

**Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
Інститут туризму**

Г.С. Котенко, Р.М. Котенко

ОРГАНІЗАЦІЯ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

**Конспект лекцій
для студентів спеціальності 6.140101
«Готельно-ресторанна справа»**

**Івано-Франківськ
2012**

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

| | Кількість годин | | | |
|--|-----------------|-----------|-------------------|----------------------|
| | Лекції | Практичні | Самостійна робота | Індивідуальна робота |
| Змістовий модуль 1. | | | | |
| Тема 1. Історія розвитку готельного господарства | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 2. Нормативно - правове регулювання готельної індустрії | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 3. Фактори, що впливають на типізацію готельного господарства | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 4. Характеристика основних типів засобів розміщення | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 5. Характеристика підприємств готельного господарства для відпочинку | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 6. Характеристика лікувально-оздоровчих підприємств готельного господарства | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 7. Сучасний підхід до класифікації підприємств готельного господарства | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 8. Класифікація підприємств готельного господарства в Україні | 2 | 2 | 2 | |
| Змістовий модуль 2. | | | | |
| Тема 9. Функціональна організація приміщень підприємств готельного господарства | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 10. Організація приміщень житлової групи | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 11. Організація приміщень нежитлової групи | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 12. Архітектура та інтер'єр у готельному господарстві | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 13. Основні складові формування сучасного інтер'єру підприємства готельного господарства | 2 | 2 | 2 | |

| | | | | |
|--|---|---|---|--|
| Тема 14. Кольори в інтер'єрі | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 15. Технологія прибиральних робіт навколишньої території та вестибульної групи приміщень | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 16. Технологія прибиральних робіт у житловій групі приміщень | 2 | 2 | 2 | |
| Разом | | | | |
| Змістовий модуль 3. | | | | |
| Тема 17. Ресторанне господарство - складова частина індустрії гостинності | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 18. Основні типи і класифікація підприємств ресторанного господарства, що обслуговують туристів | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 19. Основи організації виробничої та торговельної діяльності у підприємствах ресторанного господарства | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 20. Організація виробничого процесу в цехах підприємств ресторанного господарства | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 21. Сутність послуг гостинності в готельному господарстві | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 22. Організація роботи служби прийому, розміщення та обслуговування | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 23. Технологія прийому та розміщення туристів у засобах розміщення | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 24. Організація обслуговування на житлових поверхах | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 25. Організація надання додаткових послуг у підприємстві готельного господарства | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 26. Організація інформаційного обслуговування в підприємстві готельного господарства | 2 | 2 | 2 | |
| Разом | | | | |

| Змістовий модуль 5. | | | | |
|---|---|---|---|--|
| Тема 27. Організаційні форми обслуговування у підприємствах ресторанного господарства при засобах розміщення | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 28. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства при засобах розміщення | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 29. Технологія обслуговування клієнтів у підприємствах ресторанного господарства | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 30. Технологія обслуговування бенкетів і прийомів | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 31. Культура обслуговування в готельному господарстві | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 32. Організація продовольчого і матеріально - технічного постачання в готельному господарстві | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 33. Організація складського і тарного господарства | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 34. Організація роботи обслуговуючих господарств | 2 | 2 | 2 | |
| Тема 35. Організація санітарно-технічного та інженерно-технічного обслуговування в готельному господарстві | 4 | 2 | 2 | |
| Разом | | | | |
| Змістовий модуль 6. | | | | |
| Тема 36. Особливості організації праці у підприємстві готельного господарства | 4 | 2 | 2 | |
| Тема 37. Робочий час працівників підприємства готельного господарства | 4 | 2 | 2 | |
| Тема 38. Раціональна організація праці робітників підприємства готельного господарства | 4 | 2 | 2 | |
| Тема 39. Нормування праці в підприємствах готельного | 4 | 2 | 2 | |

| | | | | |
|--|-----------|-----------|-----------|--|
| господарства | | | | |
| Тема 40. Методи вивчення робочого часу персоналу | 4 | 2 | 2 | |
| Разом | 92 | 66 | 74 | |

Лекція 1.

Тема. Історія розвитку готельного господарства.

План лекції

1. Розвиток індустрії гостинності в Європі.
2. Розвиток американської індустрії гостинності.
3. Розвиток готельного господарства України.

1. Розвиток індустрії гостинності в Європі.

