та протиепідемологічні правила і норми експлуатації готелю;
7. Охорона праці і техніки безпеки роботи персоналу готелю.

У результаті вивчення розділу ви:

знатимете зміст і завдання служби інженерно-технічна експлуатації готелю;

знатимете вимоги до технічної експлуатації будівель готелю.

визначите основні елементи системи інженерно-технічної експлуатації готелю;

ознайомитеся із системою пожежної безпеки готелю;

знатимете основні положення організації роботи інженерно-технічної служби готелю.

ознайомитеся із санітарно-гігієнічними та протиепідемологічними правилами і нормами експлуатації готелю;

знатимете основні положення охорони праці і техніки безпеки роботи персоналу готелю.

4.1. ОСНОВИ ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНІЧНОЇ ЕКСПЛУАТАЦІЇ БУДІВЕЛЬ І СПОРУД ГОТЕЛЮ

ЗМІСТ І ЗАВДАННЯ ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНІЧНОЇ ЕКСПЛУАТАЦІЇ ГОТЕЛЮ

■ **Інженерно-технічна експлуатація будівель готелю** – це роботи з контролю технічного стану, підтримання справності, налагодження інженерного обладнання, підготовці до сезонної експлуатації будівлі готелю в цілому, а також її елементів і систем.

Завдання інженерно-технічної експлуатації будівель готелю полягають у забезпеченні безвідмовної роботи їх конструкцій, дотримання нормальних санітарно-гігієнічних умов, правильному використанні інженерного обладнання; підтримці

температурно-вологісного режиму приміщень; проведення своєчасного ремонту; підвищення ступеня благоустрою будівель і т. д.

Тривалість безвідмовної роботи конструкцій будівель і його систем неоднакова. При визначенні нормативних термінів служби будівлі беруть безвідмовний термін служби основних несучих елементів, фундаментів і стін. Терміни служби окремих елементів будівлі можуть бути в 2 – 3 рази менше нормативного терміну служби будівлі.

Безвідмовний і комфортне використання будівлі вимагає протягом всього терміну його експлуатації повної заміни відповідних елементів або систем.

За весь термін служби елементи і інженерні системи будівлі готелю вимагають неодноразових робіт з налагодження, попередження та відновлення вносились елементів. Частина будинку не можуть експлуатуватися до повного зносу. У період експлуатації проводять роботи, компенсуючі нормативний знос. Невиконання незначних за обсягом планових робіт може призвести до передчасного відмови конструкції.

У процесі експлуатації будівля готелю вимагає постійного обслуговування і ремонту. Технічне обслуговування будівлі являє собою комплекс з підтримання справного стану елементів будівлі та заданих параметрів та режимів роботи технічних пристроїв, спрямованих на забезпечення схоронності будівель. Система технічного обслуговування і ремонту повинна забезпечувати нормальне функціонування будівель протягом всього періоду їх використання за призначенням.

Терміни проведення ремонту будинків повинні визначатися на основі оцінки їх технічного стану.

Контроль за технічним станом будівель здійснюють шляхом проведення систематичних планових і непланових оглядів з використанням сучасних засобів технічної діагностики.

Планові огляди будівель готелю. Їх поділяються на загальні і часткові. При загальних оглядах необхідно контролювати технічний стан будівлі в цілому, при проведенні часткових оглядів огляду піддаються окремі конструкції будівлі.

Непланові огляди будівель готелю. Їх проводять після ураганних вітрів, злив, сильних снігопадів, повеней та інших явищ стихійного характеру, після аварій. Загальні огляди проводяться двічі на рік: навесні та восени.

При весняному огляді перевіряють готовність будівель до експлуатації у весняно-літній період, після дії снігових навантажень встановлюють обсяги робіт з підготовки до експлуатації в осінньо-зимовий період, уточнюють обсяги ремонтних робіт на будівлях, включених до плану поточного ремонту в рік проведення огляду.

При підготовці будівель до експлуатації у весняно-літній період виконують такі види робіт: зміцнення водостічних труб, колін, воронок; розконсервування та ремонт поливальної системи; ремонт обладнання майданчиків, відмосток, тротуарів, пішохідних доріжок; розкривають продухи в цоколях; оглядають покрівлю, фасади та т.д.

При осінньому огляді слід перевіряти готовність будинку до експлуатації та осінньо-зимовий період, уточнити обсяги ремонтних робіт на будівлях, включених до плану поточного ремонту наступного року.

До переліку робіт при підготовці будівель до експлуатації в осінньо-зимовий період необхідно включати: утеплення віконних і балконних прорізів; заміну розбитих шибок вікон, балконних дверей, ремонт і утеплення горизонтальних перекриттів; зміцнення і ремонт парпетних огорожень; скління і закриття горизонтальних слухових вікон, ремонт, утеплення і очищення димовентиляційних каналів; закладення продухів в цоколях будівлі; консервацію поливальних систем; ремонт та укріплення вхідних дверей і т. д.

Періодичність проведення планових оглядів елементів будівель регламентується нормами. При проведенні часткових оглядів повинні бути визначені несправності, які можуть бути усунені протягом часу, відведеного на огляд. Виявлені несправності, які перешкоджають нормальній експлуатації, усувають у терміни, зазначені у будівельних нормах.

Види ремонтів будівель готелю

■ **Ремонт будівлі готелю** – це комплекс будівельних робіт та організаційно-технічних заходів по усуненню фізичного і морального зносу, не пов'язаних зі зміною основних техніко-економічних показників будинку.

Система планово-попереджувального ремонту включає поточний і капітальний ремонт.

■ **Поточний ремонт будівлі готелю** – це ремонт будівлі з метою відновлення справності її конструкцій і систем інженерного обладнання, підтримання експлуатаційних показників.

Поточний ремонт проводиться з періодичністю, що забезпечує ефективну експлуатацію будівлі з моменту завершення його будівництва до моменту поставки на черговий капітальний ремонт. При цьому враховуються природно-кліматичні умови, конструктивні рішення, технічний стан і режим експлуатації будівлі.

Поточний ремонт повинен виконуватися за п'ятирічними і річними планами. Річні плани складають для уточнення п'ятирічних з урахуванням результатів огляду, розробленої кошторисно-технічної документації на поточний ремонт, заходів з підготовки будівель до експлуатації в сезонних умовах.

■ **Капітальний ремонт будівлі готелю** – це ремонт будівлі з метою відновлення її ресурсу із заміною при необхідності конструктивних елементів і систем інженерного устаткування, а також поліпшення експлуатаційних показників.

Капітальний ремонт включає усунення несправностей всіх зношених елементів, відновлення або заміну (крім повної заміни кам'яних і бетонних фундаментів, несучих стін і каркасів) їх на більш довговічні й економічні, що поліпшують експлуатаційні показники мініруємих будівель.

Найважливішою частиною організації капітального ремонту є розробка його стратегії. У теоретичному плані можливі два варіанти ремонту:

- за технічним станом, коли ремонт починають після появи несправності;
- профілактично-попереджувальний, коли ремонт виконують до появи відмови, тобто для його попередження.

Другий варіант виконується економічно доцільним. На основі вивчення термінів служби та ймовірності настання відмов можна створити таку систему профілактики, яка забезпечила б безвідмовне утримання приміщень. У практиці технічної експлуатації будівель використовують поєднання двох стратегій.

Надійність будівель в процесі їх експлуатації в міру погіршення стану окремих елементів, вузлів або будинку в цілому може бути забезпечена шляхом профілактичних ремонтів. Основне завдання такої профілактики - попередження відмов. Система

планово-попереджувальних ремонтів складається з періодично проводяться ремонтів, обсяги яких залежать від термінів служби конструкцій, матеріалів, з яких вони виготовлені.

Оцінка технічного стану будівельних конструкцій будівель готелю полягає у визначенні ступеня пошкодження, категорії технічного стану і можливості подальшої експлуатації їх за прямим або зміненим (при реконструкції) функціональним призначенням.

Оцінку технічного стану будівельних конструкцій будівель готелю провадять шляхом зіставлення гранично допустимих (розрахункових або нормативних) і фактичних значень, що характеризують міцність, стійкість, деформативність (за I і II групами граничних станів) та експлуатаційні характеристики будівельних конструкцій.

Критерії оцінки технічного стану залежать від функціонального призначення та конструктивної схеми будинку, виду будівельної конструкції і матеріалу і т. д.

За гранично допустимі значення критеріїв оцінки технічного стану будівель приймають розрахункові схеми, навантаження і впливи; міцнісні та фізико-механічні характеристики матеріалів і конструкцій (з проектною документацією), геометричні параметри будівель (по робочих кресленнях), експлуатаційні характеристики (за розрахунками в проектній документації).

Фактичні значення критеріїв оцінки технічного стану будівельних конструкцій приймаються за результатами візуальних та інструментальних обстежень, лабораторних випробувань, повірочних розрахунків.

Критерії оцінки технічного стану будівельних конструкцій розділяють на дві групи: критерії, що характеризують несучу здатність, стійкість і деформативність, і критерії, що характеризують експлуатаційну придатність будівель. Гранично допустимі значення критеріїв оцінки технічного стану конструкцій будівель, які встановлюються нормативними документами.

Технічний стан конструкцій встановлюють на основі оцінки сукупного впливу пошкоджень, дефектів, виявлених у процесі попереднього обстеження, перевірних розрахунків їх несучої здатності, стійкості та експлуатаційної придатності.

Якщо один з критеріїв технічного стану конструкцій будівлі не відповідає вимогам нормативних документів, конструкції необхідно посилювати чи замінювати.

Оцінка технічного стану конструкцій будівлі включає:

- визначення категорії технічного стану конструкцій з урахуванням ступеня пошкодження і величини зниження несучої здатності;
- встановлення експлуатаційної придатності конструкцій за основними критеріями (температурно-вологісний режим, загазованість, освітленість, герметичність, звукоізоляція і т. д.);
- розробку по подальшій експлуатації будівель і споруд.

При проведенні оцінки технічного стану конструкцій фактичні значення критеріїв оцінки параметрів конструкцій, отриманих у результаті обстеження, зіставляються з проектними або нормативними значеннями.

Оцінка технічного стану будівель і споруд здійснюється на основі аналізу результатів детального обстеження будівельних конструкцій та повірочних розрахунків несучої здатності, експлуатаційної придатності.

Технічний стан будівель готелю в цілому є функцією працездатності його окремих конструктивних елементів і зв'язків між ними. Чинники, що викликають зміни працездатності в цілому і окремих елементів будівель і споруд готелю, поділяють на дві групи: внутрішнього і зовнішнього характеру.

До групи причин *внутрішнього характеру* відносять:

- фізико-хімічні процеси, що протікають в матеріалах конструкцій;
- навантаження і процеси, що виникають при експлуатації;
- конструктивні фактори;
- якість виготовлення.

До групи причин *зовнішнього характеру* відносять:

- кліматичні чинники (температуру, вологість, сонячну радіацію);
- фактори навколишнього середовища (вітер, пил, біологічні фактори);
- якість експлуатації.

У процесі експлуатації будівель готелю їх технічний стан змінюється. Це виражається в погіршенні кількісних характеристик працездатності, зокрема, надійності.

Погіршення технічного стану будинків відбувається в результаті зміни фізичних властивостей матеріалів, характеру сполучень між ними, а також розмірів і форм.

Також причиною зміни технічного стану будівель готелю є руйнування та інші аналогічні види втрат працездатності конструктивними матеріалами.

Повний час експлуатації будівлі готелю можна розділити на три періоди: вання, нормальної експлуатації, інтенсивного зносу.

Зі часом несучі та огорожувальні конструкції і устаткування будівель і споруд готелю зношуються, старіють. У початковий період експлуатації будівель в готелю відбуваються взаємна приробітку елементів; релаксація напружень; осадкові явища, викликані зміною і навантаженнями па підстави, деформаціями повзучості в матеріалах, і т. д. Відбувається зниження механічних, міцнісних та погіршення експлуатаційних характеристик конструкцій будівель. Всі ці зміни в конструкціях будівель можуть бути як загальними, так і локальними, вони відбуваються самотійно і в сукупності.

Конструкції та обладнання навіть при нормальних умовах експлуатації мають різні терміни служби і зношуються нерівномірно. Тривалість служби окремих конструкцій залежить від матеріалів, умов експлуатації. На довговічність конструктивних елементів впливає конструктивне рішення і капітальність будівлі в цілому; в будівлях, виконаних з міцних матеріалів і надійних конструкцій, будь-який елемент служить довше, ніж у будинках з недовговічних матеріалів.

Види зношення будівель готелю

Фізичне зношення

Під час експлуатації будівель готелю їх конструктивні елементи та інженерне обладнання під впливом природних умов і діяльності людини поступово втрачають свої експлуатаційні якості.

З часом відбувається зниження міцності, стійкості, погіршуються тепло-і звукоізоляційні, водо-і повітронепроникні якості.

Це явище називається фізичним (матеріальним, технічним) зношенням і визначається у відносних величинах (%) і у вартісному вираженні.

Для технічної характеристики стану окремих конструкцій будівлі виникає необхідність визначити фізичний зношення будівлі.

■ **Фізичне зношення будівлі готелю** – це величина, що характеризує ступінь погіршення технічних і пов'язаних з ними інших експлуатаційних показників будівлі у певний момент часу, в результаті чого відбувається зниження вартості конструкції будівлі.

Під фізичним зношенням розуміють втрату будівлею з плином часу несучої здатності (міцності, стійкості), зниження тепло-і звукоізоляційних властивостей, водо-і повітронепроникності.

Основними причинами фізичного зношення є вплив природних факторів, а також технологічних процесів, пов'язаних з використанням будівлі.

Відсоток зношення будинків визначають за термінами служби або фактичному стану конструкцій, користуючись правилами оцінки фізичного зносу, де в таблицях встановлюються ознаки зношення, кількісна оцінка і визначається фізичний знос конструкцій і систем у відсотках.

Фізичне зношення будівлі готелю встановлюють:

- на підставі візуального і інструментального обстеження конструктивних елементів і визначення відсотка втрати їх експлуатаційних властивостей внаслідок фізичного зношення за допомогою таблиць;
- експертним шляхом з оцінкою залишкового терміну служби;
- розрахунковим шляхом;
- інженерним обстеженням будинків з визначенням вартості робіт, необхідних для відновлення експлуатаційних властивостей.

Фізичне зношення визначається методом складання величин фізичного зносу окремих елементів будівлі: фундаментів, стін, перекриттів, даху, покрівлі, підлоги, віконних і дверних пристроїв, оздоблювальних робіт, внутрішніх санітарно-технічних і електротехнічних пристроїв інших елементів.

Для визначення фізичного зношення конструкцій обстежують їх окремі ділянки, що мають різну ступінь зносу.

Метод визначення фізичного зношення на основі інженерного дослідження передбачає інструментальний контроль стану елементів будівлі та визначення ступеня втрати їх експлуатацією властивостей.

Оцінки фізичного зношення за методом зіставлення фактичних і нормативних термінів служби являє лінійну залежність зносу від термінів служби, що не відповідає дійсній закономірності фізичних процесом, супроводжуваних фізичне зношення елементів будівель. Тому необхідно проводити інженерне обстеження для об'єктивної оцінки фізичного зношення.

Спостереження за конструкціями показують, що в перший період експлуатації – період припрацювання, коли конструкція нова, знос слабше, а до третього періоду - до кінця терміну служби - інтенсивність зносу зростає. Конструкція, знос якої за 100 років служби складе 75 %, до кінця терміну служби зношується в півтора рази більше (45 %), ніж у першому періоді (30 %).

За фізичного зношення окремих конструктивних елементів і інженерних систем готелю встановлюють зношення його будівлі в цілому.

При виконанні капітального ремонту фізичне зношення частково ліквідується, а вартість будівлі збільшується.

При капітальному ремонті будівель в змінюваних конструкціях фізичне зношення усувається, а в незмінюваних – лише зменшується, так як незмінні конструкції з фізичного зношення ремонтуватися не можуть, а що проводяться в них ремонтні роботи носять відновний характер.

В основу нормативних документів з визначення величини фізичного зношення покладені співвідношення фізичного зносу і вартості необхідного на відновлення ремонту. У результаті капітального і поточного ремонтів темпи росту фізичного зношення знижуються. Знос будинків відбувається найбільш інтенсивно в перші 20 – 30 років і після 90 – 100 років.

На розвиток фізичного зношення впливають такі фактори, як обсяг і характер капітального ремонту, планування будинку, щільність заселення, якість робіт при капітальному ремонті, санітарно-гігієнічні фактори (інсоляція, аерація), періоди експлуатації, рівень змісту і поточного ремонту.

Моральне зношення будівлі готелю

■ **Моральне зношення будівлі готелю** – це величина, що характеризує ступінь відповідності основних параметрів експлуатації будівлі готелю, що

визначають умови проживання, обсяг і якість послуг, що надаються, сучасним вимогам.

Сутність такого явища полягає в тому, що з часом під впливом безперервного технічного прогресу у сфері будівництва виникають невідповідності між знову споруджуються і старими будівлями, невідповідність будівлі його функціональним призначенням внаслідок мінливих соціальних запитів. Це полягає в невідповідності архітектурно-плану-вальних рішень сучасним вимогам про переуплотненість забудови, недостатньому рівні благоустрою, озеленення території, застарілому інженерному устаткуванні.

Старі готельні будівлі часто не задовольняють сучасним запитам людей і сучасним вимогам виробництва ні за своїми габаритами, ні з планування, ні за розташуванням приміщень, зовнішнього вигляду, рівнем технічного оснащення. Ці будівлі можуть бути досить міцними, і фізичне зношення їх незначний, але «морально» вони застаріли. Тому необхідно провести реконструкцію, модернізацію, перевлаштування старої будівлі для приведення його у відповідність до сучасних вимог.

Розрізняють моральне зношення двох форм. Моральне зношення першої форми пов'язаний зі зниженням вартості будівлі в порівнянні з його вартістю в період будівництва, тобто зменшення вартості будівельних робіт в міру зниження їх собівартості (внаслідок зміни масштабів будівельного виробництва, зростання продуктивності праці).

Моральне зношення другої форми визначає старіння будівлі по відношенню до існуючих на момент оцінки об'ємно-планувальних санітарно-гігієнічним, конструктивним та іншим вимогам, які полягають в дефектах планування, невідповідність конструктивні елементів будівлі сучасним вимогам (незадовільні теплотехнічні характеристики, звукоізоляція і ін), в відсутності або незадовільному як елементи інженерного обладнання.

Можливі два основних способи кількісної оцінки морального зношення другої форми: техніко-економічний і соціальний.

Техніко-економічний спосіб являє собою систему показників, складених на підставі узагальнення питомої вартості конструктивних елементів та інженерного обладнання різних будівель, вираженої в відсотках від відновної вартості будівель.

Метод соціальної оцінки другої форми морального зношення ґрунтується на аналізі процесів обміну і купівлі-продажу житла.

Моральне зношення будівлі змінюється стрибкоподібно по мірі зміни соціальних вимог, але моральному зносу будівлі піддаються набагато швидше, ніж фізичному.

Старіння готельної будівлі супроводжується фізичним і моральним зносом, але закономірності зміни факторів, що викликають фізичний і моральний знос, різні. Моральне зношення у процесі експлуатації не можна попередити. Методами проектування з урахуванням прогнозу науково-технічного прогресу можна отримати об'ємно-планувальні та конструктивні рішення, здатні забезпечити відповідність їх діючим вимогам на більш тривалий період експлуатації.

Усунення фізичного зношення готельної будівлі проводиться шляхом заміни зношених його конструкцій. Оскільки терміни служби різних конструкцій можуть значно відрізнятись, протягом періоду експлуатації деякі конструкції доводиться міняти, іноді навіть по кілька разів.

Іноді конструкції та інженерні системи будівлі з незначним фізичним зношенням вимагають заміни через морального зносу.

Найбільш економічними проектними рішеннями вважаються такі, при яких терміни морального і фізичного зношення конструкцій і систем будівель збігаються. У цьому випадку коефіцієнт, що враховує співвідношення зносів, прагне до одиниці.

Термін служби будівель і споруд готелю

■ **Термін служби будівель і споруд готелю** – це тривалість їх безвідмовного функціонування за умови здійснення відповідних заходів інженерно-технічної експлуатації і ремонту.

Тривалість безвідмовної роботи елементів будівель і споруд готелю, його інженерно-технічних систем та обладнання неоднакова.

Так при визначенні нормативних термінів служби будівлі готелю приймають середній безвідмовний термін служби її основних несучих елементів: фундаментів і стін. Термін служби інших елементів може бути менше нормативного терміну служби будівлі. Тому в процесі експлуатації будівель і споруд готелю такі елементи доводиться замінювати, можливо, кілька разів.

Зношування будівель і споруд готелю полягає в тому, що окремі конструкції і будівлі в цілому поступово втрачають свої початкові якості і міцність. Визначення термінів служби конструктивних елементів є складним завданням, оскільки результат залежить від великої кількості факторів, що впливають на знос.

Протягом всього терміну служби будівельні елементи та інженерно-технічні системи готелю піддають інженерно-технічному обслуговуванню та ремонту. Періодичність ремонтних робіт залежить від довговічності матеріалів, з яких виготовляються конструкції та інженерні системи навантажень, від впливу навколишнього середовища та інших факторів.

Нормативний термін служби елементів будівлі встановлюють з урахуванням виконання заходів технічної експлуатації будівель.

Завданням заходів інженерно-технічного обслуговування будівель готелю полягає у усуненні фізичного і морального зносу конструкцій і забезпечення їх працездатності. Надійність елементів забезпечується при виконанні комплексу заходів технічного обслуговування і ремонту будинків.

■ **Надійність експлуатації будівель готелю** – це властивість, що забезпечує нормативний температурно-вологісний і комфортний режим приміщень готелю, що зберігає при цьому експлуатаційні показники (тепло-, волого-, повітро-, звукоізоляції) в заданих нормативних межах, міцність, декоративні функції протягом заданого терміну експлуатації.

Надійність експлуатації будівель готелю характеризується такими основними властивостями: ремонтпридатністю, сохрняємостью, довговічністю, безвідмовністю.

Ремонтпридатність – пристосованість елементів будівлі до попередження, виявлення та усунення відмов і пошкоджень шляхом проведення технічного обслуговування та виконання планових і непланових ремонтів.

Збереженість – здатність окремих елементів, а також будівлі в цілому до введення в експлуатацію та під час ремонтів протистояти негативному впливу незадовільного зберігання, транспортування, старіння до монтажу.

Довговічність – збереження працездатності до настання граничного стану з перервами для ремонтно-налагоджувальних робіт усунення раптово виникаючих несправностей.

Безвідмовність – збереження працездатності без вимушених перерв протягом заданого періоду часу до появи першого або чергового відмови.

Відмова – це подія, що полягає у втраті працездатності конструкції або інженерної системи.

При заміні окремих елементів їх безвідмовність підвищується, але не досягає первісної, так як в конструкціях завжди існує залишковий знос елементів, які протягом всього терміну експлуатації не змінюється. Ця закономірність є причиною нормального зносу будівлі.

Оптимальну довговічність будинків визначають з урахуванням майбутніх витрат на його експлуатацію за весь термін служби.

Чим рідше ремонтують конструктивні елементи і вартість цих ремонтів мінімальна, тим більше оптимальний термін служби елементів і будівлі в цілому.

Кожна будівля має задовольняти ряду вимог технічних, економічних, архітектурно-художніх, експлуатаційних.

ВИМОГИ ДО ЕКСПЛУАТАЦІЇ БУДІВЕЛЬ ГОТЕЛЮ

Вимоги до експлуатації будівель готелю поділяють на такі:

- *загальні вимоги*, які пред'являються до всіх будівель готелю;
- *спеціальні вимоги*, які пред'являють до певної групи будівель готелю, що відрізняються специфікою призначення чи технологією виробництва.

Спеціальні вимоги, що визначаються призначенням будівлі, відображаються в технічному завданні на проектування.

Експлуатаційні вимоги пред'являються до будівель готелю, виходячи з прийнятих об'ємно-планувального і конструктивного рішень, що передбачають мінімальні витрати на технічне обслуговування та ремонт конструкцій і інженерних систем.

Основними конструктивними елементами, за якими визначається термін служби всього будинку, є зовнішні стіни і фундамент. Решта конструкції можуть піддаватися заміні.

У сучасних будівлях збільшилася кількість конструктивних елементів, термін служби яких дорівнює терміну служби основних.

Єдині норми амортизаційних відрахувань на повне відновлення основних фондів народного господарства затверджуються урядом.

Санітарно-гігієнічні та екологічні вимоги

Конструкції, деталі та обладнання будинків, опорядження стін і стель, покриття підлог всіх приміщень, а також сходів, коридорів тощо слід передбачати із матеріалів, дозволених до застосування Міністерством охорони здоров'я України.

В приміщеннях, що межують з зовнішніми і внутрішніми лініями електропередачі, на відстані 0,2 м від огорожуючих приміщення внутрішніх поверхонь не повинні перевищуватись рівні напруженості електричного поля 50Гц 500 В/м згідно з ДСанПіН 239, величини індукції магнітного поля 50 Гц – 1 мкТл.

Концентрації забруднюючих речовин у повітрі приміщень громадських будинків і споруд не повинні перевищувати санітарні норми в залежності від контингенту працюючих, або категорій населення згідно з вимогами ГОСТ 12.1.005, ДСП 201.

Розміри, розміщення і обладнання санітарно-гігієнічних приміщень повинні задовольняти вимоги зручності користування, прибирання та дезінфекції; запобігання розповсюдженню інфекції, неприємних запахів, надмірної вологості, паразитичної фауни і мікрофлори.

Основою розрахунку площі сангігієнічних приміщень є розрахункова чисельність осіб чоловічої та жіночої статі, що встановлюється завданням на проектування. Пропускна спроможність обладнання визначається за спеціальними нормативними документами.

Слід забезпечувати можливість використання сангігієнічних приміщень інвалідами, що пересуваються на кріслах-колясках або милицях, згідно з розділом 12 та вимогами ДБН В.2.2-17.

Приміщення туалетів у громадських будинках і спорудах (крім відкритих спортивних споруд) слід розташовувати на відстані не більше 75 м від найбільш віддаленого місця постійного перебування людей.

Кількість приміщень або кабін особистої гігієни жінок належить визначати з розрахунку один гігієнічний душ на кожні 100 жінок, які працюють у найбільш численній зміні. Якщо кількість жінок понад 14 до 100, слід передбачати одну кабінку з гігієнічним душем, яку слід розміщувати при жіночому туалеті і яка повинна мати вхід з умивальні. Розміри приміщення (кабіни) для гігієнічного душу з місцем для роздягання повинні бути в плані не менше 2,4 × 1,2 м.

Необхідність медпункту визначається завданням на проектування з урахуванням типового положення про установу. Медпункт повинен мати два приміщення загальною площею не менше 16 м².

Вимоги до повітряного середовища і температурного режиму утримання готельних приміщень

Розрахункові параметри повітряного середовища (температура, відносна вологість, рухомість повітря) у приміщеннях громадських будинків різного призначення повинні прийматися згідно з будівельними нормами за видами будинків та споруд, нормативами опалення та вентиляції і забезпечуватись роботою відповідних систем.

Оптимальні параметри повітряного середовища в приміщеннях повинні прийматися згідно зі СНиП 2.04.05 і забезпечуватись роботою систем кондиціонування повітря.

Пристрої опалення і вентиляції, теплова та гідравлічна ізоляція огорожувальних конструкцій будинків і трубопроводів повинні запобігати утворенню конденсату, вологих плям, плісені та грибкових утворень на поверхні стін, стель та трубопроводів.

Приміщення з постійним перебуванням людей, що мають природне освітлення, повинні провітрюватись через вікна, фрамуги, кватирки або інші пристрої, за винятком приміщень, в яких за технологічними вимогами не допускається проникнення зовнішнього повітря.

У будинках, які проектується для ПІВ, ІІІБ, ІVБ кліматичних зон та ІІВ-4 кліматичної підзони, за винятком гірських районів, повинно бути передбачене наскрізне або кутове

привітрювання приміщень з постійним перебуванням людей (у тому числі через коридор або суміжне приміщення).

Нормативний температурний режим приміщень, для яких передбачається програмне зниження температури в неробочий час, повинен відновлюватись автоматично до початку робочого дня.

Вимоги до освітленості та інсоляції будівель і приміщень готелю

У будівлях і приміщеннях готелю повинно бути забезпечено природне і штучне освітлення, а також інсоляція згідно з нормативами ДБН В.2.5-28 та СанПін 2605.

Для природного освітлення приміщень допускається використання zenітних ліхтарів. Вони повинні виготовлятися з негорючих матеріалів.

Допускається проектувати без природного освітлення:

- приміщення, розташування яких допускається у підвальних поверхах;
- актові зали;
- конференц-зали;
- лекційні аудиторії та кулуари;
- торговельні зали магазинів;
- салони для відвідувачів підприємств побутового обслуговування;
- демонстраційні, спортивно-демонстраційні та спортивно-глядацькі зали та ковзанки;
- кімнати інструкторського та тренерського складу;
- приміщення масажних, парильних, а також приміщення лазень сухого жару;
- приміщення для стоянки автомобільного транспорту;
- буфетні та інші приміщення, що регламентуються відповідними нормативами за видами будинків та споруд.

Приміщення будівель, до яких за технологічними чи гігієнічними вимогами не допускається пряме проникнення сонячних променів, та приміщення з системами кондиціонування повітря повинні бути обладнані сонцезахисними пристроями (за винятком приміщень, орієнтованих на північ). У будинках I і II ступенів вогнестійкості сонцезахист слід виконувати з негорючих матеріалів.

При освітленні коридорів природним світлом з одного торця їх довжинане повинна перевищувати 24 м, при освітленні з двох торців – 48 м, якщо довжина коридору більша, слід передбачати світлові розширення (кармани).

Відстань між світловими карманами не повинна перевищувати 24 м, а між світловим карманом і вікном у торці коридору – 36 м. Ширина світлового кармана повинна бути не менше половини його глибини, ширина прилеглого коридору при цьому не враховується.

Випромінювання від внутрішніх джерел в приміщеннях не повинно перевищувати рівні, регламентовані для ультрафіолетового – СН 4557, іонізації повітря – СН 2152, інфрачервоного випромінювання – ДСН 3.3.6.042.

Захист приміщень готелю від шуму і вібрації

У будівлях готелю повинен додержуватись шумовий режим згідно з вимогами ДБН В.1.2-10, іншими чинними нормативами.

Рівень шуму, що проникає до приміщення від внутрішніх та зовнішніх джерел, не повинен перевищувати встановлених санітарними нормами допустимих рівнів шуму для даної категорії приміщень з урахуванням часу доби (день – ніч) згідно з СН 3077, ДСН 3.3.6.037. Рівні вібрації в житлових приміщеннях багатофункціональних будинків регламентуються СН 1304, ДСН 3.3.6.039.

Зниження рівня шуму до нормативного досягається архітектурно-планувальними, будівельно-акустичними заходами з урахуванням звукоізоляційних властивостей огорожувальних конструкцій будинків та віконних прорізів згідно з вимогами норм СНиП II-12.

За наявності вбудованих у житлові будинки закладів громадського призначення належить передбачати конструктивно-планувальні заходи, які враховують санітарно-гігієнічні вимоги щодо допустимих рівнів шуму та вібрації для житлових будинків і вимоги будівельних норм за видами будинків та споруд.

Вимоги радіаційної безпеки

Заходи щодо радіаційної безпеки будівель готелю передбачаються при розробленні проектів громадських будинків і споруд за вимогами територіальних органів державного санітарного нагляду згідно з вимогами норм радіаційної безпеки ДГН 6.6.1-

6.5.001 (НРБУ), ДБН 1.4-0.01, ДБН 1.4-0.02, ДБН В.1.4-1.01, ДБН В.1.4-2.01. Вони повинні забезпечувати виключення або максимальне зниження доз опромінювання, які не повинні перевищувати встановлених меж (регламентів) за рахунок:

- використання будівельних і опоряджувальних матеріалів з мінімальним вмістом природних радіонуклідів;
- застосування автономних систем вентиляції підвальних приміщень з кратністю повітрообміну до п'яти;
- посиленої герметизації перекриттів між підлогою першого поверху і підвалом.

У будівлях, розташованих на ділянках з підвищеним виділенням природного радону, забороняється розміщення у підвальному, цокольному та на першому поверхах приміщень з тривалим перебуванням людей (у першу чергу, дітей) без виконання достатніх заходів.

4.2. ОРГАНІЗАЦІЯ ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНІЧНОЇ ЕКСПЛУАТАЦІЇ ГОТЕЛЮ

ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ СИСТЕМИ ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНІЧНОЇ ЕКСПЛУАТАЦІЇ ГОТЕЛЮ

Сучасні готелі оснащені складним інженерно-технічним обладнанням, яке забезпечує високий рівень благоустрою, максимальні зручності і комфорт. Це обладнання складається з наступних груп:

- санітарно-технічні (водопровід, каналізація, холодне і гаряче водопостачання, опалення, вентиляція, кондиціонування повітря, централізоване пиловидалення, сміттєпровід, білизна-проводи); енергопостачання (освітлення та силові мережі);
- ліфтове господарство (пасажирські, службово-господарські та вантажні ліфти, ескалатори);
- слабкострумові пристрої і автоматика (телефонізація, радіофікація, пожежна охоронна та службова сигналізація).

У процесі обслуговування на підприємствах готельного господарства належну увагу слід приділяти забезпеченню безпеки життя і здоров'я споживачів готельних послуг, збереження їхнього життя.

При наданні основних і додаткових слід забезпечити безпеку життєдіяльності споживачів готельних послуг як у звичайних умовах, та і в надзвичайних ситуаціях.

Готельне підприємство відповідає за збереження речей споживача, несе відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю і майну споживача під час надання готельних послуг, а також компенсує моральну шкоду, завдану споживачу внаслідок порушення його прав.

Шкідливі фактори (фактори ризику) в готельному господарстві можуть бути класифіковані у такий спосіб:

- вплив навколишнього середовища;
- пожежонебезпека;
- біологічні чинники;
- психофізіологічні навантаження;
- хімічні чинники;
- підвищена запиленість і загазованість;
- специфічні фактори ризику.

Вплив навколишнього середовища обумовлений підвищеною або зниженою температурою, вологістю і рухливістю повітря в зоні обслуговування споживачів, різкими перепадами барометричного тиску. Показники мікроклімату в приміщеннях обслуговування споживачів повинні відповідати встановленим санітарно гігієнічним вимогам.

Системи електропостачання та електроосвітлення

Системи автоматизації і диспетчеризації інженерного обладнання готелю передбачають встановлення електрообладнання, електроосвітлення, систем автоматизації і диспетчеризації інженерного обладнання, які проектується згідно з правилами улаштування електроустановок (ПУЕ), ПУЕ, ДБН В.2.5-13, ДБН В.2.5-23, ДБН В.2.5-24, ДБН В.2.5-27, ДБН В.2.5-20, ДБН В.2.5.28, НПАОП 40.1-1.32, СНиП 2.04.01, СНиП 2.04.05, СНиП 3.05.01, СНиП 3.05.06, СНиП 3.05.07 та іншими чинними нормативними документами.

Слабкострумове господарство. Для роботи силових установок, нагрівальних та освітлювальних приладів використовується електроенергія. До складу силового

обладнання готелю входять електродвигуни, машини для прибирання приміщень, ліфти, холодильники, насоси, компресори, верстати і т. д. Використання обладнання характеризується часом роботи, потужністю, загальною і питомою виробленням електроенергії.

Усі приміщення, призначені для розміщення людей, повинні мати добре природне освітлення. При розташуванні номерів по сторонах світу діє таке ж правило, що й у житловому будівництві. Варто уникати напрямку фасаду будинку на північний бік. Тому найкращою орієнтацією готельного коридору є напрямок з півночі на південь, при якому можна домогтися сонячного освітлення номерів зі сходу та з заходу. Північний бік, крім того, має великі теплові втрати, що негативно позначається на рентабельності експлуатації.

Освітлення в готелі виконує як практичну, так і естетичну функцію. За допомогою світла можна підкреслити цікаві деталі інтер'єру і будівлі в цілому. Готелі високого класу, особливо у великих містах, повинні мати велику освітленість. Освітлювальні прилади повинні гармоніювати з архітектурними елементами в денний і вечірній час.

Системи водопостачання і каналізації

Водопровідна мережа забезпечує готель водою для питних і господарсько-побутових потреб. Забруднена вода потрапляє в систему каналізації і видаляється з готелю. Поряд із забезпеченням готелів холодною водою діють системи гарячого та пожежного водопостачання. Якість і температура води, що надходить у готель, повинні відповідати вимогам стандарту. На одного проживаючого може доводитися до 300 літрів води на добу.

Системи водопостачання і каналізації, у тому числі системи протипожежного водопостачання, повинні проектуватися з додержанням вимог СНиП 2.04.01, а також будівельних норм за видами будинків та споруд.

Однією з основних проблем є постачання готелю водою для питних і господарських потреб. Для цього готельний будинок повинний бути оснащений відповідним водопровідно-каналізаційним обладнанням.

Готельні споруди, що будуються на освоєних територіях, забезпечуються водою від міської водопровідної мережі. Невеликі об'єкти, що стоять поза міською забудовою, мають самостійне постачання з рік, свердловин і колодязів.

Водопровідна вода в готельних об'єктах повинна бути придатна для пиття, незалежно від того, для яких цілей вона використовується.

Каналізаційне обладнання готельних об'єктів тісно пов'язане з водопровідним обладнанням. Каналізаційними трубами відводять забруднену воду з кухні, пральні, санвузлів.

Каналізаційні пристрої пральні мають бути пристосовані для прийому великої кількості води, що містить хімічні і механічні забруднення. У зв'язку з цим правильний відвід стоків з пральні має велике значення. Необхідно влаштувати велику кількість спусків у підлогах, а також уловлювачі води під пральними машинами і центрифугами. Це невеликі колодязі, призначені для разового відводу великої кількості води. Каналізаційна мережа в готельних пральнях повинна відповідати загальноприйнятим вимогам до каналізації.

У виробничих приміщеннях ресторану каналізаційна система повинна забезпечувати справне відведення води. Необхідно установити жировідділювачі, що служать для затримки жиру і відходів.

Системи опалення, вентиляції та кондиціонування повітря

Вентиляційні системи забезпечують оптимальний режим і найбільш сприятливі параметри повітря (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

Температури повітря і кратності повітрообміну у приміщеннях готелів і мотелів

Приміщення	Розрахункова температура повітря °С	Кратність повітрообміну у 1 год чи кількість повітря, яке виводиться із приміщення	
		Притік	Витяжка
1	2	3	4
Готельний номер	20	Для категорії готелю: ▪ 5* – 70 м ³ / год. на 1 людину; ▪ 4* – 60 м ³ / год. на 1 людину; ▪ 3* – 40 м ³ / год. на 1 людину;	

		▪ 2* – 30 м ³ / год. на 1 людину
--	--	---

Продовження табл. 4.1

1	2	3	4
Ванна кімната	25	-	25 м ³ / год.
Туалет	18	-	25 м ³ / год.
Суміщений санітарний вузол	25	-	50 м ³ / год.
Душова загальна	25	-	5 м ³ / год.
Туалет загальний	16	-	50 м ³ / год. на 1 унітаз; 25 м ³ / год. на 1 пісуар
Вмивальня загальна	18	-	0,5 м ³ / год.
Вестибюль, загальний коридор, сходова клітка	16	-	-
Построчечна	15	За розрахунками, але не менше 4 м ³ / год	7 м ³ / год. (*)
Гладильня, сушильна	15	За розрахунками, але не менше 4 м ³ / год	3 м ³ / год. (*)
Приміщення для адміністрації і персоналу	20	-	1 м ³ / год.
Комори і білізнянні	16	-	1 м ³ / год.
Приміщення побутового обслуговування:			
▪ пункт прийому;	18	2	3 м ³ / год.
▪ перукарня;	18	-	3 м ³ / год.
▪ ремонту взуття, одягу	16	2	3 м ³ / год.
Приміщення підприємств громадського харчування	Відповідно Правил експлуатації		
Кінозал, актовий зал, конференц-зал	20	За розрахунками, але не менше 20 м ³ / год. на 1 глядача	
Зали для фізкультурно-оздоровчих занять	Відповідно Правил експлуатації		
Басейн	Відповідно Правил експлуатації		
Сауна	Не більш ніж 120	-	5 м ³ / год. (періодичної дії за відсутності людей)
Атріум	Залежно від функціонального призначення приміщенні		
Сміттєзбірник	5	-	1 м ³ / год. (через стовбур сміттєзбірника)
Машинне відділення ліфтів	5	-	За розрахунками, але не менше 1,5 м ³ / год.
Автостоянка (вбудована)	5	-	За розрахунками

*Об'єм виведеного повітря не повинно бути більше приточного повітря на 1/3

Опалювальні системи. Для опалення готелів застосовуються різні системи водяного, парового або повітряного опалення. Витрата тепла залежить від об'єму і конфігурації будівлі, величини втрат тепла в опалювальних приміщеннях, температури зовнішнього повітря, особливостей конструкції будівлі. Система опалення складається з теплового генератора, нагрівальних приладів та теплопроводів. В опалювальний сезон система опалення повинна працювати безперебійно і забезпечувати нормальну температуру в усіх приміщеннях.

Система опалення служить для обігріву приміщень у холодний період року і підтримки нормальної температури повітря в приміщенні незалежно від зовнішньої температури.

На сьогодні найчастіше в готелях застосовується водяне, парове та електричне опалення. Вибір опалення залежить від призначення та архітектурно-будівельного вирішення готелю.

Найпоширенішим є водяне опалення. У готелях застосовують опалювальні системи середнього тиску з температурою води до 120°C, що подається від теплоелектроцентралі, а потім використовується для опалювальних цілей. Джерелами тепла для готелів можуть бути також власні котельні.

У великих готелях, де група приміщень громадського призначення займає велику площу, для житлової частини влаштовують окрему систему опалення або окрему її гілку.