Історія розвитку туризму нараховує не одну тисячу років, безпосередньо пов'язаних з історією розвитку цивілізації. Географія і основна ціль подорожей, стан інфраструктури, яка обслуговувала туризм, є основними етапами розвитку історії суспільства. Еволюція підприємств готельного господарства повторює основні етапи становлення туризму. Перші згадки про підприємства готельного господарства зустрічаються в манускриптах, один із них - кодекс царя Вавилону Хаммурапі. Написаний цей кодекс приблизно в 1700 р. до н.е. і в ньому були визначені різні правила, наприклад, за що господаря таверни можна наказувати. Перші туристичні подорожі були пов'язані з розвитком торгівлі та обміну, перш за все в Азії і на Близькому Сході. Саме діловий туризм став першопричиною появи підприємств готельного господарства на територіях тих регіонів, де проходили великі торговельні шляхи. Вздовж цих шляхів створювалися караван-сараї: спеціальні пункти для людей та загони для верблюдів і коней, які служили для мешканців захистом не тільки від негоди, але і від грабіжників. В Стародавньому світі основними мотивами подорожей, крім торгівлі, було і вивчення світу, оздоровлення (поїздки до мінеральних вод), навчання. В період розквіту грецьких міст-держав формувались центри, які регулярно відвідували подорожуючі, наприклад Олімпія під час Олімпійських ігор. Для учасників ігор будувались спеціальні житлові будівлі, місця для тренування, надавались побутові послуги (баня, харчування, відправа культових звичаїв). Ще до I ст. до н. е. в Римській імперії виникла і розквітла мережа державних заїжджих дворів, які будувались вздовж головних доріг, перш за все для державних чиновників та гінців. Існували два типи «притулку» в провінції і в самому Римі: одне з яких призначалося тільки для патриціїв (мансіонас), друге - для плебеїв (стабулярії). Заїжджі двори для верств нижчого класу комфортом не відзначалися, а багато подорожуючих розраховували тільки на гостинність домовласників. Місця харчування і відпочинку також призначалися для відповідних нижчих класів суспільства. Вищий клас надавав перевагу відпочинку і влаштовував «бенкети» в громадських банях. В V ст., після падіння Римської імперії наступив черговий етап розвитку підприємств гостинності. Напади кочівників призводять до знищення систем комунікації (першою жертвою стали мощені дороги) античного світу.

Середньовіччя характеризується скороченням кількості подорожей і зміною географії основних потоків; переважали ділові поїздки, які були пов'язані зі торгівлею та паломництвом до святих місць. Основним організатором розміщення і харчування для паломників була церква, монастирі безкоштовно приймали гостей. Церква зобов'язана була організовувати «готелі» для подорожуючих,

паломників, священників. Спочатку надавались послуги безкоштовно, але згодом стають підприємствами, розрахованими на отримання прибутку. Церква брала гроші. Подорожували і знатні феодали зі своєю свитою, і вищий клас, які представляли державні та особисті інтереси, і групи бродяг, які склалися з поетів, акторів і співаків, а також ті, які намагалися заробити і опанувати науки і ремесло. Подорожуючі переміщувалися групами, так як вірогідність нападів розбійників була достатньо великою. Збільшення кількості університетів у Європі сприяло зростанню подорожей майбутніми студентами. Прообрази готелів були і на Близькому Сході, в Середній Азії, і в Закавказзі. Купці з караванами товарів подорожували по передгір'ях і пустинях, ночуючи, як правило, в шатрах. Проте, іноді зупинялися в караван-сараях - своєрідних готельних комплексах, що включали не тільки приміщення для ночівлі людей, але й загони для верблюдів та інші приміщення, які для захисту від грабіжників захищалися фортечними стінами. Розвиток торговельних зв'язків сприяв значному зростанню готельного господарства в Європі. Наприклад, в Мілані в XIV ст. вже нараховувалося 150 готелів. XV- XVI ст. - це час глобальних змін у Європі, пов'язаний зі технічним прогресом і географічними відкриттями. В кінці XV ст. в Англії з'являються закони, які регулюють роботу заїжджих дворів (їх нараховувалося в той час біля 600), а у Франції вводиться обов'язковий облік мешканців. Однак, готельне господарство того періоду було надзвичайно примітивним: не було зручностей, дуже низький санітарний стан. В XVI ст. з'являються перші кофейні, які в кінці XVII ст. стають центрами культурного життя того часу. В 1553 р. в Парижі з'являються унікальні для того періоду заклади, наприклад, ресторан *Tour d Argent*, завданням якого було надати послуги харчування. Для цього періоду характерні таверни для простих людей, де за загальним столом подавалися чергові страви за фіксованими цінами. В сільській місцевості один заїжджий двір обслуговував всіх прибулих: заможні люди обслуговувалися в столовій або у себе в кімнаті, бідняки, в основному, їли із господарями заїжджого двору і його сім'єю на кухні. В XVII ст. набувають суттєвої різниці за набором послуг і за ціною сільські і міські засоби розміщення. Серед сільських засобів розміщення слід виділити заїжджі двори і трактири, які пропонували, в основному, нічліг і сніданок. У місті засобами розміщення стали мебльовані кімнати, пансіони і готелі, які надавали всі зручності і повне обслуговування. У XVIII-XIX ст. із зростанням економічних і політичних зв'язків між державами починається бурхливий розвиток готельного господарства, особливо в містах Європи. Готельна справа перетворюється у важливу галузь, яка приносить великі прибутки. Розвиток підприємств гостинності XIX ст. пов'язаний з розвитком туризму. Розгортається будівництво великих і малих готелів на морських побережжях, біля джерел з мінеральною водою, в живописних місцях. В кінці XIX ст. у великих містах з'явилися готелі зі сучасними зручностями: каналізацією, гарячим водопостачанням, центральним опаленням, піднімальними машинами (прообразами ліфтів), електрикою в номерах тощо. До таких готелів відносився і паризький *Grand Hotel*, який був відкритий в 1862 р. Поступово вдосконалюється їх технічне обладнання, змінюються форми і методи обслуговування. Стрімко розвиваються і підприємства харчування, тобто з'являються ресторани зі високим рівнем обслуговування, які пропонують своїм відвідувачам послуги, використовуючи меню (*a la carte*), організовується

харчування для загальноосвітніх закладів і лікарень. В 1898 р. у Лондоні відкрився готель Savou, його управляючий Сезар Рітц і шеф-кухар здійснили справжню революцію в організації ресторанів, і обіди в цьому готелі стали атрибутом світського життя. Зміни в європейській готельній індустрії на початку ХХ ст. пов'язані зі змінами в суспільстві: прискорюється ритм життя (удосконалюються засоби пересування, з'являється радіо, телефонний зв'язок, набуває поширення електричне освітлення), проходить перебудова суспільства в сторону демократизації (з 1936 р. уряд Франції вводить річні відпустки, на початку 1950-х рр. для жителів західних країн це стає нормою); все це призводить до появи попиту на стандартизоване обслуговування: комфортне і недороге. У готельній галузі виникають компанії, акціонерні товариства, корпорації та синдикати, які управляють готельним господарством не тільки у своїй країні, але й керують будівництвом готелів в інших країнах (синдикат готелів у Лондоні, «Союз власників готелів» у Франції). Ці організації встановлювачі ціни на готельні номери, готували кадри готельного бізнесу, сприяли розвитку туризму в цілому. В 1906 р. був створений «Міжнародний союз власників готелів», який об'єднав власників 17000 готелів в різних країнах світу. У великих містах готелі починають використовувати і в інших цілях: влаштовують казино, проводять прийоми, прес-конференції та ін. Початок новітньої історії для підприємств готельного господарства Європи став «золотою епоєю» і тривав із початку 60-х і до кінця 80-х рр. ХХ ст. Це була епоха масштабного будівництва засобів розміщення їх високого завантаження. Основні причини цього явища зумовлювалися зміною демографічної ситуації після Другої світової війни, розвитком туризму як однієї із провідних галузей економіки в західних країнах і політикою цих країн в соціальній сфері. З 1960 р. бере початок будівництво нових підприємств готельного господарства на Середземних курортах, а пізніше і в скандинавських країнах. Активне будівництво бізнес-готелів розпочалося з 1970-х рр., що було обумовлене збільшенням частки бізнес-поїздок. Туризм і зростаюча з кожним роком готельна база перетворились в індустрію послуг, яка в поєднанні з індустрією розваг стала джерелом доходів, отримання прибутку. Теорія управління під час «золотого періоду» надавала перевагу питанням, які були пов'язані не зі скороченням витрат і підвищенням якості послуг, а основою була цінова політика. Інфляція, характерна риса економіки всіх європейських країн того часу, сприяла підвищенню цін на нерухомість, а підприємства готельного господарства піднімали ціни на проживання у відповідності зі зростанням рівня життя. Все це сприяло інвесторам вкладати гроші в готельний бізнес, отримуючи прибутки. Реальні труднощі підприємства готельного господарства «відчули» в кінці 1980-х рр. Виникла потреба у використанні нових методів підвищення ефективності: технічні прийоми, спрямовані на збільшення попиту, організаційно-управлінські, основані на запровадженні нових форм управління тощо. Франчайзинг і контракт - це найбільш поширені форми управління в готельному бізнесі, але, на відміну від Північної Америки, широкого поширення в Європі вони не дістали. На підставі вищевикладеного можна зробити висновки, що індустрія гостинності Європи розвивалася, по-перше завдяки змінам в ментальності суспільства і соціально-економічним перетворенням, по-друге, внаслідок технічного прогресу в підприємствах готельного господарства з'явилися

технічні новинки (стали використовувати нові матеріали і технології в будівництві, засоби зв'язку тощо).

2. Розвиток американської індустрії гостинності.