Найбільш комфортною є система променистого опалення, що дозволяє підвищити санітарно-гігієнічний стан приміщень, оскільки не допускає скупчення і підгоряння пилу на радіаторах. Панелі променистого опалення влаштовують у підлозі, стелі, стінах і перегородках. Температура поверхні обігріву 30-50 °C.

Також у багатьох готелях успішно застосовується електроопалювальна система під покриттям підлоги.

Під вентиляцією будинку (привітрюванням) мається на увазі повна або часткова заміна забрудненого повітря приміщення чистим зовнішнім повітрям.

Вентиляція буває природною, що відбувається за рахунок проникнення в приміщення повітря через відкриті вікна, квартирки, щілини в конструкціях будівлі і пори

будівельних матеріалів. Витяжна, коли зіпсоване повітря організовано виводиться назовні, і приточно-витяжна з організованим відведенням забрудненого і розподілом свіжого повітря.

Ефективна робота вентиляції можлива при справному стані коробів і каналів, у них не повинно бути щілин. Персонал зобов'язаний стежити за станом фільтрів, що очищають приточне повітря, періодично їх оглядати, очищати фільтруючий матеріал від пилу, а, у випадку сильного забруднення, замінювати його новим.

У виробничих приміщеннях ресторану (на кухні, мийці, відділенні холодних блюд) природна вентиляція є недостатньою. Виділення великої кількості тепла, вологи, випарів кухонними машинами і пристроями вимагає застосування механічної приточно-витяжної вентиляції. Витяжки повинні бути розташовані над джерелами пароутворення і тепла. Над основною кухонною плитою розміщують вентиляційний навіс, що відводить випари, які утворюються під час приготування їжі.

У залах ресторанів, кафе, барів, а також винних льохах варто встановлювати самостійну механічну вентиляцію.

Сучасна готельна пральня повинна мати вентиляцію. У приміщеннях, де переться білизна і, головним чином, накопичується пара, застосовуються пристрої для її видалення, що складаються з вентилятора і нагрівача, який висушує вологе повітря. Провітрювання пральні за допомогою відкритих вікон є небажаним, особливо у зимовий час.

Склади, призначені для зберігання продуктів, вимагають відповідного обміну повітря. Обмін повітря повинний здійснюватися 3-6 разів на добу.

Сучасні вимоги комфорту припускають наявність у готелях систем кондиціонування повітря. Створення штучних кліматичних умов у широкому масштабі застосовується в країнах із тропічним кліматом, а також у комфортабельно обладнаних готельних об'єктах. Системи кондиціонування повітря коштують значно дорожче від систем вентиляції і застосовуються, в основному, у готелях високого класу обслуговування.

Системи газопостачання

У готелях може встановлюватися газове обладнання, у тому числі для теплопостачання, згідно з вимогами ДБН В.2.5-20.У підвалах, технічних підпіллях, а за їх відсутності у цокольних або перших поверхах готелю передбачається контроль до вибухонебезпечних концентрацій паливного газу в повітрі з виведенням на колективну попереджувальну сигналізацію та об'єднану диспетчерську службу.

Системи зв'язку та сигналізації

Окремі будівлі готелю чи окремі готельні приміщення можуть бути обладнані такими засобами, пристроями та системами:

- відомчого зв'язку;
- відомчого телевізійного та провідного мовлення;
- прийому телебачення з штучних супутників Землі (супутникове телебачення);
- звукофікації;
- синхронного перекладу мов;
- сигналізації та регламентації часу;
- комп'ютерних мереж;
- пріоритетного оповіщення, у тому числі оповіщення про пожежу та керування евакуацією людей;
- автоматичної пожежної сигналізації;
- охоронної сигналізації;
- сигналізації загазованості, задимлення та затоплення;
- диспетчеризації і управління системами протипожежного захисту та іншими системами і устаткуванню при виникненні пожежі;
- та іншими спеціальними видами пристроїв зв'язку та сигналізації.

Кількість абонентських пристроїв та їх розміщення повинні визначатись згідно з вимогами спеціальних, відомчих і будівельних норм за видами будинків та споруд і завданням на проектування, а розрахунок ємності лінійних споруд мереж зв'язку з урахуванням вимог ДБН В.2.2-45-1.

Порядок взаємодії засобів відомчого зв'язку з мережами зв'язку загального користування визначається за встановленим порядком.

Основним засобом зв'язку є телефон, встановлення якого в готелі є загальноприйнятим. У зв'язку з ефективністю телефону, що сприяє економії руху персоналу, найбільш раціональним є встановлення телефонів в усіх номерах готелю.

Телефонізація великих готелів здійснюється звичайно від власної автоматичної телефонної станції. Для зв'язку з міською АТС прокладається магістральний телефонний кабель. Розподільча мережа проходить по всьому готелю, і на кожному поверсі готелю встановлюють спеціальні розподільчі коробки. В одному з приміщень вестибюльної групи або безпосередньо у вестибюлі встановлюють телефонні будки (або вбудовані кабінки) для міських телефонів-автоматів і для міжміського зв'язку. При встановленні кабін поруч, перегородки виконуються зі звуконепроникних матеріалів.

У великих готелях особливе значення має організація внутрішнього зв'язку зі співробітниками, відділами та обслуговуючими готель установами. Для оперативного зв'язку директора готелю і головного адміністратора зі службовцями встановлюються два комутатори. Ці станції оперативного адміністративного зв'язку розраховані на включення 40 абонентів.

Кожен номер готелю обладнується дзвінками і кнопками сигналізації, автоматизації. Проживаючі в номері, не виходячи з кімнати, можуть викликати покоївку, чергову по поверху, офіціанта. У ванній встановлюються сигнальні дзвінки на випадок поганого самопочуття під час купання. Вони виконуються у вигляді шнура, щоб уникнути враження струмом. Спеціальний автоматичний пристрій дає можливість відкрити двері номера, не підходячи до них, ввімкнути або вимкнути світло, не встаючи з ліжка. Вимикачі і кнопки автоматичного відкривання дверей бажано встановити біля ліжка, розетку для включення пилососа – біля дверей, розетку для радіо і настільної лампи – біля письмового столу, приладу для бриття і фену – біля дзеркала у ванній.

Особлива увага має приділятися обладнанню приладами сигналізації і зв'язку місця чергового адміністратора у вестибюлі. Оформлення прибулих у готель, збереження і видача документів, ключів від номерів і кореспонденції здійснюється централізовано. Тому дуже важливо забезпечити за допомогою слабкострумівих установок зв'язок головного адміністратора з робочими місцями чергових по поверху.

У великих готелях застосовується автоматизована система обліку номерного фонду і розрахунків з гостями і службовцями через обчислювальний центр.

Радіотрансляційна і телевізійна мережа

У готелях передбачається встановлення радіотрансляційної мережі. Будинок готелю має бути цілком радіофікований. У приміщеннях адміністративно-господарського персоналу, а також у місцях загального користування для передачі інформації встановлюються гучномовці потужністю 0,25 Вт. Радіофікація ресторану, кафе, банкетного залу здійснюється від місцевого радіовузла.

У двомісних номерах ставити радіоприймачі не рекомендується, оскільки номер може бути наданий особам з різними смаками і розпорядком дня, і радіо може заважати одному з них, до того ж радіо створює в приміщенні додаткові шуми, що проникають у сусідні приміщення. Тому в номерах доцільніше встановлювати радіоточки з навушниками, що транслюють кілька програм.

Противожежна сигналізація

Виникнення пожежі можливе в будь-якому місці готелю, але найбільш піддані загорянню підвали, горища і кухні.

Недотримання чистоти у виробничих приміщеннях, у місцях, де проходять канали центрального опалення, елементи парового та електричного обладнання, може, внаслідок надмірного нагрівання або під впливом іскри, що виникла в електроприладах, викликати загоряння пилу, що зібрався.

Готельні об'єкти мають бути забезпечені протипожежною сигналізацією.

Пристрій пожежної сигналізації складається з центрального пожежного пункту, що подає звуковий або зоровий сигнал про пожежу або небезпеку пожежі, а також з пожежних сигналів. Розрізняють два види пожежних сигналів: автоматичні і ручні (кнопки).

Ліфти та інші види електромеханічного транспорту

Ліфти або інші електромеханічні підйомники слід встановлювати згідно з НПАОП 0.00-1.02, ДСТУ ISO 4190-1, ДСТУ ISO 4190-2, ДСТУ ISO 4190-3, ДСТУ EN 81-1, ДСТУ EN 81-2, ДСТУ EN 115.

У готелях встановлюються ліфти.

Вантажні ліфти слід передбачати згідно з вимогами НПАОП 0.00-1.02.

Вантажопасажирські: у будинках готелів категорій 4* і 5* та інших закладів – згідно з вимогами норм за видами будинків і споруд та за завданням на проектування (у житлових корпусах санаторіїв для хворих з порушенням опорно-рухового апарату один з ліфтів повинен бути лікарняним);

Пасажирські, починаючи з будівель висотою два поверхи і вище (встановлення ліфтів необов'язково в двоповерхових будинках у разі обладнання пандуса з нахилом не більше 8 % або іншого пристрою згідно з ДБН В.2.2-17). Кількість пасажирських ліфтів встановлюється згідно з вимогами ДСТУ ISO 4190-6 та розрахунком, але їх кількість повинна бути не менше двох. Допускається другий ліфт замінити вантажним, у якому дозволяється перевозити людей, якщо за розрахунком вертикального транспорту достатньо встановити один пасажирський ліфт. Виходи з пасажирських ліфтів слід проектувати через ліфтовий хол. Відстань від дверей найбільш віддаленого приміщення до дверей найближчого пасажирського ліфта повинна бути не більше 60 м.

Ширина ліфтового холу пасажирських ліфтів повинна бути не менше: при однорядному розташуванні ліфтів – 1,3 м найменшої глибини кабіни ліфтів; при дворядному розташуванні – подвійної найменшої глибини кабіни, але не більше 5 м. Перед ліфтами з глибиною кабіни 2,1 м і більше ширина ліфтового холу повинна бути не менше 2,5 м.

У будинках заввишки два і більше поверхів, приміщення яких розраховані на відвідування або мешкання інвалідів, передбачається пожежний відсік не менше одного ліфта (пасажирського або вантажного) глибиною кабіни не менше 2,1 м, який забезпечує під час пожежі, землетрусу та інших надзвичайних ситуацій можливість рятування інвалідів та людей літнього віку, які не здатні до самостійного пересування по сходах і пандусах, а також транспортування пожежних і рятувальних підрозділів. Ці ліфти виконуються згідно з НАПБ Б.01.007.

У разі застосування підйомника у вигляді платформи, що переміщується вертикально, похило або вздовж сходового маршру, ширина такої платформи повинна бути не менше 0,9 м, глибина – не менше 1,2 м. Такі пристрої улаштовуються згідно з вимогами ДСТУ ISO 9386-1, ДСТУ ISO 9386-2, ДСТУ EN 115.

Всі ліфти та підйомники у готелі повинні бути розраховані на роботу в режимі «Пожежна небезпека», а у будинках з умовною висотою більше 26,5 м (за винятком випадків, зазначених будівельними нормами за видами будинків), один з ліфтів вантажопідйомністю не менше 1000 кг повинен бути розрахований на роботу у режимі «Транспортування пожежних підрозділів». Вимоги до таких ліфтів слід приймати згідно з НАПБ Б.01.007.

З урахуванням технологічних особливостей готелю допускається влаштування входу до ліфтів з рівня позначки підлоги підземного, підвального чи цокольного поверху. Двері шахт ліфтів і підйомників у підземних і підвальних поверхах повинні виходити до протипожежних тамбур шлюзів 1-го типу. У таких тамбур-шлюзах повинен бути передбачений підпір повітря під час пожежі не менше 20 Па. Шахти і машинні приміщення ліфтів і підйомників не повинні примикати безпосередньо до приміщень для перебування дітей, до навчальних приміщень, житлових приміщень, що розташовані у громадських будинках, до залів для глядачів і читальних залів, клубних приміщень, палат і кабінетів лікарів лікувально-профілактичних закладів, робочих приміщень з постійним перебуванням людей.

Системи сміттєвиділення

Система видалення сміття, відходів і нечистот у готелі повинна відповідати загальним вимогам до санітарно-гігієнічних приміщень і пристроїв. При цьому особлива увага приділяється запобіганню загрози забруднення повітря, води, ґрунтів та можливості розповсюдження паразитуючих комах, гризунів та інших шкідників.

У готелі передбачаються системи очищення від сміття та пилоприбирання, тимчасового (в межах санітарних норм) зберігання сміття та можливість його вивозу. Система видалення сміття повинна розраховуватись виходячи з регіональних нормативів добового накопичення сміття (з урахуванням ступеня благоустрою будинку).

Засоби видалення сміття з готелі повинні бути узгоджені з системою очищення населеного пункту.

Вогнестійкість сміттєпроводів та технічні засоби протипожежного захисту систем сміттєвиділення повинні відповідати вимогам ДСТУ Б В.2.5-34.

У разі організації пилоприбирання пиłosосами з тканинною системою фільтрації у готелі заввишки понад п'ять поверхів влаштовують камери для очищення фільтрів пиłosосів на кожні 500 м² площі підлоги, що прибирається, з організацією повітрообміну кратністю не менше 10 за годину. Вимоги щодо камер очищення фільтрів у будинках заввишки до п'яти поверхів включно визначаються у завданні на проектування.

ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНІЧНОЇ СЛУЖБИ ГОТЕЛЮ

Сучасні готелі мають в своєму складі велике і складне інженерно-технічне обладнання. Це центральне опалення, каналізація, гаряча і холодна вода, протипожежна система, вентиляція і сміттєпроводи. Будівлі готелів обладнані електромережею, телефонами, радіо- і телевізійними установками, сигналізацією. Встановлено швидкісні сучасні ліфти.

Інженерно-технічне обладнання розглядається як комплекс готових, постійно діючих умов, спрямованих на задоволення культурно-побутових потреб проживаючих у готелі.

Для правильної експлуатації інженерного обладнання в кожному готелі необхідно мати технічну документацію: паспорт будівлі, план кожного поверху, схеми систем опалення, каналізації, водопроводу, вентиляції, електроосвітлення, паспорт на ліфти.

У великих готелях постійно працює інженерно-технічна служба, яку очолює головний інженер готелю, у невеликих закладах розміщення інженерно-технічними питаннями займається директор або старший адміністратор. До функцій інженерно-технічної служби входить регулярне (відповідно до затвердженого графіка) проведення обстеження санітарного і технічного стану готелю, прилеглої території, об'єктів комунального призначення і зовнішнього благоустрою, що обслуговуються інженерно-технічною службою, оцінка якості виконання проведених службою робіт і надання послуг, складання за результатами обстеження і перевірок актів.

Основними цілями інженерно-технічної служби готелю є:

- забезпечення умов для гостей і відвідувачів, що відповідають стандартам якості;
- зниження витрат готельного комплексу і, відповідно, тарифів при підтриманні стандартів якості наданих послуг.

Ця служба повинна розробляти та впроваджувати комплекс ресурсозберігаючих заходів, які дозволять значно зменшити загальний обсяг споживання ресурсів за рахунок запобігання невиправданим витратам електроенергії, води, газу тощо.

Головний інженер готелю керує роботою технічного персоналу і контролює результати його роботи; несе відповідальність за правильну експлуатацію опалювальної системи, водопостачання, каналізації, засобів зв'язку, інформаційних систем, за безперебійну роботу технічного обладнання; контролює дотримання правил охорони праці та техніки безпеки працівниками; аналізує технічний стан електромонтажного і сантехнічного обладнання, доводить до відома керівництва про необхідність його ремонту або заміни; розробляє поточні та перспективні плани технічного переобладнання.

Старший енергетик забезпечує безперебійну роботу, правильну експлуатацію енергетичного і сантехнічного обладнання, електричних і теплових мереж, повітропроводів, водопроводу і каналізації; здійснює контроль за дотриманням інструкцій з експлуатації, технічним обслуговуванням і наглядом за електроустановками і електричними мережами; несе відповідальність за протипожежні заходи.

Електромонтер забезпечує нормальне функціонування світлових точок у всіх приміщеннях готелю; усуває аварії електроосвітлення і відновлює дію світлових і силових точок; стежить за справністю електросвітильників, внутрішньої електропроводки, вимикачів, штепселів, телевізійних установок, чистотою освітлювальної апаратури, люстр, електричних ламп; ремонтує електронагрівальні прилади та інші електричні прилади; стежить за роботою і здійснює поточний ремонт зовнішніх (вуличних) світлових реклам.

Ліфтер:

- спостерігає за роботою ліфта;
- вживає необхідних заходів у аварійних ситуаціях;
- підтримує у чистоті і порядку внутрішню частину кабіни та поверхові майданчики перед ліфтом на всіх поверхах.

Слюсар-сантехнік:

- стежить за справністю санітарно-технічного обладнання, нормальним надходженням води до опалювальних приладів, санітарно-технічних установок;
- усуває пошкодження трубопроводів, замінює санітарно-технічні прилади (ванни, унітази, раковини), прочищає каналізацію при її засміченні;
- стежить за правильною експлуатацією санітарно-технічних приладів, не допускає витоку води;
- здійснює профілактичний ремонт санітарно-технічних приладів.

Ландшафтний архітектор (озеленювач):

- розробляє за кресленнями та ескізами планування і художнє оформлення газонів, клумб;
- готує посадковий матеріал;
- займається посадкою саджанців, дерев, кущів, квіткових рослин;
- здійснює стрижку газонів, квітників, формувальну обрізку (підстригання) крон дерев і кущів;
- проводить профілактичний догляд рослин в інтер'єрі;
- несе відповідальність за цілісність і належний стан зелених насаджень.

Залежно від розміру готелю та його категорії інженерно-технічна служба може мати кілька підрозділів. Найчастіше можна зустріти адміністративний відділ, інженерний відділ, а також різні ремонтні майстерні (рис. 4.1).

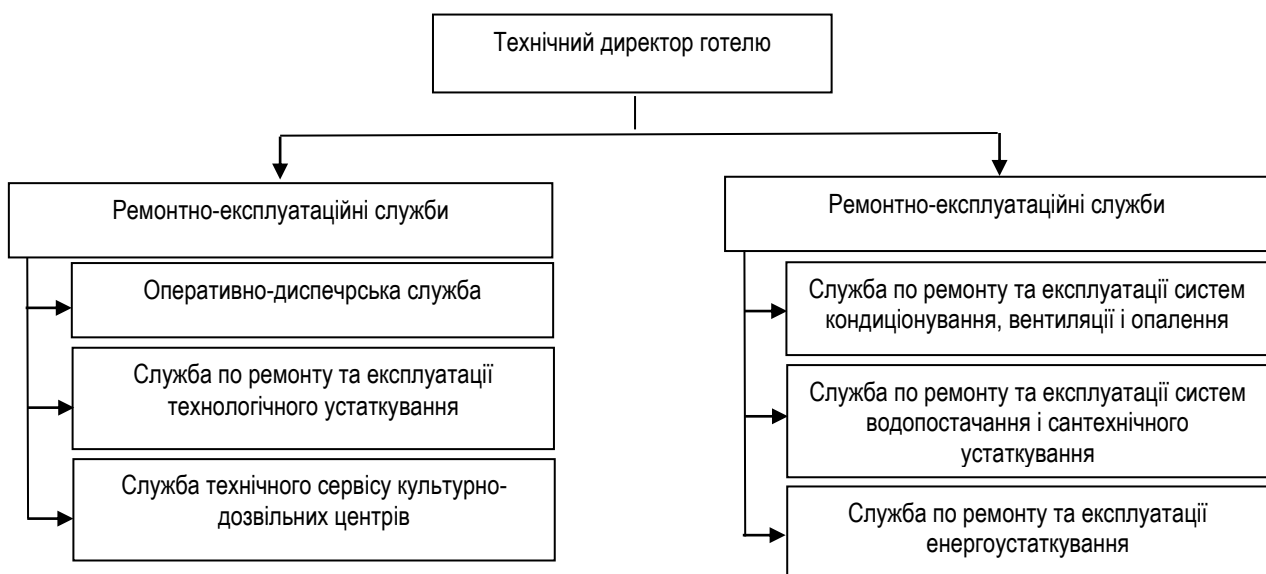


Рис. 4.1. Підрозділи інженерно-технічної служби готелю

Адміністративний відділ утворюють секретаріат, канцелярія, підрозділи постачання, складування, профілактичних перевірок, планування та обліку і т. д. Персонал адміністративного відділу представлений інженерами по техніці безпеки, охороні праці, електроустаткування, водопровідних та каналізаційних мереж і т. д. В даному відділі також працюють менеджери з постачання, збуту, контролю і т. д.

Інженерний відділ відповідає за підтримання складних систем у робочому стані та їх ремонт. Ці системи використовуються як персоналом готелю, так і самими гостями. При цьому керівництво і персонал готелю практично не мають контролю за тим, як гості використовують обладнання готелю. Разом з тим, інженерно-технічна служба несе пряму відповідальність за таке обладнання.

Відділ комп'ютерного забезпечення розробляє програмне забезпечення або здійснює нагляд за встановленою інформаційною системою автоматизації процесу управління готелем.

Функціями щодо підтримання інженерних систем і комунікацій в робочому стані є: підігрів води; вентиляція та очищення повітря; експлуатація насосних та електричних систем; експлуатація холодильних систем і обладнання харчоблоку; експлуатація комп'ютерних систем; експлуатація ліфтового господарства; опалення приміщень.

Інженерна служба також може мати у своєму складі майстерню по ремонту меблів, килимів, а також служби, що проводить ремонт номерів (малярні, сантехнічні роботи). Служба головного інженера також здійснює контроль за витрачанням води, електроенергії, газу. Всі роботи, що виконуються цією службою, реєструються в спеціальному журналі.

При організації інженерно-технічної служби готелю необхідно враховувати різноманіття завдань, які вирішуються готелем. У основу такого процесу повинно бути покладено місткість готелю, розвиток його інфраструктури, специфіка оснащення та кількість устаткування.

Інженерно-технічна служба готелю покликана забезпечити:

- надійне і ефективне функціонування номерного і підсобного фонду готелю, об'єктів інфраструктури, озеленення тощо;

- оперативний контроль технічного стану і експлуатації готелю, підготовки до його роботи;
- участь у розробці генерального плану розвитку готелю, планів реконструкції і утримання готелю;
- забезпечення безперебійної роботи всіх технічних пристроїв і споруд готелю, що перераховані вище;
- визначення потреби у коштах на фінансування необхідних робіт щодо інженерно-технічного обслуговування готелю;
- взаємодія із державними органами по питанням, які відносяться до компетенції Інженерно-технічна служба готелю за принципом єдиноначальності.

Її очолює головний інженер готелю, який призначається і звільняється від посади генеральним директором готелю.

Головний інженер несе персональну відповідальність за виконання покладених на цю службу завдань і здійснення ним своїх функцій.

До функцій Інженерно-технічна служби готелю відносять:

Регулярне, згідно затвердженого графіку, проведення санітарного і технічного стану готелю, території, яка прилягає до готелю, об'єктів комунального призначення і зовнішнього благоустрою, обслуговуваних Інженерно-технічною службою;

Оцінка якості виконання виконуваних службою робіт і надання послуг, укладання на підставі результатів обслідування та реві рок відповідних актів.

Інженерно-технічна служба готелю несе відповідальність за збереженість обслуговуваних об'єктів готелю.

Інженерно-технічна служба покликана забезпечити:

- надійне та ефективне функціонування номерного і підсобного фонду готелю, об'єктів зовнішнього благоустрою, озеленення та інших приналежних готелю об'єктів;
- оперативний контроль технічного стану та експлуатації готелю, підготовки його до роботи.
- участь у розробці генерального плану розвитку готелю у своїй сфері діяльності, планів реконструкції і утримання готелю;

- забезпечення безперебійної роботи всіх технічних пристроїв та споруд готелю, що перераховані вище;
- визначення потреби в засобах на фінансування необхідних робіт з інженерно-технічного забезпечення готелю;
- взаємодія з державними органами з питань, що належать до компетенції інженерно-технічної служби.

Управління інженерно-технічною службою здійснюється на принципі єдиноначальності. Інженерно-технічну службу очолює головний інженер готелю, який призначається і звільняється з посади генеральним директором готелю.

Головний інженер готелю несе персональну відповідальність за виконання покладених на службу завдань і здійснення нею своїх функцій.

У функції інженерно-технічної служби входить регулярне, відповідно до затвердженого графіка, проведення обстеження санітарного і технічного стану готелю, території, що прилягає до готелю, об'єктів комунального призначення і зовнішнього благоустрою, що обслуговуються інженерно-технічною службою, оцінка якості виконання проведених службою робіт і надання послуг, складання за результатами обстеження і перевірок актів.

Інженерно-технічна служба несе відповідальність за збереженість об'єктів, що обслуговуються, наданих службових приміщень та іншого майна.

Інженерно-технічна служба готелю повинна:

- мати список всіх об'єктів, що обслуговуються нею;
- мати дані про території, що прилягають до готелю;
- мати акти технічного стану готелю і території, що прилягає до готелю;
- мати перелік, періодичність і обсяги робіт з утримання і ремонту готельного фонду, граничні терміни виконання заявок готельних служб;
- мати графік (періодичність) проведення обстежень якості утримання і ремонту об'єктів готельного фонду;
- складати річний кошторис і калькуляцію собівартості робіт з утримання і ремонту об'єктів готельного фонду;

- проводити огляд технічного і санітарного стану об'єктів готельного фонду, санітарно-технічного та іншого обладнання;
- виконувати необхідні ремонтні роботи, а також ліквідувати аварії;
- взаємодіяти з представниками органів державного нагляду і контролю, пожежної охорони.
- здійснювати під час опалювального сезону опалення номерного фонду.

Розвиток інженерно-технічної служби в діяльності готелю має розглядатися як одна з його найважливіших стратегічних завдань. Загальна спрямованість інженерно-технічної служби пов'язана з вирішенням комплексу питань ремонтно-технічного обслуговування, модернізації і реконструкції обладнання готелю.

Фахівці служби повинні мати успішний досвід розробки регламентуючої, конструкторської, ремонтної і технологічної документації, що дозволить істотно підсилити інженерно-технічний супровід робіт, виконуваних ремонтною службою готелю, а також освоїти нові напрямки з розробки керівної технічної, конструкторської і технологічної документації для проведення ремонту нових видів обладнання готелю.

Фахівці з комп'ютерного забезпечення мають розробляти програмне забезпечення, або здійснювати нагляд за встановленою придбаною інформаційною системою автоматизації процесу управління готелем, яка дозволяє надати в режимі реального часу інформацію, необхідну для будь-якій службі готелю, а також автоматизувати робочі місця фахівців різних служб готелю. Застосування такого програмного продукту підвищує продуктивність праці у декілька разів.

Основними цілями інженерно-технічної служби готелю є:

- забезпечення умов проживання, що відповідають стандартам якості;
- зниження витрат готелю і, відповідно, тарифів при підтримці стандартів якості наданих послуг.

Основними способами досягнення зазначених цілей є удосконалення інженерно-технічної служби і санітарного і технічного обладнання готелю.

Для реалізації поставлених завдань у готелі варто передбачити реформування існуючої інженерно-технічної служби.

Інженерно-технічна служба готелю повинна займатися такими питаннями:

- інженерно-технічне обслуговування номерного і допоміжного фонду готелю; ресурсопостачання (теплопостачання, електропостачання, водопостачання і водовідведення);
- благоустрій території, що прилягає до готелю (озеленення, санітарне очищення й утилізація відходів);
- побутове обслуговування (банно-пральне господарство). Основною характеристикою інженерно-технічної служби готелю є її необхідність для функціонування системи життєзабезпечення готелю.

Ця служба має розробляти та впроваджувати комплекс ресурсозберігаючих заходів, які дозволять значно зменшити загальний обсяг споживання ресурсів за рахунок запобігання невиправданим витратам електроенергії, води, газу тощо.

4.3. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТЕХНІКИ БЕЗПЕКИ І ОХОРОНИ ПРАЦІ У ГОТЕЛІ

ЗАХОДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТЕХНІКИ БЕЗПЕКИ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛЮ

Сучасний готель оснащений великою кількістю різного обладнання і майна. У ньому працює значна кількість обслуговуючого персоналу, відбувається постійна зміна проживаючих. Саме тому питанням охорони праці і техніки безпеки в готелях приділяється велика увага.

У готелях повинні проводитися заходи щодо профілактики травматизму, створення нормальних санітарно-гігієнічних умов, електробезпеки, навчання персоналу.

Загальне керівництво роботою з охорони праці й безпеки праці в готелі здійснює директор (роботодавець). Він зобов'язаний забезпечити вимоги законів про працю, правил і норм з охорони праці, державних стандартів, а також виконання зобов'язань, передбачених колективним договором (контрактом). Директор готелю наказом призначає відповідального за безпеку праці, формує склад служби охорони праці, призначає відповідальних за стан охорони праці в кожному підрозділі і відповідальних за навчання персоналу готелю і перевірку знань з охорони праці.

На основі положень, правил і типових інструкцій у кожному готелі розробляється своє положення про організацію роботи з охорони праці і виробничої санітарії. Крім того, для кожної категорії працівників розробляються інструкції.

Працівник готелю зобов'язаний дотримуватись норм, правил, інструкцій з охорони праці, вміти правильно застосовувати колективні й індивідуальні засоби захисту, негайно повідомляти своєму безпосередньому керівникові про будь-який нещасний випадок, а також про ситуації, що створюють загрозу життю і здоров'ю людей.

Працівники готелю допускаються до роботи лише після проходження інструктажу з техніки безпеки. Видами інструктажу є вступний, первинний, повторний, позаплановий, поточний.

Охорона праці і техніка безпеки роботи персоналу отелю

Сучасний готель оснащений великою кількістю різного обладнання і майна. У ньому працює значна кількість обслуговуючого персоналу, відбувається постійна зміна проживаючих. Саме тому питанням охорони праці і техніки безпеки в готелях приділяється велика увага.

У готелях повинні проводитись заходи щодо профілактики травматизму, створення нормальних санітарно-гігієнічних умов, електробезпеки, навчання персоналу.

Загальне керівництво роботою з охорони й безпеки праці в готелі здійснює директор (роботодавець). Він зобов'язаний забезпечити виконання вимог законів про працю, правил і норм з охорони праці, державних стандартів, а також виконання зобов'язань, передбачених колективним договором (контрактом). Директор готелю наказом призначає відповідального за безпеку праці, формує склад служби охорони праці, призначає відповідальних за стан охорони праці в кожному підрозділі і відповідальних за навчання персоналу готелю і перевірку знань з охорони праці.

На основі положень, правил і типових інструкцій у кожному готелі розробляється своє положення про організацію роботи з охорони праці і виробничої санітарії. Крім того, для кожної категорії працівників розробляються інструкції.

Працівник готелю зобов'язаний дотримуватися норм, правил, інструкцій з охорони праці, вміти правильно застосовувати колективні й індивідуальні засоби захисту, негайно

повідомляти своєму безпосередньому керівникові про будь-який нещасний випадок, а також про ситуації, що створюють загрозу життю і здоров'ю людей.

Працівники готелю допускаються до роботи лише після проходження інструктажу з техніки безпеки. Видами інструктажу є вступний, первинний, повторний, позаплановий, поточний.

Профілактика виробничого травматизму. Причини травматизму можуть бути організаційними і технічними.

До організаційних відносяться: недостатній нагляд за дотриманням правил техніки безпеки, відсутність необхідної технічної кваліфікації в персоналу, робота без запобіжних засобів, неправильне розташування людей на робочому місці, недостатній інструктаж, погане освітлення, низька або висока температура, слабка вентиляція тощо.

До технічних причин травматизму відносяться: несправність або недосконалість технологічного обладнання, інструментів, пристроїв і засобів техніки безпеки, незручність або захаращеність робочого місця.

Причиною травми може стати також хворобливий стан працюючого, невідповідність до даної роботи і неухвалене відношення до неї, стомлення і стан сп'яніння.

Розслідування й облік нещасних випадків відбувається відповідно до «Положення про порядок розслідування й обліку нещасних випадків на виробництві». Це положення встановлює єдиний порядок розслідування й обліку нещасних випадків на виробництві, обов'язковий для готелів будь-яких форм власності.

За результатами розслідування складається висновок, що є обов'язковим для роботодавця і може бути оскаржений в органах державної інспекції праці або в суді.

Виробнича санітарія і гігієна. Гігієна праці розглядає питання, пов'язані з умовами роботи і їхнім впливом на людський організм; розробляє гігієнічні і лікувально-профілактичні заходи, спрямовані на поліпшення і збереження здоров'я працівників, підвищення працездатності і продуктивності праці. Існують декілька гігієнічних критеріїв оцінки умов праці:

- забруднення повітря;
- температура, вологість і швидкість руху повітря;

- рівень шуму;
- освітленість;
- санітарний стан;
- особиста гігієна співробітників.

Забруднення повітря. Усі приміщення готелю, де працює персонал, повинні бути просторими, мати досить високі стелі, бути оснащеними природною або примусовою вентиляцією, що забезпечує нормальну циркуляцію повітря і виключає проникнення сторонніх запахів.

Температура, вологість і швидкість руху повітря. Ці параметри мають сильний вплив на стан людини, її працездатність і регулюються за допомогою системи опалення. Температура повітря в приміщеннях повинна бути не нижче 18 °С, вологість повітря в теплий період року 30-60%, у холодний — не більш 70%, швидкість руху повітря в холодний період — до 0,3 м/с, у теплий — до 0,5 м/с.

Рівень шуму. У готелях повинні дотримуватися протишумні правила, до яких належать такі. Підлоги в коридорах, холах і вітальнях мають покриватися звукопоглинаючими килимами або покриттями, що їх замінюють. Телевізори мають встановлюватися лише в номерах або спеціальних приміщеннях, а телефон загального користування — віддалік від житлових кімнат у спеціальних кабінах або під акустичним ковпаком. Для зменшення шуму в житлових і громадських приміщеннях використовують спеціальні звукоізолюючі вікна і двері, звукоізолюючу обробку стін.

Освітленість. При поганій освітленості з'являються зорова втома, загальна млявість, погіршення зору, знижується продуктивність праці. У приміщеннях повинне бути природне (не менш одного вікна) і штучне освітлення, що забезпечує освітленість цілодобово при лампах розжарювання — 100 лк (у люменах), при люмінесцентних лампах — 200 лк, у коридорах — природне або штучне освітлення. Кожне робоче місце повинне бути досить освітлене, але освітлення при цьому не повинне справляти сліпучої дії. Штучне освітлення може бути загальним, місцевим і комбінованим. Застосування лише місцевого освітлення на робочих місцях не допускається. Існує також аварійне освітлення на випадок евакуації.

Санітарний стан. У готелі повинні дотримуватися санітарно-гігієнічні норми і правила, встановлені органами епідеміологічного нагляду, зокрема з чистоти приміщень, стану сантехнічного обладнання, видалення відходів, ефективного захисту від комах і гризунів, обробки білизни. Усе газове, водопровідне і каналізаційне обладнання повинне бути встановлене й експлуатуватися відповідно до «Правил технічної експлуатації готелів та їхнього обладнання».

У приміщеннях необхідно щодня робити вологе прибирання, видаляти пил і павутину, пилососити килими і килимові покриття, протирати вікна, двері. По закінченні роботи приміщення потрібно ретельно прибрати і залишати в повному порядку. Періодично необхідно прибрати приміщення з використанням мильно-лужного розчину, хлорного вапна, проводити генеральні прибирання, дезінфекції й дезінфекції (заходи боротьби з комахами). Особлива увага має приділятися роботі покоївок. Транспортування білизни, прибиральних матеріалів й інвентарю здійснюється покоївками на візках.

У службових приміщеннях, призначених для відпочинку, прийому їжі, зміни одягу обслуговуючого персоналу забороняється тримати прибиральний інвентар і брудну білизну. Ці кімнати обладнуються індивідуальними шафами, обідніми столами, стільцями тощо.

Інструкція з санітарного утримання вимагає від персоналу особливої уваги до постільної білизни проживаючих та їхньої своєчасної заміни. У білизняній повинна бути ідеальна чистота. Чиста і брудна білизна має зберігатися в різних приміщеннях, окремо одна від одної. Після прийому брудної білизни необхідно вимити руки і змінити халат. Прання білизни проживаючих здійснюється покоївками в спеціально обладнаних приміщеннях.

Інструкція з санітарного утримання включає також вимоги до стану території, що прилягає до готелю. Територія повинна бути прибрана, озеленена, облагороджена. Для збору побутових відходів на території двору встановлюються сміттєзбиральники. Вторинна сировина і макулатура має збиратися і складатися окремо.

Усі працівники готелю не рідше одного разу в рік мають проходити медичний профогляд у поліклініках і подавати на роботі довідки про стан свого здоров'я. Співробітники, що не пройшли медогляд, до роботи не допускаються.

У випадку, якщо занедужає проживаючий, адміністрація готелю має викликати лікаря. У випадку інфекційного захворювання працівники СЕС проводять у номері дезінфекцію. Прибирання номерів, у яких знаходяться хворі, має проводитися із застосуванням розчину хлорного вапна.

На кожному поверсі готелю повинні бути пам'ятки про надання першої допомоги й аптечки з набором необхідних медикаментів.

Електробезпека в готелях. Електричний струм становить велику небезпеку для життя і здоров'я людини. Враження електричним струмом найчастіше відбувається в результаті: випадкового дотику до відкритих струмопровідних частин, що знаходяться під напругою; появи напруги в результаті пошкодження ізоляції на зовнішніх металевих частинах електроустановок; неякісного заземлення або занулення електроустановки; незадовільного огороження струмопровідних частин установки від випадкового дотику; виконання робіт на розподільних пристроях без відключення напруги і без дотримання необхідних заходів безпеки.

У результаті дії електричного струму вражаються внутрішні органи людини, що часто приводить до смертельного результату. При дії електричної дуги виникає ураження зовнішніх органів (опіки).

Електротравми за ступенем важкості класифікуються так:

I ступінь — судорожні скорочення м'язів без втрати свідомості;

II ступінь — судорожні скорочення м'язів і втрата свідомості;

III ступінь — втрата свідомості і порушення функцій серцевої діяльності і дихання;

IV ступінь — клінічна смерть.

Крім того, до наслідків електротравм відносять «знаки» струму і «металізацію» шкіри.

Важкість електротравми залежить від сили, частоти, шляху струму в організмі потерпілого, фізіологічного стану його організму, часу впливу й умов зовнішнього середовища.

Найбільш небезпечний для людини змінний струм частотою 50-500 Гц.

Опіки в залежності від ваги характеризуються так:

I ступінь — почервоніння шкіри;

II ступінь — утворення міхурів;

III ступінь — обвуглювання шкіри;

IV ступінь — обвуглювання м'язів, судин, підшкірної сітківки.

До технічних способів і засобів захисту від ураження струмом відносяться: ізоляція струмопровідних частин; захисне заземлення, занулення; захисне відключення; огорожувальний пристрій; попереджувальна сигналізація, знаки безпеки, засоби захисту та ін.

До роботи з електроустановками допускаються особи, не молодші 18 років, які пройшли інструктаж і навчання безпечним прийомам праці, які підтвердили знання правил безпеки стосовно виконуваної роботи й пройшли інструктаж щодо займаної посади.

Слід також зазначити, що у кожному готелі наказом директора з числа спеціально підготовленого електромеханічного персоналу призначається особа, відповідальна за загальний стан електрогосподарства готелю.

Профілактика виробничого травматизму

Причини травматизму можуть бути організаційними і технічними.

До організаційних відносяться: недостатній нагляд за дотриманням правил техніки безпеки, відсутність необхідної технічної кваліфікації в персоналу, роботи без запобіжних засобів, неправильне розташування людей на робочому місці, недостатній інструктаж, погане освітлення, низька або висока температура, слабка вентиляція тощо.

До технічних причин травматизму відносяться: несправність або недосконалість технологічного обладнання, інструментів, пристроїв і засобів техніки безпеки, незручність або захащеність робочого місця.

Причиною травми може стати також хворобливий стан працюючого, невідповідність до даної роботи і неуважне відношення до неї, стомлення і стан сп'яніння.

Розслідування й облік нещасних випадків відбувається відповідно до «Положення про порядок розслідування й обліку нещасних випадків на виробництві». Це положення встановлює єдиний порядок розслідування й обліку нещасних випадків на виробництві, обов'язковий для готелів будь-яких форм власності.

За результатами розслідування складається висновок, що є обов'язковим для роботодавця і може бути оскарженим в органах державної інспекції праці або суді.

Забруднення повітря

Усі приміщення готелю, де працює персонал, повинні бути просторими, мати досить високі стелі, бути оснащеними природною або примусовою вентиляцією, що забезпечує нормальну вентиляцію повітря і виключає проникнення сторонніх запахів.

Температура, вологість і швидкість руху повітря

Ці параметри мають сильний вплив на стан людини, її працездатність і регулюються за допомогою системи опалення. Температура повітря в приміщеннях повинна бути не нижче 18 С, вологість повітря в теплий період року 30-60%, у холодний – не більше 70%, швидкість руху повітря в холодний період – до 0,3 м / с, у теплий – до 0,5 м / с.

Рівень шуму

У готелі повинні дотримуватися протишумові правила, до яких належать такі. Підлога в коридорах, холах і вітальнях мають покриватися звукопоглинаючими килимами або покриттям, що їх замінюють. Телевізори мають встановлюватися лише в номерах або спеціальних приміщеннях, а телефон загального користування – віддалік від житлових кімнат у спеціальних кабінах або під акустичним ковпаком. Для зменшення шуму в житлових і громадських приміщеннях використовують спеціальні звукоізолюючі вікна і двері, звукоізолюючу обробку стін.

Освітленість

При поганій освітленості з'являються зорова втома, загальна млявість, погіршення зору, знижується продуктивність праці. У приміщеннях повинне бути природне (не менше одного вікна) і штучне дослідження, що забезпечує освітленість цілодобово при лампах розжарювання – 100 лк (у люменах), при люмінесцентних лампах – 200 лк, у коридорах – природне або штучне освітлення. Кожне робоче місце повинне бути досить освітлене,

але освітлення при цьому не повинне справляти сліпучої дії. Штучне освітлення може бути загальним, місцевим і комбінованим. Застосування лише місцевого освітлення на робочих місцях не допускається. Існує також аварійне освітлення на випадок евакуації.

Санітарний стан

У готелі повинні дотримуватися санітарно-гігієнічні норми і правила, встановлені органами епідеміологічного нагляду, зокрема з чистоти приміщень, стану сантехнічного обладнання, видалення відходів, ефективного захисту від комах і гризунів, обробки білизни. Усе газове, водопровідне і каналізаційне обладнання повинне бути встановлене й експлуатуватись відповідно до «Правил технічної експлуатації готелів та їх обладнання».

У приміщеннях необхідно щодня робити вологе прибирання, видаляти пил і павутину, пилососити килими і килимові покриття, протирати вікна, двері. По закінченні роботи приміщення потрібно ретельно прибрати і залишити в повному порядку. Періодично необхідно прибирати приміщення з використанням мильно-лужного розчину, хлорного вапна, проводити генеральні прибирання, дезінфекції і дезінсекції (заходи боротьби з комахами). Особлива увага має приділятися роботі покоївок. Транспортування білизни, прибиральних матеріалів і інвентарю здійснюється покоївками на візках.

У службових приміщеннях, призначених для відпочинку, прийому їжі, зміни одягу обслуговуючого персоналу забороняється тримати прибиральний інвентар і брудну білизну. Ці кімнати обладнуються індивідуальними шафами, обідніми столами, стільцями тощо.

Інструкція з санітарного утримання вимагає від персоналу особливої уваги до постільної білизни проживаючих та їхньої своєчасної заміни. У білизняній повинна бути ідеальна чистота. Чиста і брудна білизна має зберігатися в різних приміщеннях, окремо одна від одної. Після прийому брудної білизни необхідно вмити руки і змінити халат. Прання білизни проживаючих здійснюється покоївками в спеціально обладнаних приміщеннях.

Інструкція з санітарного утримання включає також вимоги до стану території, що прилягає до готелю.

Усі працівники готелю не рідше одного разу на рік мають проходити медичний професійний огляд у поліклініках і подавати на роботу довідки про стан свого здоров'я. Співробітники, що не пройшли медогляд, до роботи не допускаються.

У випадку, якщо занедужає проживаючий, адміністрація готелю має викликати лікаря. У випадку інфекційного захворювання працівники санітарно-епідеміологічної станції проводять у номері дезінфекцію.

Прибирання номерів, у яких знаходяться хворі, має проводитись із застосуванням розчину хлорного вапна.

На кожному поверсі готелю повинні бути пам'ятки про надання першої допомоги й аптечки з набором необхідних медикаментів.

Електробезпека в готелі

Електричний струм становить велику небезпеку для життя і здоров'я людини. Враження електричним струмом найчастіше відбувається в результаті: випадкового дотику до відкритих струмопровідних частин, що знаходяться під напругою; появи напруги в результаті пошкодження ізоляції на зовнішніх металевих частинах електроустановок; неякісного заземлення або занулення електроустановки; незадовільного огороження струмопровідних частин установки від випадкового дотику; виконання робіт на розподільних пристроях без відключення напруги і без дотримання необхідних заходів безпеки.

У результаті дії електричного струму вражаються внутрішні органи людини, що часто приводить до смертельного результату. При дії електричної дуги виникає ураження зовнішніх органів (опіки).

До технічних способів і засобів захисту від ураження струмом відносяться: ізоляція струмопровідних частин; захисне заземлення, занулення; захисне відключення; огорожу вальний пристрій; попереджувальна сигналізація, знаки безпеки, засоби захисту та ін.

Слід зазначити, що у кожному готелі наказом директора з числа спеціально підготовленого електромеханічного персоналу призначається особа, відповідальна за загальний стан електрогосподарства готелю.

Традиційний метод посилення безпеки шляхом збільшення чисельності співробітників не дає бажаного результату як через економічні розуміння, так і малої

ефективності такого підходу. Людина, що несе службу, піддана стомлюваності, неуважності, не виключена змова зі злочинцями, шантаж, залякування тощо. Єдине правильне рішення питання безпеки використання системного, комплексного підходу, що поєднує в собі методи організаційного, технічного і фізичного характеру в їхньому правильному сполученні і розумному визначенні частки кожної складової.

До організаційних заходів належать:

- спеціально розроблені системи регламентації поведінки обслуговуючого персоналу і співробітників, що відповідають за безпеку;
- проведення заходів для спеціальної підготовки персоналу служби безпеки; технологія готельного обслуговування;
- принципи організації порядку доступу й охорони різних категорій готельних номерів і службових приміщень;
- регламентація дій співробітників в екстремальних ситуаціях.

Необхідно особливо відзначити, що великою (можливо, головною) небезпекою для готелю є можливість пожежі, випадкового або навмисного підпалу, що також вимагає розробки і впровадження адекватних організаційно-технічних заходів протидії і є однією з найважливіших складових комплексної системи безпеки.

Очевидно, що перехід до нової, сучасної концепції безпеки, що передбачає застосування складної спеціальної техніки, вимагає перегляду тактичних аспектів у роботі різних служб готелю.

Необхідно реалізувати такі організаційні заходи:

- розробити детальні інструкції дій у всіх можливих позаштатних ситуаціях і довести їх до кожного співробітника;
- скласти короткі, барвисті, високоінформативні й інтуїтивно зрозумілі інструкції з користування апаратурою безпеки для гостей, у які повинні бути внесені короткі правила поведінки в екстремальній ситуації;
- регулярно проводити заняття з підвищення кваліфікації персоналу служби безпеки, фізичної і бойової підготовки;
- провести навчання всього персоналу готелю правилам користування апаратурою комплексу безпеки;

- організувати для персоналу періодичну (не менш одного разу в рік) перевірку знань в області безпеки, проводити додаткове навчання в міру зміни кадрів і модернізації готелю;
- організувати нечисленну, але професійну інженерну службу (у рамках штату служби безпеки), в обов'язки якої ввійшло б проведення технічного обслуговування комплексу автоматизації готелю, проведення навчання і консультування співробітників інших служб готелю;
- інші заходи (розробляються індивідуально для кожного конкретного готелю).

Працівники служби безпеки готелю мають постійно вивчати досвід експлуатації готелів і роботи їх служб безпеки, дані статистики правопорушень, мати консультаційну взаємодію з фахівцями державних служб охорони порядку, пожежної безпеки, силових відомств.

Сьогодні у розпорядження професіоналів готельної справи надані різноманітні засоби боротьби зі злочинами: системи електронних карткових замків, сейфи, системи охоронної сигналізації та відео спостереження тощо. Слід зазначити, що в сучасних умовах безпека готелю неможлива без системи технічних засобів безпеки. Заходи безпеки, що розробляються та впроваджуються в готелі, мають бути націлені на виконання таких завдань:

- забезпечення охорони і безпеки постояльців та їхнього особистого майна під час перебування в готелі;
- захист майна готелю від ворожих дій (крадіжок, актів вандалізму тощо);
- забезпечення захисту готелю (самого будинку і всього, що в ньому знаходиться) від терористичних актів (нападів, саботажу тощо);
- підтримування громадського порядку і забезпечення належної поведінки у всіх громадських місцях готелю;
- забезпечення постояльцям спокою і конфіденційності під час їх перебування в готелі;
- забезпечення можливості негайного й ефективного реагування у випадку будь-якої події, що вимагає втручання персоналу готелю або представників сторонніх відомств (наприклад, міліції, швидкої допомоги тощо);

- гарантування належної поведінки, а також сумлінності і чесності всього персоналу готелю;
- гарантування можливості надання готелем спеціальних послуг із забезпечення підвищеної безпеки високопоставлених осіб, до охорони яких висуваються особливі вимоги.

Першорядним у забезпеченні безпеки клієнта під час перебування його в готелі є обмеження і контроль доступу в номер.

Вхідні двері всіх гостьових номерів мають обладнуватися блокуванням дверей, що монтуються зсередини, внутрішніми додатковими не ключовими запорами, однобічними широко кутовими вічками, що монтуються на висоті 1,5 м від підлоги.

Пожежні виходи на всіх поверхах мають обладнуватися блокуючими і запірними пристроями, що забезпечують вільний вихід і вхід з використанням механічних ключів або карт-ключів.

Для забезпечення комфортного перебування клієнтів у готелі варто використовувати малі сейфи в номерах і/або централізоване сховище цінностей (депозитні скриньки).

Кожен готельний номер має обладнуватися міні-сейфом, що управляється (закривається і відкривається) персональним кодом гостя. Розмір сейфа визначається типом номера, однак, варто надавати перевагу сейфам, що дозволяють зберігати в них переносний комп'ютер. Для надання уповноваженими особами допомоги клієнтам у відкриванні сейфів в екстрених випадках має бути передбачений майстер-пристрій, що управляється спеціальним кодом, встановлюваним охороною готелю.

Дуже корисна наявність у сейфах енергонезалежної пам'яті подій, що знімає всі претензії і питання постояльців щодо несанкціонованого відкриття сейфів службовцями готелю.

Централізоване сховище цінностей клієнтів (депозитні скриньки), розташовується поблизу стійки реєстрації. Клієнти можуть орендувати скриньку (або сейфи) у такому сховищі для зберігання особливо важливих і коштовних великогабаритних речей, як, наприклад, вогнепальна зброя, шуби, цінні папери тощо.

Кожен осередок сховища повинен відкриватися двома ключами: майстер-ключем, що зберігається в обслуговуючого персоналу й особистим ключем, переданим клієнтові. Централізоване сховище цінностей клієнтів обслуговує персонал служби прийому.

Приміщення сховища повинне:

- мати капітальні стіни;
- мати двері з металу (або міцного дерева). Допускається встановлення звичайних дверей і внутрішніх ґрат;
- мати механізм для автоматичного замикання дверей, що не дозволяє помилково залишити двері відкритими;
- мати контроль доступу (двері відкриваються за допомогою особистої кодової картки і/або особистого коду) з можливістю передачі таємного сигналу небезпеки в тих випадках, коли двері відкриваються під примусом;
- мати систему охоронної сигналізації.
- Вхід у сховище повинний проглядатися засобами відео спостереження з записом зображення на відеомагнітофон.

Централізована система охоронної сигналізації в готелі є засобом забезпечення безпеки зон життєзабезпечення готелю, запобігання неконтрольованого проникнення усередину приміщення й окремих кімнат.

Для забезпечення постійного моніторингу сигналів тривоги приймально-контрольний прилад розташовується в місці цілодобової присутності персоналу (це може бути диспетчерська, приміщення охорони, прийомна стійка готелю або комутатор).

Забезпеченням охоронними оповісниками на відкриття підлягають:

- всі аварійні виходи з готелю;
- усі зовнішні двері, що звичайно закриті;
- двері службових приміщень з обладнанням, що звичайно працює без обслуговуючого персоналу (дизельна, трансформаторна, котельня, АТС тощо);
- двері ряду критичних приміщень готелю, захист яких має забезпечуватися в той час, коли вони активно не використовуються. Це комори спиртних напоїв, кімнат з електронним обладнанням (телецентр, сервер і т.п.), кабінети керівництва, бухгалтерія (каса).

Скрізь, де це можливо, магнітоконтанні оповісники відкриття мають бути потайними або врізаними.

У тих місцях, де потрібні особливі запобіжні заходи, через предмети, що там знаходяться, що представляють інтерес для зловмисників, необхідно встановити об'ємні оповісники руху.

Для схованої передачі сигналу тривоги оповісники тривожної сигналізації встановлюються в таких місцях:

- стійка адміністратора;
- каса прийому грошей у зоні реєстрації;
- каса готелю;
- інші приміщення, де може накопичуватися готівка;
- офіс керівництва.

Система охоронної сигналізації повинна бути обладнана пристроями звукової і візуальної сигналізації (зумер, сирена, строб-сигналізатори), що повинні привернути увагу персоналу до сигналізації тривоги.

Необхідно передбачити централізовану систему відео спостереження. Система повинна забезпечувати можливість спостереження в реальному масштабі часу і запис того, що відбувається для подальшого вивчення. У ліфтових холах і на сходових клітках (на житлових поверхах) відеокамери варто розміщувати таким чином, щоб двері номерів не потрапляли в поле зору камер. Необхідно забезпечити запис усіх відеокамер на відео магнітофон. Головні монітори спостереження, комутаційне обладнання і записуючі пристрої слід встановлювати в приміщенні служби безпеки або чергового адміністратора.

Необхідно передбачити і робоче місце для перегляду і документування відеоінформації. У сучасних готелях з великою кількістю співробітників доцільно обладнати спеціальний службовий вхід, а також передбачити автоматизовану систему контролю доступу й обліку робочого часу на службовому вході персоналу. Система повинна обмежувати прохід людей, що не мають доступу, за допомогою турнікета або дверного замка, вести реєстрацію проходу співробітників у режимі реального часу, забезпечувати формування і роздрукування звітів, у тому числі і про кількість відпрацьованого часу співробітниками за день, місяць.

Як пропуски для системи контролю доступу й обліку робочого часу можна використовувати картки з нанесенням на них текстової, графічної і фотоінформації для використання як посвідчення.

Вищеописані положення можуть використовуватися як базові для побудови системи безпеки готелю. Проте, у кожному конкретному випадку вибір систем і засобів є строго індивідуальним.

Комплекс технічних засобів безпеки

Пріоритетними напрямками забезпечення безпеки сучасного готелю технічними засобами є:

- контроль доступу в готель;
- комплекс заходів для протипожежного захисту;
- охоронна сигналізація і відео спостереження.

Встановлюваний комплекс засобів і систем захисту має бути адекватним можливій загрозі, тобто засоби і системи мають бути розумно достатні. Неможливо, та й недоцільно, виключити будь-яку можливість нанесення збитку насамперед з економічних міркувань. Засоби забезпечення безпеки досить дорогі, тому їхній вибір має визначатися дійсно розумним аналізом можливих ризиків і збитку. Крім того, використовувана апаратура не повинна створювати додаткових перешкод і великих ускладнень для нормального функціонування готелю як для обслуговуючого персоналу, так і для гостей. Зайва таємничість, жорсткий режим, постійна демонстрація збройної охорони і підозрілості може відлякувати частину клієнтів і позбавити готель іміджу «відкритого будинку».

Система повинна бути збалансованою, тобто засоби захисту повинні розподілятися по можливості рівномірно у відповідності зі значимістю зон, що захищаються.

Усі застосовувані заходи і засоби не повинні створювати додаткової небезпеки здоров'ю і життю гостей та співробітників готелю. Це стосується в першу чергу забезпечення екстреної евакуації в надзвичайній ситуації.

Система пожежної безпеки

Система пожежної безпеки має забезпечити виконання таких завдань:

- ефективно і своєчасне виявлення загоряння з точною вказівкою місця;
- автоматичне оповіщення служби безпеки, усіх співробітників і гостей готелю (а, можливо, і служби міської пожежної охорони) про загоряння;
- вжиття заходів щодо гасіння пожежі, запобігання поширенню вогню і диму, димовидалення;
- організація евакуації людей з будинку, що горить, включаючи розблокування всіх дверей і ліфтів, включення світлозвукових показників, блокування ліфтів. Система пожежної сигналізації.

Призначення: ефективно і своєчасне виявлення загоряння з точним визначенням місця, оповіщення співробітників служби безпеки, міської служби пожежної охорони, ініціювання (подача сигналу на включення відключення) інших систем, документування інформації.

Побудова: для виявлення факту загоряння використовуються різні типи пожежних датчиків (оповісників):

- димові (оптичні, іонізаційні, радіоізотопні, лінійні тощо). Використовуються в найбільш важливих, пожежонебезпечних зонах, а при можливості у всіх приміщеннях;
- теплові (магнітні, із застосуванням легкоплавких матеріалів, термометричні тощо). Використовуються в менш відповідальних зонах і як допоміжні;
- ручні сигналізатори пожежі (розташовуються, як правило, поблизу запасних пожежних виходів, у місцях паління тощо);
- комбіновані тепло-димові датчики.

Усі датчики можуть бути адресними (точне визначення місця загоряння) або безадресними (визначення місця з точністю до номера, або, як правило, кількох приміщень або цілого поверху).

Інформація від датчиків збирається центральною станцією пожежної сигналізації, що виконує функції контролю стану і працездатності датчиків, виконавчих пристроїв, пристроїв оповіщення, передачі інформації, ініціювання і документування інформації.

Функції центральної станції можуть виконувати:

- спеціалізований пожежний приймально-контрольний прилад або багатофункціональний приймально-контрольний прилад системи пожежної, охоронної та тривожно-викличної сигналізації (при автономній або напівавтономній організації системи безпеки);
- модулі (концентрування інформації, відображення, інтерфейсу тощо) інтегрованої системи безпеки.

Система візуально-звукового оповіщення

Призначена для екстреного оповіщення гостей і співробітників готелю про виникнення пожежі або іншої екстремальної ситуації, указників шляхів якнайшвидшої безпечної евакуації, подання іншої екстреної інформації. Для оповіщення використовуються спеціалізовані гучномовці, світлові табло з фіксованими написами («Пожежа», «Вихід» тощо), піктограмами або світлодіодне табло. Сигнал на включення засобів оповіщення подається або автоматично центральною станцією пожежної сигналізації, або оператором системи безпеки. Так само передана через гучномовці аудіоінформація може або вимовлятися через мікрофон оператором, або бути попередньо записана на магнітофон або в пам'яті комп'ютера і передаватися автоматично.

Сучасні потужні інтегровані системи пожежної безпеки включають розвинуті інтелектуальні системи оповіщення, що формують звукові і візуальні повідомлення залежно від конкретної ситуації (конкретного місця загоряння, розмірів території, охопленої вогнем, часу, що пройшов з моменту загоряння тощо), що забезпечує найбільшу ефективність евакуації і безпеку.

Система пожежогасіння

Призначена для автоматичного гасіння загоряння, запобігання поширенню пожежі.

Можливі такі варіанти систем

За принципом пожежогасіння:

- спринклерне пожежогасіння (найдешевший варіант за умови повної реконструкції готелю);
- аерозольне або порошкове пожежогасіння; газове пожежогасіння (висока ефективність, не наносить шкоди інтер'єру);

За принципом організації системи:

- автономні пожежогасячі модулі з вбудованими пожежними датчиками;
- команда на включення пожежогасячого модуля подається центральною пожежною станцією або інтегрованою системою безпеки.

В іншому випадку за рахунок використання інтелектуальних можливостей системи зменшується ймовірність помилкової тривоги, можлива реалізація превентивного включення модулів, розташованих у сусідніх приміщеннях.

Система управління вентиляцією і димовидаленням

Призначена для запобігання поширенню диму і вогню по ліфтових і вентиляційних шахтах і трубах, видалення диму з приміщень. Вона включає підсистеми:

- димовидалення (центральна станція пожежної сигналізації формує сигнали, що запускають відповідні електродвигуни вентиляційної системи);
- запобігання поширенню диму (центральна станція пожежної сигналізації формує сигнали, що управляють приводами засувки вентиляційної системи, запускає електродвигуни турбін, що створюють підвищений тиск у ліфтових шахтах).

Найбільш складні інтегровані комплекси (наприклад, система фірми *Honeywell*) цілком включає до свого складу системи вентиляції (електродвигуни, вентиляційні турбіни, засувки тощо), що підвищує ефективність протипожежного захисту.

Система розблокування виходів

При виявленні системою пожежної сигналізації загоряння необхідне автоматичне розблокування всіх дверей, в тому числі готельних номерів, пожежних і інших виходів для забезпечення безперешкодної евакуації з готелю. Також необхідним, з погляду пожежної безпеки, є вимога автоматичного спуску ліфтів донизу і повне їхнє блокування при виникненні пожежі.

Центральна станція пожежної сигналізації формує сигнали, що передаються головному контролеру (локальним контролерам) системи управління доступом, що забезпечує розблокування дверей. При цьому система розблокування повинна бути інтелектуальною, тобто, наприклад, при локальному загорянні окремої комори господарчого інвентарю на останньому поверсі немає потреби розблокувати всі двері будинку, і, навпаки, при загорянні подібної комори, прилягаючої до центральної

пультової, реальною стає загроза виходу з ладу всієї системи в цілому, оскільки подальший розвиток подій найчастіше непередбачуваний, але розраховувати треба на гірше, може бути необхідне моментальне розблокування всіх дверей.

Сигнали також передаються контролерам, що управляють ліфтами (у багатьох системах доступу передбачені контролери ліфтів) для їхнього спуску і блокування.

Система охоронної сигналізації

Призначення: ефективно і своєчасне виявлення факту несанкціонованого проникнення в охоронювані приміщення (майданчики, зони) з точним визначенням місця, оповіщення співробітників служби безпеки, міліції (позавідомчої охорони), документування інформації.

Захистові за допомогою засобів охоронної сигналізації підлягають:

- зовнішній периметр готельного комплексу;
- паркування автотранспорту;
- зовнішній периметр готелю;
- відповідальні службові приміщення, такі як каса, камера тимчасового зберігання коштовностей, комори, кабінети адміністрації готелю, різного роду апаратні і пультові;
- готельні номери;
- інші площадки, зони, приміщення.

З огляду на велику кількість точок охорони, складний і непередбачуваний режим функціонування об'єкту, необхідність дотримання принципу максимізації показника ефективності/ вартість і наявність могутніх систем обмеження доступу і телевізійного спостереження, достатнім може вважатися принцип мінімального оснащення готельних номерів сигналізаційними засобами. З тих же причин необхідна реалізація децентралізованого принципу охорони, тобто встановлення і зняття з охорони, яку здійснює сам клієнт.

Природно, це не стосується деяких інших приміщень підвищеної важливості, таких, як сейфових, каса, комори тощо. При оснащенні цих приміщень необхідно дотримуватися принципу багатоконтурності, тобто застосування декількох концентричних кілець сигналізації, що оточують охоронюваний об'єкт.

Система тривожно-викличної сигналізації

Призначення: терміновий виклик (оповіщення про виникнення тривожної ситуації) служби безпеки. На додаток до цього завдання система тривожно-викличної сигналізації може також використовуватися для подання різних сигналів клієнтом готелю покоївкам, технікам тощо.

Система управління доступом

Призначена для забезпечення безперешкодного санкціонованого доступу в приміщення і блокування несанкціонованого доступу, організація режиму доступу (за тимчасовим розкладом, за ієрархією, залежно від сплачених клієнтом послуг тощо), облік робочого часу співробітників, документування інформації.

Більш перспективною (хоча і більш дорогою) на сьогоднішній день є ідея створення мережної (on-line) системи з централізованим контролем. Така система дозволить оператору служби безпеки (а також менеджеру готелю, представникам інших служб) постійно тримати під контролем ситуацію на об'єкті, знати, які приміщення відкриті, закриті, дозволяти або забороняти доступ тощо, можна навіть дозволити або заборонити певним особам зупиняти ліфт на тому чи іншому поверсі. Принцип побудови такої системи полягає у тому, що індивідуальні пластикові картки, що використовуються як «електронний ключ», забезпечуючи доступ у приміщення за певним алгоритмом.

Існують такі типи системи:

- перфоровані (найдешевші, перезапис неможливий);
- магнітні (найбільш розповсюджені, дешеві);
- штрих-кодові (надійні, дешеві, без перезапису);
- *vieland* (індуктивні) (перезапис неможливий, середньої вартості);
- *proximity* (з дистанційним зчитуванням, відносно дорогі);
- smart (з вбудованим чипом) (найбільша кількість функцій, практично неможливо підробити, найдорожчі).
- зчитувачі пластикових карток призначаються для зчитування з них інформації;
- кодонабірні пристрої (призначені для набору індивідуального коду; іноді поєднуються зі зчитувачем карт, у цьому випадку код служить для підтвердження факту санкціонованого використання карток.

Центральна станція системи управління доступом це, як правило, персональний комп'ютер, сервер, іноді головний контролер або і те, і інше. В інтегрованих комплексах безпеки відповідні модулі або безпосередньо сервер комплексу використовуються для контролю, обробки, відображення і документування інформації, що надходить, управління режимом доступу, програмування локальних контролерів, організації взаємодії з іншими системами комплексу безпеки, прийому та передачі інформації.

Крім того, до мережної системи включають:

- обладнання для виготовлення карт, записування інформації;
- замкові дверні пристрої (електромеханічні й електромагнітні замки, електрозасуви, дверні блокоратори тощо);
- інші пристрої, що включають тамбури, шлюзи, прохідні кабіни, детектори металів (для умов готелю ці пристрої можуть застосовуватися з великими обмеженнями).

З погляду економії коштів як індивідуальні картки найдоцільніше використовувати звичайні пластикові картки з магнітним кодуванням. Для клієнтів класу VIP можуть бути рекомендовані *proximity*-картки (зчитуються дистанційно, навіть якщо знаходяться всередині гаманця в нагрудній кишені). Картка видається клієнтові при реєстрації. Система будується таким чином, що доступ клієнту до номера дозволяється рівно на оплачений термін перебування в готелі. Крім того, можливий дозвіл або заборона доступу до тих, або інших приміщень (зон, поверхів) залежно від сплаченого комплексу послуг, класу тощо. Відвідувачам, які не є клієнтами готелю, можуть також видаватися індивідуальні карти, що дозволяють, наприклад, лише доступ на певний поверх протягом певного часу.

Обслуговуючий персонал готелю, співробітники служби безпеки можуть мати персональні картки, що дозволяють доступ до певних або до всіх номерів. При кожному факту входу до номера центральна станція фіксує, хто і коли ввійшов.

Зазвичай, для більшої ефективності системи контролю доступу на особливо важливих об'єктах застосовуються шлюзові або тамбурні прохідні кабіни, що практично виключають будь-яку можливість несанкціонованого проходу і блокують порушника в замкнутому просторі кабіни. Однак застосування подібних пристроїв у готелях навряд чи доцільне, оскільки створює масу незручностей для клієнтів та їх гостей. Хоча для

окремих приміщень (каса, сховище цінностей) воно може бути рекомендоване. Аналогічно, може бути рекомендоване локальне застосування пристроїв виявлення металів (зброї), вибухових речовин. Наприклад, стаціонарні детектори аркового типу можуть бути встановлені на вході в зони або окремі номери категорії люкс, а вже користуватися ними чи ні, вирішує господар номера або його особиста охорона. Крім того, рекомендується оснастити службу безпеки переносними детекторами зброї й вибухівки.

Система телевізійного спостереження

Призначення: забезпечення візуального контролю за обстановкою на об'єкті, аналіз позаштатних ситуацій, верифікація (перевірка істинності) сигналів тривоги, що надходять, допомога в прийнятті оперативних рішень, протоколювання візуальної інформації.

Відзначимо, що у всіх сучасних концепціях безпеки загально визнаним вважається висока ефективність застосування систем телевізійного спостереження. Саме тому практично всі комплекси технічних засобів безпеки великих готелів, що встановлюються в останні роки за кордоном, оснащуються потужними системами телевізійного спостереження. Такі системи включають, як правило, від декількох десятків до сотень телевізійних камер, кілька постів спостереження, оснащених моніторами і винесеними пультами управління.

Узагалі, при виборі типу установки потрібно враховувати таку обставину: відкрито встановлена камера, з одного боку, «відлякує» потенційного злочинця, з іншого боку, створює певний моральний дискомфорт для клієнтів.

Відеоінформація від камер надходить до центральної пультової, де за допомогою різних відео комутаційних пристроїв здійснюється обробка відеосигналів (накладення дати, часу, імені або номера камери, поєднання зображень тощо), виведення відеоінформації на монітори, запис на реєструючі пристрої, розподіл інформації між постами (пультовими), взаємодія з іншими системами комплексу безпеки.

Система захисту інформації

Захистові підлягає така інформація:

- про клієнтів категорії *VIP*;

- про факт прибуття і вибуття, час проживання, розпорядок дня, відвідувачів і телефонних абонентів клієнта;
- про зміст переговорів, що ведуться клієнтом (у номері або в спеціально відведених кімнатах);
- інформація, що обробляється із застосуванням клієнтської або готельної оргтехніки (персональний комп'ютер, друкарська машинка, електронна записна книжка тощо);
- інформація, обговорювана або оброблювана із застосуванням технічних засобів під час нарад у спеціально виділених приміщеннях;
- комерційна таємниця.

Комерційну таємницю про діяльність готелю можуть складати відомості про окремі фінансові показники, про систему ділових зв'язків, відомості по клієнтах, дані щодо кадрів, відомості щодо організації охорони і протипожежної безпеки.

Захист відомостей здійснюється за допомогою певних організаційно-технічних заходів. До організаційних заходів варто віднести обмеження доступу до відомостей, що захищаються, і введення адміністративної і правової відповідальності за їх розголошення. Технічні заходи мають на меті виключити витік відомостей, що захищаються, по технічних каналах за рахунок прослуховування по акустичних і віброакустичних каналах, побічних електромагнітних випромінювань і наведень технічних засобів зв'язку, електроживлення, радіотелевізійної прийомної апаратури, електро побутових приладів, оргтехніки тощо; оптичним каналом; за рахунок засобів несанкціонованого зчитування інформації (закладок).

ПОЖЕЖНА БЕЗПЕКА ГОТЕЛЮ

Номенклатура вимог і показників щодо забезпечення безпеки споживачів від впливу цього фактора ризику пов'язана з експлуатацією об'єктів обслуговування, яку необхідно здійснювати в суворій відповідності з вимогами «Правил пожежної безпеки». Підприємства готельного господарства повинні відповідати вимогам пожежної безпеки та мати сертифікат пожежної безпеки, а система пожежної безпеки-забезпечувати запобігання пожежі та протипожежного захисту, в тому числі організаційно-технічними заходами.

Системи пожежної безпеки характеризуються рівнем забезпечення пожежної безпеки людей і матеріальних цінностей, а також економічними критеріями ефективності цих систем з урахуванням усіх стадій (наукова розробка, проектування, будівництво, експлуатація) життєвого циклу об'єктів і виконують такі завдання:

- запобігання виникненню пожежі;
- забезпечення пожежної безпеки людей;
- забезпечення пожежної безпеки матеріальних цінностей;
- одночасне забезпечення людей і матеріальних цінностей.

Підприємства готельного господарства повинні мати системи пожежної безпеки, спрямовані на запобігання впливу на людей небезпечних факторів пожежі. До вторинних проявів небезпечних факторів пожежі, що впливають на людей і матеріальні цінності, належать:

- зруйновані частини апаратів, агрегатів, установок, конструкцій;
- радіоактивні та токсичні речовини і матеріали, що просочились із пошкоджених апаратів і установок;
- електричний струм, що виник у результаті високої напруги на струмопровідні конструкцій, апаратів, агрегатів;
- небезпечні фактори вибуху внаслідок пожежі;
- вогнегасники.

Для готелів надійним засобом повідомлення про пожежу є автоматизована система пожежної сигналізації. Різноманітні пожежні оповіщувачі дозволяють вибрати для кожного приміщення готелю найбільш відповідний фізичний принцип виявлення загоряння: оптичний, іонізаційний, теплової. Система покликана виявляти пожежу на ранній стадії, забезпечувати локалізацію вогнища загоряння, швидко реагувати на появу диму.

Проведення протипожежної підготовки персоналу готелю

Протипожежна підготовка складається з протипожежного інструктажу (вступного, первинного і повторного) і занять за програмою протипожежно-технічного мінімуму.

Вступний і первинний інструктажі з пожежної безпеки проводяться при прийомі на роботу.

Первинний і повторний інструктажі проводить на робочому місці особа, відповідальна за пожежну безпеку в цьому підрозділі.

Заняття з пожежно-технічного мінімуму проводяться за спеціально затвердженою директором готелю програмою з працівниками інженерно-технічної служби і з матеріально-відповідальними особами. Після закінчення навчання проводиться залік, результати якого заносяться у відомість.

Для забезпечення суворого протипожежного режиму в готелях розробляються спеціальні пам'ятки, у яких викладають і основні рекомендації з заходів пожежної безпеки і правила поведінки при пожежі.

Ці пам'ятки знаходяться в кожному номері в папці з рекламними матеріалами. Не завжди гість заглядає у цю папку, тому в деяких готелях високого класу для ознайомлення з правилами використовують готельний відео канал.

Проведення протипожежної профілактики. Протипожежна профілактика – це комплекс організаційних і технічних заходів з попередження, локалізації та ліквідації пожеж, а також із забезпечення безпечної евакуації людей і матеріальних цінностей на випадок пожежі.

Протипожежна профілактика полягає у профілактиці пожеж на етапі проектування і будівництва, застосуванні системи автоматичної пожежної сигналізації, використання засобів і систем пожежогасіння, застосуванні системи оповіщення про пожежу, відпрацьовуванні системи дій у випадку пожежі й евакуації людей.

Засоби і системи пожежогасіння

Установка автоматичного газового пожежогасіння. Пристрої газового пожежогасіння встановлюються в приміщеннях трансформаторної підстанції й головного розподільного щита, а також у приміщенні зберігання дизельного палива. Пристрої спрацьовують від димових і теплових датчиків, розташованих у цих приміщеннях. При цьому сигнал про пожежу надходить на пульт центральної диспетчерської.

Установка автоматичного водяного пожежогасіння. Установка автоматичного водяного пожежогасіння – це ціла мережа труб, заповнених водою під тиском, розташованих у всіх коридорах і приміщеннях готелю. На трубах знаходяться спринклерні голівки – розпилювачі. Основним робочим елементом є легкоплавкий замок

у цій голівці, що при температурі 50 °С плавиться, і вода через розподільник покриває певну площу палаючого приміщення.

Внутрішній протипожежний водопровід. На вертикальних трубопроводах по всіх поверхах повинні бути змонтовані внутрішні пожежні крани (патрубок з вентиляем), до яких приєднані пожежні рукави з патрубками. Пожежний рукав повинний бути змотаний, покладений з патрубком до чохла, розташований у спеціальній ніші, і закритий дверцятами з умовним зображенням. Довжина кожного рукава – 20 м. Місця їхнього розташування в готелі повинні бути зазначені на поетапних планах евакуації.

Водяні завіси. Для захисту від поширення полум'я при розвиненій пожежі на всіх поверхах готелю можуть бути передбачені водяні завіси. Пуск води здійснюється вручну.

Система оповіщення про пожежу і управління евакуацією. Система оповіщення гостей про пожежу і управління евакуацією є складовою частиною системи протипожежного захисту готелю. У готелях високого класу система оповіщення гостей про пожежу знаходиться на центральній диспетчерській. Після того, як бойовий розрахунок з'ясував, що причиною спрацювання пожежної сигналізації дійсно стала пожежа, включається система оповіщення про пожежу. При цьому включаються дзвінки і зумери тривоги, а також гостьові телевізори (або переключаються на готельний канал, якщо вони вже були включені). Це дозволяє більш конкретно, з урахуванням сформованої обстановки, донести інформацію до гостей і запобігти паніці. На екранах телевізорів висвітлюється текст національною, англійською, німецькою, французькою мовами. Крім тексту, на екрані телевізорів у номерах висвітлюється план евакуації кожного поверху. Передати необхідну інформацію можна також через гучномовці у номерах.

Правила евакуації гостей і персоналу готелю

Евакуацію гостей і персоналу готелю можна починати з поверху, на якому виникла пожежа, з розташованих вище поверхів або з готелю в цілому (залежно від обстановки, що склалася в зоні горіння), використовуючи подачу дзвінків і зумерів тривоги. Тому перед прийняттям рішення про евакуацію гостей і персоналу необхідно знати обстановку в зоні пожежі.

Рішення про включення системи оповіщення людей про пожежу й евакуацію приймає черговий менеджер (начальник зміни пожежного бойового розрахунку) або черговий по готелю.

Евакуація гостей здійснюється відповідно до наявних у всіх номерах планів евакуації, а персоналу готелю - відповідно до спеціальних пам'яток, що наявні у всіх відділах, службах і підрозділах.

Евакуаційне освітлення і світлові покажчики напряму евакуації мають бути включені постійно, цілодобово.

Дії чергового персоналу при евакуації людей. Керівник гасіння пожежі залежно від сформованої ситуації, при пожежі приймає рішення почати евакуацію людей шляхом включення системи оповіщення і управління евакуацією (слід зазначити, що рішення про евакуацію приймається без страху бути підданим будь-якій критиці або стягненню, навіть якщо згодом виявиться, що необхідності в евакуації не було).

Евакуація гостей здійснюється відповідно до наявних планів евакуації, що повинні відпрацьовуватись з усіма задіяними для евакуації працівниками готелю не рідше одного разу за півроку. Співробітники готелю, що прибули в розпорядження керівника гасіння пожежі, можуть залучатися (якщо їм не загрожує небезпека) до евакуації гостей і персоналу готелю, перевірки гостьових поверхів, офісів і підвальних приміщень з метою показу тому персоналу, який ще не евакуювався, і гостям найкоротших шляхів до виходів; порятунку найбільш цінних документів, коштів тощо. Співробітники служби безпеки перекривають усі входи в готель. Відкривають виходи, що використовуються для евакуації, контролюють їх, зупиняють спроби мародерства. Для евакуації співробітників готелю використовуються спеціальні пам'ятки, розроблені для кожного відділу, служби. Керівник гасіння пожежі призначає відповідальних осіб переклички гостей і персоналу на евакуаційному пункті, дає їм списки гостей і персоналу і відправляє на евакуаційний пункт. Заходи з евакуації великої кількості людей і припинення паніки координуються старшим начальником пожежних підрозділів. Травмовані особи евакуюються в першу чергу. Щоб уникнути паніки, евакуація повинна проводитися спокійно і зосереджено. В окремих випадках використовуються засоби індивідуального захисту.

САНІТАРНО-ГІГІЄНИЧНІ ТА ПРОТИЕПІДЕМІОЛОГІЧНІ ПРАВИЛА І НОРМИ ЕКСПЛУАТАЦІЇ ГОТЕЛЮ

У готелі повинні дотримуватися правил і норм стосовно:

- санітарно-технічного устаткування й інвентарю;
- території, місць загального користування, приміщень будинку, пляжів і різних споруд для туристів;
- обробки (прання, прасування, збереження тощо) білизни.

Питна вода повинна відповідати епідеміологічним нормам і чинним стандартам. У разі відсутності гарантії якості питної води слід обладнати приміщення спеціальними установками з обробки води.

Психофізіологічні фактори ризику: Фізичні та нервово-психічні перевантаження. Унеможливлення або зниження впливу психофізіологічних факторів ризику досягається:

- раціональною побудовою програм обслуговування споживачів готельних послуг, що передбачають достатні умови для нормальної життєдіяльності людини (сну, прийому їжі, задоволення санітарних і побутових потреб);
- дотримання ергономічних вимог до використовуваного інвентарю, транспортних засобів, меблів.

Хімічний фактор ризику (токсичність)

Для запобігання дії цього фактора ризику під час обслуговування необхідно:

- здійснювати регулярний контроль за наявністю шкідливих хімічних речовин у повітрі, воді, ґрунті, продуктах харчування й інших біологічних середовищах;
- здійснювати будівництво готелів на екологічно чистих територіях;
- застосовувати препарати для дезінфекції, дезодорації та дезінсекції відповідно до інструкції щодо використання, унеможливити контакти споживачів із цими засобами;
- використовувати препарати для дезінфекції, дезінсекції, дезодорації; мийні засоби повинні мати сертифікат відповідності та застосовуватись відповідно до нормативних вимог.

Підвищена запиленість і загазованість

Кількість шкідливих речовин у повітрі зон обслуговування споживачів готельних послуг, приміщень, транспортних засобів не повинна перевищувати встановлені норми. Безпека забезпечується дотриманням вимог щодо оснащення приміщень, транспортних засобів, вентиляцією з очищенням повітря.

специфічні фактори ризику на підприємствах готельного господарства обумовлені:

- можливістю виникнення природних і техногенних катастроф у зоні розміщення підприємства, а також інших надзвичайних ситуацій (у тому числі пов'язаних зі станом громадського порядку в районі обслуговування споживачів);
- технічним станом підприємства готельного господарства;
- складним рельєфом місцевості;
- рівнем професійної підготовленості обслуговуючого персоналу (інструкторів, екскурсоводів та ін.).

Підприємство готельного господарства слід розташовувати у сприятливих екологічних умовах і керуватися у своїй діяльності діючими нормативними документами щодо забезпечення безпеки споживачів. Обслуговуючий персонал засобів розміщення повинний проходити медичний огляд відповідно до вимог санітарно-епідеміологічних служб, бути підготовленим до дій у надзвичайних обставинах. Відповідальність за підготовленість персоналу несе керівник готельного підприємства.

ДОДАТКОВА РУБРИКА: нормативні вимоги до інженерно-технічної експлуатації будівель і споруд готелів

Сучасна стандартизація готельних підприємств визначається поєднанням Державних стандартів, Державних будівельних норм України, санітарних правил і норм, правил пожежної безпеки:

- ДБН 360 – 92 Містобудування. Планування і забудова міських і сільських поселень.
- ДБН В 2.2.-9 -99 Будинки і споруди. Громадські будинки та споруди. Основні положення.
- СНиП 2.04. 01-85 Внутренний водопровод и канализация зданий;
- СНиП 2. 04. 05-91 Отопление, вентиляция и кондиционирование;
- СНиП 11-12-77 Санитарные нормы и правила. Защита от шума;
- СНиП 23-05-95 Естественное и искусственное освещение;
- СанПиН 42-121-4719-88 Общесоюзные санитарно-гигиенические и санитарно - протиепидемические правила и нормы. Санитарные правила устройства, оборудования и содержания общежитий для рабочих, студентов, учащихся средних специальных учебных заведений и профессионально-технических училищ;
- СанПиН 42 -123-5777-91 Общесоюзные санитарно-гигиенические и санитарно-протиепидемические правила и нормы. Санитарные правила для предприятий общественного питания, включая кондитерские цехи и предприятия, вырабатывающие мягкое мороженое;
- СанПиН 42-128-4690-88 Общесоюзные санитарно- гигиенические и санитарно-протиепидемические правила и нормы. Санитарные правила содержания территорий населенных мест.