Американські підприємства готельного господарства колоніального періоду були розміщені, в основному, в портових містах за європейськими зразками. Але більш демократичні погляди американських «хотельєрів» на класове становище мешканців сприяли надаванню послуги всім, хто мав змогу заплатити. Таверни в Америці залишалися центрами суспільного життя, місцями політичних зборів. Перша таверна була відкрита в Бостоні на початку XVII ст. Одна із найбільш відомих таверн була відкрита в 1642р. в Нью-Йорку (тоді вона носила назву «Амстердам») голландською компанією Dutch East India таверна Stadt Haays. Першим американським підприємством готельного господарства, яке спеціально будувалося, було відкрите в 1794 р. на Бродвеї в Нью-Йорку став City-Hotel. Готель став центром суспільного життя міста і за мірками того часу він вважався дуже великим (в ньому було 73 номери). Перший першокласний готель Нового Світу - Tremont House - був побудований в Бостоні в 1829 р. Цей готель славився своєю архітектурою, багатством, розкішною обробки. Початок і середина XIX ст. були «золотим періодом» для американської готельної індустрії. У великих містах з'явилися готельні підприємства, які за розмірами і рівнем комфорту переважали європейські. Наприклад, Palace Hotel, побудований в Сан-Франциско, займав площу в 2,5 акри, в ньому було 800 номерів, а структура управління, оснащення і комфорт були унікальними. Відкриття в 1908 р. готелю Statler в Буфалло стало початком історії сучасного готелю, де за помірну оплату пропонувалося якісне обслуговування і комфортне розміщення. Statler, завдяки нововведенням (серед яких - централізоване холодне водо постачання, ванна кімната в кожному номері, світло при вході в номер, уніформа для персоналу тощо) багато років залишався еталоном готелю. Для американської готельної індустрії 20-і роки XX ст. стали періодом масового будівництва готелів, в тому числі і тих, які відомі і функціонують до цього часу (Penta і Woldor-Astoria в Нью-Йорку, Hilton і Towers в Чикаго). В цей період часу на дорогах Америки стали з'являтися ресторани швидкого обслуговування і заклади, в яких проїжджі обслуговувалися при виході із машини. Ці заклади дістали назву «драйв ін» (drive in). Економічна ситуація в країні в роки Великої депресії не могла не вплинути на готельну і ресторанну індустрію: падіння попиту призвело до того, що 85% всіх готелів стали банкрутами. Попит на готельні послуги під час Другої світової війни і після її закінчення, був викликаний великою міграцією населення. В 1950 рр. розпочався період нового будівництва, який був пов'язаний, перш за все, з масовим поширенням автомобілів як основних засобів транспорту і появою нової концепції організації готельного бізнесу. З'явилися мотелі і мотор-отелі (великі мотелі), які розміщувалися біля доріг і орієнтувалися на туристів, які подорожували на своїх автомобілях. Це були невеликі засоби розміщення (до 50 номерів), які, крім паркування, пропонували обмежену кількість послуг, а в 1960 рр. їх середній розмір досягав 100 номерів і перелік послуг значно збільшився. Значною подією для американської індустрії гостинності стало широке поширення ланцюгів і франчайзингових угод. Першими американськими

ланцюгами були Hilton, Sheraton. Таким чином, можна зробити висновок, що готельне господарство США розвивалося більш динамічно, ніж європейське.

3. Розвиток готельного господарства України.

На Русі готельна справа зародилася в XII-XIII ст. Проте ще в IX-XI ст. Давня Русь завдяки своєму географічному положенню стала центром, де перехрещувались торговельні шляхи між Заходом і Сходом, Північчю та Півднем. Налагоджувалися стійкі торговельні відносини, різнобічні культурні та релігійні зв'язки. Після запровадження християнства на Русі з Візантії до нашої країни потяглися священики, перекладачі, переписувачі книг, ремісники. На Русі аж до XVI ст. центральною фігурою у встановленні та зміцненні зв'язків з іншими країнами був «гість».

Гостинності та мандрям іноземних гостей надавалось велике значення. Так, київський князь Володимир Мономах у своєму «Поученні» заповідав синам добре приймати гостей, вшановувати їх, тому що ці люди, «мимо ходячи», рознесуть по світу добру або лиху вість.

Попередники перших готелів на Русі - *постоялі двори* - називалися «ямами» і розташовувалися на відстані кінного переходу один від одного. У XV ст. постоялі двори створювалися при поштових станціях, що знаходилися в підпорядкуванні Ямського наказу. До XV ст. відносять також будівництво у великих містах *гостинних дворів*, які відрізнялися від постоялих тим, що, крім розміщення і харчування, тут були створені умови для здійснення комерційних операцій. Розселення іноземців у гостинних дворах здійснювалося за національною ознакою.

У XVI - першій половині XVII ст. одним із торговельних центрів Східної Європи був Київ, через який проходили купецькі каравани з Польщі, Кримського ханства, Туреччини, Молдови, Греції, Угорщини, країн Західної Європи, що прямували до Московської держави. Українські купці мали право безмитної торгівлі в прикордонних містах Московії. Для них створювалися спеціальні гостинні двори. На чумацьких і торговельних шляхах України здавались в оренду *корчми*, що не тільки вели торгівлю хмільними напоями, а й були пристановищем для подорожніх.