Засоби розміщування повинні мати:

- освітлення в житлових та громадських приміщеннях-природне та штучне, в коридорах-цілодобове згідно із СНиП 23-05;
- холодне та гаряче водопостачання і каналізацію-згідно зі СНиП 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 °С до 22 °С згідно зі СНиП 2.04.05;
- вентиляцію (природну або примусову), що забезпечує циркуляцію повітря і перешкоджає проникненню сторонніх запахів у житлові приміщення згідно зі СНиП 2.04.05;
- площа житлової кімнати повинна бути не менша ніж 8 м.

У засобах розміщування потрібно дотримуватися санітарно гігієнічних та проти епідеміологічних правил норм щодо:

- утримування санітарно - технічного устаткування та інвентарю;
- стану території, місць загального користування, приміщень будинків, пляжів і різних споруд для туристів;
- прання, прасування та зберігання білизни;
- видалення відходів і захисту від комах та гризунів.

Допустимий рівень звукового тиску та рівень звуку в приміщеннях повинен відповідати вимогам ГОСТ 12.1.003-83 ССБТ. Шум. Общие требования безопасности. та ГОСТ 12.1.036-81 ССБТ. Шум. Допустимые уровни в жилых помещениях и общественных зданиях. СНиП 11-12.

Питна вода повинна, бути безпечною в епідеміологічному відношенні, нешкідлива за хімічним складом і відповідати ГОСТ 2874. За відсутності гарантії доброї якості питної води засоби розміщування потрібно устаткувати установками з оброблення води чи організувати підвезення питної води.

Засоби розміщення мають функціонувати відповідно до вимог охорони навколишнього середовища (щодо утримання території, технічного стану і утримування приміщень, вентиляції, водопостачання, каналізації згідно з чинними нормативними документами (ГОСТ 2874-82 Вода питьевая. Гигиенические требования и контроль за качеством, ГОСТ 17.1.3. 13-86 Охрана природы. Гидросфера. Общие требования к охране поверхностных вод от загрязнения, ДБН В2.2-9, ДБН 360, СНиП 2.04.01, СанПин 42-128-4690.

У засобах розміщення має бути передбачена система санітарного очищення та прибирання території (раціональне збирання, тимчасове зберігання, швидке видалення, регулярне вивезення твердих та рідких побутових відходів, їх надійне знешкоджування та доцільна утилізація) згідно з СанПиН 42-128 4690.

Системи водопостачання і каналізації, у тому числі системи протипожежного водопостачання, повинні проектуватися з додержанням вимог СНиП 2.04.01, а також будівельних норм за видами будинків та споруд.

Системи опалення, вентиляції та кондиціонування повітря, у тому числі системи аварійної протидимної вентиляції, повинні проектуватися згідно зі СНиП 2.04.05, а також будівельних норм за видами будинків та споруд.

У громадських будинках та спорудах може встановлюватися газове обладнання, у тому числі для теплопостачання, згідно з вимогами ДБН В.2.5-20.У підвалах, технічних підпіллях, а за їх відсутності у цокольних або перших поверхах громадських будинків та споруд газифікованих поселень належить передбачати контроль до вибухонебезпечних концентрацій паливного газу в повітрі з виведенням на колективну попереджу вальну сигналізацію та об'єднану диспетчерську службу.

Системи автоматизації і диспетчеризації інженерного обладнання У громадських будинках слід передбачати електрообладнання, електроосвітлення, системи автоматизації і диспетчеризації інженерного обладнання, які належить проектувати згідно з правилами улаштування електроустановок (ПУЭ), ПУЕ, ДБН В.2.5-13, ДБН В.2.5-23, ДБН В.2.5-24, ДБН В.2.5-27, ДБН В.2.5-20, ДБН В.2.5.28, НПАОП 40.1-1.32, СНиП 2.04.01, СНиП 2.04.05, СНиП 3.05.01, СНиП 3.05.06, СНиП 3.05.07 [3] та іншими чинними нормативними документами.

Кількість абонентських пристроїв та їх розміщення повинні визначатись згідно з вимогами спеціальних, відомчих і будівельних норм за видами будинків та споруд і завданням на проектування, а розрахунок ємності лінійних споруд мереж зв'язку з урахуванням вимог ВБН В.2.2-45-1.

Повинен виконуватись з урахуванням наявності радіостояків ліній мережі проводового мовлення та щогл антен телебачення згідно з ДСТУ Б В.2.5-38.Заходи щодо вирівнювання потенціалів металевих частин обладнання систем зв'язку та сигналізації згідно з ПУЕ, ДБН В.2.5-27, НПАОП 40.1-1.32 визначаються комплексно для всього електрообладнання будинків, а також інших металевих конструкцій.

Ліфти або інші підйомники слід встановлювати згідно з НПАОП 0.00-1.02, ДСТУ ISO 4190-1, ДСТУ ISO 4190-2, ДСТУ ISO 4190-3, ДСТУ EN 81-1, ДСТУ EN 81-2, ДСТУ EN 115.

Встановлення ліфтів необов'язково в двоповерхових будинках у разі обладнання пандуса з уклоном не більше 8 % або іншого пристрою згідно з ДБН В.2.2-17.

Кількість пасажирських ліфтів встановлюється згідно з вимогами ДСТУ ISO 4190-6 та розрахунком, але їх кількість повинна бути не менше двох.

Вантажні ліфти слід передбачати згідно з вимогами НПАОП 0.00-1.02.

Стовбур сміттєпроводу повинен виготовлятися з негорючих матеріалів, а також мати засоби очищення, промивання і дезінфекції, бути герметичним та звукоізольованим від будівельних конструкцій згідно з вимогами ДСТУ Б В.2.5-34.

Вогнестійкість сміттєпроводів та технічні засоби протипожежного захисту систем сміттєвидалення повинні відповідати вимогам ДСТУ Б В.2.5-34.

КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. Сформулюйте зміст і завдання інженерно-технічної експлуатації готелю.
2. Сформулюйте вимоги до технічної експлуатації будівель готелю.
3. Які основні елементи системи інженерно-технічної експлуатації готелю?
4. Що таке система пожежної безпеки готелю?
5. У чому полягає організація роботи інженерно-технічної служби готелю?
6. У чому полягають санітарно-гігієнічні та протиепідеміологічні правила і норми експлуатації готелю?
7. У чому полягає зміст охорони праці і техніки безпеки роботи персоналу готелю?

Розділ 5

ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛЮ

Структура розділу

- 5.1. Технології підготовки персоналу готелю.
- 5.2. Особливості професійної підготовки персоналу готелю.

Ключові моменти розділу

- 1. Завдання і зміст підготовки персоналу готелю.
- 2. Оперативно-кадровий рівень підготовки персоналу готелю.
- 3. Поняття і зміст професійної адаптації персоналу готелю.
- 4. Професійно орієнтовані тренінги і програми перепідготовки персоналу готелю.
- 5. Правила і стандарти спілкування персоналу готелю з гостями.

У результаті вивчення розділу ви:

знатимете основні завдання і зміст підготовки персоналу готелю;
отримаєте чіткі уявлення про оперативно-кадровий рівень підготовки персоналу готелю;
визначите сутність поняття і змісту професійної адаптації персоналу готелю;
ознайомитеся із змістом професійно орієнтованих тренінгів і програм перепідготовки персоналу готелю;
знатимете правила і стандарти спілкування персоналу готелю з гостями.

5.1. ТЕХНОЛОГІЇ ПІДГОТОВКИ ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛЮ

ЗАВДАННЯ І ЗМІСТ ПІДГОТОВКИ ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛЮ

Підготовка професійних менеджерів готельного господарства – це процес підвищення й розвитку компетенції, передачі нових професійних навичок чи знань працівникам готелю, які приймають участь у плануванні, управлінні та контролі внутрішніх і зовнішніх клієнтських потоків.

Професійний розвиток менеджерів готельного господарства – це процес підготовки працівників готелю до виконання організаційно-управлінських функцій, входження на посади у структурі підрозділів готелю, вирішення нових завдань, пов'язаних з обслуговуванням клієнтів.

Це цілеспрямований комплекс інформаційних, освітянських і при-в'язаних до конкретних робочих місць елементів, які сприяють підвищенню кваліфікації працівників готелю відповідно до завдань його розвитку, потенціалу та схильностям таких працівників.

Одним із важливих завдань у підготовці менеджерів готелю є формування його кадрового резерву.

Кадровий резерв готелю – це група керівників і спеціалістів, які володіють здібностями до управління обслуговуючою діяльністю, відповідають вимогам, що пред'являються посадою того чи іншого рангу, які були піддані відбору й пройшли упорядковану цільову кваліфікаційну підготовку (рис. 5.1).

Розділяють такі види професійної кар'єри працівника готелю.

Професійна кар'єра менеджера визначається тим, що він у процесі своєї професійної діяльності проходить різні стадії розвитку: навчання, вступ на роботу, професійне зростання, підтримка індивідуальних професійних здібностей та вихід на пенсію. При цьому працівник проходить всі ці стадії як у одному чи у декількох готелях.

Внутрішня організаційна кар'єра охоплює послідовну зміну стадій розвитку менеджера у рамках одного готелю. Вона реалізується у трьох основних напрямках.

1. *Вертикальний напрям* – це підйом працівника на більш високу ступінь структурної ієрархії на підприємстві. Як правило саме з таким напрямом пов'язується само поняття кар'єри менеджера готелю, оскільки такий напрям відслідковується у найбільшій мірі.

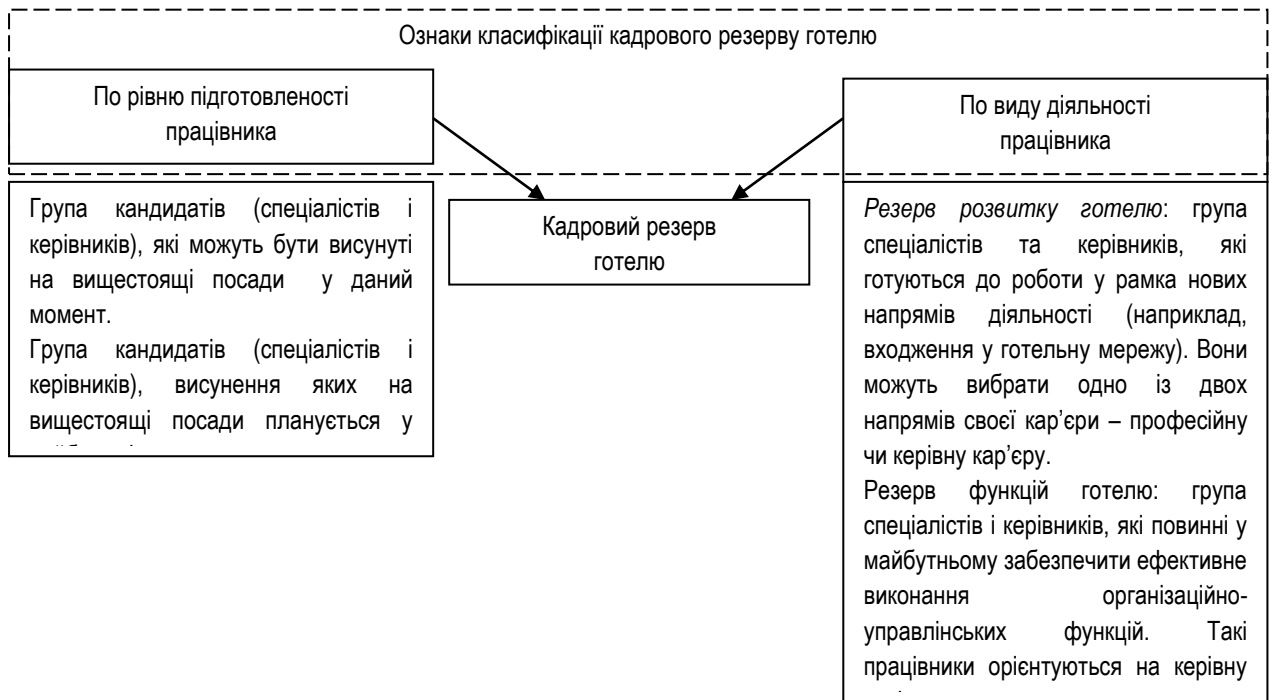


Рис. 5.1. Класифікація кадрових резервів готелю

2. *Горизонтальний напрям* – це або переміщення у іншу функціональну сферу діяльності готелю, або виконання певної посадової ролі на ступені, яка не має жорсткого формального закріплення у організаційній структурі готелю (наприклад, виконання ролі керівника тимчасової цільової групи, програми тощо). До такої кар'єри можна віднести також розширення чи ускладнення завдань на попередньому ступні з адекватною зміною винагороди. Як свідчить японський досвід, горизонтальна кар'єра дозволяє досягти більш високих показників якості діяльності менеджера, оскільки він отримує системне представлення про характер діяльності готелю, зрозуміти роль різних функціональних підрозділів у забезпеченні ринкового успіху готелю;

3. *Центробіжний напрям* – це рух працівника до керівного ядра (центру) управління підприємством. Такий напрям менш за все відслідковується, хоча у багатьох випадках для працівників є досить привабливим. Наприклад, залучення працівників підрозділу розміщення клієнтів до роботи нарад як формального, так і неформального характеру; його знайомство з інформацією. Яка носить службовий характер, окремі досить важливі доручення керівництва тощо.

Підготовка професійних менеджерів може здійснюватися двома шляхами.

1. Підвищення загального професійно-кваліфікаційного рівня персоналу готелю.

У рамках кадрового менеджменту вирішуються завдання формування системи підвищення кваліфікації. Для цього існує досить багато засобів: короткотермінові (від 2 – 3 днів до тижня), середньотермінові (від тижня до 2 – 3 місяців) і повні (до 1 року) курси перепідготовки, які здійснюються вищими навчальними закладами, бізнес-школами, інститутами підвищення кваліфікації тощо.

Досвід західної економіки свідчить, що великі готельні господарства витрачають на підготовку персоналу від 5 до 20 % сукупних витрат. При цьому найбільш очевидними тенденціями у сфері підготовки кадрів визнано широке застосування методів дистанційного навчання, підвищення кваліфікації, самопідготовки (аж до самостійної розробки проектів) за допомогою засобів комп'ютерної техніки, а також зміна роботи викладачів.

Система підвищення загального професійно-кваліфікаційного рівня персоналу повинна передбачати:

- поглиблене вивчення проблем якості управління потоками клієнтів всіма категоріями керівників підрозділів готелю;
- включення питань управління потоками клієнтів у навчальні програми всіх категорій персоналу готелю, від яких залежить ефективність обслуговування клієнтів.

2. Забезпечення активності, зацікавленості та професіоналізму персоналу готелю.

У межах цієї проблеми вирішуються такі завдання формування й розвитку персоналу, у першу чергу управлінського:

- вміння визначити своє місце та роль у процесі діяльності готелю, розуміння цілей й завдань його стратегії та окремих функцій у межах відповідних підрозділів готелю;
- вміння чітко сформулювати ключові проблеми і завдання менеджменту готелю, які повинні вирішуватися його підрозділами та персонально кожним їх працівником;
- отримання знань по сучасним підходам і методам вирішення завдань професійної діяльності персоналу готелю;

- набуття навичок вибору та використання таких підходів і методів для ефективного вирішення конкретних завдань на кожному робочому місці;
- освоєння персоналом готелю технології групової роботи у процесі вирішення проблем виробничо-обслуговуючої діяльності готелю;
- освоєння методів і навичок ефективної роботи підлеглих і насамперед мотивації їх роботи на досягнення необхідних результатів.

Вирішення вищезначених завдань потребує побудови системи цільової підготовки менеджерів готелю, яка була б прив'язана до реальних практичних завдань його функціонування і, зокрема, по управлінню персоналом його окремих підрозділів. Такий результат може бути досягнутий з допомогою залучення консультантів із спеціалізованих фірм та готелів, які мають необхідний досвід, а також працівників закордонних консалтингових компаній (поняття консалтингу).

ОПЕРАТИВНО-КАДРОВИЙ РІВЕНЬ ПІДГОТОВКИ ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛЮ

На цьому рівні персонал готелю розглядається як сукупність суб'єктів організаційно-управлінських функцій, які володіють певним набором формальних прав і обов'язків.

Окремо взятий працівник готелю розглядається як виконавець запрограмованих його керівником приписів. Готель при цьому виступає як певний раціональний механізм досягнення цілей менеджменту.

На оперативно-кадровому рівні здійснюються такі функції управління персоналом:

- розробка нормативів чисельності різних категорій персоналу;
- планування чисельності та кваліфікаційних характеристик персоналу;
- прийом, переміщення, звільнення працівників;
- оцінка персоналу;
- організація системи професійного просування працівників;
- професійне навчання всіх видів та форм.

Розробка нормативів чисельності різних категорій персоналу готелю

При кадровому плануванні персоналу готелю необхідно визначити:

- скільки працівників, якої кваліфікації і де вони будуть потрібні;

- яким чином можна залучити необхідний та скоротити зайвий персонал без нанесення економічного, соціального та іншого збитку;
- як краще використати персонал відповідно з його професійними здібностями та навичками;
- яким чином забезпечити розвиток кадрів для виконання нових кваліфікованих робіт;
- які будуть витрати при реалізації запланованих кадрових заходів у діяльності готелю.

Планування чисельності і кваліфікаційних характеристик персоналу готелю

Планування кваліфікаційних вимог до персоналу здійснюється через організаційне проектування відповідних робочих місць. Такий проект передбачає розробку наступних вимог:

- вимоги психофізіологічного характеру – це вимоги до стану здоров'я працівника;
- вимоги правового характеру – якими правами і обов'язками наділений працівник на даному робочому місці;
- вимоги ресурсного характеру – які матеріальні, фінансові, інформаційні й інші ресурси повинні бути у розпорядженні працівника на даному робочому місці;
- вимоги кваліфікаційного характеру – якими знаннями й уміннями повинен володіти працівник на даному робочому місці;
- вимоги мотиваційного характеру – яким повинен бути характер відношення працівника до праці, ступеня його самостійності у процесі здійснення ним професійної діяльності.

Професійний відбір претендентів на робочі місця у підрозділах готелю

Постійне ускладнення праці менеджерів готелю породжує ситуації, коли їх професійна діяльність починає пред'являти досить чіткі вимоги, у тому числі психофізіологічного характеру. Невідповідність персоналу таким вимогам веде не лише до зниження продуктивності їх праці та якості виробленого продукту, але і викликає серйозну небезпеку збоїв процесів. До переліку науково обґрунтованих методик попередньої оцінки претендентів на роботу у готелі можна віднести:

а) *біографічний метод*. Він спрямований на вивчення попереднього професійного шляху претендента, наявності у нього досвіду роботи у тій чи іншій сфері гостинності, рівня його загальної і професійної освіти, його соціально-демографічних характеристик;

б) *випробувальний метод*. Він передбачає організацію необхідних й достатніх трудових випробувань (поняття випробувального терміну), у процесі яких претендент на практиці повинен довести наявність у нього відповідної кваліфікації;

в) *психофізіологічний метод*. Він спрямований на замір інтелектуальної та фізіологічної витривалості, стресостійкості та інших психофізіологічних характеристик, необхідних для реалізації даної професійної діяльності;

г) *метод трудових випробувань*. Суть такого методу полягає у тому, що претенденту пропонується виконати у випробувальному порядку певну роботу, яку у він буде виконувати як працівник певного підрозділу готелю у реальних умовах;

д) *психодіагностичний метод*. З його допомогою можуть бути визначені такі особисті характеристики претендента, як рівень інтелекту, схильність до лідерства, комунікативність, особиста організованість, рівень морально-етичного самоконтролю, характеристики емоційної стійкості.

У випадку формування нового підрозділу готелю основний акцент повинен бути зроблений на встановлення тих характеристик працівників, які дозволяють готелю постійно удосконалювати свою діяльність. При цьому буде зростати значення методу трудових випробувань, як такий, що найбільш точно відображає стан кваліфікації працівника та його здатність у найбільшій мірі реалізовувати встановленні цілі й завдання діяльності підприємства. Велике значення при цьому необхідно надавати такій характеристиці претендентів, як здатність до навчання, оскільки у ряді випадків працівник з високим ступенем виучування здатний легко подолати свої початкові професійні недоліки і навіть обійти інших працівників з більш високими початковою кваліфікацією, якщо у них така характеристика нижче.

Оцінка персоналу готелю

Методики оцінки персоналу повинні віддавати пріоритет здатності працівника якісно виконувати свою роботу. Проведення такої оцінки визначається наявністю у готелі:

- професійно-кваліфікаційних вимог відповідної посади;
- посадових обов'язків, які викладені у посадових інструкціях чи опису посади;
- критеріїв та індикаторів.

По встановленим критеріям і індикаторам відбувається оцінка:

- формальних суб'єктів оцінки (безпосередній керівник, члени атестаційної і кваліфікаційної комісії);
- кваліфікованих і незалежних (тобто неформальних) суб'єктів оцінки (експерти, вчені, представники професійних органів та інших громадських об'єднань персоналу);
- відкритості й зрозумілості встановлених критеріїв, процедур і існуючих методів оцінки;
- механізму реалізації висновків, які зроблені на підставі оцінки;
- конфіденційності результатів оцінки.

Можуть бути використані такі основні способи оцінки персоналу готелю:

- а) *оцінка потенціалу працівника*. Це його професійні знання й уміння, практичний досвід, ділові й етичні якості, здоров'я і працездатність, рівень його загальної культури;
- б) *оцінка індивідуального внеску*. Це якість, складність та результативність праці працівника, ступінь його відповідності вимогам робочого місця;
- в) *атестація працівника*. Це комплексна оцінка, яка враховує потенціал і індивідуальний внесок працівника у кінцевий результат функціонування підрозділу

5.2. ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛЮ

ПОНЯТТЯ І ЗМІСТ ПРОФЕСІЙНОЇ АДАПТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛЮ

У будь-якому з аспектів руху персоналу усередині відділу, підрозділу або готелю важливо пам'ятати про необхідність допомогти працівнику адаптуватися до нових умов. Будь-то новий співробітник, який тільки поступив на роботу, співробітник, якого перевели в інший відділ на аналогічну по посадовому статусу одиницю, або співробітник, якого підвищили або знизили, – усі вони потребують професійної адаптації.

При цьому важливо не плутати поняття «Випробувальний термін» і «Адаптаційний період». Під професійною адаптацією розуміють взаємне пристосування фахівця (співробітника) і колективу готелю (в даному випадку готелі), внаслідок чого працівник освоюється у готелі. Це означає, що він вчиться жити у відносно нових для нього соціально-професійних і організаційно-економічних умовах, знаходить своє місце в структурі підприємства як фахівець, здатний вирішувати завдання певного рівня. У такий період працівник засвоює професійну культуру і включається у систему між особистих зв'язків і відносин, які склалися до його приходу.

При цьому колектив, в який поступає працювати новий працівник або усередині якого відбувається пересування по ієрархічних сходах супідрядності, також переживає процес реадаптації. Це пов'язано з ломкою вже існуючих взаємозв'язків і взаємовідносин, які були встановлені в колективі на певному етапі його розвитку. Перерозподіл цих зв'язків і створення нових свідчить про ті динамічні процеси, які характерні для групи як «живого організму».

Розрізняють наступні види адаптації:

- *первинна адаптація* – пристосування молодих фахівців, що не мають досвіду професійної діяльності, або фахівців, що знову поступили на роботу в даний готель,
- *вторинна адаптація* - пристосування фахівців, які мають досвід професійної діяльності (у тому числі і у цьому готелі).

Оскільки адаптація являє собою процес багатосторонній, то відрізняють декілька її видів.

Психофізіологічна адаптація – звикання до нових для організму фізичним і психофізіологічним навантаженням, режиму, темпу і ритму праці, санітарно-гігієнічним чинникам виробничого середовища, особливостям організації режиму харчування і відпочинку.

Соціально-психологічна адаптація – пристосування до нового соціального середовища, включення в систему професійних межособистних зв'язків і стосунків, освоєння нових соціальних ролей, норм поведінки, групових норм і цінностей, ідентифікація себе з професійної групою.

Професійна адаптація – пристосування вже існуючого професійного досвіду і стилю професійної діяльності до вимог нового робочого місця, освоєння співробітником нових для нього професійних функцій і обов'язків, доопрацювання необхідних навичок і умінь, включення в професійну співпрацю і партнерство, поступовий розвиток конкурентоспроможності.

Психологічний супровід співробітника потрібний в обов'язковому порядку. Програма психологічного супроводу повинна складатися по кожній службі і враховувати особливості діяльності, а в міру можливості – і індивідуальні особливості працівників. Це пов'язано з тим, що адаптаційні реакції на несприятливі психофізіологічні стани працівника викликають психічне напруження, яке набуває характеру стресу. Оскільки ситуація гостинності для обслуговуючого персоналу завжди несе в собі стресові фактори, то програма психологічного супроводу повинна бути впроваджена.

Для зняття тривожності і мобілізації професійної активності фахівця доцільно використати психологічне консультування, а в окремих випадках і тренінги саморегуляції емоційних станів. Практика показує, що найбільшу складність у нових працівників викликає засвоєння групових норм і включення в систему міжособистісних зв'язків, що вже склалася. В деяких випадках можуть виникати конфліктні ситуації, обумовлені недотриманням групових норм поведінки, що є досить частим. Тоді потрібна допомога психолога чи іншого працівника відділу персоналу у розв'язанні конфлікту.

Успішна професійна адаптація робить роботу привабливою, підвищує шанс на більш високу оплату праці і професійне зростання, створює передумови для самоактуалізації співробітника. Психологічний супровід тут зводиться до оцінки реальної компетентності фахівця, надання допомоги в підвищенні кваліфікації, подоланні почуття професійної неповноцінності, що з'явилося, формуванні адекватної професійної самооцінки. Психологічний супровід припускає корекцію самооцінки: навчання умінню порівнювати себе лише з самим собою, допомога у відпрацюванні надійних критеріїв самооцінки.

Наявність і використання програм психологічного супроводу співробітників на стадії їх адаптації не лише допомагає успішному професійному розвитку персоналу, але і

рухає організацію у напрямі самоудосконалення, що являється немаловажним для підвищення сервісу в індустрії гостинності.

Навчання обслуговуючого персоналу готелю повинно розроблятися у декількох напрямках. Насамперед необхідно приділяти увагу навчання нових працівників, які приймаються на роботу. Ця категорія персоналу не знає специфіки готелю і не має ще навичок роботи згідно із існуючими у готелі стандартами. Тому важливо ознайомити працівника із основними документами, стандартами й положеннями, які у основі професійної діяльності.

Крім того, переміщення працівника на нову посаду також супроводжується певним навчанням, яке буде полягати у введенні такого працівника у специфіку посади.

При цьому не слід забувати про постійне покращення й розвиток професійних навичок й умінь вже працюючого персоналу.

ПРОФЕСІЙНО ОРІЄНТОВАНІ ТРЕНІНГИ І ПРОГРАМИ ПЕРЕПІДГОТОВКИ ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛЮ

Будь-якому готелю потрібна високопродуктивна робота персоналу. Ефективність їх праці повинна постійно збільшуватися, а досягти цього можна шляхом підвищення кваліфікації і навчання кадрів. Навчання кадрів і професійна адаптація персоналу готелів мають декілька напрямів:

- навчання при вступі нового співробітника в готель;
- навчання при переміщенні співробітника на іншу посаду або зміні об'єму робіт;
- навчання і практика максимальної віддачі від співробітника в максимально короткі терміни.

Навчання має бути чітко сплановане і проходити за певною програмою, розробленою для даної професійною категорії. Так, наприклад, в обов'язковому порядку кожен новий працівник повинен проходити так званий орієнтуючий тренінг, направлений на ознайомлення співробітників з історією готелю, його структурою, принципами гостинності, основами корпоративної культури, правилами безпеки.

Будь-який співробітник готелю повинен добре орієнтуватися на своєму робочому місці, обслуговуючий персонал таких служб, як служба розміщення, служба номерного

фонду, ресторанна служба, служба консь'єржів, служба бізнес-послуг і так далі, повинні мати чітке уявлення про ресурси і площі готелю, щоб грамотно і повно інформувати про це гостей. Для співробітників цих служб повинна проводитися детальна екскурсія по готельному фонду.

Звичайно, навчання персоналу повинне будуватися з урахуванням специфіки роботи залежно від підрозділу і служби. Проте існують загальні елементи в навчанні. Так, наприклад, кожен співробітник, працюючий з гостями, повинен пройти наступні тренінги:

а) стандартів поведінки і зовнішнього вигляду (мета: ознайомитися і прийняти стандарти, підтримувані визначеним готельним підприємством);

б) стандартів обслуговування у сфері гостинності (мета: засвоєння основних принципів гостинності і обслуговування для забезпечення якісного сервісу);

в) ухвалення рішень (мета: формування навичок інтерпретації і аналізу природи проблем, а також оперативного генерування і оцінки способів дії і ухвалення ефективного рішення);

г) комунікативних здібностей. Мета: формування (і підтримка) стійких навичок міжособистісної взаємодії в ситуаціях «гість – співробітник готелю», а також «співробітник – співробітник»);

д) рішення конфліктних ситуацій. Цей тренінг проводиться в двох варіантах. Перший припускає ситуацію гостинності. Мета: розвиток навичок розуміння «сигналів» конфліктної поведінки на його початковій стадії, навичок уникнення конфлікту, а також ефективного його рішення). Другий варіант цього тренінгу спрямований на ситуацію внутрішньофірмової взаємодії співробітників, його учасники – лінійні керівники (мета: вироблення єдиних критеріїв керівництва і стратегії поведінки при рішенні конфліктної ситуації);

е) етикету. Він також проводиться в двох варіантах – в ситуації гостинності при безпосередньому спілкуванні співробітника з гостем. Мета: формування уявлень про етику і етикет в готельному бізнесі відповідно до міжнародних стандартів обслуговування) і в ситуації гостинності при опосередкованому спілкуванні співробітника з гостем(телефонні переговори);

є) продажів. Його учасники – заступники начальника зміни, касири-адміністратори і консь'єржи (мета: розвиток навичок ефективних продажів).

У своїй більшості вказані програми повинні поєднувати елементи міні-лекцій з соціально-психологічними тренінгами. Це пояснюється тим, що тренінг робить доступними для фахівця усе більш складні професійні завдання, забезпечує його адаптацію до актуального і потенційного трудового середовища. У тренінгу створюється можливість негайного співвідношення отриманої інформації (міні-лекція) і діяльності (вправи, ролеві ігри і так далі), емоційного проживання нових моделей поведінки, що, у свою чергу, забезпечує найбільш ефективне досягнення поставлених цілей.

Окрім тренінгів важливим елементом навчання обслуговуючого персоналу готелів є ротація кадрів, коли, наприклад, співробітник відділу розміщення декілька днів працює помічником адміністратора номерного фонду. Такі переміщення на етапі навчання допоможуть не лише краще адаптуватися новому співробітнику і упізнати готель і роботу інших служб, але і в майбутньому ефективніше взаємодіяти з ними.

Кожен співробітник повинен виразно представляти свою роль у виробничому циклі. Для цього тренінг нових співробітників передбачає:

- учбове зайняття (теоретичного плану) відповідно до посадової інструкції;
- стажування відповідно до вимог посадової інструкції;
- практичне зайняття з метою досягнення необхідної стандартами гостинності рівня підготовки;
- постійний відріток навичок відповідно до існуючих професійних стандартів.

Як правило, схеми введення нового співробітника в посаду можуть варіюватися на різних підприємствах готельної індустрії. Так, наприклад, відома практика, коли функції по навчанню нового працівника розділяють між собою декілька фахівців. При цьому початковий курс за стандартами гостинності, екскурсію по готелю і питання стандартів поведінки і зовнішнього вигляду з новим співробітником розбирає штатний психолог. Курс професійних теоретичних і практичних навичок бере на себе тренінг-менеджер, а закріплення і відріток цих навичок із співробітником здійснює прикріплений до нього наставник із вже працюючого персоналу. Такий супровід може тривати від місяця до

трьох – на весь випробувальний термін, з тим щоб після його закінчення новий співробітник міг виконувати свої професійні обов'язки нарівні з основним персоналом.

Нова посада: планування кар'єри, форми супроводу професіонального зростання співробітника.

Останнім часом створення в готелях додаткових можливостей для кар'єрного зростання сприймається як одне з основних завдань служби по персоналу. Утримати перспективного співробітника в готелі можливо тільки тоді, коли він уявлятиме собі перспективу кар'єрного зростання, кожен новий ступінь якого буде супроводжується підвищенням грошової винагороди. У цьому ключі на підприємствах готельної індустрії повинні розроблятися програми підвищення кваліфікації чи тренінгові програми, які закріплюють чи розвивають будь-які навички.

Як правило, така програма повинна складатися для співробітників кожного структурного підрозділу готелю. Кожен співробітник, що має намір підвищити свій професійний і посадовий статус, бере участь в таких програмах.

Особливості підприємства, поза сумнівом, накладатимуть ті або інші відбитки на форму побудови програми і її зміст. Так, наприклад, для служби розміщення можливе введення розрядності співробітників: порт'є першої категорії і порт'є другої категорії (при виконанні ними одних і тих же функцій). Але природним є те, що новачок буде виконувати свої обов'язки з меншою ефективністю, ніж працівник досвідчений.

Навіть невелика різниця в заробітній платі дозволить підвищити мотиваційні потреби нових співробітників в оволодінні ними своїми професійними навичками. Перехід з одного розряду в інший можна обмежити рамками програми підвищення кваліфікації і не обмежувати часовими рамками. Так, якщо новий співробітник, прийнятий після первинного навчання в службу розміщення на посаду порт'є першої категорії, виявляє бажання пройти атестацію і отримати другу категорію, йому необхідно лише успішно пройти навчання по відповідній програмі і здавати кваліфікаційній комісії екзамен.

Кваліфікаційна комісія повинна формуватися з начальника відділу, в якому працює співробітник, його заступників, безпосереднього керівника співробітника (в особі старшого зміни), психолога, менеджера по тренінгу персоналу і співробітника кадрової

служби готелю. Як правило, така програма навчання повинна формуватися і проходити без відриву від виробничої діяльності її учасників, після завершення ними своєї безпосередньої, основної роботи. Таким чином співробітники підкреслюють свою особисту зацікавленість у підвищенні свого професійного рівня, а готель матеріально стимулює їх до цього (підвищення заробітної плати відповідно з новою категорією).

В той же час такі програми повинні давати бажаний виробничий результат, а тому їх зміст, методи і форми повинні оновлюватися і удосконалюватися на постійній основі. Для цього необхідно регулярно проводити моніторинг їх ефективності. Програми підвищення кваліфікації стають усе більш популярними в готельному бізнесі, а отже, важливими.

Окрім таких програм, все більшу затребуваність отримують програми ротації кадрів як рядового, так і управлінського персоналу. Пов'язано це багато в чому з тим, що знайомство з роботою інших служб і підрозділів готельного підприємства дозволяє згодом ефективніше співпрацювати і взаємодіяти тим службам, персонал яких, включаючи керівників, пройшов ротації.

Механізми взаємодії, що відпрацьовуються службами готелю, грають величезну роль в процесі виробництва послуг, що продаються. Адміністратор номерного фонду краще буде розуміти ситуацію спілкування з гостем на стойці розміщення, якщо деякий час попрацює хоч би у бек-офісі служби прийому, готуючи «заїзд».

При цьому періодичність ротації персоналу і схема кадрових пересувань мають бути детально продумані. Програма ротації повинна розроблятися з урахуванням специфіки її політики, враховуючи індивідуальні особливості кандидатів на ті або інші посади, а також пом'якшувати негативні моменти, немінучі в таких процесах.

Ще одним способом переміщення персоналу усередині служби, підрозділу або готелю в цілому є підвищення по службі. Порядок використання цього методу багато в чому залежить від загальних принципів побудови роботи організації з кадрами.

Якщо готель використовує принцип піраміди, при якому працівники зовні набираються тільки в її основу, а далі просуваються по східцях піраміди тільки працівники цього підприємства, то метод підвищення по службі є важливим напрямом кадрового політики готелю, який вимагає розробки певної стратегії і тактики.

В термінах *HR*-менеджменту існує таке поняття, як рівень некомпетентності співробітника. У всякій ієрархії кожен працівник має тенденцію досягати свого рівня некомпетентності. Досить часто відділ персоналу, підбираючи на керівну посаду когось із вже працюючих співробітників, розглядає кандидата з точки зору виконання їм своїх обов'язків на його безпосередньому робочому місці.

Якщо при цьому не враховувати його можливості відповідності підібраної посади, то можна якраз і прийти до того, що професіонал у своїй справі, вставши на керівну посаду, не зможе так само добре виконувати свою роботу, як раніше. В цьому випадку він і досягає свого рівня некомпетентності. Щоб не допустити цього, необхідно проводити повчальні програми для резерву керівних кадрів. Якщо ж аналіз ситуації, навчання і супровід проводяться не будуть, то вірогідність помилки зростає у багато разів.

До основних форм супроводу професійного зростання і кар'єри відносяться наступні:

- діагностика професійно-психологічного потенціалу робітника;
- аналіз чинників, що детермінують професійний розвиток: вік, професійний досвід і кваліфікація, рівень професійного освіти і підготовки, стан здоров'я, динамічність кар'єри;
- вивчення вектору професійної спрямованості спеціаліста: рівня домагань і самооцінки, мотивації до досягнень, ціннісних орієнтацій і соціально-професійних установок;
- співбесіда з питань професійного зростання і кар'єри із співробітником і його керівником;
- складання спільне з працівником кар'єропрограми.

ПРАВИЛА І СТАНДАРТИ СПІЛКУВАННЯ ПЕСОНАЛУ ГОТЕЛЮ З ГОТЯМИ

■ **Професійна етика** – це сукупність моральних норм, які визначають ставлення людини до свого професійного обов'язку.

Моральні якості працівника розглядаються як один з основних елементів його професійної придатності. Вміння спілкуватися з людьми є найважливішим і необхідною якістю для працівника індустрії гостинності.

Справжній професіоналізм спирається на такі моральні норми, як борг, чесність, вимогливість до себе і колег, відповідальність за результати своєї праці.

У готельному бізнесі вміння спілкуватися з клієнтами приділяється особлива увага. Весь персонал, у першу чергу ті працівники, які постійно спілкуються з клієнтами, проходять спеціально е навчання: персонал навчають, як спілкуватися з різними клієнтами, говорити по телефону, вислуховувати скарги і т. ін. Окремо для кожної категорії персоналу (для служби прийому, барменів, офіціантів) розробляються детальні інструкції, в яких поетапно описано їх робота (наприклад, підійти, посміхнутися, привітатися, запропонувати напої тощо).

Із загальних правил для персоналу виділять такі найбільш важливі:

- працівник готелю повинен бути завжди готовий надати клієнту послугу тоді, коли ця послуга потрібна клієнту, а не тоді, коли це зручно працівникові;
- працівник повинен демонструвати позитивне ставлення до клієнта: показувати повагу, вести бесіду бездоганно ввічливо, доброзичливим тоном, ні в якому разі не підвищуючи голосу, не виявляти свого невдоволення, якщо, напри заходів, клієнт приходять в самому кінці робочого дня, зберігати витримку з безглуздими, агресивними, нетямущими, п'яними гостями, всіляко демонструвати клієнту, що співробітник стурбований його проблемою;
- працівник готелю повинен посміхатися гостю, підтримувати позитивний контакт очима. (у розмові з гостями використовувати відповідні фрази: доброго ранку; звичайно, я з задоволенням зроблю це і тощо);
- потрібно вміти тактовно інформувати гостя і повідомляти йому навіть неприємні новини, наприклад про те, що клієнт повинен доплатити певну суму; жоден працівник готелю не має права сперечатися з гостем, навіть по дрібницях;
- якщо гість повідомляє що-небудь працівникові, то останній повинен продемонструвати максимальну бажання зрозуміти гостя, кивати головою, вставляти слова зрозуміло, добре, а якщо йому не дуже зрозуміло бажання гостя, то задавати питання типу якщо я вас правильно зрозумів, ви хочете.

Проблеми гостя потрібно вирішувати швидко і невідкладно. Працівник готелю повинен зробити все можливе, щоб якомога швидше заспокоїти гостя. Якщо працівник не

може сам вирішити проблему, він повинен направити гостя (а краще супроводити його) до менеджера, який здатен вирішити питання. Протягом 20 хв. слід зателефонувати і переконатися, що проблема вирішена, а гість задоволений. Потрібно зробити все можливе, щоб надалі не втратити гостя як гостя. Кожен працівник готелю повинен:

- демонструвати впевненість і компетентність і відповідати очікуванням гостя;
- практикувати обслуговування типу «на відстані трьох кроків»;
- забезпечувати виконання стандартів на тій посадовій позиції, яку він займає;
- знати запити внутрішніх та зовнішніх споживачів (інших співробітників і гостей) і тому вміти надати їм продукти та послуги, які ті очікують. (для урахування конкретних запитів гостей слід користуватися спеціальним блокнотом);
- розуміти коло доручених йому обов'язків і завдань, визначених у кожному стратегічному плані;
- постійно виявляти недоліки, які він зауважує в готелі, і вживати заходів до їх усунення;
- нести відповідальність за забезпечення максимального рівня чистоти.

Необхідно забезпечити абсолютну надійність виконання побажань гостя, особливо таких, як побудка у бажаний час.

Існують і певні стандарти гостинності, яких повинні дотримуватися працівники готелю, зокрема:

- запам'ятовувати імена гостей, їх звички, улюблені напої;
- по можливості приділяти однакову увагу всім гостям, так як всі клієнти рівні незалежно від їх зовнішнього вигляду.