У другій половині XVII ст., коли «козацька християнська республіка» знаходилась на острові Чортомлик, на її території біля порту височів «Грецький дім» - приміщення для іноземних посланців і купців. Адже Запорізька Січ сама вела жваву торгівлю, а до того ж була транзитним пунктом у торгівлі всіх українських земель і Московської держави з країнами Сходу.

Крім того, Київ став одним із центрів паломництва, що зумовило потребу в будівництві готелів для прочан біля стін Печерського монастиря. В Україні до прочан ставилися з великою шаную. Миряни вважали за честь прийняти богомольців на ночівлю, а то й на кілька днів, пригостити, дати харчів на дорогу. Паломники були в особливій пошані й мали захист при церквах і монастирях, де з давніх часів їм відводили спеціальні помешкання, будували готелі й гостинні

двори, де велися книги для запису прочан, які свідчать про масовий характер паломництва.

Після приєднання України до Російської імперії (кінець XVIII ст.) почалось будівництво поштового тракту від Москви до Києва через Калугу, Глухів, Путивль, Конотоп із **поштовими дворами** та **станціями**, що одночасно виконували функції готелів.

Проте помітний розвиток готельного господарства в царській Росії розпочинається лише в другій половині XIX ст.

Розвиток туризму в XIX ст. мав сприятливий вплив на зростання будівництва готелів. Основним центром забудови став Київ.

До початку XIX ст. Київ, з його прекрасними природно-кліматичними умовами, вигідним географічним положенням і багатою архітектурно-історичною спадщиною, мав усі можливості для того, щоб у найкоротші терміни стати великим туристським центром Східної Європи. Для цього треба було реалізувати потужний місцевий потенціал, залучити видатних архітекторів того часу і перебудувати центр міста, створивши один із найкращих у Росії готельно-розважальних комплексів.

До відкриття регулярних залізничних рейсів (до 1889 р.) ці плани втілювалися в життя дуже повільно і готельне господарство розвивалося односторонньо. З великих виділявся тільки «*Зеленіш готель*», збудований у 1803-05 рр., що належав Лаврі і був найпопулярнішим у 50-х рр. XIX ст. Лаврський готель складався з одного 4-поверхового і трьох 2-поверхових корпусів, розташованих за огорожею монастиря, в Гостинно-Лаврському провулку, що веде до печер. У цьому готелі в 1850 р. вже було 200 окремих номерів і близько 20 загальних кімнат, не враховуючи навісів для простих прочан і кількох маленьких будиночків. Помешканнями готелю можна було користуватися безоплатно впродовж двох тижнів. Один із корпусів готелю був зайнятий лікарнею для прочан з жіночим і чоловічим відділеннями, по 40 ліжок у кожному. Готель приймав до 85 тис. відвідувачів за рік. Утримувався переважно за кошти графині Настасії Орлової та княгині Турчанінової.

З появою електрики та будівництвом перших залізниць помітно зросла кількість туристів, які приїжджали до Києва. Основні туристські потоки переміщувалися трьома шляхами: Дніпром - на пароплавах, залізницею та в диліжансах.

Міська станція залізниць виконувала доручення пасажирів з доставки багажу на квартири й у готелі. Про умови виконання замовлень можна було дізнатися заздалегідь у провідників поїзда. Прибуття поїзда очікували численні кінні екіпажі й готельні омнібуси, розфарбовані у фірмові кольори і з водіями в різнобарвних формах.

На привокзальній площі люди в кашкетах із червоними околицями голосно вигукували назви найкращих готелів, обіцяючи потенційним пожитцям безліч усіляких зручностей. Це були комісіонери - молоді хлопці, найняті власниками готелів.

Київ славився гостинністю. Готелів вистачало для всіх. З початку XIX ст. будівництво готелів у Києві велося не дуже швидкими темпами, і до 1880 р. їх було збудовано 15. Зате наступні 20 років ознаменувалися справжнім розквітом готельного господарства міста.

У першій половині XIX ст. історичний центр забудовувався односторонньо. Правий бік Хрещатики був сформований ще на початку сторіччя, а значну частину лівого боку довго займала садиба Ф.Ф. Мсринга, професора університету Св. Володимира. Архітектори німецького походження Е.П. Брадтман і Г.П. Шлейфер доклали максимум зусиль для того, щоб центр Києва, «дохідне місце» з погляду туризму, мав неповторний архітектурний вигляд. Стрімкими темпами Хрещатик перетворився на калейдоскоп із гарних житлових будинків, готелів, ресторанів, магазинів, банків і був продовжений до Бессарабської площі.

Як гриби після дощу, готелі виростали не тільки на Хрещатику, а й на прилеглих вулицях. Оскільки ця справа була дуже прибутковою, готелі розташовувалися майже впритул один до одного, а їхні господарі докладали чимало зусиль, щоб виділитися й обійти конкурентів.

У Києві до 1901 р. було збудовано 64 готелі, які можна було умовно поділити на такі великі групи:

1) готелі, розміщені поруч із вокзалом. Функціонували чотири готелі і безліч мебльованих кімнат. Вони знаходились на вулиці *Безаківській* (нині Комінтерну). Така скупченість пояснювалася безпосередньою близькістю вокзалу і Ботанічного саду. Практично всі готелі на цій вулиці були збудовані в 1880-90-х рр.;

2) суперзіркові готелі. Заможні відвідувачі Києва, що ждали «шумного» життя, зупинялись у готелі «*Європейському*» у центрі міста на Царській (нині Європейській) площі. Цей готель був найстарішим у Києві. Саме в «Європейському» функціонував один із найкращих київських ресторанів XIX ст. Як повідомлялось у рекламі, готель мав на вокзалі свого представника, який дбав про багаж і зручну карету, що доставляла постояльця з готелю до поїзда. Популярнішим був «*Гранд-Готель*» (на цьому місці нині стоїть корпус Головоштамту). Фешенебельний і дорогий (люкс - 30 крб. за добу), на 110 номерів, «Гранд-Готель» мав власний омнібус на вокзалі, чудовий ресторан, телефон безпосередньо в номері та всі необхідні зручності тих часів.

Неподалік розміщувався відомий блискучою репутацією «*Hotel de France*». Напередодні Першої світової війни Київ поповнився ще одним першокласним готелем на 100 номерів - «*Континенталь*», спеціально відкритим для дуже заможних клієнтів.

Престижний номер тут коштував пожиттю 15 крб. за добу. Нині на місці розкішного готелю знаходиться оперна студія Національної музичної академії. До першокласних готелів варто віднести і «*Готель-Савой*» (також на Хрещатику).

Отже, вибираючи готель, вельможне панство отримувало всі зручності: омнібус або екіпаж для поїздок містом, окремих кабінет у ресторані, старанну прислугу (під час добору обслуговуючого персоналу цих готелів пильну увагу приділяли культурі мови, володінню принаймні російською та французькою мовами), а в номері - парове опалення, ванну, електричне освітлення, телефон. Окрім того, кожний готель передплачував чимало періодичних видань, надавав безоплатну допомогу в пошуках у місті необхідного адресата;

3) готелі другого класу. Ними мали можливість скористатися особи середнього достатку. Таких готелів у Києві було набагато більше, ніж суперзіркових. Назви готелів столиці Південно-Західного краю (офіційна назва Правобережної України в Російській імперії) відображали всю географію Європи: «*Австрія*», «*Англія*», «*Америка*», «*Брістоль*», «*Версаль*», «*Ліон*», «*Марсель*», «*Італія*», «*Прага*»,

«Берлін», «Краків», «Сан-Ремо» і навіть «Великий Національний». Вони розміщувалися на центральних вулицях, які, на відміну від інших, були вимощені, мали електричне освітлення, а також спеціально обладнані стоянки для екіпажів. У 1913 р. у місті було 80 таких готелів.

Номери облаштовували за останнім словом моди, для чого часто запрошували майстрів з Німеччини і Франції. У номерах з'явилася гаряча вода, стало модним використовувати різні запашні трави. Прототипом нинішніх саун були лазні, де ціни коливалися від 8 коп. до 3 крб. залежно від класності та поділу на номери, загальні або окремі ванни.

В усіх готелях їжу подавали в номери. Вранці пропонували каву, чай або какао. Пізніше - сніданок, який можна було замовити ще звечора або вранці. Обідали й вечеряли гості зазвичай у ресторані. При кожному великому готелі був погріб для вин, які раз на день подавали клієнту безкоштовно.

Найдорожчим ресторанним закладом Києва наприкінці ХІХ ст. вважався ресторан готелю «Метрополь». Престижними були ресторани при готелях «Бель-Вю», «Європейський», «Гранд-Готель», «Континенталь», ресторан «Семадені» на Хрещатику; менш дорогі, але також вишукані страви подавали при готелі «Оріон». Ще дешевшими були страви в готелях «Древняя Русь» і «Марсель».

При великих готелях діяли магазини. У будні вони були відкриті з восьмої ранку до дев'ятої вечора, а по неділях і святах - з другої години дня до восьмої вечора. Булочні й гастрономічні магазини працювали без вихідних.

При готелях функціонував цілий штат комісіонерів-посильних, які виконували різні доручення: доставку листів і посилок, квітів, наймання візника, невеликі покупки тощо. Клієнти могли наймати посильних за згодою - погодинно, подовово і помісячно. Із появою телефону всі великі готелі миттєво скористалися новим досягненням цивілізації і потреба в послугах комісіонерів-посильних відпала;

4) «мебльовані кімнати» - один із різновидів тогочасних готелів. Вони знаходились на всіх гомінких вулицях, конкурували з першокласними готелями, не поступаючись їм у сервісі. Найбільшою популярністю користувалися мебльовані кімнати «У Львівської» - на Володимирській вулиці, «У Іваницького» - на Золоторівській, «У Діякова» - на Миколаївській площі (нині площа І.Франка), «У Лознякова» - на Золоторівській площі. Номери й мебльовані кімнати, що знаходились далі від центральної частини міста (переважно на Подолі), коштували всього 30-40 коп. за добу;

5) «подвір'я», заїжджі та постоялі двори. Особи, які зупинялись у Києві на тривалий час, наймали мебльовані кімнати в приватних будинках. Довгострокова оренда кімнати «з самоваром і прислугою» обходилась квартирантові в 15-20 крб. за місяць, а на околицях і в передмісті плата становила всього 5 крб.