Необхідно пам'ятати правила:

а) гість завжди правий, гість завжди повинен бути задоволений; гість є найважливішою особою в готелі незалежно від того, чи він особисто, звертається письмово або по телефону;

б) гість є живою людиною зі своїми забобонами і помилками, а не предметом сухої статистики; гість є невідомою частиною бізнесу, а не сторонньою особою. Він головна причина, по якій трудиться весь персонал.

Не можна:

- показувати гостю, подобається він вам чи ні;
- читати гостю моралі;
- розпитує гостя про особисте життя;
- прислухатися до розмов гостей;
- висловлювати свою думку без відповідної пропозиції гостя;
- обговорювати з гостями питання політики і релігії;
- сваритися з колегами в присутності гостей;
- показувати своє несхвалення нетверезому гостю;
- розмовляти з колегою, коли гість чекає.

Неприпустимі спроби вимагання персоналом чайових. Так, прямим кандидатом на звільнення може стати носильник, що вимагає плату за виконання своїх прямих обов'язків – перенесення речей постояльців. У покоївок іноді виникає спокуса прихопити що-небудь з номера. Однак гості, а особливо іноземці, дуже не люблять, коли господарюють на їх території, і за шматочок шоколаду або апельсин можна поплатитися робочим місцем.

Перш ніж перейти до обслуговування наступного гостя, необхідно запитати у попереднього клієнта, чи не потрібно йому ще що-небудь.

Треба завжди пропонувати гостю вибір з кількох можливих варіантів послуги.

З дітьми треба спілкуватися чемно, але не так формально, як з дорослими.

З інвалідами не можна розмовляти зверхньо, голосно. Якщо вони погано чують або не розуміють, необхідно звертатися саме до них, а не до супроводжуючим.

При розмові по телефону, необхідно дотримуватися правил етикету:

- відповідати не пізніше ніж через три телефонних дзвінка і завжди з посмішкою;
- відрекомендуватися, назвавши свій готель (або службу готелю) і своє прізвище;
- якщо немає можливості відразу відповісти звонившому, необхідно попросити передзвонити або записати його номер телефону;
- не примушувати чекати клієнта інформації більше 45 с;
- якщо на відповідь потрібно більше часу, слід запитати клієнта, чи згоден він почекати або з ним треба зв'язатися пізніше;
- не слухати розмови по телефону між іншими людьми;

- по можливості не переадресовувати дзвінки.

Співробітник повинен відчувати себе послом свого готелю. Він має бути максимально поінформованим про готель, його послугах, розташуванні служб, процедури замовлення, меню в ресторані і т. д., щоб відповісти на запитання гостей.

Слід завжди говорити про діяльність свого готелю тільки позитивно, ніяких негативних коментарів, завжди підкреслювати переваги свого готелю перед конкурентами.

Замість того щоб просто повідомити гостю, де знаходиться те чи інше приміщення, слід проводити його туди. Якщо гість висловив бажання придбати що-небудь їстівне, йому слід рекомендувати скористатися внутрішніми точками з продажу їжі та напоїв, а не направляти його в інші структури.

Одним з атрибутів, що дозволяють судити про якість готелю, є зовнішній вигляд обслуговуючого персоналу. Готель, працівники якої мають свою фірмову одяг, обіднану фасоном, кольором, оздобленням і розрізняльними знаками, залишає приємне враження у клієнта.

При цьому бажано, щоб форма тих працівників, які безпосередньо не контактують з клієнтами, відрізнялася від форми тих, хто ці контакти здійснює. Це полегшує контроль за працівниками.

Уніформа повинна бути бездоганною, взуття начищеним, на біджі повинні бути чітко написані імя та прізвище працівника.

Внутрішньофірмові правила суворо регулюють зовнішній вигляд: акуратна зачіска, акуратні руки, мінімум прикрас у жінок. Не допускається запах цибулі, часнику і тим більше поту.

Зовнішній вигляд персоналу є одним з факторів, що формують імідж готелю.

Природна потреба клієнта – зрозуміти, що відбувається, і відчувати, що він контролює події, для чого йому потрібна інформація про навколишній його світі готелі. У процесі її задоволення можна виділити дві сторони:

- інформація і спільне виконання працівником готелю і клієнтом якоїсь дії (заповнення формуляра, розмін купюри, підйом на ліфті);
- прояв ставлення до гостя.

Важливим чинником, що свідчить про повагу до гостя, є максимальна простота процедур і мінімальні витрати часу на їх здійснення. Це можливо забезпечити двома способами:

- всі дії детально розписані в інструкції – нехай гість читає;
- на всі питання гостя відповідає працівник готелю.

Перший спосіб дозволяє гостю зрозуміти, яких дій від нього очікують, але це трохи напружує гостя – йому необхідно розібратися в правилах і діях самому. В цьому випадку створюється відчуття бюрократичного, казенного відношення до гостя. Другий спосіб більш дружелюбний, він дозволяє персоналу проявити тепле, шанобливе ставлення до гостя.

Але необхідно мати на увазі, що існують два типи людей. Одні вважають за краще запитати іншого, а не розбиратися в проблемі, їм простіше підійти до незнайомої людини і поговорити з ним, ніж читати оголошення і інструкції. Але інші люди (і їх теж чимало) прагнуть розібратися у ситуації самостійно. Для них інструкції та опису – бажаний і потрібний елемент життєвого середовища. Тому створювана в готелі інформаційно-психологічне середовище повинно підходити всім. Гість може отримати достатньо інформації з оголошень і вказівок, щоб без значних зусиль і швидко орієнтуватися в просторі, а кожен працівник готелю має бути готовий і здатний дружелюбно і зрозуміло відповісти на будь-яке питання гостя.

Доброзичливі відповіді персоналу на запитання дають достатньо можливостей для створення психологічно комфортної для гостя атмосфери. При цьому очевидно: на будь-яке питання гість повинен отримати відповідь. Якщо працівник не володіє необхідною інформацією, він зобов'язаний розшукати її через когось. Неприпустимо відмовляти клієнту, кажучи: Це не входить в мої обов'язки або вибачте, я не знаю. Навіть відповідь: Підійдіть, будь ласка, до старшого по зміні недостатньо дружелюбний.

Вербальне (словесне) спілкування дозволяє людям обмінюватися чітко усвідомлюваними повідомленнями. Крім того, ми отримуємо повідомлення і по інших каналах. Ці повідомлення зазвичай не усвідомлюються, але вони досить сильно впливають на настрій і рішення людини. Вони передаються у таких формах, як паравербальне (біясловесне) спілкування (вибір слів для спілкування, темп мови і

проміжок між питанням і відповіддю, інтонація, паузи) або невербальне спілкування (відстань до співрозмовника, поза при відповіді, погляд, вираз обличчя (міміка), жести, форма і характер одягу, організація простору спілкування).

Темп мови, проміжок між питанням і відповіддю. Неможливо визначити оптимальний темп у якихось одиницях, але є універсальне правило: у людини, дійсно зосередженої на співрозмовникові, тобто уважної до нього, темп мови природно підлаштовується до його реакції. Занадто швидкий темп мови працівника готелю сприймається гостем як нетерпіння працівника, його бажання закінчити розмову. Крім того, при цьому гість може не розчути частину повідомлення і опиниться перед малоприємною альтернативою: або перепитати, ризикуючи здатися глухим або нетямущим, або ж зробити вигляд, що зрозумів почуте, і переживати відчуття вимушеного підпорядкування і безглуздості ситуації. Надто повільний темп сприймається як показник втоми або байдужість і незацікавленість.

Інтонація і тембр мови. Звучання голосу може бути душевним і теплим або жорстким і холодним. Як правило, людина не усвідомлює зміну своєї інтонації, зате її безпомилково розрізняє той, хто його слухає.

Існує простий, але надійний тест – перепитати що-небудь у людини. Якщо інтонації першої і другої відповіді помітно відрізняються, то така людина не буде корисною для роботи у сфері обслуговування чи іншої публічної служби.

Відстань. Зазвичай ініціатива спілкування на великій дистанції пов'язана з вищим статусом людини (право на відклик); в той же час входження в особистий простір людини (70 – 90 см) може сприйматися ним як загроза, або як невиправдана інтимність у стосунках. Те й інше порушує почуття психологічного комфорту. Як правило, невербальна реакція (поворот голови, контакт очей, посмішка, поворот корпусу) з'являється на досить великій відстані, а мовне спілкування доречно на дистанції 1 – 3 м між співрозмовниками.

Поза при відповіді. У багатьох випадках внутрішні правила готелю вимагають стояти при спілкуванні з гостем. У всякому разі спілкування передбачає позу уваги, а не нудьги і розслаблення чи випадковості.

Оформлення простору спілкування. Простір спілкування повинно бути організоване так, щоб гостю було максимально зручно спілкуватися з працівником готелю. При цьому не повинно бути:

- віконечок, до яких треба нахилитися або стояти у черзі;
- високих барерів і подіумів робочої зони, задають гість погляд знизу вгору;
- якщо гостю необхідно заповнити який-небудь бланк, не можна заставляти його писати на вузькій полиці бареру – необхідно поставити крісла і столик для гостей.

Робоче місце не особиста зона. Гості не повинні бачити включений телевізор, одяг, сумочки, чашки з-під кави та інші особисті речі працівника. Це психологічно означає захоплення гостем робочого простору працівника готелю і надання йому особистого характеру. При входженні в особистий простір або звернення до працівника готелю, що знаходиться в особистому просторі, гість несвідомо сприйме як здійснюване ним вторгнення в особистий простір іншої людини та породжує відчуття збентеження або незручності, що погіршує загальне нерозділене відчуття від взаємодії з персоналом. У робочій зоні не можна створювати атмосферу напруженої взаємодії працівників, щоб гостю не здавалося, що він відволікає зайнятих людей від важливих справ. Максимальна концентрація процесу та інтенсивність відбувається в зоні обслуговування гостей і зосереджується на межі: «гість – персонал», а не «персонал – персонал». Вся інша робота повинна бути виведена з поля зору гостей.

Непомітність персоналу. Особливою проблемою є непомітність, ненавязливість обслуговування. Насправді гостю немає потреби бачити, як влаштований досить складний механізм його обслуговування. Персонал повинен з'являтися в полі зору гостя тоді, коли він йому потрібен.

Телефон. Особливим випадком є варіант спілкування по телефону.

Кількість довідок і питань, що вирішуються по телефону, постійно зростає. Правила розмови по телефону, відпрацьовані десятиліттями, досить прості.

Наприклад, дзвінок потенційного гостя в відділ розміщення.

Гість: Доброго дня. Це готель «Вежа»?

Адміністратор: добрий день. Готель «Вежа», черговий адміністратор Сергій Кравцов. Слухаю вас! (Привітання, самопредставлення, готовність вирішувати проблему гостя.)

Гість: Чи міг би я замовити у вас номер на післязавтра?

Адміністратор: Ви хотіли б замовити номер з 4 листопада? (Уточнення потреб клієнта.)

Гість: Одномісний, на три дні. Міг би я оплатити його перерахуванням?

Адміністратор: Інформування гостя про те, чи можна задовольнити його потребу. Пропозиція можливих варіантів вирішення проблеми. Пояснення вимагаються від гостя дій. Резюме досягнутої угоди. Подяка за дзвінок.

Адміністратор Формула прощання: До побачення. Сподіваюся, ви залишитеся задоволені або що-небудь схоже.

Кинесика. Навчання персоналу ефективному спілкуванню з гостями передбачає:

- чітко освоєні оптимальні дії (фрази, вирази підтримки, співчуття тощо);
- формування внутрішнього ціннісного ставлення персоналу до гостей і до суті своєї роботи.

Практично всі доречні мовні формули та ситуації їх застосування можуть бути освоєні персоналом. Не слід втрачати втратити природність у спілкуванні.

Так само можуть бути освоєні елементи кинесики – жести, пози, рухи. Зазвичай цьому не надають належної уваги, але мова жестів – одна з головних складових процесу спілкування. Жести підкріплюють фрази та слугують важливим джерелом інформації.

Ми розмовляємо мовою рухів, і дуже часто тип поведінки, який людина обрала, викликає відповідну реакцію у партнера. Наше фізична (зовнішня, спостережувана) поведінка створює у співрозмовника враження про нас і відповідно до цього спілкування набуває того чи іншого забарвлення.

ДОДАТКОВА РУБРИКА: практика тренінгу телефонного етикету працівника готелю

Цілі тренінгу:

- створення й підтримка єдиного корпоративного стандарту телефонного етикету готелю;
- освоєння працівниками міжнародних стандартів телефонної поведінки;
- набуття навичок ефективного телефонного діалогу;
- набуття навичок ефективного спілкування із «складними» гостями.

Категорії працівників готелю, які повинні проходити такий тренінг:

- оператори комутатору готелю;
- працівники служби розміщення, бронювання, які відповідають на телефонні дзвінки гостей;
- адміністратори номерного фонду і метрдотелі ресторанних служб.

Що отримає слухач у процесі проходження тренінгу:

Особиста підготовка до робочого дня:

- емоційна підготовка;
- інформаційна підготовка;
- визначення пози і голосу при телефонній розмові.

Знання основних положень телефонного етикету готелю:

- необхідність розробки правил телефонних розмов та їх дотримання;
- типові конструкції, ввідні обороти, форми ввічливості, прийняті у міжнародному етикеті;
- імідж готелю: «фірмовий стиль» у телефонному спілкуванні;
- корпоративний стандарт телефонних переговорів.

Відповідь на телефонний дзвінок – технології:

- відповідь на дзвінок;
- звернення до співрозмовника;
- з'єднання;
- абонент, якого викликають, відсутній;
- правила надання інформації по телефону;
- навички припинення розмови.

Особливості телефонного спілкування – методики і технології:

- технологія активного слухання;
- технологія визначення типу співрозмовника;
- фактори гарного володіння голосом і мовою;

- технології початку розмови;
- прийоми початку розмови;
- прийоми встановлення й підтримки контакту;
- особливості роботи у ситуації недостатності інформації;
- «приєднання» до абонента, використання його особливостей для ефективної комунікації;
- технології переконання на свідомому і підсвідомому рівнях.

Проведення «важкої» розмови із клієнтом:

- типологія «важких» абонентів;
- прийоми захисту від агресії;
- позитивне переформування претензій й критики.

Стомлюваність при надмірному телефонному спілкуванні – проблеми й шляхи вирішення:

- способи збереження інтересу й уваги у розмові;
- прийоми зняття стресу й втоми при фізичному і психологічному дискомфорті.

Підведення підсумків: обговорення результатів тренінгу.

Стислий зміст програми тренінгу

1. Я розмовляю по телефону. Особистий досвід спілкування по телефону співробітника готелю. Як я кажу? Що я кажу? Чому я кажу саме так? Що чує мій клієнт? Чому він чує саме це? В даній темі проводиться експрес-діагностика професійних компетенцій менеджерів готелю на предмет володіння навичками телефонного ділової розмови у сфері надання готельних послуг. Діагностика заснована на результатах запропонованого учасникам вправи з презентації свого готелю.

Мета вправи – виявити професійні компетенції менеджерів. В міні-дискусії учасники тренінгу обговорюють почуту презентацію з позицій, що говорить менеджер, Як він це говорить, чому він говорить саме так, що чує людина на іншому кінці дроту і чому він чує саме це. Вправа може бути записана на диктофон і проаналізована учасниками тренінгу після прослуховування.

Варіанти: замість презентації можуть бути використані тексти, заздалегідь підготовлені тренером до даного вправи.

2. Особливості ділового телефонного спілкування. Ділова телефонна розмова – визначення поняття. Телефонний діловий етикет. Правила телефонного етикету. Особливості телефонного спілкування – відсутність візуального контакту. Закони телефонного спілкування. В даній темі дається визначення телефонного ділового

розмови. Розглядаються правила і закони телефонного етикету, особливості телефонного спілкування. Форма розкриття теми – міні-лекція.

3. «Телефонний голос». Важливість чіткого і правильної вимови по телефону. Чому клієнт перепитує? Дикція. Правильне вимовляння голосних і приголосних літер. Інтенація. Пауза. Ключові слова. Тембр голосу. Швидкість мови. В даній темі учасники знайомляться з технікою мови. Вправи з техніки мовлення. Вправи на вивчення інтонації, пауз, ключових слів. Скоромовки. Знайомство з тембром голосу, швидкість мовлення. Визначення оптимальної швидкості при розмові по телефону. Мета вправ – відпрацювати дикцію, правильне вимовляння букв, швидкісний режим, інтонацію, паузи, ключові слова.

4. Вам дзвонять! Ви готові? Психологічна підготовка до телефонних дзвінків. Наявність інформації. Організаційний аспект телефонної розмови. Типи клієнтів та варіанти сценаріїв розмови.

У темі розглядається необхідність психологічної підготовки менеджера до телефонної розмови. Техніки зняття напруги, техніки мобілізації та активності. Розглядається підготовчий етап до розмови по телефону – підготовка інформації, яка може знадобитися. Організаційний етап – блокнот, ручка. Розглядаються різні типи клієнтів. Визначається, з яких ключовим фразам менеджер розрізняє типи клієнтів, і які сценарії для кожного типу клієнтів можуть бути.

5. Як правильно вести діалог з клієнтом? Створення позитивного першого враження: початок розмови, встановлення контакту. Як виявляти і аналізувати потреби клієнта: питань і техніки активного слухання? Як презентувати свою готельну послугу так, щоб клієнт зрозумів вигоду від взаємодії з Вами і Вашим готелем? Як відповідати на питання та заперечення клієнта? Як підвести підсумок розмови і домовитися про подальші дії? Як правильно закінчити бесіду?

Дана тема передбачає розгляд етапів телефонної розмови. Учасникам пропонується схема телефонної розмови – початок розмови, виявлення потреб клієнта з допомогою технік активного слухання і постановки питань, презентації переваги взаємодії клієнта з даним готелем, завершення розмови. Вправи на відпрацювання цієї схеми. Робота із запереченнями клієнта. Розглядається визначення заперечення, як бракування інформації. Вправи на відпрацювання постановки питань, технік активного слухання та роботи з запереченнями.

В ході тренінгу, в залежності від роботи на тренінгу учасників групи, можуть бути змінені теми і вправи. Матеріал може бути спрощений або ускладнений. Учасники тренінгу забезпечуються роздатковими матеріалами: методичною літературою та робочими зошитами.

КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. Сформулюйте завдання і зміст підготовки персоналу готелю.
2. Що таке оперативно-кадровий рівень підготовки персоналу готелю.?
3. Визначте поняття і зміст професійної адаптації персоналу готелю.
4. Що таке професійно орієнтовані тренінги і програми перепідготовки персоналу готелю?
5. У чому полягають правила і стандарти спілкування персоналу готелю з гостями?

Частина II

ПРАКТИКУМ

Частина II навчального посібника підпорядкована вимогам професійної підготовки бакалаврів напряму підготовки 6.140101 «Готельно-ресторанна справа» з використанням методів комплексної діагностики знань студентів: поточний і модульний контроль.

Тестові завдання спрямовані на формування у студента цілісного уявлення про сутність організації готельного господарства як одного із ключових елементів сфери гостинності.

При підготовці завдань ситуаційного характеру була застосована єдина структура їх подання, яка відповідає меті професійної підготовки менеджера з готельного справи «теоретичні знання – практичні навички й уміння – прийняття рішення».

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

Тест 1. Особливість організації готельного господарства полягає у:

- 1) мобільності готельної послуги;
- 2) відповідності базової послуги категорії готелю;
- 3) поєднанні виробничих і обслуговуючих елементів господарської діяльності;
- 4) відсутності єдиних стандартів обслуговування клієнта.

Тест 2. Індивідуалізація готельної послуги полягає у тому, що:

- 1) надання послуги визначається мотивацією персоналу готелю на якість обслуговування;
- 2) надавані готельні послуги повинні відповідати особистим потребам клієнта;
- 3) готельна послуга спрямовується на підвищення рівня обслуговування клієнта;
- 4) готельна послуга індивідуальна відносно категорії готелю.

Тест 3. Невикористані можливості готелю – це:

- 1) втрата вигод готелю від несвоєчасного надання номеру клієнту;
- 2) наявність у готелі вільних номерів;
- 3) відсутність у готелі вільних номерів;
- 4) відсутність у готелі резерву номерного фонду.

Тест 4. Значимість місця розташування готелю на макрорівні визначається через аналіз параметрів, які визначають:

- 1) ступінь нетранспортабельності готельних послуг;
- 2) місце, яке приносить готелю економічний дохід;
- 3) обрану готелем ринкову концепцію;
- 4) визначають пріоритети клієнта.

Тест 5. У основу європейської системи класифікації готелів покладено:

- 1) загальні вимоги органів сертифікації послуг;
- 2) специфічні вимоги органів сертифікації послуг;
- 3) диференціацію готелів за рівнем обслуговування клієнтів;
- 4) систему бальних оцінок, які присвоюються клієнтами.

Тест 6. У основу індійської системи класифікації готелів покладено:

- 1) французьку систему зіркового рейтингу готелів, перекладену на бальну систему оцінки;
- 2) бальну оцінку готелів спеціальною комісією;
- 3) грецьку систему зіркового рейтингу готелів, перекладену на бальну систему оцінки;
- 4) бальну оцінку готелів спеціальною комісією, яка узгоджена із системою зірок.

Тест 7. У основу грецької системи класифікації готелів покладено:

- 1) буквену систему класифікації *A* (5*); *B* (4*); *C* (3*); *D* (2* і 1*);
- 2) буквену систему класифікації *A* (4*); *B* (3*); *C* (2*); *D* (1*);
- 3) буквену систему класифікації *A* (4*); *B* (3*); *C* (2*); *D* (1*) та *de luxe*;
- 4) комбіновану буквено-зіркову класифікацію.

Тест 8. В Україні класифікація готелів визначена стандартом:

- 1) «Готельно-ресторанна діяльність. Засоби розміщення. Загальні вимоги»;
- 2) «Послуги готелів і засобів розміщення»;
- 3) «Послуги готельно-ресторанні. Загальні вимоги»
- 4) «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги».

Тест 9. Перша категорія готельного номеру – це номер, що складається із:

- 1) однієї кімнати, повного санвузла, у якій проживає одна-дві особи;
- 2) двох кімнат, повного санвузла, у якій проживає одна особа;
- 3) однієї кімнати, неповного санвузла, у якій проживає одна-дві особи;
- 4) однієї кімнати, неповного санвузла, у якій проживає одна особа

Тест 10. Згідно «Правил користування готелями та аналогічними засобами розміщення і пропозиції готельних послуг» (Наказ Державної туристичної адміністрації України від 16.03.04 № 19) до готелів відносять майнові комплекси, що складаються із:

- 1) 10 номерів й більше;
- 2) 7 номерів і більше;
- 3) 12 номерів і більше;

4) не регламентовано.

Тест 11. Згідно з національними стандартами готельної діяльності:

- 1) США: готелі до 150 номерів вважаються малими;
- 2) Австрія: готелі до 250 номерів вважаються середніми;
- 3) Швейцарія: готелі понад 200 номерів вважаються великими;
- 4) Україна: готелі до 50 номерів вважаються малими.

Тест 12. Складність виміру ефективності роботи персоналу готелю визначається тим, що:

- 1) не існує єдиного міжнародного стандарту оцінки ефективності виконуваної ним роботи;
- 2) не існує єдиного критерію для оцінки ефективності виконуваної ним роботи;
- 3) складно встановити ступінь впливу такої роботи на формування потреб кожного клієнта;
- 4) управлінські рішення, які надаються персоналу можуть змінювати відповідно із змінами у зовнішньому середовищі готелю.

Тест 13. Найбільш характерною рисою розвитку готельного господарства України радянського періоду у 20-30-ті рр. ХХ ст. було:

- 1) визначення юридичного статусу готелів;
- 2) використання готелів не за призначенням;
- 3) масове готельне будівництво.

Тест 14. Найбільш характерною рисою розвитку готельного господарства України радянського періоду у 50-ті рр. ХХ ст. було:

- 1) масове будівництво готелів низького рівня якості;
- 2) поява відомчих готелів;
- 3) різке підвищення якості готельного будівництва.

Тест 15. Найбільш характерною рисою розвитку готельного господарства України радянського періоду у 60-ті рр. ХХ ст. було:

- 1) масове будівництво готелів відомчого підпорядкування;
- 2) будівництво готелів за участю іноземних фірм;
- 3) широка модернізація готельної бази.

Тест 16. Найбільш характерною рисою розвитку готельного господарства України радянського періоду у 70-80-ті рр. ХХ ст. було:

- 1) передача готелів у відання місцевих органів влади;
- 2) «бум» готельного будівництва та підвищення його якості;
- 3) початок розбудови комунальних готелів.

Тест 17. Найбільшу частку в готельному господарстві України на початку ХХІ ст. складали:

- 1) готелі та мотелі;
- 2) готельно-офісні центри та мотелі;
- 3) готелі й гуртожитки для приїжджих.

Тест 18. Більшість великих готельних закладів в Україні на початку ХХІ ст. мали організаційно-правову форму:

- 1) спільних підприємств;
- 2) акціонерних товариств;
- 3) товариств з обмеженою відповідальністю.

Тест 19. Перспективними типами готелів для розбудови в Україні тепер є:

- 1) готелі високого класу, малі готелі й хостелі;
- 2) гуртожитки для приїжджих і молодіжні табори;
- 3) готелі на воді й флайтелі.

Тест 20. У статистиці туризму засіб розміщення – це:

- 1) суб'єкт підприємництва, що реалізує послугу розміщення за гроші;
- 2) підприємство, яке надає проживання;
- 3) будь-який об'єкт, що надає ночівлю – платно або безплатно.

Тест 21. Готелі ділового призначення є переважно готелями:

- 1) низького рівня комфорту;
- 2) високого рівня комфорту;
- 3) рівень комфорту не має значення.

Тест 22. Хостел – це:

- 1) готель довготривалого проживання для ділових людей;
- 2) рекреаційний заклад для сімей з дітьми;

3) готелі спрощеного сервісу переважно для молоді.

Тест 23. До закладів розміщення рекреаційного типу належать:

- 1) бізнес-готелі;
- 2) готелі для екскурсійного туризму;
- 3) туристичні містечка.

Тест 24. До засобів розміщення для подорожуючих автотранспортом належать:

- 1) ботелі;
- 2) ротелі;
- 3) лотелі.

Тест 25. Серед основних критеріїв готельного комфорту:

- 1) кількісний склад персоналу;
- 2) місткість будівлі та кількість поверхів;
- 3) склад і якість номерів.

Тест 26. За функціональною ознакою виділяють номери:

- 1) *SGL, DBL, Duplex* тощо;
- 2) королівський, президентський, *Function*, тощо;
- 3) люкс, люкс-апартамент, бізнес-клас тощо.

Тест 27. Серед статичних показників готельного комфорту:

- 1) площа номерів;
- 2) умеблювання номерів;
- 3) асортимент додаткових послуг.

Тест 28. Сертифікацією називають процедури, що мають на меті:

- 1) отримати дозвіл на здійснення певного виду діяльності;
- 2) підтвердити відповідність якості послуг стандарту;
- 3) зареєструвати готель як юридичну особу-суб'єкт підприємництва.

Тест 29. В Україні сертифікація готельних послуг здійснюється на засадах:

- 1) добровільності;
- 2) обов'язковості;
- 3) по-різному для різних готелів.

Тест 30. Обов'язковою є сертифікація готелів України за схемою:

- 1) відповідності вимогам нормативних документів;
- 2) відповідності категорії зірок;
- 3) оцінки системи якості.

Тест 31. Головним розділом плану експлуатаційної діяльності готелю є:

- 1) маркетинговий план;
- 2) план експлуатаційної діяльності;
- 3) організаційний план.

Тест 32. Основними статтями витрат готелю є:

- 1) заробітна плата персоналу й експлуатаційні витрати;
- 2) поточні ремонти;
- 3) прання білизни та сміттєвивезення.

Тест 33. Основною доходною статтею готельного підприємства є:

- 1) бронювання місць;
- 2) продаж номерів і місць;
- 3) продаж матеріальних фондів.

Тест 34. Документація, що встановлює правила виконання певних видів робіт у готелі, носить назву:

- 1) експлуатаційної;
- 2) туристської;
- 3) нормативної.

Тест 35. Правила користування готелем та надання готельних послуг визначають взаємні права та обов'язки:

- 1) адміністрації та персоналу готелю;
- 2) готельного підприємства та вищого органу;
- 3) адміністрації готелю та проживаючих (замовників).

Тест 36. Згідно з Правилами користування готелем та надання готельних послуг оплата за проживання в готелі здійснюється:

- 1) подовово та погодинно;
- 2) подовово з оплатою додатково за півдоби при виїзді після 12 до 0 годин;

3) подобово з оплатою додатково за півдобу при заїзді з 0 до 12 годин і при виїзді після 12 до 0 годин.

Тест 37. Згідно з Правилами користування готелем та надання готельних послуг готель гарантує гостям збереження їх речей:

- 1) усіх, що знаходяться в номері;
- 2) усіх, що знаходяться в номері, крім цінних, які слід здавати на окреме зберігання;
- 3) усіх речей без виключення.

Тест 38. У разі порушення Правил користування готелем та надання готельних послуг адміністрацією готелю споживач має право:

- 1) тільки записати скаргу у Книгу скарг і пропозицій;
- 2) тільки скаржитись у вищі органи;
- 3) розірвати договір з готелем і вимагати відшкодування збитків.

Тест 39. До основної послуги готелю (організації проживання) входять:

- 1) виклик таксі, прокат автомобілів;
- 2) організація прання та чищення одягу проживаючого;
- 3) бронювання місць у готелі.

Тест 40. Місткість готелю значною мірою впливає на.

- 1) асортимент послуг;
- 2) організацію обслуговування;
- 3) класність готелю.

Тест 41. Визначальну роль в організації обслуговування в готелі відіграє такий чинник як:

- 1) його місткість;
- 2) його місце розташування;
- 3) його призначення.

Тест 42. Служба, що безпосередньо контактує з гостями готелю, це:

- 1) адміністративно-управлінська служба;
- 2) комерційна служба;

3) служба прийому та обслуговування готелю.

**Тест 43. Жорстке закріплення функцій характерна для такої форми організації
служба прийому та обслуговування готелю як:**

- 1) традиційна;
- 2) єдина;
- 3) за принципом «першої» та «другої» лінії в обслуговуванні.

**Тест 44. При єдиній формі організації служба прийому та обслуговування готелю
управління процесом прийому та обслуговування гостей користується:**

- 1) у службі поверхів;
- 2) у господарській службі;
- 3) у вестибюльній службі.

**Тест 45. «Першу лінію» в організації обслуговування у готелі складають
ділянки, на яких відбувається:**

- 1) бронювання місць;
- 2) прямий контакт з гостем;
- 3) передача його замовлень у відповідні служби.

Тест 46. Організація обслуговування на житловому поверсі починається з:

- 1) прийому гостя;
- 2) підготовки номерів до експлуатації та проживання;
- 3) поточних прибиральних робіт.

Тест 47. Прийом гостя на поверсі включає:

- 1) забезпечення номеру рекламними матеріалами;
- 2) заміну постільної білизни;
- 3) ознайомлення гостя з номером.

Тест 48. Головним технологічним та комунікаційним вузлом готелю є:

- 1) вестибюльна група приміщень;
- 2) група приміщень житлового поверху;
- 3) група адміністративних приміщень.

Тест 49. Основною групою приміщень готелю є:

- 1) приміщення культурно-масового та спортивно-рекреаційного обслуговування;

- 2) група адміністративних приміщень;
- 3) група приміщень житлового поверху.

Тест 50. Підсобні приміщення на поверсі представлені:

- 1) кімнатами покоївок;
- 2) кімнатами самообслуговування;
- 3) інвентарною, складською, білизняною.

Тест 51. Поточний контроль за станом обладнання номера здійснюється під час:

- 1) інвентаризації;
- 2) поточних прибирань;
- 3) ремонтів.

Тест 52. Списання дрібного інвентарю проводять:

- 1) раз на рік;
- 2) раз на тиждень;
- 3) залежно від можливостей підприємства.

Тест 53. Норми забезпечення готелю білизною визначаються як:

- 1) кількість комплектів на одне місце;
- 2) кількість комплектів на одного проживаючого;
- 3) загальна кількість комплектів білизни в готелі.

Тест 54. Гігієнічними нормами встановлюється термін змінності білизни одномісному номері готелю 4*:

- 1) раз на 10 днів;
- 2) раз на 3 дні, рушників – щоденно;
- 3) раз на 5-7 днів, рушників – раз на 3 дні.

Тест 55. Система практичних заходів з проведення у життя вимог гігієни носить назву:

- 1) практичної гігієни;
- 2) санітарії;
- 3) профілактики.

Тест 56. Комплекс заходів зі знищення в оточуючому людину середовищі збудників інфекційних захворювань називається:

- 1) дезінфекція;
- 2) дезінсекція;
- 3) дератизація.

Тест 57. Серед методів дератизації у сучасному готелі використовують:

- 1) фізичний;
- 2) хімічний;
- 3) механічний.

Тест 58. Вид прибирань, що проводиться виключно у житлових номерах, це:

- 1) сухе на броні;
- 2) поточне;
- 3) генеральне.

Тест 59. Швабри та щітки належать до:

- 1) прибиральних механізмів;
- 2) прибирального інвентарю;
- 3) прибиральних матеріалів.

Тест 60. Види прибирань номерів протягом дня виконують у такій послідовності:

- 1) сухе на броні, поточне щоденне, проміжне, після виїзду;
- 2) поточне щоденне, сухе на броні, після виїзду, проміжне;
- 3) сухе на броні, після виїзду, поточне щоденне, проміжне.

Тест 61. Прибирання кімнат у багатокімнатному номері проводять у такій послідовності:

- 1) вітальня, спальня, кабінет, передпокій, санвузол;
- 2) спальня, вітальня, кабінет, санвузол, передпокій;
- 3) спальня, вітальня, кабінет, передпокій, санвузол.

Тест 62. Прибирання номеру починають:

- 1) з прибирання обіднього стола;
- 2) з прибирання ліжка;
- 3) з прибирання підлоги.

Тест 63. Проміжне (експрес-прибирання) проводиться:

- 1) раз на тиждень;
- 2) після виїзду гостя;
- 3) у другій половині дня в разі потреби.

Тест 64. Етика покоївок забороняє торкати та переміщувати речі гостя, крім:

- 1) особистих речей (вкладають у валізу);
- 2) нічної піжами (кладуть під подушку), халату (вішають у шафу) та капців (вносять у передпокій).
- 3) паперів на письмовому столі (вкладають у шухлядку письмового стола).

Тест 65. До приміщень, утримання яких вимагає особливого контролю за дотриманням санітарних правил, належать:

- 1) вестибюль і адміністративні приміщення;
- 2) приміщення культурно-масового призначення;
- 3) білизняні й пральні.

Тест 66. Бронювання місць у готелях України для індивідуальних гостей найчастіше здійснюється:

- 1) телеграмою з оплаченою відповіддю;
- 2) телефоном;
- 3) електронною поштою.

Тест 67. «Жорстка квота» надання місць замовнику передбачає:

- 1) можливість повернення готелю непроданих місць у встановлений термін;
- 2) разове замовлення;
- 3) повну оплату визначеної квоти місць незалежно від їх заповнення.

Тест 68. Документом, на основі якого гостя поселяють в готелі, є:

- 1) кредитна картка;
- 2) страховий поліс;
- 3) паспорт або документ, що його замінює.

Тест 69. Нічний аудит – це процедури, що мають на меті:

- 1) підготовку до заселення гостей;
- 2) перевірку правильності обліку операцій минулої доби;

3) передачу зміни.

Тест 70. При розрахунках за послуги готелю платіжним документом є:

- 1) рахунок;
- 2) касовий звіт;
- 3) туристський ваучер.

Тест 71. Серед документів служби прийому бланком суворої звітності є:

- 1) анкета гостя;
- 2) рахунок;
- 3) касовий звіт.

Тест 72. При завчасному виїзді гостя йому повертаються гроші на підставі:

- 1) карти підготовки та заселення номерів;
- 2) рахунку-фактури;
- 3) розписки на повернення невикористаного авансу.

Тест 73. Знайти вільний номер для поселення гостя допомагає:

- 1) виключно карта обліку руху номерів і місць;
- 2) виключно комп'ютерний список вільних номерів;
- 3) один з двох попередніх варіантів у залежності від стану комп'ютеризації готелю.

Тест 74. Основним (базовим) тарифом на номери та місця в готелі є:

- 1) агентський тариф;
- 2) сезонний тариф;
- 3) тариф стійки.

Тест 75. Система відео спостереження забезпечує:

- 1) звукову сигналізацію;
- 2) приховану подачу сигналів;
- 3) контроль в реальному часі та в запасі.

Тест 76. Комплексна система безпеки забезпечує:

- 1) контроль за безпекою приживання;
- 2) збереження майна гостя;
- 3) збереження приміщень готелю.

Тест 77. Внутрішнє страхування готелі застосовують з метою:

- 1) забезпечення безпеки гостей;
- 2) плати додаткової суми при поселенні;
- 3) укладання договору зі страховою компанією.

Тест 78. Якщо готельне майно зазнало ушкодження з вини гостя, то:

- 1) гість має відшкодувати завдану шкоду;
- 2) повідомити організацію-замовника;
- 3) підписати акт про сплату відшкодування.

Тест 79. Наявність у готелі камери схову за стандартом є:

- 1) обов'язковою вимогою до готелів усіх категорій;
- 2) вимогою для готелів категорії 3-4 зірки;
- 3) вимогою для готелів категорії 1-2 зірки.

Тест 80. Забуті речі гостя в разі неможливості термінового повернення власнику:

- 1) актують і зберігають в готелі до запитання;
- 2) передають через наступних гостей для повернення власнику;
- 3) знищують за актом.

Тест 81. Електронні картки-ключі є інструментом:

- 1) системи відео-спостереження;
- 2) системи управління доступом;
- 3) системи протипожежної безпеки.

Тест 82. Найбільш уживаною формою електронних ключів в українських готелях нині є:

- 1) перфорована картка;
- 2) картка зі штрих-кодом;
- 3) картка з магнітною стрічкою для кодування.

Тест 83. Підвищення рівня готельного сервісу передбачає:

- 1) розширення асортименту послуг;
- 2) удосконалення форм надання послуг;
- 3) обидві відповіді вірні.

Тест 84. За метою задоволення потреб гостя виділяють такі види послуг:

- 1) харчування, побутові послуги, торговельні, медичні тощо;
- 2) основні та додаткові;
- 3) платні та безплатні.

Тест 85. Послуги стандартні, розширеного попиту та унікальні виділяються за:

- 1) економічною ознакою;
- 2) частотою попиту;
- 3) формою організації надання.

Тест 86. За формою організації надання виділяють послуги:

- 1) стандартні, розширеного попиту та унікальні;
- 2) платні, безплатні та компліментарні;
- 3) послуги власне готелю, підприємств, що орендують площі в готелі, та підприємств, що мають договір з готелем.

Тест 87. Максимізація обслуговування гостя в номері проявляється у:

- 1) збільшенні кількості послуг для гостя в номері;
- 2) збільшенні додаткових послуг у готелі в цілому;
- 3) автоматизації надання готельних послуг.

Тест 88. Комплексний продаж послуг знаходить відображення у:

- 1) розширенні асортименту послуг;
- 2) створенні пакетів і програм послуг;
- 3) наданні проживання та додаткових послуг.

Тест 89. Однією з найбільш мобільних служб готелю, що відіграє велику роль в обслуговуванні гостей, є:

- 1) служба чергового адміністратора;
- 2) служба безпеки;
- 3) служба посильних.

Тест 90. Вирішення усіх ділових та побутових питань гостя у висококласних готелях здійснює:

- 1) служба посильних;
- 2) служба дворецьких;

3) служба поверхів.

Тест 91. Основна інформація для гостя про служби готелю концентрується у:

- 1) рекламній теці-підбірці в номері;
- 2) холах на житлових поверхах;
- 3) вестибюлі готелю.

Тест 92. Технічна культура готельного підприємства визначається:

- 1) кваліфікацією персоналу;
- 2) організацією управління готелем;
- 3) якістю матеріальної бази.

Тест 93. Культура праці в готелі визначається:

- 1) станом матеріальної бази;
- 2) характеристикою будинку готелю;
- 3) рівнем кваліфікації та професійної майстерності кадрів.

Тест 94. Організаційно-управлінська культура в готелі визначається:

- 1) станом матеріальної бази;
- 2) естетикою праці;
- 3) раціональним менеджментом.

Тест 95. Взірець, еталон, мірило якості готельної послуги – це:

- 1) наукова організація праці;
- 2) стандарт;
- 3) пріоритет.

СИТУАЦІЙНІ ВПРАВИ

Менеджер, користуючись «зірковою» системою класифікації засобів розміщення, виконав опис свого готельного господарства. Необхідно:

- провести аналіз представленого опису готелю та визначити його ймовірну категорію;
- визначити наскільки повно й коректно зроблений такий опис (при необхідності його доповнити відповідно визначеній категорії готелю), обґрунтувати своє рішення.

Ситуаційне завдання №1

Зовнішній вигляд будинку, якість громадських приміщень та їх устаткування гарне. Будівля готелю має підсвічену вивіску і емблему. Вхід для гостей з навісом для захисту від опадів та повітряно-тепловим шторою. номери на 100 % оснащення внутрішнім, міським, міжміським і міжнародним зв'язком. На території готелю працюють магазини, кіоски, пошта, телеграф. До послуг бажаючих – закритий плавальний басейн (площа водяної поверхні – 40 м²), тренувальний зал. У випадку необхідності гості можуть скористатися послугами лікаря. Будівля готелю розташовується на другій лінії річки.

Номерний фонд готелю складає 48 номерів. номери повністю відповідають сучасним стандартам у готельній галузі плюс додаткові послуги. Двері підвищеної таємності. Щоденна зміна рушників (не менш 5-ти на кожного постояльця). Присутні туалет і ванна кімната, кабельне телебачення, Інтернет, холодильник і кондиціонер.

Послуги харчування гостям доставляють цілодобово у декількох залах, працює нічний клуб. Для зручності подорожуючих виділений один поверх, де паління не дозволяється.