Під час щорічних контрактних ярмарків, що проходили в Києві в лютому, в зв'язку зі значним зростанням кількості гостей і ажіо- тажним попитом на житло, ціни в готелях і приватних будинках зростали в 5-10 разів.

Богомольці, що приходили до київських храмів, зупинялись у «простеньких», але охайних і недорогих або зовсім безоплатних «*странноприимницах*» Києво-Печерської лаври, Софійського, Михайлівського, Покровського і Братського Богоявленського монастирів, на подвір'ях великих церков.

Київська влада прагнула зробити все можливе, щоб гості міста отримували максимум задоволення під час проживання в Києві. Навіть при прокладанні трамвайних ліній враховувалася кількість готелів, розташованих уздовж маршруту. Хоча при готелях й існували служби з наймання екіпажів, однак ці послуги коштували дуже дорого, і бідніші клієнти оглядали Київ з трамвайного віконця.

У XIX ст. розгорнулося будівництво готелів і на півдні України. Найрозвиненішим портовим містом стала Одеса, якій у 1817 р. було надано право користування порто-франко терміном на 30 років, що потім неодноразово подовжувалось до 1859 р. Це сприяло розширенню економічних зв'язків між країнами та народами, поживленню торгівлі, зростанню міста та його населення. Все це й зумовило широкий розвиток готельного господарства. У дореволюційній Одесі було 34 готелі та 6 заїжджих дворів. Назви готелів давали уявлення про географію туризму («Лондонський», «Марсель», «Європейський», «Франція» та ін.) або статус пожителів («Купецький», «Біржа», «Пасаж»),

Однак на той час усе ще тільки створювалось, накопичувався європейський і світовий досвід, удосконалювалася сфера готельного господарства, з кожним роком займаючи дедалі більші площі.

Література:

Питання для самоконтролю.

1. Перші згадки про готелі.
2. Розміщення постійних дворів.
3. Готелі в епоху Середньовіччя.
4. Поява перших курортних підприємств.
5. Кількісні та якісні зміни послуг підприємств готельного господарства.
6. Що спільне та відмінне у становленні між сільськими і міськими підприємствами готельного господарства.
7. Зміни в розвитку готельної індустрії на початку XX ст.
8. «Золота епоха» готельної індустрії.
9. Перша американська будівля готельного типу.
10. Початок історії «сучасних» готелів.
11. Роль та значення ланцюгів для американської готельної індустрії.
12. Визначте основні причини виникнення притулків для подорожніх у давні часи та особливості їх функціонування.
13. Охарактеризуйте заклади розміщення, що існували в державах Давнього Світу.
14. Дайте характеристику основним напрямкам розвитку закладів розміщення в епоху Середньовіччя.
15. Що було характерно для розвитку готельної справи у XVII- XVIII ст.?
16. Чому XIX ст. можна назвати переломним періодом в історії готельного господарства? Як розвивається у цей період готельне господарство Європи і Америки?
17. Охарактеризуйте стан та основні тенденції розвитку готельного господарства світу на сучасному етапі.

18. З появи яких закладів розміщення починається історія готельної справи на Русі та в Україні?
19. Дайте характеристику стану готельного господарства України на початку ХХ ст.
20. Охарактеризуйте етапи становлення готельного господарства України в ХХ ст. (радянський період).
21. Дайте характеристику сучасного стану та окресліть перспективи розвитку готельного господарства України, Києва і Закарпаття.

Лекція 2.

Тема. Нормативно-правове регулювання готельної індустрії.

План лекції

1. Документація в роботі готельних підприємств, її види.
2. Правила надання готельних послуг.

1. Документація в роботі готельних підприємств, її види.

Для організації діяльності готелів і туристичних комплексів, як і будь-якого підприємства, велике значення має її документальне забезпечення. За допомогою відповідної документації відбувається реалізація організаційних, розпорядчих, контрольних, облікових і довідкових функцій різних служб, забезпечується операційний зв'язок між ними та власне технологія виконання робочих процесів.

Всю документацію, що використовується у підприємствах розміщення туристів, можна розділити на адміністративну та спеціальну.

Адміністративна документація забезпечує організацію управління діяльністю підприємства. Вона ідентична управлінській документації, що використовується у будь-якому іншому підприємстві - це накази, договори, протоколи, заяви, доповідні та службові записки і т. ін. Оформлення подібної документації відбувається відповідно до форм, встановлених офіційним діловодством і документознавством.