У 100 % номерів якість та устаткування номерів і ванних кімнат гарне. У всіх ванних кімнатах підігрівається підлога, є біде, фен і банні простирали. У всіх номерах – супутникове телебачення. Є охоронювана автостоянка.

Ситуаційне завдання № 2

Гарне оформлення готельної будівлі з боку основної дороги. Гарне оформлення ділянки навколо готелю. Будівля готелю має підсвічену вивіску і емблему. Вхід для гостей з навісом для захисту від опадів та повітряно-тепловим шторою. Фасад, балкони, напільне покриття, стіни, штори, освітлення, меблі громадських приміщень знаходяться у найкращому стані. Це можна сказати і про напільне покриття, меблі, штори номерів.

На території готелю у межах 100 м є охоронювана автостоянка. Передбачений сервіс для інвалідів. На території готелю розташовані чотири торгові точки. Є телефонна пошта і телефакс. Готель надає послуги хімчистки, дрібного ремонту одягу, обміну валюти, виклику таксі. За проханням гостей обслуговуючий персонал підносить багаж із машини у номер і навпаки.

Хол готелю просторий, біля 80 м². Номерний фонд готелю складає 120 одно і двох містких номерів, площа яких не менше 12 м². Вхід для обслуговуючого персоналу окремий. У всіх номерах є санвузол, гаряче і холодне водопостачання, внутрішній і міський зв'язок. Білизна у номерах змінюють один раз у три дні, рушники – щоденно. У гарному стані - сантехнічне устаткування номерів, стіни і крани у ванних кімнатах, є фен і біде у всіх номерах.

Гостям у ресторані, який має окремий вхід, пропонують блюда національної кухні у продовж 14 годин на добу. Бари готелю обслуговують клієнтів 12 годин на добу.

Ситуаційне завдання № 3

У готелі у гарному стані знаходиться фасад, лоджії, напільне покриття, стіни, штори, освітлення, меблі громадських приміщень. У всіх номерах у відмінному стані знаходяться постільні речі, меблі і штори. На території готелю у межах 100 м є охоронювана автостоянка.

Передбаченні послуги для гостей-інвалідів. Є невеликий плавальний басейн (40 м²) і сауна на 8 чоловік. До послуг гостей, які мандрують із дітьми, дитяча кімната під

спостереженням вихователя на протязі 8 годи на добу. Для гостей передбачені послуги по транспортному обслуговуванню і доставці багажу. У денний час диби працюють дві торгові точки.

У готелі 52 номери. На кожному поверху є загальний хол, де гостям пропонується різноманітна туристична інформація, можна подивитися телепередачі, а у випадку необхідності скористатися аптечкою. З 7 до 10 годин ранку пропонується сніданок і вручається кореспонденція. За правилами внутрішнього розпорядку постільна білизна та рушники змінюються один раз у три дні. Обслуговуючий персонал відповідає вимогам професійних стандартів і має службові знаки приналежності. Є невелике затишне кафе.

Ситуаційне завдання № 4

Приватний готель на околиці міста розташований у старинному двоповерховому будинку. Поряд, 60 м від готелю, обладнана платна з охороною стоянка, де пропонуються послуги оренди автомобілів. Готель розташований у приміщенні, яке є архітектурною пам'яткою міського значення. Фасад приміщень недавно відреставрований і знаходиться у прекрасному стані.

Багатокімнатні номери (номерний фонд – 40 номерів). У інтер'єр готелю гармонічно вписуються ліфти (вантажний і пасажирський), виконані і старинному стилі, що дозволяє гостям вільно і зручно переміщатися. Привітливий персонал у фірмовому одязі пропонує гостям міста послуги гідів, бронювання і продаж квитків на видові заходи і різні види транспорту. У випадку екстреної необхідності персонал готелю швидко відправить чи доставить важливу кореспонденцію. Є два гостинних салони. Стан інтер'єра салонів та інших громадських приміщень гарний. Якість і стан устаткування номерного фонду задовільний. Стан устаткування ванних кімнат – стіни, підлога із спеціальним покриттям, сантехніка, крани – добрий.

Є ресторан, який працює з 12 годин до 12 ночі, і кафе, яке працює з 8.00 ранку до 8.00 вечору. До послуг гостей - транспортне обслуговування.

Ситуаційне завдання № 5

Готель розташований у лісовій зоні, недалеко від міста. Готель оснащений резервною системою газowego постачання і стаціонарним генератором, а також системою кондиціонування повітря. У готелі є телефони колективного користування для міського, міжміського і міжнародного зв'язку, поштові і телеграфні послуги. На території готелю працює хімчистка і ательє, де здійснюється дрібний ремонт одягу, Розроблені стандарти поведінки, обслуговування та зовнішнього виду персоналу готелю. Готель розташований у колишній родовій садибі князів Шадурських на березі річки, на території паркової зони площею більше 10 га, у будинку, який є пам'ятником культури регіонального значення. Зовнішній вигляд будинку, стіни, освітлення, напільне покриття, меблі після ремонту надзвичайно гармонійні. Гостям надаються транспортні послуги. водою (62 м²) і більш 6 оздоровчих процедур. Є сервіс для інвалідів. До додаткових послуг на території готелю віднесено забезпечення спеціалізованого відпочинку: рибалка на чотирьох майданчиках.

Номерний фонд повністю відповідає сучасним стандартам у готельній галузі плюс деякі додаткові зручності класу люкс. Номери для відпочиваючих 2-місні. У номерах у гарному стані меблі, штори, постільна білизна. Всі двері номерів мають електронні замки. У гарному стані знаходяться ванні кімнати: стіни, підлога, яка має спеціальне покриття, сантехнічне обладнання, крани. Гості отримують різноманітні послуги, які надаються персоналом з високою професійною підготовкою.

Гості можуть обслуговуватися одночасно у двох кафе і ресторани по системі «шведський стіл». Кафе працюють у продовж 12 год. на добу, але продаж напоїв здійснюється цілодобово. Для активного відпочинку пропонуються заняття у залі для фітнесу, у відкритому басейні з не підігрітою водою.

Ситуаційне завдання № 6

Готель по місткості відноситься до числа середніх. До послуг ділових туристів бізнес-центр із сучасними електронними засобами зв'язку, конференц-зал, який може бути трансформований у банкетний зал. Гість може взяти напрокат автомобіль. На першому поверсі розташовані салон краси, магазин, аптечний і газетний кіоски, послуги телексу і телефаксу. У 40 м від готелю – велика автостоянка, де додатково пропонуються прокат автомобілів і побутових товарів. У готелі відновлений великий плавальний басейн (85 м²), є дві сауни на 8 і 4 чоловіки. Стан інтер'єру, салонів, громадських приміщень і номерного фонду відмінний. Тренажерний зал для фітнесу займає біля 32 м². Є дитяча кімната з кваліфікованим персоналом.

Гостям пропонують багатокімнатні номери, які при бажанні можуть бути з'єднані. При прийомі та розміщенні гостей пропонуються газети, журнали, напої. На поверхи вода в номери подається очищена, придатна для пиття. Є тренажерний зал і плавальний басейн. Зовнішній вид будівлі можна характеризувати як відмінний. Гармонічно, по стилю будівлі підібраний дизайн двох гостьових ліфтів. У всіх номерах є кабельне телебачення. Готель передбачає сервісне обслуговування гостей-інвалідів. У гарному стані знаходяться ванні кімнати: стіни, підлога, яка має спеціальне покриття, сантехнічне устаткування, біде, крани. Для всіх гостей передбачені індивідуальні халати і фен.

Послуги харчування надаються на вибір цілодобово – працюють три ресторани, кафе, бари. На першому поверсі розміщуються стилізований, спеціалізований ресторан з окремим входом (працює цілодобово) з баром, який працює також цілодобово.

Ситуаційне завдання № 7

Будинок відпочинку знаходиться на березі озера. Територія будинку відпочинку складає більш ніж 12 га у відмінному стані лісопаркової зони, яка розташована на території заповідника, при цьому на кожного відпочиваючого припадає більш ніж 200 м². Будівля оснащена трьома ліфтами, є гостьовий салон і номери для тих, хто не палить. Служба прийому і розміщення суміщена із зоною для відпочинку та очікування. Цінності відпочиваючих зберігаються у сейфі адміністрації. Працюють салон краси і газетний кіоск.

Будинок відпочинку має біля 20 % 4-місних номерів, інші 2-х і 1-місні. Площа однокімнатного 1-місного номеру 9 м², однокімнатного 2-місного – 13 м². У 60 % номерів санвузол знаходиться у номері і його площа складає 2,6 м². На двох верхніх поверхах є два загальних туалетів, по дві ванні і душові загального користування. Ліфт працює цілодобово. У кожному номері є вентилятор і внутрішній телефонний зв'язок. Якість та стан устаткування номерного фонду у 100 % номерів оцінюється як добрий. Ванні кімнати (підлога, стіни, сантехнічне обладнання,крани) знаходяться також у гарному стані. Передбачена доставка багажу.

До послуг відпочиваючих – два кафе і два ресторани, обслуговування по системі «шведський стіл» і цілодобовий продаж напоїв на території будинку відпочинку.

Ситуаційне завдання № 8

На будинку п'ятиповерхового готелю (60 номерів) є підсвічена вивіска. Ліфт працює цілодобово. Зовнішній вигляд готелю залишає приємне враження, будинок добре освітлений.

У номери подається холодна і гаряча вода. Зміна білизни передбачена один раз у п'ять днів, рушників – один раз у три дні. Площа номера дозволяє гостям зручно і безпечно пересуватися та користуватися меблями й приладами. Поблизу громадських приміщень є туалет, який оснащений кабінками з туалетним папером, електричними розетками, дзеркалом. Меблі відповідають функціональному призначенню всіх приміщень. Площа холу невелика – 25 м². На кожному поверсі можна подивитися телевізійні передачі.

Хол і громадські приміщення недавно відремонтовані: стіни і напільні покриття знаходяться у гарному стані. Меблі і штори вдало поєднуються по кольоровій гамі. Оснащення номерного фонду (стіни, напільне покриття, меблі, штори, сантехніка, крани, постільне білизна) задовільні.

У готелі є невелике затишне кафе, яке працює цілодобово.

Ситуаційне завдання № 9

Великий готель має фірмову підсвічену емблему, окремий вхід для гостей захищений козирком від атмосферних опадів. Біля входу у готель – швейцар. Всі приміщення готелю кондиціонуються у будь-яку пору року. На першому поверсі є салон краси, магазин, аптечний і газетний кіоски, до послуг гостей телекс і телефакс. Гостей обслуговують два швидкісних ліфти, персонал користується окремим ліфтом. Готель передбачає сервісне обслуговування гостей-інвалідів. У 50 м від готелю – велика автостоянка, де додатково пропонують прокат автомобілів і побутових товарів.

Якість і стан оснащення номерного фонду відмінні. У гарному стані знаходяться ванні кімнати: стіни, підлога, яка має спеціальне покриття, сантехнічне обладнання, крани. Номерний фонд готелю складається виключно із багатокімнатних номерів, але з'єднання їх за проханням клієнтів не передбачається. Коридори декоративно озеленені, мають килимове покриття і оснащені відеоспостереженням. Всі двері номерів мають електронні замки. Хол просторий, біля 120 м². Зовнішній вигляд готелю, який побудований рік тому, виконаний у сучасному стилі і може бути визначений як відмінний.

На першому поверсі розташований спеціалізований ресторан із окремим входом (працює з 12.00 годин до 2.00 годин ночі), кафе також має окремий вхід (час роботи – 14.00 – 2.00).

Ситуаційне завдання № 10

Невеликий приватний готель у центральному районі міста має 45 номерів. Готель має гарний зовнішній вигляд і якісне обладнання громадських приміщень. Є гостьовий ліфт і гостьовий салон.

Хол просторий – 75 м², де гостям представляється різна туристична інформація, поштові і телеграф послуги, виклик таксі, послуги хімчистки у продовж доби, обмін валюти. Всі номери багатокімнатні, оснащені системами для забезпечення теплового комфорту У номерах гарне покриття, меблі, штори, постільна білизна, сантехніка, крани. У холі працює телефонний автомат із міжміським зв'язком.

Вранці за проханням клієнта персонал може його розбудити у визначений час і подати сніданок (по бажанню).

На території готелю цілодобово працює бар. Кафе працює 12 годин на добу.

ПРАКТИЧНІ ЗАДАЧІ

Задача 1

Умови задачі: інвестори прийняли рішення щодо створення готельної мережі, яка буде складатися із 6 готелів. Необхідно визначити найбільш вигідне розміщення головного офісу у одому і цих готелів.

Таблиця 1.1

Вихідні дані для розв'язання задачі

Місце розміщення готелю	Прогнозована кількість гостей готелю чоловік / день, Q_i	Координати місця розташування готелю, км	
		dx_i	dy_i
1	500	65	75
2	350	75	55
3	600	70	70
4	550	125	85
5	300	95	75
6	700	65	85

Розв'язання задачі

Для розв'язання задачі використовується метод «центр тяжіння». Координати розміщення головного офісу визначаються по формулам (1.1) і (1.2):

$$x = \frac{\sum_{i=1}^n (Q_i \times dx_i)}{\sum_{i=1}^n Q_i}; \quad (1.1)$$

$$y = \frac{\sum_{i=1}^n (Q_i \times dy_i)}{\sum_{i=1}^n Q_i} \quad (1.2)$$

$$x = \frac{(500 \times 65) + (350 \times 75) + (600 \times 70) + (550 \times 125) + (300 \times 95) + (700 \times 65)}{500 + 350 + 600 + 550 + 300 + 700} = \frac{243500}{3000} = 81 \text{ км}$$

$$y = \frac{(500 \times 75) + (350 \times 55) + (600 \times 70) + (550 \times 85) + (300 \times 75) + (700 \times 85)}{500 + 350 + 600 + 550 + 300 + 700} = \frac{227500}{3000} = 76 \text{ км}$$

Визначити координати розміщення головного офісу готельної мережі і перенести їх на координатну сітку (рис. 1.1).

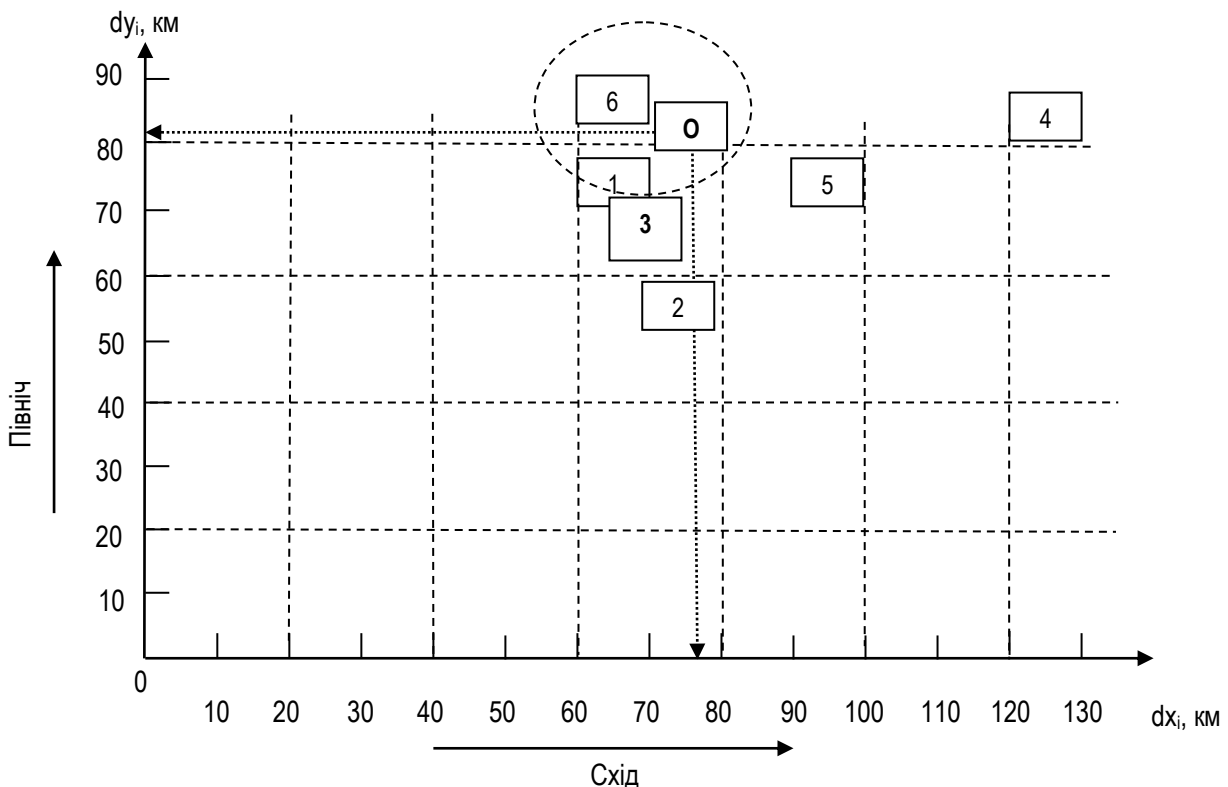


Рис. 1.1. Графічна інтерпретація методу «центр тяжіння»

Висновок: найближчими до розрахованих координат є місця розміщення головного офісу у готелях 1, 3, і 6. У першому наближенні приймаємо найбільш

перспективним місце розміщення головного офісу у готелі 3, де за прогнозними оцінками очікується найбільша кількість гостей. Поряд з цим, доцільно провести додаткову рейтингову оцінку визначених готелів.

Таблиця 1.2

Вихідні дані для самостійного розв'язання задачі

Варіант задачі	Характеристика	Місце розташування готелю						
		1	2	3	4	5	6	
1	Прогнозована кількість гостей готелю чоловік / день, Q_i	215	300	420	175	280	370	
	Координати місця, км	dx_i	50	75	90	120	40	85
		dy_i	65	110	50	60	110	75
2	Прогнозована кількість гостей готелю чоловік / день, Q_i	500	370	490	210	220	170	
	Координати місця, км	dx_i	65	110	60	55	75	40
		dy_i	65	70	75	125	85	65
3	Прогнозована кількість гостей готелю чоловік / день, Q_i	120	240	315	340	180	260	
	Координати місця, км	dx_i	75	55	60	85	80	70
		dy	40	80	55	60	120	100
4	Прогнозована кількість гостей готелю чоловік/день, Q_i	370	280	220	400	320	400	
	Координати місця, км	dx	40	55	55	85	120	70
		dy_i	100	80	60	60	80	75
5	Прогнозована кількість гостей готелю чоловік / день, Q_i	240	300	250	180	210	120	
	Координати місця, км	dx_i	50	75	90	120	40	65
		dy_i	110	50	60	100	75	85
6	Прогнозована кількість гостей готелю чоловік / день, Q_i	120	120	90	150	250	230	
	Координати місця, км	dx	75	55	60	85	80	70
		dy	100	65	50	60	100	75
7	Прогнозована кількість гостей готелю чоловік / день, Q_i	650	450	620	570	480	520	
	Координати місця, км	dx_i	70	95	55	45	105	60
		dy_i	45	55	80	120	60	100
8	Прогнозована кількість гостей готелю чоловік / день, Q_i	300	270	340	230	315	300	
	Координати місця, км	dx	100	75	60	95	75	65
		dy	80	70	95	45	45	60
9	Прогнозована кількість гостей готелю чоловік / день, Q_i	190	210	250	230	175	220	

	Координати місця, км	dx_i	50	65	40	50	75	55
		dy_i	60	75	55	85	60	70
0	Прогнозована кількість гостей готелю чоловік / день, Q_i		220	290	175	180	240	250
	Координати місця, км	dx_i	55	80	95	115	45	90
dy_i		70	95	55	45	105	60	

Задача 2

У процесі аналізу роботи персоналу готелю керівництвом було встановлено наявність відхилень від встановлених нормативів (табл. 2.1). Використовуючи АВС-аналіз, дати оцінку роботи працівників підрозділів готельного господарства

Таблиця 2.1

Відхилення у роботі персоналу готельного господарства від встановлених нормативів

Служба готельного господарства	Працівник	Кількість відхилень (місяць)
Служба прийому і розміщення клієнтів	Адміністратор 1 (Q)	3
	Адміністратор 2 (E)	7
	Адміністратор 3 (W)	1
	Черговий довідкового бюро 1 (H)	2
	Черговий довідкового бюро 2 (D)	4
	Черговий довідкового бюро 3 (S)	1
Дільниця обслуговування номерного фонду	Начальник ділянки (K)	2
	Обліковець міні-бару (L)	4
	Покоївка 1 (G)	8
	Покоївка 2 (N)	9
	Покоївка 3 (M)	6
	Старший комірник (білизна) (B)	9
	Комірник (білизна) (P)	10
	Вантажник (R)	14
	Робітник по пранню білизни (T)	12
	Робітник по ремонту білизни (Z)	8
Всього відхилень		100

Порядок проведення АВС-аналізу

Переформовуємо дані табл. 2.1 по зменшенню значень параметру «відхилення» (табл. 2.2).

Виділяємо групи ABC-аналізу, приймаючи співвідношення:

Група А – 55 %; група В – 25 %; група С – 25.

Таким чином, до групи «А» були віднесені працівники дільниці обслуговування номерного фонду та один працівник служби прийому і розміщення клієнтів. По відношенню до цих працівників приймаються першочергові заходи управлінського впливу (жорсткий контроль роботи, переатестація тощо. Працівники, які були віднесені до групи «В» менш впливають на зниження якості роботи готельного господарства (можливий періодичний контроль їх роботи, додатковий інструктаж). Працівники, які були віднесені до групи «С», практично не впливають на зниження якості роботи готельного господарства.

Таблиця 2.2

Приведені відхилення у роботі персоналу готельного господарства від встановлених нормативів

Працівник	Кількість відхилень (місяць)	Накопичена частка %	Група ABC-аналізу
Вантажник	14	14	А
Робітник по пранню білизни	12	26	
Комірник (білизна)	10	36	
Старший комірник (білизна)	9	45	
Покоївка 2	9	54	
Робітник по ремонту білизни	8	62	В
Покоївка 1	8	70	
Адміністратор 2	7	77	
Покоївка 3	6	83	
Черговий довідкового бюро 2	4	87	С
Обліковець міні-бару	4	91	
Адміністратор 1	3	94	
Черговий довідкового бюро 1	2	96	
Начальник ділянки	2	98	
Черговий довідкового бюро 3	1	99	
Адміністратор 3	1	100	

Таблиця 2.3

Вихідні дані для самостійного розв'язання задачі

Служба готельного господарства	Служба готельного господарства	Кількість відхилень (місяць)									
		Варіант задачі									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
Служба прийому і розміщення гостей	Адміністратор 1	2	3	5	6	9	7	10	4	7	12
	Адміністратор 2	4	6	8	9	12	10	13	7	10	15
	Адміністратор 3	2	4	6	7	10	8	11	5	8	13
	Черговий довідкового бюро 1	3	6	8	9	12	10	13	7	10	15
	Черговий довідкового бюро 2	4	6	8	9	12	10	13	7	10	15
	Черговий довідкового бюро 3	2	5	7	8	11	9	12	6	9	14
Дільниця обслуговування номерного фонду	Обліковець міні-бару	6	10	12	13	16	14	17	11	14	19
	Покоївка 1	4	8	10	11	14	12	15	9	12	17
	Покоївка 2	7	9	11	12	15	13	16	10	13	18
	Покоївка 3	3	7	9	10	13	11	14	8	11	16
	Старший комірник (білизна)	8	12	14	15	18	16	19	13	16	21
	Комірник (білизна)	12	14	16	17	20	18	21	15	18	23
	Вантажник	11	15	17	18	21	19	22	16	19	24
	Робітник по пранню білизни	9	13	15	16	19	17	20	14	17	22
Робітник по ремонту білизни	7	10	12	13	16	14	17	11	14	19	

Задача 3

Вихідні дані

Готель «Глобус», що діє на регіональному ринку гостинності, пропонує своїм клієнтам додаткову послугу – одноденна поїздка до історичної пам'ятки (екскурсія).

Досвід його роботи показує, що за мінімальною ціною 175 грн. на 1 особу одна така поїздка може бути економічно вигідною, якщо до неї залучено не менше $K = 20$ чол.

Оренда автобусу становить 1000 грн., оформлення всіх необхідних документів – 50 грн. на 1 особу, страхування 100 грн. на 1 особу.

Послуги екскурсовода на 1 поїздку – 100 грн. Організаційні витрати становлять 170 грн. Витрати на рекламу – 230 грн.

Завдання:

Необхідно визначити ціну туристичної послуги з метою отримання прибутку у розмірі $Pr \geq 1000$ грн. на одну особу, а за несприятливих умов ринку – щонайменше повне відшкодування витрат, пов'язаних з організацією такої екскурсії.

Розв'язання задачі

Етап 1. Аналіз повних витрат.

Розрахувати спочатку змінні витрати ЗВ, складовими яких є: оформлення документів 50 грн. і страхування 100 грн.:

$$ЗВ = 50 + 100 = 150 \text{ грн.}$$

Фіксовані витрати ФВ складаються з витрат на оренду автобусу – 1000 грн.; рекламу – 230 грн. послуги екскурсовода 100 грн.; та організаційних витрат – 170 грн.:

$$ФВ = 1000 + 230 + 100 + 170 = 1500 \text{ грн.}$$

Тоді повні витрати на 1 особу СП будуть складати:

$$СП = ЗВ + (ФВ : К) \quad (3.1)$$

$$СП = 150 + (1500 : 20) = 225 \text{ грн.}$$

Етап 2. Вибір ціноутворення.

Використовуємо метод, орієнтований на аналіз точки беззбитковості та забезпечення цільового прибутку.

Точка беззбитковості:

$$ТБЗ = ФВ : (Ц - ЗВ) \quad (3.2)$$

$$ТБЗ = 1500 : (175 - 150) = 60 \text{ чол.}$$

Таким чином, для покриття витрат туристичній фірмі необхідно залучити до поїздки $K_1 = 60$ чол. При цьому фірма не отримає збитків, але і не матиме прибутку. При меншій кількості туристів реалізація такої послуги призведе до збитків.

Етап 3. Встановлення ціни на послугу при умові отримання прибутку у розмірі $Pr \geq 1000$ грн.

$$Ц = ЗВ + [(ФВ + Pr) : K_1] \quad (3.3)$$

За умови залучення до екскурсії 56 осіб ціна поїздки на 1 особу буде складати:

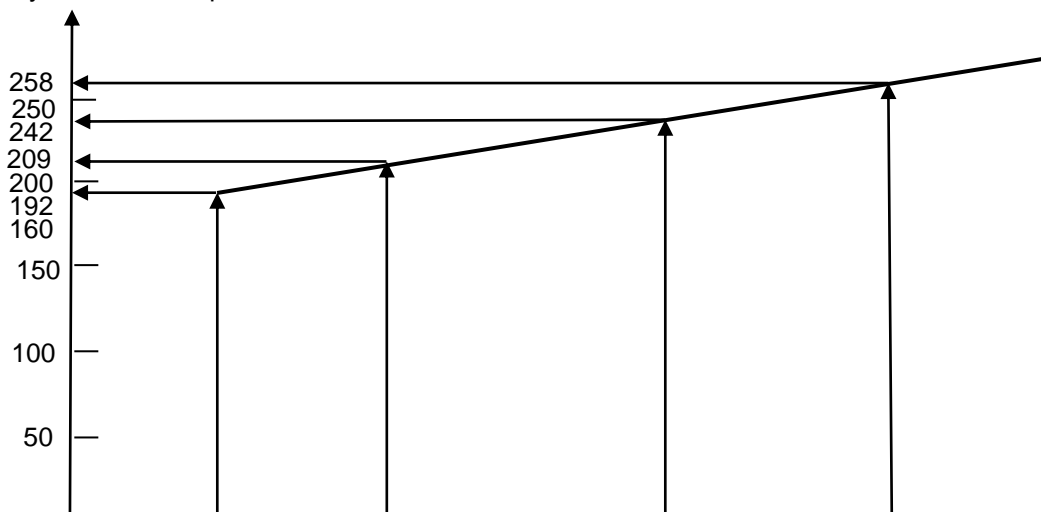
$$Pr_1 = 1000 \text{ грн.: } Ц_1 = 150 + [(1500 + 1000) : 60] = 192 \text{ грн.}$$

$$Pr_1 = 2000 \text{ грн.: } Ц_2 = 150 + [(1500 + 2000) : 60] = 209 \text{ грн.}$$

$$Pr_1 = 4000 \text{ грн.: } Ц_3 = 150 + [(1500 + 4000) : 60] = 242 \text{ грн.}$$

$$Pr_1 = 5000 \text{ грн.: } Ц_5 = 150 + [(1500 + 5000) : 60] = 258 \text{ грн.}$$

Ціна послуги на 1 чол., грн.



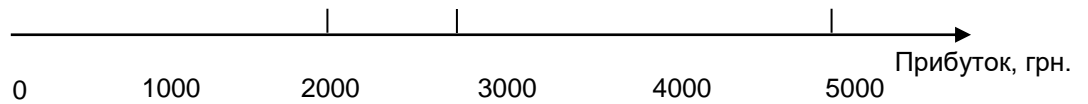


Рис. 3.1 Графічна інтерпретація встановлення ціни на туристичну послугу за умови отримання прибутку

Таблиця 3.1

Вихідні дані для самостійного розв'язання задачі

Вихідні дані	Варіант задачі									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ціна поїздки, грн.	200	170	150	220	160	190	170	250	220	200
Страхування, грн.	75	65	80	100	70	65	80	120	90	65
Оформлення документів, грн.	60	45	75	75	60	45	50	80	65	75
Оренда автобуса, грн.	1200	1350	1500	950	1800	1450	1300	750	800	950
Екскурсивод, грн.	150	120	150	100	180	140	200	95	100	180
Організаційні витрати, грн.	150	140	130	120	110	100	115	125	135	100
Реклама, грн.	130	200	175	125	150	100	115	145	110	115
Мінімальна кількість осіб	30	35	45	25	40	30	35	20	25	20
Запланований прибуток, грн.	1500	1200	1700	2000	1500	1900	2300	1800	1600	1600

Задача 4

Керівництво готелю приймає рішення щодо створення своєї філії у іншому регіоні. Відділу маркетингу доручено подати свої пропозиції стосовно місця розміщення такої філії, приймаючи до уваги пункти А, Б і В. Вихідні дані наведені в *табл. 4.1*.

Таблиця 4.1

Вихідні дані для розв'язання задачі

Фактор	Вага фактору (значимість фактору)	Оцінка пунктів по 100 бальній системі		
		А	Б	В
1. Присутність основних конкурентів	0,12	60	70	65
2. Ринок робочої сили	0,11	55	45	40
3. Існуюча інфраструктура (транспорт, зв'язок тощо)	0,05	40	60	55
4. Фактори зовнішнього середовища				
4.1. Соціальні	0,04	35	40	40
4.2. Екологічні	0,11	45	50	55
4.3. Підтримка місцевих органів влади	0,16	50	60	70
4.4. Технологічні / будівельні	0,14	35	30	25
5. Сукупні витрати на створення філії	0,15	60	75	80
6. Регіональні особливості	0,12	60	50	55
Всього:	1,00			

Таблиця 4.2

Розв'язання задачі

Фактор	Вага фактору (значимість фактору)	Відносна оцінка		
		А	Б	В
1. Присутність основних конкурентів	0,12	7,20	8,40	7,80
2. Ринок робочої сили	0,11	6,05	4,95	4,40
3. Існуюча інфраструктура (транспорт, зв'язок тощо)	0,05	2,00	3,00	2,75

4. Фактори зовнішнього середовища				
4.1. Соціальні	0,04	1,40	1,60	1,60
4.2. Екологічні	0,11	4,95	5,50	6,05
4.3. Підтримка місцевих органів влади	0,16	9,00	9,60	11,20
4.4. Технологічні	0,14	4,90	4,20	3,50
5. Сукупні витрати на створення філії	0,15	9,00	11,25	12,00
6. Регіональні особливості	0,12	7,20	6,00	6,60
Всього:	1,00	51,70	54,50	55,90

Висновок: таким чином, найбільш перспективним є пункт В.

Таблиця 4.3

Вихідні дані для самостійного розв'язання задачі

Фактори	Варіант задачі																			
	1			2			3			4			5							
	Вага фактор у (значимість фактор у)	Оцінка пунктів по 100 бальній системі			Вага фактор у (значимість фактор у)	Оцінка пунктів по 100 бальній системі			Вага фактор у (значимість фактор у)	Оцінка пунктів по 100 бальній системі			Вага фактор у (значимість фактор у)	Оцінка пунктів по 100 бальній системі						
		A	B	B		A	B	B		A	B	B		A	B	B				
2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
1. Присутність основних конкурентів	0,15	65	70	55	0,12	60	65	70	0,13	55	60	70	0,12	60	65	75	0,16	60	75	65
2. Ринок робочої сили	0,1	50	45	60	0,15	60	55	45	0,12	60	65	75	0,11	45	60	55	0,12	60	45	55
3. Існуюча інфраструктура (транспорт, зв'язок тощо)	0,08	45	50	35	0,1	50	60	60	0,07	45	50	60	0,05	55	35	60	0,06	60	55	45
4. Фактори зовнішнього середовища																				
4.1. Соціальні	0,05	40	55	45	0,05	50	60	75	0,06	45	40	35	0,07	35	55	40	0,05	35	40	50
4.2. Екологічні	0,1	50	60	75	0,11	80	55	75	0,13	75	80	60	0,1	50	45	50	0,12	45	50	50
4.3. Підтримка місцевих органів влади	0,12	35	40	40	0,14	45	40	35	0,15	50	45	45	0,14	70	50	60	0,11	60	50	70
4.4. Технологічні / будівельні	0,13	65	40	55	0,1	60	75	75	0,12	55	60	45	0,14	35	40	45	0,15	35	45	40
5. Сукупні витрати на створення філії	0,15	75	60	55	0,14	55	40	50	0,13	55	55	60	0,16	75	60	55	0,16	60	75	55

6. Регіональні особливості	0,12	55	60	75	0,09	60	60	55	0,09	75	60	60	0,11	55	50	60	0,07	60	50	55
Всього:	1				1				1				1				1			

Продовження табл. 4.3

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Варіант задачі																				
	6				7				8				9				0			
1. Присутність основних конкурентів	0,15	65	70	60	0,16	65	70	55	0,12	55	50	60	0,14	65	70	55	0,16	60	75	65
2. Ринок робочої сили	0,14	55	50	55	0,12	50	45	60	0,15	75	60	55	0,12	50	45	60	0,15	60	45	55
3. Існуюча інфраструктура (транспорт, зв'язок тощо)	0,07	45	50	55	0,06	45	50	35	0,1	35	40	45	0,1	45	50	35	0,04	60	55	45
4. Фактори зовнішнього середовища																				
4.1. Соціальні	0,04	50	45	40	0,05	40	55	45	0,05	70	50	60	0,06	40	55	45	0,07	35	40	50
4.2. Екологічні	0,1	45	50	55	0,12	50	60	75	0,11	50	45	50	0,13	50	60	75	0,11	45	50	50
4.3. Підтримка місцевих органів влади	0,12	65	50	60	0,11	35	40	40	0,14	35	55	40	0,15	35	40	40	0,13	60	50	70
4.4. Технологічні / будівельні	0,14	40	35	45	0,15	65	40	55	0,1	55	35	60	0,15	65	40	55	0,14	35	45	40
5. Сукупні витрати на створення філії	0,14	55	75	70	0,16	75	60	55	0,14	45	60	55	0,07	75	60	55	0,11	60	75	55
6. Регіональні особливості	0,1	60	55	50	0,07	55	60	75	0,09	60	65	75	0,08	55	60	75	0,09	60	50	55
Всього:	1				1				1				1				1			

Задача 5

Основною виробничою одиницею готелю ї зміна по прийому клієнтів, яка за зміну (8 год.) обслуговує 20 клієнтів. Не більше. На одного клієнта в середньому витрачається 15 хв. (0,25 год.).

Кількість днів у місяці – 30.

Таких змін у готелі три. Тобто за добу готель може прийняти 60 клієнтів.

Для простоти розрахунків приймаємо, що всі клієнти первинні.

90 % клієнтів після у процесі телефонної розмови із менеджером виявили зацікавленість щодо проживання у готелі.

Втрати клієнтів через їх неявку у готелі після бронювання – 5 %.

80 % клієнтів заселилося у готелі.

Завдання:

- визначити яку кількість персоналу необхідно для нормальної роботи готелю?
- визначити, яку кількість первинних звернень повинна сформувати маркетингова служба готелю для нормальної роботи готелю?

Розв'язання задачі

Готель приймає клієнтів цілодобово. При умові, що у місяці 30 днів, загальна кількість клієнтів, які заселилися у готелі у продовж 1 місяця буде складати:

$$30 \text{ днів} \times 60 = 1\,800 \text{ клієнтів.}$$

Такий показник відповідає виробничо-обслуговуючим можливостям готелю. Якщо клієнтів буде 1800 чи менше, готель справиться, якщо більше – будуть збої у його роботі, як наслідок, незадоволені клієнти.

Кількість клієнтів, які з'явилися у готелі з наміром заселитися складає:

$$\frac{1\,800 \times 100}{90} = 2\,000 \text{ клієнтів.}$$

Розрахуємо кількість менеджерів, необхідних для обслуговування всього потоку клієнтів, при умові що тривалість їх робочого дня 8 годин.

$$2\,250 : 30 : (8 : 0,25) = 2,3 \text{ чоловік.}$$

Отримали неціле число менеджерів по обслуговуванню клієнтів. Значить, керівництву готелю необхідно задуматися над нормативами: або інтенсифікувати процес обслуговування, якщо це можливо без втрати якості, або ж подумати над тим, чим ще можна зайняти персонал. У даному випадку приймається рішення щодо інтенсифікації. Тому зафіксуємо 2 менеджери по обслуговуванню клієнтів у зміну.

Кількість клієнтів, яка домовлялася щодо бронювання номерів у продовж місяця складає:

$$\frac{2\,250 \times 100}{(100 - 5)} = 2\,368 \text{ клієнтів.}$$

Кількість клієнтів, яка виявила зацікавленість щодо можливості заселитися у готелі у продовж місяця складає:

$$\frac{2\,368 \times 100}{90} = 2\,631 \text{ клієнт.}$$

Значить, кількість операторів, необхідних для відповідей на дзвінки клієнтів при тривалості робочої зміни 8 годин і нормативі часу на одного клієнта 10 хвилин (0,2 год.) буде складати:

$$2\,631 : 30 : (8 : 0,2) = 2,2 \text{ чоловіки.}$$

Висновок:

а) для нормального завантаження потужностей готелю служба прийому клієнтів повинна мати двох менеджерів, а служба зовнішнього зв'язку – двох операторів;

б) рекламну компанію необхідно планувати із розрахунку (округлено) 2700 потенційних клієнтів у місяць.

Таблиця 5.1

Вихідні дані для самостійного розв'язання задачі

Назва параметру	Варіант задачі									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
Тривалість зміни, год.	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
Кількість змін	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Тривалість обслуговування 1 гостя, хв.	15	20	25	17	23	20	15	18	22	25

Кількість гостей за зміну	25	20	30	20	15	35	30	20	40	30
Кількість днів у місяці	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Зацікавленість щодо проживання у готелі %	97	95	80	88	90	93	78	85	90	92
Втрати через неявку гостей після бронювання номеру, %	3	5	7	4	6	5	8	8	10	3
Заселення клієнтів у готелі, %	85	92	95	85	90	94	88	97	90	80
Середня тривалість телефонної розмови, хв.	12	15	10	18	20	12	15	10	18	20

Задача 6

Керівництво готелю пропонує клієнтам готельний номер категорії «Л» за ціною 450 грн. / добу, де «повний комплекс послуг» складає $C_{\text{баз}} = 85$ грн. / добу. При цьому керівництво готелю використовує стратегію «середня якість – низька ціна», як найменш ризиковану.

Відділ маркетингу готелю на основі результатів проведених досліджень запропонував розширити параметричний ряд таких номерів, виведенням на ринок ще два його різновиди категорії «Л-I», де «повний комплекс послуг» буде складати $C_1 = 175$ грн./добу і категорії «Л-II» де «повний комплекс послуг» буде складати $C_1 = 65$ грн./добу.

Витрати, які пов'язані із організацією нових видів номерів складають:

- фіксовані (постійні витрати) – 25000 грн.;
- змінні витрати на 1 номер категорії «Л-I» - 150 грн./добу;
- змінні витрати на 1 номер категорії «Л-II» - 75 грн./добу;

Завдання:

а) визначити, які цінові стратегії мають бути використані керівництвом готелю і які ціни мають бути встановлені на нові варіанти номерів категорій «Л-I» і «Л-II»;

б) розрахувати кількість номерів категорії «Л-I» і категорії «Л-II» за умов щонайменше готель повинен отримати повне відшкодування витрат, пов'язаних із їх створенням.

Розв'язання задачі

Прийнято рішення використати метод питомих цін за яким визначається ціна номеру із розрахунку на одиницю послуги, що є основним параметром для всіх інших видів готельних номерів цього асортиментного ряду («Л-I» і «Л-II»).

Ціна $C_{\text{пит.}}$ визначається по формулі:

$$C_{\text{пит.}} = C_{\text{баз.}} : M_{\text{баз.}} \quad (6.1)$$

де $C_{\text{пит.}}$ – питома ціна номеру на 1 послугу, грн.;

$C_{\text{баз.}}$ – ціна базового варіанту номеру ($C_{\text{баз.}} = 450$ грн.);

$M_{\text{баз.}}$ – значення основного параметру базового варіанту номеру ($C_{\text{баз.}} = 85$ грн.),

$$C_{\text{пит.}} = 450 : 85 = 5,3 \text{ грн. / послуга}$$

Для визначення цін нових варіантів номерів використовується формула:

$$C_{\text{н.}} = C_{\text{пит.}} \times X_{\text{н.}} + H, \quad (6.2)$$

де $C_{\text{н.}}$ – ціна нового виду номеру, грн.;

$X_{\text{н.}}$ – кількісне значення головного параметру нового варіанту номеру;

H – надбавки / знижки, які відображають зміни інших споживчих характеристик нового виду послуги.

У даному випадку інші характеристики в нових типів номерів залишаються без змін. Тому $H = 0$.

Ціна номеру категорії «Л-I» буде дорівнювати:

$$C_{\text{Т-I}} = 5,3 \times 175 = 927,5 \text{ грн.}$$

Ціна номеру категорії «Л-II» буде дорівнювати:

$$C_{\text{Т-II}} = 5,3 \times 65 = 344,5 \text{ грн.}$$

Пропозиція номеру категорії «Л-II» змінює межі середніх і низьких цін на послуги готелю. Тепер номери типу «Л» присутні у всіх трьох цінових діапазонах.

Низькі ціни – номер категорії «Л-II» - може бути позиційований як типовий номер, досяжний більшості клієнтів з гарним рівнем якості обслуговування.

Середні ціни – номер категорії «Л» - може бути позиційований як типовий номер з підвищеним рівнем якості обслуговування.

Високі ціни – номер категорії «Л-I» - може бути позиційований як інклюзивний номер з високим рівнем обслуговування.

Визначення «точки безбитковості».

Номер категорії «Л-I»:

$$C_n = \Phi B : (Ц - ЗВ) = 25000 : (927,5 - 150) = 32 \text{ номери}$$

Номер категорії «Л-II»:

$$C_n = \Phi B : (Ц - ЗВ) = 25000 : (344,5 - 75) = 93 \text{ номери}$$

Таблиця 6.1

Вихідні дані для самостійного розв'язання задачі

Назва параметру	Варіант задачі									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
Вартість стандартного номеру	460	500	475	380	350	470	520	500	370	550
Ціна "п.к.п." стандарт	90	130	115	70	65	110	140	150	90	180
Ціна "п.к.п." підвищеної комфортності	140	180	165	120	115	160	190	200	140	230
Ціна "п.к.п." економ-класу	60	90	80	45	30	65	90	100	60	85

Задача 7

У готелі впроваджені додаткові платні послуги, характеристики яких представлені у табл. 7.1.

Таблиця 7.1

Характеристики додаткових платних послуг, які надаються готелем

Вид послуг	Планована кількість послуг, Qi	Ціна одиниці послуг, Ці, грн.	Прибуток на одиницю послуг, Пі, грн.	Поточні разові витрати на проведення заходів ПРі, грн.
1. Замовлення таксі	2500	2,0	0,2	150
2. Відправка речей у хімчистку	400	1,5	0,15	150
3. Доставка у номер напоїв	1200	1,0	0,2	-
4. Пакування речей	300	1,5	0,12	60

Завдання:

Розрахувати приріст обсягу реалізації послуг, приріст прибутку і поточний (річний) економічний ефект від впровадження таких послуг.

Розв'язання задачі

1. Розраховувати приріст обсягу реалізації послуг по формулі:

$$\Delta V = \sum(C_i \times Q_i). \quad (7.1)$$

$$\Delta V = (2,0 \times 2500) + (1,5 \times 400) + (1200 \times 1,0) + (300 \times 1,5) = 5000 + 600 + 1200 + 450 = 7250 \text{ грн.}$$

2. Розраховувати приріст прибутку по формулі:

$$\Delta \Pi = \sum(C_i \times Q_i \times \Pi_i). \quad (7.2)$$

$$\Delta \Pi = (2,0 \times 2500 \times 0,2) + (1,5 \times 400 \times 0,15) + (1200 \times 1,0 \times 0,2) + (300 \times 1,5 \times 0,12) = 1000 + 90 + 240 + 540 = 1870 \text{ грн.}$$

3. Розраховувати поточний (річний) економічний ефект по формулі:

$$E_T = \Delta \Pi - \sum \text{ПРі}. \quad (7.3)$$

$$E_T = 1870 - 360 = 1510 \text{ грн.}$$

Таблиця 7.2

Вихідні дані для самостійного розв'язання задачі

Варіант	Вихідні дані	Виклик таксі	Відправка речей у хімчистку	Доставка напоїв у номер	Пакування речей
1	2	3	4	5	6
1	Планована кількість послуг, Q_i	3000	500	1500	450
	Ціна одиниці послуг, C_i , грн.	2	1,5	1	1,5
	Прибуток на одиницю послуг, Π_i , грн.	0,4	0,3	0,3	0,3
	Поточні разові витрати на проведення заходів ПРі, грн.	200	180	0	70
2	Планована кількість послуг, Q_i	2500	450	1450	380
	Ціна одиниці послуг, C_i , грн.	3	2	1,5	3
	Прибуток на одиницю послуг, Π_i , грн.	0,3	0,2	0,15	0,3
	Поточні разові витрати на проведення заходів ПРі, грн.	100	100	0	60
3	Планована кількість послуг, Q_i	1500	250	750	150
	Ціна одиниці послуг, C_i , грн.	1,5	1	1	1,5
	Прибуток на одиницю послуг, Π_i , грн.	0,3	0,2	0,2	0,3
	Поточні разові витрати на проведення заходів ПРі, грн.	200	150	0	100
4	Планована кількість послуг, Q_i	3500	550	1050	450
	Ціна одиниці послуг, C_i , грн.	4	3	2	1
	Прибуток на одиницю послуг, Π_i , грн.	0,4	0,3	0,2	0,1

	Поточні разові витрати на проведення заходів ПРі, грн.	250	150	0	100
5	Планована кількість послуг, Qi	1750	225	525	130
	Ціна одиниці послуг, Ці, грн.	2	1	1	1,5
	Прибуток на одиницю послуг, Пі, грн.	0,2	0,2	0,2	0,15
	Поточні разові витрати на проведення заходів ПРі, грн.	100	75	0	50
6	Планована кількість послуг, Qi	3250	675	1570	400
	Ціна одиниці послуг, Ці, грн.	2,5	1,7	2	1,5
	Прибуток на одиницю послуг, Пі, грн.	0,5	0,34	0,2	0,15
	Поточні разові витрати на проведення заходів ПРі, грн.	175	125	0	75
7	Планована кількість послуг, Qi	2100	410	1600	300
	Ціна одиниці послуг, Ці, грн.	2,5	1,5	2	1,5
	Прибуток на одиницю послуг, Пі, грн.	0,25	0,15	0,1	0,15
	Поточні разові витрати на проведення заходів ПРі, грн.	100	80	0	50

Продовження табл. 7.2

1	2	3	4	5	6
8	Планована кількість послуг, Qi	2500	400	1200	300
	Ціна одиниці послуг, Ці, грн.	3	2	1,5	1,5
	Прибуток на одиницю послуг, Пі, грн.	0,3	0,4	0,3	0,15
	Поточні разові витрати на проведення заходів ПРі, грн.	120	80	0	40
9	Планована кількість послуг, Qi	2800	370	1050	180
	Ціна одиниці послуг, Ці, грн.	2,5	2	1,5	1
	Прибуток на одиницю послуг, Пі, грн.	0,25	0,2	0,3	0,2
	Поточні разові витрати на проведення заходів ПРі, грн.	250	125	0	65
0	Планована кількість послуг, Qi	5600	740	2100	360
	Ціна одиниці послуг, Ці, грн.	5	4	2	2
	Прибуток на одиницю послуг, Пі, грн.	0,5	0,8	0,2	0,4
	Поточні разові витрати на проведення заходів ПРі, грн.	300	150	0	75

Задача 8

У готелі надаються у прокат предмети тривалого користування, характеристики яких представлені у *табл. 8.1*.

Таблиця 8.1

Характеристики речей тривалого користування, які надаються готелем у прокат

Найменування предмету прокату	Одиниця часу користування, t	Ціна користування у од. часу, Ці, (грн.)	Середній час користування, T, год.	Кількість предметів в прокату, Ni, од.	Прибуток на 1 грн. реалізації, Пі грн.	Річна сума амортизації, Ар (тис. грн.)
Музичний центр	1 год.	150	240	5	0,28	28,0
Оренда банкетного залу	1 год.	800	150	2	0,34	290,0
Оренда конференц-залу	1 год.	700	195	1	0,30	310,0

Завдання:

Розрахувати приріст обсягу реалізації послуг, приріст прибутку і поточний (річний) економічний ефект від задачі клієнтам готелю у прокат предметів тривалого користування.

Розв'язання задачі

1. Приріст обсягу реалізації послуг розраховується по формулі:

$$\Delta V = \sum(C_i \times Q_i \times N_i). \quad (8.1)$$

$$\begin{aligned} \Delta V &= (150 \times 240 \times 5) + (800 \times 150 \times 2) + (700 \times 195 \times 1) = \\ &= 180000 + 240000 + 136500 = 556500 \text{ грн.} \end{aligned}$$

2. Приріст прибутку розраховується по формулі:

$$\Delta \Pi = \sum(C_i \times Q_i \times \Pi_i). \quad (8.2)$$

$$\begin{aligned} \Delta \Pi &= (150 \times 240 \times 0,28) + (800 \times 150 \times 0,34) + (700 \times 195 \times 0,30) = \\ &= 10080 + 40800 + 40950 = 91830 \text{ тис. грн.} \end{aligned}$$

3. Поточний (річний) економічний ефект розраховується по формулі:

$$E_T = \Delta \Pi - \sum \text{ПР}_i - A_p \quad (8.3)$$

$$E_T = 91830 - 28 - 290 - 310 = 91202 \text{ тис. грн.}$$

Таблиця 8.2

Вихідні дані для самостійного розв'язання задачі

Варіант задачі	Найменування предмету прокату	Одиниця часу користування, t	Ціна користування у од. часу, Ці, (грн.)	Середній час користування, Т (год.)	Кількість предметів прокату, Ні, од.	Прибуток на 1 грн. реалізації, Пі (грн.)	Річна сума амортизації, Аp (тис. грн.)
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Музичний центр	1	120	120	6	0,24	50
	Оренда банкетного залу	1	1200	72	2	0,7	700
	Оренда конференц-залу	1	800	96	1	0,5	500
2	Музичний центр	1	100	240	4	0,15	100
	Оренда банкетного залу	1	800	48	1	0,2	400
	Оренда конференц-залу	1	600	120	1	0,3	300
3	Музичний центр	1	85	240	4	0,25	29
	Оренда	1	850	150	2	0,7	350

	банкетного залу						
	Оренда конференц-залу	1	850	195	1	0,75	320
4	Музичний центр	1	150	200	5	0,22	30
	Оренда банкетного залу	1	1000	110	2	0,4	400
	Оренда конференц-залу	1	850	155	2	0,31	310
5	Музичний центр	1	75	210	3	0,25	40
	Оренда банкетного залу	1	750	100	1	0,5	250
	Оренда конференц-залу	1	570	140	2	0,75	280
6	Музичний центр	1	95	480	3	0,2	27
	Оренда банкетного залу	1	600	96	2	0,5	250
	Оренда конференц-залу	1	450	72	1	0,8	350
	Оренда банкетного залу	1	700	72	2	0,7	310
	Оренда конференц-залу	1	500	72	1	0,7	250

Продовження табл. 8.2

1	2	3	4	5	6	7	8
7	Музичний центр	1	150	240	4	0,25	20
	Оренда банкетного залу	1	600	96	1	0,3	150
	Оренда конференц-залу	1	300	72	1	0,4	180
8	Музичний центр	1	100	200	4	0,15	40
	Оренда банкетного залу	1	700	150	2	0,5	200
	Оренда конференц-залу	1	500	96	2	0,3	150
9	Музичний центр	1	120	200	6	0,2	20
	Оренда банкетного залу	1	1200	195	1	0,5	150
	Оренда конференц-залу	1	900	150	2	0,7	200
0	Музичний центр	1	70	240	4	0,3	40
	Оренда банкетного залу	1	700	72	2	0,7	310
	Оренда	1	500	72	1	0,7	250

конференц-залу						
----------------	--	--	--	--	--	--

Задача 9

Керівництво готелю приймає рішення по відкриттю для клієнтів кіоску супутніх товарів. Вихідні дані такого проекту наведені у *табл. 9.1*.

Таблиця 9.1

Вихідні дані

Групи (види)супутніх товарів	Очікуваний обсяг реалізації, N у натур. одиницях	Закупочна ціна одиниці товару, Ці, грн.	Торгова націнка, Ст, %	Прибуток на 1 грн. виручки, Пі, грн.
Група А	20000	43	20	0,3
Група Б	15400	18,7	25	0,1
Група В	4700	130,0	15	0,2

Завдання:

Розрахувати приріст обсягу виручки, приріст прибутку від реалізації супутніх товарів у кіоску, який був створений

Розв'язання задачі

1. Приріст обсягу виручки від реалізації готелем супутніх товарів розраховують по формулі:

$$\Delta V = \sum(N \times Ці \times Ст). \quad (9.1)$$

$$\Delta V = (20000 \times 43 \times 0,2) + (15400 \times 18,7 \times 0,25) + (4700 \times 130 \times 0,15) = 172000 + 71995 + 91650 = 335645 \text{ грн.}$$

2. Приріст прибутку розраховується по формулі:

$$\Delta П = \sum(N \times Ці \times Ст \times Пі). \quad (9.2)$$

$$\Delta П = (20000 \times 43 \times 0,2 \times 0,3) + (15400 \times 18,7 \times 0,25 \times 0,1) + (4700 \times 130 \times 0,15 \times 0,2) = 51600 + 7199,5 + 18330 = 77129,5 \text{ грн.}$$

Таблиця 9.2

Вихідні дані для самостійного розв'язання задачі

Варіант задачі	Групи (види)супутніх товарів	Очікуваний обсяг реалізації, N у натур. одиницях	Закупочна ціна одиниці товару, Ці, грн.	Торгова націнка, Ст, %	Прибуток на 1 грн. виручки, Пі, грн.
1	Група А	21000	15,5	20	0,2
	Група Б	15000	42,6	15	0,1
	Група В	5000	85	40	0,4
2	Група А	25000	19,2	12	0,2
	Група Б	2000	150	25	0,2
	Група В	7000	78	40	0,5
3	Група А	15000	20	24	0,3
	Група Б	12000	15,5	32	0,5
	Група В	1800	170	50	0,3
4	Група А	32000	8,25	10	0,15
	Група Б	22000	10,75	15	0,15
	Група В	7500	108,5	23	0,3
5	Група А	7500	15	12	0,12
	Група Б	4500	11,3	17	0,3

	Група В	3000	10,8	22	0,4
6	Група А	10000	42	15	0,2
	Група Б	8000	35	25	0,3
	Група В	6000	27	20	0,4
7	Група А	7000	17,5	35	0,5
	Група Б	5500	12,3	12	0,15
	Група В	1750	4,6	28	0,3
8	Група А	6850	22	10	0,1
	Група Б	1200	60	20	0,2
	Група В	850	120	30	0,3
9	Група А	11400	7,7	22	0,2
	Група Б	8900	32,2	35	0,35
	Група В	5200	41,5	15	0,2
0	Група А	850	180	35	0,4
	Група Б	1520	85	47	0,5
	Група В	450	350	52	0,5

Задача 10

Розрахувати ефективність від проведення туристичною фірмою рекламної компанії. Вихідні дані наведені у *табл. 10.1*.

Таблиця 10.1

Вихідні дані розрахунку ефективності

Показники	Одиниця виміру	Величина показника
Середньоденний обсяг виручки дорекламного періоду, V_c	тис. грн.	675,3
Відносний процент приросту середньоденної виручки, k	%	1,7
Кількість днів обліку обсягу виручки у рекламний період, T	дні	140
Прибуток на 1 грн. реалізації послуги, Pr	грн.	0,18
Витрати на рекламу, V_r	тис. грн.	86,9

Розв'язання задачі

1. Розрахувати приріст обсягу реалізації фірмою послуг ΔV по формулі:

$$\Delta V = (V_c \times k \times T) : 100. \quad (10.1)$$

$$\Delta V = (675,3 \times 1,7 \times 140) : 100 = 1607,2 \text{ грн.}$$

2. Розрахувати приріст прибутку $\Delta П$ по формулі:

$$\Delta П = \Delta V \times Пр. \quad (10.2)$$

$$\Delta П = 1607,2 \times 0,18 = 289,3 \text{ грн.}$$

3. Розрахувати поточний (річний) економічний ефект $Ет$ по формулі:

$$Ет = \Delta П - Вр \quad (10.3)$$

$$Ет = 289,3 - 86,9 = 202,4 \text{ грн.}$$

Таблиця 10.2

Вихідні дані для самостійного розв'язання задачі

Показники	Варіант задачі				
	1	2	3	4	5
Середньоденний обсяг виручки дорекламного періоду, V_c (тис. грн.)	524,2	415,7	675,8	487,3	245,6
Відносний процент приросту середньоденної виручки, k (%)	1,5	2,3	1,4	1,7	2,1
Кількість днів обліку обсягу виручки у рекламний період, T (дні)	120	96	150	200	180
Прибуток на 1 грн. реалізації послуги, $Пр$ (грн.)	0,2	0,15	0,3	0,15	0,4
Витрати на рекламу, $Вр$ (тис. грн.)	17,5	42,5	62,2	57,6	82,3
Показники	Варіант задачі				
	6	7	8	9	10
Середньоденний обсяг виручки дорекламного періоду, V_c (тис. грн.)	312,8	715,9	682,4	555,5	507,4

Відносний процент приросту середньоденної виручки, k (%)	1,9	1,3	1,8	2	1,9
Кількість днів обліку обсягу виручки у рекламний період, T (дні)	90	45	130	240	220
Прибуток на 1 грн. реалізації послуги, Пр (грн.)	0,5	0,2	0,15	0,13	0,18
Витрати на рекламу, Вр (тис. грн.)	80,1	39,4	75,7	69	92,1

ГЛОСАРІЙ

А

Агентський (конфіденційний) тариф – ціна на готельні послуги, що пропонуються для реалізації туристичному агенту і виражаються у вигляді процентних знижок від опублікованих тарифів.

Агрозотель – готель, який розташований в сільській місцевості, надає умови для сільськогосподарської діяльності під час відпочинку.

Акватель – готель, який розміщений на кораблі, знятому з експлуатації як транспортний засіб, і який знаходиться на стаціонарній стоянці.

Американський план – готельний тариф, що включає в себе вартість розміщення й триразового харчування.

Англійський сніданок – повний сніданок, зазвичай включає в себе фруктовий сік, яєчню з шинкою, тости, масло, джем і каву або чай.

Ануляційні терміни – кількість календарних днів до дати заїзду, у межах яких діє ануляція замовлення.

Ануляційний штраф – сума, що виплачується туристичним оператором готелю у разі порушення ануляційних термінів (не заїзду або пізньої ануляції).

Аналогічні засоби розміщення – підприємства будь-якої організаційно-правової форми, які складаються з номерів і надають готельні послуги включно з щоденною заправкою ліжок, прибиранням кімнат тощо.

Анулювання – відмова замовника від заброньованих послуг. Анулювання ділиться на три види: своєчасне анулювання, пізнє анулювання, неприбуття. У разі пізнього анулювання або неприбуття готель стягує штраф із замовника згідно умов, викладених в договорі.

Апарт-готель – тип номерів у готелях, за своїм оформленням наближених до виду сучасних квартир, включаючи місця для приготування їжі (вартість харчування звичайно не включається у вартість номера).

Апартамент – номер з двох і більше житлових кімнат, кухонної ніші, одного повного і одного додаткового санвузла для гостей; розрахований на проживання одного-двох гостей.

Б

Багатомісний номер – номер, призначений для розміщення трьох і більше осіб, оснащений односпальними ліжками за кількістю осіб, які там проживають.

База відпочинку (комплекс відпочинку) – аналогічний готелю засіб розміщення з мінімальними зручностями, як правило, сезонного функціонування, розташований в рекреаційній зоні.

Безповоротне квотування – зобов'язання туристичного оператора і готелю, згідно з якими готель передає туроператору право на реалізацію квоти на період дії договору. При цьому туристичний оператор оплачує повну вартість квоти незалежно від фактичної кількості розміщених туристів, а готель зобов'язується надати повний комплекс обумовлених у договорі послуг без права зупинки продажу.

Белмен – працівник готелю, який підносить багаж і виконує доручення гостей.

Бермудський план – метод надання готельних послуг, при якому до ціни проживання включено вартість сніданку і номеру.

Ботель – готель цілорічного функціонування, розміщений на невеликому за розміром плавзасобі; має умови для швартування і технічного обслуговування.

Бранч (*brunch*) – прийом їжі між сніданком і обідом (замінює і сніданок, і обід).

Бронювання – попереднє закріплення за певним туристом (пасажиром) місць в готелі на певну дату.

Бронювання готельних послуг на договірних умовах – вид довгострокового співробітництва та партнерських відносин готелю з туристичними операторами і агентами, корпоративними клієнтами на основі укладання взаємовигідних договорів, пов'язаний з такими поняттями, як «продаж по запиту» і «вільний продаж».

Будинок відпочинку – аналогічний готелю засіб розміщення, яким правило цілорічного функціонування, розташований в рекреаційній зоні і такий, що забезпечує умови для відпочинку з наданням послуг оздоровчо-профілактичного характеру в регламентованому режимі.

Бунгало (*BG, bungalow*) – обладнаний засіб розміщення, виготовлений з легких будівельних матеріалів, оснащений інвентарем для самостійного приготування їжі.

Бутік-готель – елітний міні-готель, що поєднує високий рівень комфортності з оригінальними інтер'єрами і домашньою атмосферою.

Бюро обслуговування – бюро у готелі, яке здійснює різноманітний інформаційний сервіс, валютно-фінансові операції, забезпечення гостей квитками для проїзду і квитками для відвідування культурно-видовищних заходів, організації медичної допомоги.

В

Вілла – окремий будиночок на 3 – 6 кімнат, однорівневий або дворівневий, з великою вітальнею, кількома спальнями та санвузлами. Басейн може бути як індивідуальним, так і 1 на декілька вілл.

Вид з вікна готелю, варіанти:

а) **Sea View** - номер з видом на море. Вид буває як прямий, так і боковий, коли будівля стоїть до моря торцем, і побачити воду можна, тільки визирнувши з вікна вбік або вийшовши на балкон;

б) **Garden View** – номер з видом на сад. Моря звідти не видно, швидше за все, під вікном буде гайок з співаючими птахами і чарівними запахами. Коштує дешевше, ніж кімната з видом на море;

в) **Pool View** – номер з видом на басейн. Досить рідко виділяється в окремий вид і практично ніколи не оцінюється додатково.

Види розміщення в готелі – визначаються місцем або приміщенням, що складається з одного чи кількох місць, придатних для проживання.

Все включено (*all inclusive*) – система обслуговування в готелях, при якій харчування, напої (найчастіше місцевого виробництва) і окремі види послуг не вимагають додаткової оплати. Різновидом даної системи обслуговування є система *max inclusive*, коли перелік додаткових послуг може бути суттєво розширений і включати безкоштовне користування сауною, перукарнею, заняття різними видами спорту і т. д.

Г

Гарантоване бронювання – вид «прямого» бронювання, при якому готель надає клієнту номер до розрахункової години дня, наступного за днем запланованого заїзду. При цьому застосування штрафних санкцій залежить від форми оплати замовлення. У випадку пізньої ануляції поїздки або не заїзду розмір штрафних санкцій, як правило, становить вартість одного дня перебування (ночівлі).

Гарячий лист – лист з відомостями про втрачені або вкрадені кредитні картки, який розсилається в готелі та інші організації, де використовуються кредитні картки.

Гірський притулок (туристський притулок) – засіб розміщення, розташований у віддаленій гірській місцевості на туристичному маршруті з активними способами пересування, призначений для короткочасного перебування і відпочинку.

Гість – людина, яка проживає у готелі за певну оплату.

Готель – підприємство будь-якої організаційно - правової форми, що складається з номерів, надає готельні послуги які не обмежуються щоденною заправкам ліжок, прибиранням кімнат і санвузлів .

Готелі і аналогічні засоби розміщення – майнові комплекси, які складаються з 7 і більше номерів для тимчасового проживання.

Готельна діяльність – діяльність юридичних осіб і індивідуальних підприємців, які наділені у визначеному порядку майновими правами на відповідні колективні засоби тимчасового розміщення з безпосереднім розпорядженням й управлінням ними, для надання послуг розміщення та обслуговування громадян, а також інша діяльність з організації і надання послуг гостинності, включаючи їх реалізацію.

Готельна послуга – дії виконавця з тимчасового розміщення споживача шляхом надання номера або місця для ночівлі, а також надання інших послуг, пов'язаних з тимчасовим мешканням в готелі або в аналогічному засобі розміщення.

Готельний каталог – офіційне інформаційно-довідкове видання туроператора, де розміщено перелік і види готелів-контрагентів, а також їх формалізований опис, у тому числі адреса, телефони і системи бронювання, перелік послуг, які надаються готелем тощо.

Готельний ланцюг – мережа, франшизна або інша готельна система, члени якої користуються особливими привілеями, особливо в національній системі бронювання.

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

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

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

Гостьова кімната – засіб розміщення в окремому мебльованому приміщенні гостьової квартири в житловому будинку, де надають мінімальні зручності і, переважно, пропонують сніданок.

Гуртожиток – недорогий готель з обмеженим сервісом; надає платне розміщення для молоді, мандрівної пішки, на велосипедах і т. ін.

Гуртожиток відомчий – засіб розміщення, як правило, відомчій підлеглості, що має житлові кімнати, розташовані по коридорній (блоковою) системі, і умови для

самостійного приготування їжі з наданням кухонного устаткування в загальне користування на поверсі.

Д

Дата зняття броні – дата, коли незаселений заброньований готельний номер передається у основний продаж.

День від'їзду – дата виїзду туриста із готелю.

День заїзду – дата прибуття туриста у готель.

Денна норма – обмежена ціна для розміщення у готелі для розміщення у ньому не більш ніж на одну ніч чи один день.

Дитячий табір праці і відпочинку – засіб розміщення сезонного функціонування, який має умови для здійснення в регламентованому режимі певної діяльності під час відпочинку.

Додаткові послуги засобу розміщення – услуги не включені в тариф і які замовляються самостійним вирішенням туриста і оплачуються по окремих цінах окремо від тарифу.

Дуплекс – двоповерховий номер з двох і більш житлових кімнат з внутрішніми стаціонарними сходами, і повним санвузлом; розрахований на мешкання одного-двох чоловік.

Є

Європейський план – готельний тариф, який включає у себе лише вартість розміщення (без вартості харчування).

З

Замовлення – одноразовий акт бронювання певних готельних послуг на певний термін для відповідних туристів.

Заява про місію готелю – декларований документ про головну мету діяльності даного готелю.

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

I

Індивідуальний засіб розміщення – засіб розміщення, в якому за плату або безоплатно надають обмежену кількість місць.

Інформаційний чек – алфавітний листок, де зареєстровані гості записані відповідно номерам готельних номерів.

K

Категорія готелю – класифікація готелів за категоріями, яка базується на комплексі вимог до будівель, матеріально-технічного устаткування, номенклатури і якості надаваних послуг, рівню обслуговування.

Квота – кількість готельних номерів, яка виділяється готелем туроператору (турагенту) на підставі договору і на певний період.

Кемпінг – табір для автотуристів, який об лаштований палатками чи іншими легкими спорудами літнього типу (наприклад бунгало), автомобільною стоянкою, системою водопостачання і каналізації та оснащений засобами для приготування їжі.

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

Кодекс відносин між готелями та туроператорами – міжнародний нормативний документ, що представляє собою готельну конвенцію про основоположні принципи взаємовідносин між туроператорами і готелями.

Коефіцієнт використання готельного фонду – число наданих днів, поділена на твір одноразової місткості і кількості днів у році.

Колективний засіб розміщення – засіб розміщення, в якому надають місце для нічлігу в кімнаті або іншому приміщенні, де кількість місць повинна перевищувати певний мінімум для груп осіб, великих чим одна сім'я, а всі місця підлягають єдиному керівництву і оплаті згідно встановленим цінам .

Комерційна норма – знижена ставка для постійного клієнта, в якому зацікавлений готель, для зайнятості номерів готелю.

Комерційний готель – готель, забезпечений всім необхідним для гостей-бізнесменів.

Комплексне обслуговування – стандартний набір туристичних послуг, що зазвичай включає в себе зустріч і проводи, розміщення в готелі, харчування та екскурсійне обслуговування.

Континентальний сніданок – легкий сніданок, що складається з кави або чаю, соку, булочки, масла і джему.

Континентальний план – метод розрахунку вартості кімнати в готелі, коли ціна включає в себе континентальний сніданок - солодку булочку та кави , а також вартість самої кімнати.

Корпоративний тариф – ціни на готельні послуги, що пропонуються колективним замовникам, які не здійснюють туроператорську і турагентську діяльність і виражаються чисельно у вигляді процентних знижок від опублікованих тарифів.

Курорт – готель, в який прибувають гості на час відпустки, з рекреаційними цілями, для розваг.

Конгрес-готель – готель, який має умови для організації і проведення конгрес-мероприятій.

Котедж (cottage) – заміський засіб розміщення з однієї або декількох кімнат для тимчасового мешкання однієї або декількох сімей або осіб, з окремими входами для кожної з них.

Курортний готель – готель, розташований на території курорту, який має умови для відпочинку і оздоровлення.

Л

Люкс (suite) – номер з двох і більше житлових кімнат і повного санвузла. Розрахований на мешкання одного-двох чоловік.

М

Міжнародний туристський ваучер – документ, який об'єднує ваучер і офіційний документ як його невід'ємну частину; призначений для бронювання місць в готелях, оренди автомобілів та інших видів обслуговування, що вимагають попередньої оплати.

Міні-бар – маленький холодильник в номері з алкогольними та безалкогольними напоями; зазвичай сплачується окремо

Міні-готель – готель, номерний фонд якої не перевищує 30 номерів.

Мінімальні зручності – устаткування і оснащення санітарного вузла або санітарного об'єкту для задоволення першочергових санітарно-гігієнічних потреб.

Місце, місце-ліжко – частина номера з ліжком, призначена для мешкання одного туриста.

Модифікований американський план – готельний тариф, що включає в себе вартість розміщення й дворазового харчування (сніданок та обід або сніданок і вечеря).

Мотель – готель, розташований за межами міста уздовж автодороги, як правило, в одно-двох поверховій будівлі або в частині будівлі з окремим входом, який має умови для паркування і технічного обслуговування автомобілів.

Н

Напівпансіон – вид харчування у готелі, при якому сніданок и вечеря або сніданок и обід включені у вартість проживання.

Негарантоване бронювання – вид «прямого» бронювання, при якому засіб розміщення надає клієнту номер в день заїзду до 18.00, після чого броня анулюється без застосування штрафних санкцій.

Негнучка ціна – ціна на кімнати в готелі без знижок (наприклад, з міркувань престижу), коли не береться до уваги той фактор, що всі кімнати пустують.

Не заїзд – фактичне неприбуття туриста на засіб розміщення у запланований день заїзду або ануляція замовлення, зроблена менш ніж за 24 години до дати заїзду, вказаної в замовленні.

Нічліг – відновлення сил туриста за допомогою сну в умовах тих, що надаються засобом розміщення.

Номер готелю – окреме мебльоване приміщення, що складається з однієї або декількох кімнат, оснащене устаткуванням і інвентарем для надання послуг з тимчасового розміщення.

Номерний сервіс – наявність в готелі послуг з доставки в номер їжі, напоїв, кореспонденції.

Номерний фонд – загальна кількість номерів в засобі розміщення.

Неприбуття – фактичне неприбуття споживача, групи споживачів до готелю в день заїзду або ануляція заброньованих послуг менше ніж за 24 години до вказаної дати поселення.

О

Одноразова місткість – загальна кількість місць (ліжко-місць, постійних ліжок) у готелі чи спеціалізованому засобі розміщення.

Оплата за фактом надання послуг – порядок оплати, при якому туроператор протягом певного терміну після підтвердження засобом розміщення факту надання послуг у повному обсязі оплачує дані послуг.

Опубліковані тарифи – офіційно опубліковані для клієнтів «довідкові» ціни, ціни роздрібного продажу готельних послуг, ціни «у стійки», як правило, - це максимально високі ціни.

Основні готельні послуги – перелік і обсяг послуг, стандартно надаються туристу колективним засобом розміщення і оплачуваних туристом при укладенні договору.

Основні послуги засобу розміщення – одна або декілька послуг, включених в ціну нічлігу самостійним вирішенням засобу розміщення. Ціна нічлігу іменується тарифом.

П

Палац-готель, шато, парадор – готель, розташований в будівлі, яка є історично-архітектурною пам'яткою палацової або замкової архітектури.

Паспорт засоби розміщення – документ, який містить точний опис місця розташування, матеріально-технічної бази та переліку послуг, що надаються клієнту в засобі розміщення.

Підтвердження заброньованих послуг – актуалізація збереження домовленості шляхом запиту повторної згоди на броню.

Підтвердження замовлення – офіційну відповідь засоби розміщення про згоду прийняти і виконати замовлення.

Пізній виїзд – гість залишається в готелі після моменту, коли він повинен виїхати.

Пізнє прибуття – гість, який забронював номер в готелі, але прибув після години зняття броні і попередив про свій пізньому прибуття.

Пізнє анулювання – анулювання в строк не пізніше чим за одну добу до дати запланованого заїзду або в обумовлені договором терміни .

Пізня оплата – часткова оплата, яка передається на фронтдеск , коли гість вже виїхав.

Повний пансіон – вид харчування у готелі, при якому у вартість проживання входить трьох-або чотирьох-разове харчування.).

Повний або частковий аванс – порядок оплати, при якому туроператор перераховує на рахунок засоби розміщення авансовий платіж за послуги, що будуть надані клієнтам після отримання авансу.

Правила надання готельних послуг – документ, що встановлює обсяг інформації, доводиться до туриста, про готельні послуги, порядку оформлення проживання у готелі (укладання договорів на бронювання та надання послуг, включаючи їх оплату); порядок надання послуг (включаючи послуги без додаткової оплати), а також відповідальності виконавця і споживача за якість і своєчасність надання послуг.

Порядок оплати замовлення – порядок розрахунків, вироблених туроператором із за собою розміщення, який включає повний або часткового авансовий платіж (передоплату), при цьому остаточний розрахунок за надані послуги проводиться за фактом надання даних послуг.

Перереєстрація – процедура, яку виробляють до приїзду гостей, яка використовується з групами туристів для зменшення переповненості в службі прийому, щоб гості не реєструвалися безпосередньо в момент приїзду.

Президентський сюїт (*King Suite, Presidential Suite*) – найбільш високий рівень сюїту, який включає у себе пару спалень, вітальню, робочий кабінет, пару санвузлів. Безкоштовне вино і фрукти у номері – норма. Меблі можуть бути ексклюзивними. Поряд, як правило, розташований невеликий номер для власної охорони.

Пряме бронювання – пряме бронювання готельного номеру без посередників.

Послуги засобу розміщення – сукупність послуг із задоволення потреб туристів в нічлігу і проживанні.

Послуга з тимчасового розміщення – діяльність виконавця за поданням місця для нічлігу і санітарно-технічних зручностей споживачеві .

Пансіонат – аналогічний готелю засіб розміщення оздоровчого призначення, що розташований у заміській або рекреаційній зоні з регламентованим режимом харчування і відпочинку.

Пансіонат з лікуванням – засіб розміщення, який має умови для надання медичних і профілактичних послуг і лікування.

Профілакторій – аналогічне готелю засіб розміщення, як правило, відомчого підпорядкування, призначене для організації відпочинку і загального оздоровлення, в якому є умови для надання послуг профілактичного лікування професійних хвороб.

Р

Ранній заїзд – заїзд споживача в готель до розрахункової години.

Регламентований режим – встановлений в засобі розміщення розпорядок мешкання по певних правилах.

Реліз-період (період звільнення) – період, у продовж якого відбувається звільнення готельних номерів із квоти.

Рецепція – загальна кімната в готелях для прийому, реєстрації і оформлення гостей, а також знаходження чергових порт'є для прийому – видачі ключів від номерів і виконання різного виду доручень гостей готелю.

Розміщення – забезпечення місцями для нічлігу і санітарно-технічними зручностями.

Розміщення без харчування – розміщення у готелі, у вартість якого не входить харчування (RO).

Розміщення и сніданок – розміщення у готелі, у вартість якого входить харчування (RB, BB).

Розміщення с повним пансіоном – розміщення у готелі, у вартість якого входить трьохразове харчування чи харчування у будь-який час за бажанням гостя (AL, ALL Incl).

Розміщення с напівпансіоном – розміщення у готелі, у вартість якого входить двохразове харчування (за вибором): сніданок і обід чи сніданок і вечеря (*RD*).

Розрахункова година – година встановлений готелем, при настанні якого споживач повинен звільнити номер в день виїзду.

Ротель – готель-вагон, що переміщується.

Рум сервіс (*Room Service*) – обслуговування у готельному номері (їжа і напої із ресторану відповідно меню на замовлення).

С

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

Своєчасне анулювання – відмова замовника від використання заброньованих послуг не пізніше чим за три доби до дати запланованого заїзду або договірних термінів.

Сезоно-ціновий план – сукупність всіх цінових періодів, які утворюють рік чи сезони, коли функціонує готель.

Середня ціна номера – середня ціна номера у готелі чи готельній мережі.

Сільський будинок – приватний будинок на території особистого селянського господарства, де можуть надавати послуги проживання або умови для самостійного приготування їжі переважно з продуктів особистого селянського господарства.

Сімейний номер (*Family Room*) – дві суміжні кімнати (за розміром – півтори), у кожній із яких як правило стоять два ліжка (у дитячій ліжко може бути двохповерховим).

Сімейний план – система скидок із вартості розміщення, які надаються у деяких країнах готелями членам однієї сім'ї, що мандрують разом.

Споживач – юридична особа, фізичної особи яке набуває, замовляє, використовує, має намір придбати або замовити товари, роботи, послуги для власних побутових потреб.

Сюїт – просторий двохкімнатний номер, який прекрасно оздоблений з багатими меблями, часто з двома повними санвузлами.

Суб'єкт колективного засобу розміщення – суб'єкт підприємницької діяльності, який на правах володіння необхідним майном або його оренди, займається наданням

готельних, санаторно-курортних і інших послуг, пов'язаних з розміщенням і обслуговуванням туристів.

Стандарт (номер першої категорії) – номер з однієї житлової кімнати і повного санвузла, розрахований на мешкання одного-двох чоловік.

Сумісні номери – два і більше номерів, сполучені між собою дверима, які можуть мати загальний передпокій, загальний або окремі санвузли .

Студіо (напівлюкс) – номер з однієї житлової кімнати з плануванням, яке дає можливість використовувати частину приміщення як вітальню або місце для приготування їди, і повного санвузла; розрахований на мешкання одного-двох чоловік.

Т

Тип засобу розміщення – сукупність загальних характерних ознак, властивих засобу розміщення.

Тип номера – сукупність загальних характерних ознак, властивих номеру.

Туристична база – аналогічне готелю засіб розміщення, розташований на туристичному маршруті з активними способами пересування туристів і має умови для живлення і організацію активного відпочинку в регламентованому режимі.

Ф

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

Фіксована квота (*fix*) – квота з закріпленням певних готельних номерів за конкретними туроператорами..

Флотель – спеціально обладнане комфортабельне судно використовуване як плавучий готель, в якому забезпечують надання послуг активного відпочинку і розвазі; може мати умови для проведення конгрес-заходів.

Франшиза, франчайз – незалежний готель чи мотель, який має право користуватися фірмовою маркою і платить за таке право.

Фул Хаус (*full house*) – термін, який означає завантаження готелю на 100% (всі номери продані).

Х

Хостел – невеликий приватний готель (на 5 –10 номерів), в якій обслуговування гостей забезпечується власником або родиною, які звичайно проживають у цьому ж будинку.

Ч

Час закриття дня – довільно обраний менеджером готелю час, коли закінчується один день і починається інший.

Час звільнення номеру – час (місцевий), не пізніше якого турист повинен звільнити номер у день виїзду.

Час надання номера – час заселення туриста в номер (місцевий) в день заїзду. У більшості європейських готелів – 14.00; в готелях США – 15.00 або 16.00.

Ш

Шале (*Chalet*) – готель або будинок в сільському стилі.

Шведський стіл – вид самообслуговування у ресторанах, кафе, який відрізняється тим, що відвідувачі за єдину середню плату отримують будь-яку кількість блюд за своїм вибором із числа пропонованих, заздалегідь виставлених у торговій залі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Агафонова Л.Г. Туризм: готельний та ресторанний бізнес : Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. – К. : Знання України, 2002. – 358 с.

2. Алексеви́ч О. Шлях до зірок : вивчаємо нові правила сертифікації готельних послуг / О. Алексеви́ч // Все про бухгалтерський облік. – 2010. - № 95. – С. 21-24.

3. Архипов В.В. Організація ресторанного господарства : навч. посіб. / В.В. Архипов. – К. : Центр учбової л-ри, 2007. - 280 с.

4. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация : учебн. пособие, 2-е изд. перераб и доп. / С. И. Байлик. – К. : Дакор, 2006. – 288 с.

5. Бойко М. Г. Організація готельного господарства : підручник / М. Г. Бойко, Л. М. Гопкало. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2006. – 448 с.

6. Бондаренко Н. Оподаткування готельного бізнесу / Н. Бондаренко, Г. Чернишова // Вісник податкової служби України. – 2009. - № 20. – С. 29-36.
7. Волков Ю. Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес / Ю. Ф. Волков. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2003. – 348 с.
8. Волков Ю. Ф. Технология гостиничного обслуживания / Ю. Ф. Волков. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2003. – 384 с.
9. Гавриш К. Правильные технологии для правильных отелей / К. Гавриш // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2008. - № 2. – С. 58-59.
10. Гавриш К. Современные интерактивные технологии для отелей / К. Гавриш // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2010. - № 3. – С. 21.
11. Гарбера О. Сучасні тенденції розвитку світової готельної індустрії / О. Гарбера // Економічний часопис – XXI. – 2010. - № 11/12. – С. 37-42.
12. Головка О. М. Організація готельного господарства: навчальний посібник / О. М. Головка, О. М. Кампов, Н. С. Махлинець і ін.; за ред. О. М. Головка. – К. : Кондор-Видавництво, 2012. – 338 с.
13. Горіна Г.О. Сутність та специфіка бюджетних організації міжнародного готельного бізнесу / Г.О. Горіна // Економіка та держава. – 2011. - № 3. – С. 107-109.
14. Гостиничные сети в Европе : главные цифры // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2011. - № 2 – С. 54-58.
15. Жербелюк Л. Новые правила сертификации услуг в индустрии гостеприимства / Л. Жербелюк // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2010. - № 3. – С. 74-77.
16. Зубар Н.М. Логістика у ресторанному господарстві : навч. посіб. / Н.М. Зубар, М.Ю. Григорак. – К. : Центр учбової л-ри, 2010. – 312 с.
17. Заруба Д. Малый отельный бюджет : франчайзинг или гостиничные консорциумы / Д. Заруба // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2008. - № 1 – С. 70-71.
18. Ефимова О. П. Экономика гостиниц и ресторанов / О. П. Ефимова, Н. А. Ефимова. – Минск : Новое Знание, 2006. – 392 с.
19. Іванова Л. Роль якості при формуванні маркетингової стратегії підприємствами готельного господарства / Л. Іванова // Маркетинг в Україні. – 2009. - № 3. – С. 50-56.

20. Кабушкин Н. И. Управление гостиницами и ресторанами : учеб. пособие / Н. И. Кабушкин. – Минск : БГЭУ, 2009. – 416 с.
21. Кабушкин Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов / Н. И. Кабушкин, Г. А. Бондаренко. – Минск : Новое знание, 2003. – 215 с.
22. Кириєнко О. Туристам на замітку – готельні послуги / О. Кириєнко // Вісник податкової служби України. – 2009. - № 20. – С. 13-17.
23. Классификация отелей в Германии : Как работает система // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2010. - № 1 – С. 47.
24. Коваленко О. Пільги з прибутку для готельних послуг : кого вони стосуються / О. Коваленко // Все про бухгалтерський облік. – 2011. - № 30. – С. 53-54.
25. Коваленко О. Порядок встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) / О. Коваленко // Все про бухгалтерський облік. – 2009. - № 77. – С. 13-15.
26. Коваленко О. Прибуток від готельних послуг, що виводяться з-під оподаткування / О. Коваленко // Все про бухгалтерський облік. – 2011. - № 30. – С. 54-56.
27. Коробкин А. Методы оценки гостиниц / А. Коробкин // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2011. - № 2 – С. 49-51.
28. Кремер С. Стратегия развития в Украине сети отелей международного уровня / С. Кремер // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2011. - № 2 – С. 24-26.
29. Круль Г. Я. Основы готельної справи: навч. посібник / Г. Я. Круль. – К. : Центр учбової літератури, 2001. – 368 с.
30. Куцевич В. Архітектурно-планувальна організація та нормативного забезпечення проектування сучасних готелів / В. Куцевич // Будівництво України. – 2009. - № 6. – С. 8-13.
31. Кучеренко Е. Гостиничный дизайн по-голландски / Е. Кучеренко // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2008. - № 4 – С. 44-48.
32. Лобанова В.А. Система прийняття рішень щодо управління персоналом великих підприємств готельного господарства / В.А. Лобанова // Економічний часопис – XXI. – 2011. - № 3/4. – С. 40-44.

33. Лук'янова Л.Г. Уніфіковані технології готельних послуг : навч. посіб. / Л.Г. Лук'янова, Т.Т. Дорошенко, І.М. Мініч. – К. : Вища шк. – 2001. – 237 с.
34. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания / И.Ю. Ляпина. – М. : ПрофОбрздат, 2001. – 208 с.
35. Мальська М. П. Готельний комплекс: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 472 с.
36. Мебель в холле : дизайн // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2008. - № 2 – С. 23-24.
37. Мельник С. Разработка профессиональных стандартов для сферы гостиничного и ресторанного бизнеса // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2009. - № 1. – С. 78-81.
38. Мировой гостиничный рынок : основные тенденции развития в 2011 году // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2011. - № 1 – С. 18-26.
39. Мировой рейтинг сетей – лидерство у отелей эконом-класса // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2009. - № 3 – С. 30-31.
40. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес, менеджмент : навч. посібник. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 346 с.
41. Опанащук Ю. Методичні засади дослідження якості готельних послуг / Ю. Опанащук // Підприємництво, господарство і право. – 2008. - № 10. – С. 180-181.
42. Романов В. А. Гостиничные комплексы. Организация и функционирование : учеб. пособие / В. А. Романов, С. Н. Цветкова, Т. В. Шевцова, В. В. Карашенко. – Изд. 2-е. – Ростов н / Д : ИЦ «МартТ»; Феникс, 2010. – 221 с.
43. Салухіна Н.Г. Стандартизація та сертифікація товарів і послуг / Н.Г. Салухіна, О.М. Язвінська. – К. : Центр учбової л-ри, 2010. – 336 с.
44. Самарцев Е. Информационные стратегии гостиничного сектора / Е. Самарцев // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2010. - № 3 – С. 22-25.
45. Сеть отелей Intercjntinental : О юджетных 2010 года в сфере путешествий и туризма // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2009. - № 4 – С. 28-30.
46. Скічко О. Бухгалтерський облік готельних послуг / О. Скічко // Вісник податкової служби України. – 2009. - № 20. – С. 36-39.

47. Сокол Т. Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах: підручник / Т. Г. Сокол. – К. : Альтапрес, 2009. – 447 с.

48. Сорокина А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристических комплексах : учеб. Пособие / А. В. Сорокина. – М. : Альфа-М; ИНФРА-М, 2006. – 304 с.

49. Туризм и гостиничное юджетних Испании // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2010. - № 2 – С. 46-48.

50. Уокер Дж. Введение в гостеприимство : учеб. пособие / Дж. Уокер, перэ с англ. – 2-е узд. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 607.

ДОДАТКИ

СТИСЛИЙ АНГЛО-УКРАЇНСЬКИЙ СЛОВНИК ТЕРМІНІВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Adjoining rooms – два чи більше номерів, які розташовані поруч, але без з'єднувальних дверей.

Advance deposit – сума грошей, яка виплачується готелю перед заїздом гостя.

Advance payment – оплата, яка отримана готелем при реєстрації у випадку відсутності попереднього бронювання.

A-la carte – меню, у якому кожне блюдо вказане із своєю ціною.

Aminity – подарунки від готелю гостям: ручки, шапочки, губки і т. д.

Average house rate (ahr) – середня ціна кожної зайнятої кімнати готелю.

Back of the House – служби сервісу, які розташовані так, щоб не бути на виду.

Bed Occupancy – раціональне відношення кількості спальних місць до кількості заявлених до продажу (середнє завантаження номерного фонду).

Blanket Reservation – планування якого-небудь певного числа готельних номерів (блоку) для туристичних груп.

Cabana – будівля на пляжі (чи біля басейну) типу бунгало, що відокремлена від основної будівлі готелю і інколи об лаштована як спальня.

Cancellation – відміна бронювання, що зроблено раніше.

Check-in – прибуття у готель (реєстрація).

Check-out – гість виїжджає і оплачує проживання у готелі (виписка).

Check-out time – гість може залишити готель не пізніше цього часу.

Comission – сума грошей, які платить готель туристичному агентству перед продажем номеру.

Complimentary rooms – безкоштовні номери.

Continental breakfast – легкий сніданок (чай, сік чи кава, булочка, масло, джем).

Confirmation – детальний лист-підтвердження бронювання для майбутнього гостя, який включає інформацію про категорію номеру для нього, його дати приїзду і від'їзду, ціну такого номеру.

Connecting rooms – два готельних номери, які розташовані один за одним із спільними дверима (з'єднані номери).

Corporate rate – спеціальна ціна між готелем і туристичною компанією.

Contracted rate – конфіденціальна ціна між готелем і туристичним агентством.

Day use rate – оплата за 0,5 доби (денна, після розрахункової години).

Deluxe – розкішний тип готелю (повний сервіс).

Downgrade – реєстрація для гостя номера на категорію нижче і за ціною на категорію нижче.

Direct bill – при виставленні прямого рахунку гості не платять при від'їзді, рахунок переводиться у компанію, яка бронювала номер (прямий рахунок).

Double rooming – два гостя помилково зареєстровані у одному номері (подвійне бронювання).

Double-up – організація системи подвійного заселення (коли незнайомі люди заселяють один номер, у адміністрації на спеціальному стенді зберігаються дві картки (чеки) у кишені під номером цього номеру).

English breakfast – повний сніданок.

Family plan – при розміщенні дітей до 12 років у номері разом із батьками відсутня додаткова оплата проживання.

Forecast – зведення очікуваного завантаження готелю на відповідний період часу (прогноз завантаження готелю).

Family Room – сімейний номер, розміром більше стандартного.

Front Desk – стійка адміністратора готелю, де гості реєструються.

Full House – термін, який означає завантаження готелю на 100% (все номери продані).

Grand master – один ключ, який відкриває всі готельні номери, що закриті зовні.

Guest History (Card) – запис повної програми перебування гостя, включає зайняті номери, оплату, особливі потреби, кредит.

Guaranteed reservation – гість чи туристична компанія гарантує оплату номера, навіть у випадку не заїзду (гарантоване бронювання).

Guest folio – надрукований рахунок готелю для гостя (гостьовий рахунок).

Guest history – детальні дані про гостя, який зупинявся у готелі раніше (історія гостя).

Hotel Garni – готель без ресторану (навіть без сніданку).

Housekeeper's report – аркуш із записами, що знаходиться у фронт-офісі, де відображені реальні дані про стан номерів (прибирання, ремонт тощо).

Inclusive Terms – тариф на розміщення і харчування (триразове).

Junior Suite – великий номер із відгородженим спальним місцем, яке вдень перетворюється у вітальню.

Late check out – служба прийому узгодила від'їзд після 12.00 без додаткової оплати (пізній від'їзд).

Luggage Pass – картка, яка дає право гостю на виніс багажу із готелю.

Master Key – один ключ, який замінює ключі від всіх номерів на поверсі поверховий ключ).

Most important person – особливо важлива персона.

Mystery Tour – притулок у горах (використовується у гірському туризмі).

No-Show Employees – персонал, який працює за розпорядком, що передбачає виконання робіт у відсутності гостя.

Out Of Order – номер не готовий к заселення за причини поломки, несправності устаткування у цьому номері.

Rack Rate – повний тариф вартості номера (без знижок).

Referral – система бронювання, коли у номері залишається щось із особистого майна гостя до його наступного приїзду.

Residential Hotel – готель, який тривалий час займається гостями, які можуть зробити його своєю власністю (наприклад, використання як резиденції).

Rest House – невеликий готель.

Room Board – інформація про готельний номер (умови, сервіс, можливості).

Safe-Deposit Boxes – індивідуальна секція у сховищі, де гості зберігають свої цінності, гроші.

Service charge – ціна послуги; оплата роботи служби сервісу готелю (як правило, від 10 до 20 % додається до рахунку за проживання).

Skipper – гість, який виїхав із готелю потайки, залишивши несплачений чек за проживання.

Suite – номер підвищеної комфортності із декількома житловими приміщеннями, має зону для відпочинку.

Tourist Class – економ-клас готельного номеру, де відсутня особиста ванна.

Transient Hotel – готель для транзитних гостей, які зупиняються у готелі на короткий термін по шляху у інший готель (на постійне місце відпочинку).

Very Important Passenger (VIP) – дуже важливий гість, людина, якій призначений особливий сервіс.

АНГЛІЙСЬКІ АБРЕВІАТУРИ, ЩО ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ У ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

All Inc (*a ll inclusive*) – готельна система «все включено»: сніданок, обід, полудень, вечеря, напої у продовж в дня.

AP (*American Plan*) – проживання / сніданок.

BB, B&B (*bed & breakfast*) – сніданок.

BG (*bungalo*) – окрема будівля готелю.

BO (*bed only*) – розміщення у готелі без харчування.

BV (*b each view*) – вид з вікна готелю на пляж.

CHD (*child*) – дитина, як правило, до 12 років.

CP (*Continental Plan*) – проживання / сніданок шведський стіл.

DBL (*double*) – готельний номер, призначений для розміщення двох чоловік, оснащений одним двоспальним ліжком.

DBL + 2 CHD (2 – 6) (6 – 12); (*double + 2 children*) – 2 дорослих + 2 дітей: перша дитина 2 – 6 років, друга дитина 6 – 12 років.

DNC (*do not change*) – при бронюванні дається готельний номер, який не змінюється.

DNA (*did not arrive*) – гість не заїхав у готель, але бронювання для нього залишається у силі.

EP (*European Plan*) – лише проживання.

EXB (*extra bed*) – додаткове ліжко у готельному номері.

FB (*full board*) – повний пансіон: сніданок, обід, полудень, вечеря.

GV (*gardenview*) – вид з вікна готелю на сад.

HB (*Half Board*) – проживання / континентальний сніданок, обід.

HV (*holiday v illage*) – готель, який складає собою комплекс бунгало.

INF (*infant*) – маленька дитина до 2 років.

LUX (*luxe*) – готельні апартаменти класу люкс.

LV (*landview*) – вид з вікна готелю на околиці міста.

MAP (*Modified American Plan*) – проживання / сніданок шведський стіл у готелі.

MB (*mainbuilding*) – основна будівля готелю.

MV (*mountainview*) – вид з вікна готелю на гори.

RB (*Room & Breakfast*) – проживання / континентальний сніданок у готелі.

RO – проживання у готелі без харчування.

ROH (*runofthehouse*) – розміщення гостя у готелі без уточнення типу номера і виду із вікна.

SGL (*single*) – одномісний готельний номер.

SGL + CHD (2 – 6) (*single + children*) – 1 дорослий + дитина 2 – 6 років.

SNGL (*single*) – готельний номер, який призначений для розміщення однієї людини і оснащений одним односпальним ліжком.

STD (*standard*) – стандартний готельний номер.

SUT (*suite*) – готельний номер підвищеної комфортності с декількома житловими приміщеннями, має зону для відпочинку.

SV (*seaview*) – вид з вікна готелю на море.

TWN (*twin*) – готельний номер, призначений для розміщення двох чоловік, оснащений двома односпальними ліжками.

TRIPL (*triple*) – тримісний готельний номер.

Ultra All Inc (*Ultra All Inclusive*) – *All Inc* + напої імпорного виробництва + набір услуг.

Додаток В

ЗРАЗКИ ДОКУМЕНТІВ ІЗ СЕРТИФІКАЦІЇ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

ФОРМА ЗАЯВКИ НА ПРОВЕДЕННЯ СЕРТИФІКАЦІЇ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Назва органу з сертифікації, адреса

Заявка на проведення сертифікації послуг з розміщення (і надання категорії в Системі УкрСЕПРО)

1. _____
(назва підприємства - виконавця послуги (надалі – заявник), поштова адреса, код за ЄДРПОУ*)

в особі _____
(прізвище, ім'я, по батькові керівника та його посада)

заявляє, що _____,
(назва послуг, код за ДКПП)

надаються за _____,
(назва та позначення документації виконавця)

відповідають вимогам _____,

(позначення та назва нормативних документів)

і просить провести сертифікацію цих послуг на відповідність вимогам нормативних документів за правилами Системи УкрСЕПРО та надати категорію _____

2. Заявник зобов'язується: виконувати всі умови сертифікації; забезпечувати стабільність показників (характеристик) послуг, що підтверджені сертифікатом відповідності; сплатити всі витрати за проведення сертифікації.

3. Додаткові відомості _____

Керівник підприємства _____

(підпис)

(ініціали та прізвище)

Головний бухгалтер _____

(підпис)

(ініціали та прізвище)

Печатка Дата

ФОРМА РІШЕННЯ ЗА ЗАЯВКОЮ НА ПРОВЕДЕННЯ СЕРТИФІКАЦІЇ ПОСЛУГ З РОЗМІЩЕННЯ

Назва органу з сертифікації, адреса

Рішення

від «___» _____ 200__ р.

за заявкою на проведення сертифікації послуг з розміщення у Системі сертифікації УкрСЕПРО

Розглянувши заявку № _____ від «___» _____ 200__ р.
щодо сертифікації послуг з розміщення _____

(назва заявника)

_____ , що знаходиться за адресою:

(назва засобу розміщування)

_____ , з кодом ДКПП _____ у Системі сертифікації
УкрСЕПРО на відповідність обов'язковим вимогам нормативних документів щодо безпеки надання
послуги (та надання категорії _____) , повідомляємо:

1. Сертифікація буде проведена на відповідність послуги вимогам таких документів:

2. Схема (модель) сертифікації міститиме (непотрібне закреслити):

- обстеження засобу розміщування;
- атестацію на відповідність категорії;
- вибірккову перевірку номерів;
- технічний нагляд.

3. Технічний нагляд за наданням сертифікованої послуги здійснюватиме _____

(назва органу сертифікації)

Періодичність проведення та форми технічного нагляду повідомлятимуться додатково.

4. Роботи проводяться на підставі господарського договору № _____ від «___» _____ 200__ р.

Керівник органу сертифікації

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)

Печатка Дата

ФОРМА ОПИТУВАЛЬНОЇ АНКЕТИ ПОПЕРЕДНЬОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ СЕРТИФІКАЦІЇ ПОСЛУГ З РОЗМІЩЕННЯ

Назва органу з сертифікації, адреса

Опитувальна анкета попереднього аналізу для проведення сертифікації послуг з розміщення

1. Назва _____
2. Форма власності _____
3. Відомча належність _____
4. Адреса _____
- Телефон _____ Телекс _____ Факс _____ e-mail _____
5. Прізвище, ім'я, по батькові керівника _____
6. Категорія готелю на момент подання заявки _____
7. Загальні відомості про підприємство, що надає послуги з розміщення
- 7.1. Рік уведення до експлуатації _____
- 7.2. Рік реконструкції _____
- 7.3. Кількість корпусів _____
- 7.4. Кількість поверхів _____
- 7.5. Сезонність експлуатації _____
- 7.6. Загальна кількість обслуговуючого персоналу _____
8. Відстань від:
центру міста _____
залізничного вокзалу _____
аеропорту _____
9. Номерний фонд
Однокімнатні номери:

Номери	Кількість номерів	Кількість місць
Одномісні		
Двомісні		
Тримісні		
На 4 та більше місць		
з санвузлом (туалетом)		
без санвузла (туалету)		
Разом		

Багатокімнатні номери та номери, які можна об'єднати:

	Багатокімнатні номери		Номери, які можна об'єднати: (кількість)	
	кількість номерів	кількість місць	кількість номерів	кількість місць
з 2-х кімнат				
з 3-х та більше кімнат				
Всього				

Разом у готелі: номерів – _____ місць – _____

10. Перелік документів, потрібних для сертифікації готельних послуг, зазначте – «так» (є), «ні» (немає):

10.1. Акти приймання в експлуатацію, перевірки працездатності, обстеження установок пожежогасіння, пожежної, охоронної та охоронно-пожежної сигналізації _____

10.2. Акти перевірки протипожежного стану приміщень підприємств, що надають готельні послуги _____

10.3. Угода на технічне обслуговування автоматичних установок пожежогасіння, охоронної та охоронно-пожежної сигналізації _____

10.4. Акт Держнаглядохоронпраці _____

10.5. Акт приймання ліфтів _____

10.6. Угода на технічне обслуговування ліфтів з підтвердженням її виконання _____

10.7. Журнал перевірки технічного стану ліфтів _____

10.8. Дозвіл на функціонування котельної (за потреби) _____

10.9. Акт перевірки санітарно-гігієнічного стану _____

10.10. Угода на проведення дезінфекції, дезінсекції і дератизації з підтвердженням її виконання _____

10.11. Наявність санітарних книжок та журналу медичного огляду персоналу послуг засобу розміщування, який має контакт з гостями _____

10.12. Журнали, що підтверджують проведення інструктажу (навчання) і перевірки знань працівників з техніки безпеки _____

10.13. Перелік мийних засобів, що застосовують для санітарного оброблення номерного фонду із зазначенням ДСТУ (ГОСТ) (для вітчизняної продукції) та наявності санітарно-гігієнічного висновку (для імпортової продукції) _____

10.14. Договір на охорону підприємств, що надають послуги з розміщення _____ (за наявності власної служби охорони – посадові інструкції її співробітників) _____

10.15. План дій персоналу за надзвичайних ситуацій _____

10.16. Сертифікат на послуги харчування, якщо підприємство, що надає готельні послуги, має підприємство харчування _____

Посада відповідальної особи від адміністрації Заявника _____

(підпис)

(прізвище, ініціали)

«__» _____ 200_ р.

Печатка Дата

ФОРМА ПРОГРАМИ ОБСТЕЖЕННЯ ЗАСОБУ РОЗМІЩЕННЯ

Система сертифікації УкрСЕПРО

(назва і реквізити органу сертифікації)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Керівник органу сертифікації

«___» _____ 200__ р.

Програма обстеження засобу розміщування

(назва засобу розміщування)

1. Мета перевірки під час обстеження засобу розміщування

Метою перевірки є встановлення відповідності процесу надання послуг з розміщення _____
_____ вимогам документації та підтвердження

(назва засобу розміщування)

можливості _____ забезпечити стабільне надання послуг з

(назва засобу розміщення)

розміщення відповідно до вимог нормативних документів: ДСТУ 4268:2003, ГОСТ 28681.3-95, ГОСТ 12.1.004-91, СНиП 2.04.01-85, ДБНВ 2.2-9-99, СанПіН 42-128-4690-88, СанПіН 42-123-5777-91, ДСанПіН 5.5.5.23, Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання послуг з розміщення, Правила пожежної безпеки в Україні.

2. Завдання перевірки – отримання об'єктивних даних про надання послуг з розміщення для прийняття рішень щодо можливості (неможливості) видачі сертифіката на такі послуги та для підготовки рекомендацій щодо періодичності та форм проведення технічного нагляду за наданням послуг з розміщення.

3. Підстава для проведення перевірки:

3.1. Заявка _____ № _____ від _____

(назва організації-заявника)

3.2. Рішення за заявкою № _____ від _____

3.3. Договір між _____ та _____ № _____ від _____

(назва органу сертифікації)

(назва організації-заявника)

4. Місце проведення перевірки _____

(назва засобу розміщування, адреса)

5. Терміни проведення перевірки _____

6. Склад комісії з перевірки:

Голова комісії _____

(прізвище, ініціали)

(посада)

Члени комісії: _____

7. Зміст перевірки (обстеження) засобу розміщування

Об'єкти перевірки	Члени комісії, що проводять перевірку	Примітки
1. Документація		
1.1. Наявність нормативної та організаційної документації на послугу, що сертифікується		
1.2. Аналіз організаційно-структурної схеми та Статуту підприємства, переліку кадрового складу		
1.3. Наявність висновків (актів перевірки) органів державного нагляду: пожежного, нагляду за охороною праці, санітарно-епідемічного, інших (за потреби), наявність дозволу на відкриття для засобів розміщування сезонного функціонування		
1.4. Наявність у зручному для огляду споживачем місці (у приміщенні, що призначене для оформлення розміщення споживача) достовірної інформації про послуги з розміщення згідно з вимогами Правил готельних послуг (для готелів)		
1.5. Наявність внутрішніх правил проживання у готелі, які не суперечать Правилам готельних послуг, а також книги відгуків та пропозицій (для готелів)		
1.6. Наявність інформації стосовно виконавців послуг засобу розміщування, режиму їх роботи при вході на територію і (або) у приміщенні, та відповідність цієї інформації вимогам Закону України «Про захист прав споживачів»		
1.7. Наявність у кожному номері внутрішніх правил проживання у готелі, правил протипожежної безпеки та інструкції щодо дій в екстремальних умовах, перелік додаткових послуг та прейскурант цін на них, відомості про роботу закладів громадського харчування, торгівлі, зв'язку, побутового обслуговування та інших, що розміщені в готелі, внутрішній телефонний довідник (для готелів)		
1.8. Наявність необхідних функціональних зон на території, відповідність переліку приміщень та їх оснащення вимогам ДСанПіН 5.5.5.23 (для дитячих оздоровчих закладів)		
1.9. Забезпеченість нормативною та організаційною документацією служб і робочих місць, зокрема наявність затверджених посадових інструкцій для персоналу, технологічних (робочих) інструкцій щодо виконання основних видів робіт (прибирання номерів, прибирання громадських приміщень, обслуговування в номерах з харчування тощо)		
1.10. Ведення журналу реєстрації вступного інструктажу працівників з питань охорони праці та журналу реєстрації інструктажів з питань охорони праці		
2. Матеріально-технічна бази, необхідна для надання готельних послуг		
2.1. Відповідність засобу розміщування будівельним нормам та правилам (на підставі акта приймання в експлуатацію або висновку уповноваженої організації)		
2.2. Наявність зручних під'їзних шляхів, упорядкованої прилеглої території згідно з вимогами ДСТУ 4268 (ДСанПіН 5.5.5.23 - для дитячих оздоровчих закладів)		
2.3. Наявність необхідного устаткування і матеріально-технічної бази та забезпечення їх придатності для використання		
2.4. Наявність на об'єктах засобу розміщування інженерних систем, що		

Об'єкти перевірки	Члени комісії, що проводять перевірку	Примітки
забезпечують освітлення, електропостачання, водопостачання і каналізації, опалення і вентиляції, телефонного зв'язку, радіомовлення, пасажирського ліфта (у разі потреби)		
2.5. Відповідність устаткування за п.3.4 вимогам експлуатації на підставі розгляду договорів на обслуговування цих систем компетентними організаціями і висновків органів державного нагляду в конкретних сферах		
2.6. Відповідність засобу розміщування вимогам, передбаченим в Правилах пожежної безпеки (на підставі експертного висновку або акта пожежного нагляду)		
2.7. Відповідність засобу розміщування вимогам органів санітарно-епідеміологічного нагляду (на підставі акта обстеження цими органами)		
2.8. Відповідність засобу розміщування вимогам органів нагляду за охороною праці (на підставі експертного висновку або акта обстеження цими органами)		
2.9. Відповідність технічної оснащеності житлових кімнат, санвузлів та інших приміщень засобу розміщування вимогам ДСТУ 4268 (ДСанПіН 5.5.5.23 - для дитячих оздоровчих закладів)		
3. Процеси надання готельних послуг		
3.1. Цілодобовий режим роботи засобу розміщування (цілодобове оформлення споживачів, які прибувають та вибувають з готелю)		
3.2. Функціонування організаційної структури підприємства, яка передбачає усі необхідні для ефективного надання послуг підрозділи		
3.3. Забезпечення своєчасної і якісної підготовки приміщення під заселення, зокрема комплектності і справності обладнання в номері		
3.4. Виконання мінімального набору готельних послуг відповідно до вимог ДСТУ 4268, а також додаткових послуг (при наявності)		
3.5. Надання споживачу без додаткової оплати таких послуг 3.5.1. Викликання швидкої допомоги. 3.5.2. Доставка в номер кореспонденції. 3.5.3. Побудка у визначений час. 3.5.4. Надавання необхідного інвентарю в залежності від категорії готелю		
4. Система контролювання відповідності послуг		
4.1. Облік претензій та пропозицій і побажань споживачів (наприклад, у вигляді опитувальних анкет)		
4.2. Функціонування системи внутрішнього контролювання, зокрема: 4.2.1. Контролювання процесів бронювання та управління договорами 4.2.2. Контролювання процесу надання номера (місця) споживачу відповідно до Правил готельних послуг 4.2.3. Контролювання якості надання готельних послуг 4.2.4. Контролювання справності технічного устаткування 4.2.5. Контролювання санітарного стану номерів та приміщень загального користування 4.2.6. Контролювання санітарного стану персоналу.		
5. Коригувальні та запобіжні дії		
5.1. Організація робіт з виявлення невідповідностей та їх потенційних причин		

Об'єкти перевірки	Члени комісії, що проводять перевірку	Примітки
5.2. Застосування коригувальних та запобіжних дій на рівні персоналу та керівництва засобу розміщування		
5.3. Організація контролю за реалізацією заходів, необхідних для виконання коригувальних та запобіжних дій		
6. Персонал		
6.1. Наявність відповідної професійної підготовки персоналу, що бере безпосередню участь у прийманні та обслуговуванні споживачів, дотримання персоналом правил службового етикету (ввічливість, люб'язність, охайний вигляд); знання персоналом своїх посадових обов'язків, наявність відгуків про майстерність персоналу у книзі відгуків та пропозицій		
6.2. Кваліфікація, освіта і спеціальна професійна підготовка посадових осіб, які безпосередньо здійснюють керівництво засобом розміщування, згідно з вимогами Правил готельних послуг		
6.3. Стан підготовки та підвищення кваліфікації персоналу		
7. Навколишнє середовище		
7.1. Розташування засобу розміщування – в екологічно безпечній зоні (для замських засобів розміщування) на підставі довідки щодо екологічного стану навколишнього середовища)		
7.2. Відсутність шкідливих впливів на навколишнє середовище		

8. Етапи перевірки

8.1. Проведення вступної наради «___» _____ 200__ р.

8.2. Перевірка (обстеження) засобу розміщування

початок «___» _____ 200__ р.

закінчення «___» _____ 200__ р.

8.3. Проведення заключної наради «___» _____ 200__ р.

9. Документування результатів перевірки

9.1. Результати перевірки оформляються актом обстеження засобу розміщування, який складається комісією протягом місяця з дня проведення заключної наради.

9.2. Акт складається у _____ примірниках і направляється:

1 _____

2 _____

10. Вимоги до конфіденційності

Комісія зобов'язується не розголошувати відомості конфіденційного характеру, що будуть одержані під час перевірки _____

(назва засобу розміщування)

та не передавати матеріали перевірки в будь-які організації чи будь-яким особам.

Голова комісії _____

(підпис)

(прізвище, ініціали)

Члени комісії _____

Печатка Дата

ФОРМА АКТУ ОБСТЕЖЕННЯ ЗАСОБУ РОЗМІЩЕННЯ

Система сертифікації УкрСЕПРО Орган сертифікації _____ (назва органу, адреса, номер _____ атестата акредитації)	ЗТВЕРДЖУЮ Керівник органу сертифікації _____ (підпис) (ініціали, прізвище) « ____ » _____ 200__ р.
АКТ ОБСТЕЖЕННЯ ЗАСОБУ РОЗМІЩУВАННЯ _____ (назва засобу розміщування)	

1. Мета та завдання перевірки _____

2. Підстава для проведення перевірки

2.1. Заявка _____ № _____ від « ____ » _____ 200__ р.
(назва організації-заявника)

2.2. Рішення за заявкою № _____ від « ____ » _____ 200__ р.

2.3. Договір між _____ та _____
(назва органу сертифікації) (назва організації-заявника)
№ _____ від « ____ » _____ 200__ р.

3. Терміни проведення перевірки _____

4. Склад комісії:

Голова комісії _____
(ініціали, прізвище)

Члени комісії: _____
(ініціали, прізвище)

5. Представники підприємства (засобу розміщування), в присутності яких проводилась перевірка:

(ініціали, прізвище)

6. Вимоги до конфіденційності _____

7. Вихідні дані _____

8. Результати перевірки

9. Зауваження та рекомендації

10. Висновки

11. Додатки:

1. Програма обстеження засобу розміщування

2. Протоколи засідань комісії

3; 4 ... Довідки, проміжні акти (протоколи) реєстрації невідповідностей

Акт складено на _____ арк. у _____ прим. і направлено (вручено):

1. _____

2. _____

Голова комісії

(підпис) (прізвище, ініціали)

Члени комісії:

(підпис) (прізвище, ініціали)

Печатка Дата

ФОРМА ПРОТОКОЛУ ВИБІРКОВОЇ ПЕРЕВІРКИ НОМЕРІВ

ПРОТОКОЛ № ____
 від « ____ » _____ 200__ р.
 вибіркової перевірки номерів _____
 (назва готелю)
 на відповідність вимогам ДСТУ 4269 до категорії _____
 Номер _____, одномісний, двомісний, однокімнатний, багатокімнатний
 загальна площа _____ м², площа санвузла _____ м²

1 Результати перевірки номерів на відповідність вимогам до категорії ____ викладені в табл. 1

Таблиця 1

№ п/п	Вимога	Фактичний стан	Висновок про відповідність
	Технічна оснащеність номерів		
	(перелік вимог до готелів відповідної категорії згідно з р.5, ч. V табл. 1 ДСТУ 4269:2003)		
	Оснащеність номерів меблями та інвентарем		
	(перелік вимог до готелів відповідної категорії згідно з р.5, ч. VI табл. 1 ДСТУ 4269:2003)		
	Інвентар та предмети санітарно-гігієнічного оснащення санвузла		
	(перелік вимог до готелів відповідної категорії згідно з р.5, ч. VII табл. 1 ДСТУ 4269:2003)		

2 Результати перевірки якості устаткування та оснащення номерів відповідно до категорії ____ викладені в табл. 2.

Таблиця 2

№ п/п	Вимога	Фактичний стан			
		Відмінний	Добрий	Задовільний	Незадовільний
1	Покриття підлоги				
2	Зовнішній вигляд і оформлення стін				
3	Занавіски (цупкі та прозорі)				
4	Меблі				
5	Технічне устаткування				
6	Посуд, інвентар				
7	Постільна білизна				

Голова комісії _____

Члени комісії: _____

Перевірка проводилася у присутності

представника адміністрації готелю _____

(підпис)

(прізвище, ініціали)

Форма звіту про перевірку на відповідність готелю вимогам категорії

Система сертифікації УкрСЕПРО Орган сертифікації _____ (назва органу, _____ адреса, номер атестата акредитації)	ЗАТВЕРДЖУЮ Керівник органу сертифікації _____ (підпис) (ініціали, прізвище) „_____” _____ 200__ р.
<p style="text-align: center;">ЗВІТ ПРО ПЕРЕВІРКУ</p> _____ (назва готелю) НА ВІДПОВІДНІСТЬ ГОТЕЛЮ ВИМОГАМ КАТЕГОРІЇ _____	

1. Місце проведення перевірки (адреса готелю)

2. Мета та завдання перевірки

3. Терміни проведення перевірки: _____

4. Склад комісії:

Голова комісії _____
 (ініціали, прізвище)

Члени комісії: _____

5. Представники адміністрації готелю, в присутності яких проводилась перевірка:

_____ (ініціали, прізвище)

6. Результати перевірки готелю на відповідність вимогам до категорії _____ викладені в таблиці 1.

Таблиця 1

№ п/п	ВИМОГА	Фактичний стан	Висновок про відповідність
	(перелік вимог до готелів відповідної категорії згідно з р.5, табл.1 ДСТУ 4269:2003)		

--	--	--	--

7. Висновки щодо врахування в готелі потреб інвалідів згідно з р. 6 ДСТУ 4269:2003

8. Результати перевірки якості устаткування та оснащення готелю згідно з р. 7 ДСТУ 4269:2003 викладені в таблиці 2.

Таблиця 2

№ п/п	ВИМОГА	Фактичний стан			
		відмінний	добрий	задовільний	незадовільний
1	Зовнішній вигляд фасаду і розміщення будівлі				
2	Якість і стан інтер'єру холів, салонів, інших громадських приміщень та їх устаткування:				
2.1	Покриття підлоги				
2.2	Зовнішній вигляд і оформлення стін				
2.3	Занавіски (цупкі та прозорі)				
2.4	Меблі				
2.5	Технічне устаткування				
3	Якість і стан устаткування санвузлів загального користування:				
3.1	Покриття підлоги				
3.2	Покриття стін				
3.3	Санітарне устаткування				

9. Зауваження та рекомендації

10. Загальні висновки

11. Додатки:

Протоколи №№ _____ від _____ вибіркової перевірки номерів готелю на відповідність вимогам ДСТУ 4269:2003 до категорії _____

Звіт складено на _____ арк. у _____ прим. і направлено (вручено):

1 _____

2 _____

Голова комісії

(підпис)

(прізвище, ініціали)

Члени комісії:

_____ (назва органу сертифікації, поштова адреса, реквізити)

Р І Ш Е Н Н Я № _____

від „____” _____ 200__ р.

про видачу сертифіката відповідності

Орган сертифікації _____ в результаті розгляду

(назва органу сертифікації)

і аналізу отриманих результатів сертифікаційної перевірки готельних послуг

_____, що знаходиться за адресою:

(назва засобу розміщування)

_____, а саме:

- акта обстеження засобу розміщування № _____ від „____” _____ 200__ р.,

- звіту про відповідність вимогам до категорії _____ № _____ від „____” _____ 200__ р.,

- протоколів №№ _____ від „____” _____ 200__ р. вибіркової перевірки номерів на відповідність вимогам ДСТУ 4269:2003 до категорії _____,

приймає таке рішення:

1. Готельні послуги _____ з кодом ДКПП

(назва засобу розміщування)

_____ відповідають (не відповідають) вимогам безпеки, що встановлені в ДСТУ 4268:2003, ГОСТ 28681.3-95, ГОСТ 12.1.004-91, СНІП 2.04.01-85, ДБНВ 2.2-9-99, СанПіН 42-128-4690-88, СанПіН 42-123-5777-91, ДСанПіН 5.5.5.23-99, Правилах користування готелями й аналогічними засобами розміщування та надання готельних послуг, Правилах пожежної безпеки в Україні, та відповідають (не відповідають) вимогам ДСТУ 4269:2003 до категорії _____.

2. Видати зазначеному в п.1 підприємству-виконавцю послуги сертифікат відповідності з зазначенням категорії терміном на _____.

Керівник органу сертифікації _____

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)

ЛІЦЕНЗІЙНА УГОДА

від „___” _____ 200__ р.

№ _____

1. _____, зареєстрований за адресою:

(назва органу сертифікації)

_____, що названий надалі „органом
сертифікації” та представлений _____,

(посада, прізвище, ініціали керівника)

цим надає _____,

(назва організації, якій видається сертифікат)

зареєстрованій за адресою: _____,

що названа надалі „ліцензіатом” та представлена

_____,

(посада, прізвище, ініціали керівника)

ліцензію на право застосування сертифіката відповідності, зареєстрованого в Реєстрі Системи сертифікації УкрСЕПРО „___” _____ 200__ р. за № _____, та маркування знаком відповідності готельних послуг, зазначених в сертифікаті відповідності і які надаються ліцензіатом протягом терміну дії цієї ліцензійної угоди, на підставі нижченаведеного:

ЛІЦЕНЗІАТ

1.1. Зобов'язується виконувати всі умови сертифікації послуг в Системі УкрСЕПРО.

1.2. Зобов'язується забезпечити відповідність готельних послуг усім вимогам нормативних документів, що наведені в сертифікаті відповідності.

1.3. Зобов'язується забезпечити безперешкодний доступ представникам, що уповноважені органом сертифікації, до всіх приміщень, де надаються готельні послуги без попереднього повідомлення.

1.4. Зобов'язується попередньо сповіщати орган сертифікації про всі зміни щодо умов надання готельних послуг. Здійснює намічені зміни тільки за згодою органу, що видав сертифікат.

1.5. Зобов'язується вести облік усіх рекламацій (претензій) на сертифіковані готельні послуги та негайно повідомляти про них орган сертифікації.

1.6. Має право використовувати інформацію про сертифіковані готельні послуги з метою реклами.

1.7. Має право подавати апеляцію до органу сертифікації з усіх розбіжностей, пов'язаних з сертифікацією готельних послуг.

2 ОРГАН СЕРТИФІКАЦІЇ

2.1. Зобов'язується виконувати технічний нагляд за наданням сертифікованих готельних послуг власними силами або силами уповноважених до виконання цих робіт представників органів з

сертифікації систем якості, територіальних центрів стандартизації, метрології та сертифікації Держспоживстандарту України, інших організацій.

2.2. Зобов'язується завчасно, не пізніше, як за шість місяців інформувати рекомендованим листом (або іншим аналогічним способом) ліцензіата про зміни, що намічаються, чинних нормативних документів, якими встановлені обов'язкові вимоги.

3. ІНШІ УМОВИ

3.1. Ця угода вступає в дію з „___” _____ 200__ р. і залишається в силі до „___” _____ 200__ р., поки не буде скасована з обумовлених причин або розірвана однією зі сторін за умови повідомлення про це іншої сторони в установлені терміни.

3.2. У разі виникнення питання про скасування ліцензії встановлюються такі терміни залежно від причин:

Ситуація, що потребує попередження про скасування ліцензії	Термін завчасного попередження про скасування ліцензії
Бажання виробника припинити дію ліцензійної угоди	30 днів
Органом сертифікації виявлено небезпеку готельних послуг для споживачів	Не встановлюється
Забезпечення відповідності готельних послуг новим вимогам нормативних документів	За домовленістю
Невиконання фінансових зобов'язань за договором з виконавцем робіт	30 днів

Повідомлення про скасування ліцензії направляється другій стороні рекомендованим листом (або в інший спосіб) з наведенням причин скасування і дати припинення дії.

3.3. У випадках, якщо ліцензіат сповіщає орган сертифікації про власну невідповідність прийняти нові вимоги у встановлені терміни, порушує терміни або якщо результати випробувань (перевірок) готельних послуг на відповідність зміненим вимогам негативні, то ліцензія вважається скасованою з часу введення в дію нових вимог.

Від органу сертифікації

Від ліцензіата

Керівник _____
(назва органу сертифікації)

(посада керівника організації)

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

М.П.

М.П.

Готельний комплекс _____ Затверджено
Ідентифікаційний код ЄДРПОУ ----- Наказ Держбуду України
----- 13 жовтня 2000 року N 230
Код за ДКУД -----

Готель _____

Кімната N _____

Прибув _____ Вибув _____

Анкета проживаючого

Прізвище _____ Прибув _____

Ім'я _____ Вибув _____

По батькові _____ Адреса постійного місця проживання

Дата народження _____

Паспорт _____

(коли і ким виданий)

Підпис _____