Спеціальна документація використовується тільки на підприємстві певної галузі чи сфери діяльності і відповідає специфіці його роботи. Вона забезпечує технологію роботи служб підприємства. Під технологією взагалі розуміють послідовність процесів і операцій з виконання певної роботи. *Готельна технологія* - це сукупність виробничих процесів з прийому та обслуговування гостей готелю. Спеціальну документацію готельно-туристичного комплексу можна розділити на три групи: нормативну, експлуатаційно - технологічну та туристичну.

Нормативну документацію складають документи, що встановлюють певні норми та вимоги до організації діяльності служб, а також до виконання робіт з прийому та обслуговування в готелі в цілому та на окремих його ділянках. Сюди входять різні правила, положення, інструкції та інші документи, що встановлюють порядок виконання тих або інших робочих процесів. Вони видаються керівними органами - державними, галузевими, відомчими, муніципальними - або безпосередньо керівництвом підприємства і є обов'язковими для виконання.

Експлуатаційно-технологічна документація - це документи, що забезпечують правильну експлуатацію готелю, здійснюють документальне забезпечення всіх технологічних процесів та окремих операцій з прийому й обслуговування гостей у готелі. Експлуатаційно-технологічна документація складає найбільшу частину всієї документації готельного підприємства і в свою чергу має наступні види.

Типові форми - бланки, розроблені на основі типових форм первинних документів, рекомендованих державними статистичними органами, які мають, як правило, однаковий вигляд в усіх готелях з несуттєвими відмінностями, зумовленими відомчими вимогами або специфікою готельного підприємства. Це

документація, що використовується при бронюванні місць, обліку руху номерного фонду, оформленні поселення, розрахунках з проживаючими, організації виїзду та роботи з багажем тощо. Типові форми відповідають державним стандартам технічної документації. Деякі з них мають характер бланків суворої звітності - наприклад, рахунок; робота з ними вимагає дотримання певних правил, установлених державою для такого роду документів: особлива чіткість в оформленні, суворий облік та збереження, періодична звітність з їх використання тощо.

Журнали обліку встановленої або довільної форми для різного роду обліку. Так, наприклад, журнал обліку громадян, які проживають у готелі має встановлену форму, мусить бути зброшурованим, прошнурованим, пронумерованим, скріпленим печаткою і періодично перевірятись керівництвом. У той же час журнали ведення білизняного господарства, прийому-здачі зміни, обліку замовлень на послуги хоча й мають спільні реквізити, оформлюються на кожному конкретному підприємстві згідно специфіки його роботи.

Ці два види готельної документації складають перелік форм первинного обліку та суворої звітності в готелі. Вони мусять відповідати типовим зразкам таких документів, розробленим на відомчому або на державному рівні." Крім них, Наприклад, нині діє «Порядок використання та заповнення форм документів суворої звітності та первинного обліку у готелях України», затверджений наказом Держбуду України № 230 від 30. 10.2000 р. в готелях існує також інша *документація довільної форми*, що використовується тільки на конкретному підприємстві і відображає специфіку його роботи.

Туристичні документи забезпечують процес прийому та обслуговування в готелі вітчизняних та іноземних туристів. До них належать туристичні повідомлення, ваучери, путівки, обмінні та маршрутні ордери, списки туристів, направлення туристичних фірм, листи обслуговування, технологічні карти туристичних маршрутів і т. ін. Значна кількість туристичних документів є бланками суворої звітності.

Нині все більше готелів застосовують у своїй роботі так звані «безпаперові технології», засновані на використанні комп'ютерної техніки. Але опції меню готельних комп'ютерних програм подібні до реквізитів документів, що обслуговують відповідні операції. Крім того деякі документи потребують роздрукування з комп'ютера для видачі клієнту, звітності тощо. У готелях, де поки що не застосовується комп'ютерна техніка, робота служб повністю забезпечується відповідною документацією.

2. Правила надання готельних послуг.

Правила користування готелем та надання готельних послуг складають зміст основного нормативного документа готельного підприємства. При розміщенні гостя в готелі між ним (або особою, що виступає від його імені) та готелем фактично укладається договір про оренду готельного номеру на певний час. Договір може мати форму, встановлену діючим законодавством і засвідчену підписами сторін (керівництва готелю та замовника (споживача), вважатися укладеним після письмового акцепту готелем направленої йому заявки на бронювання або засвідчуватись розрахунковим документом з установленими реквізитами, який видається споживачу після оформлення документів на

проживання. Умови цього договору власне і відображаються у правилах користування готелем і надання готельних послуг. Цей документ, як правило, має єдину структуру, але в кожному конкретному випадку він відображає специфіку діяльності підприємства. Правилами встановлюються де які загальні вимоги до підприємства розміщення та його персоналу згідно існуючих державних стандартів; режим його роботи; термін проживання у ньому; порядок бронювання місць, поселення, оплати проживання, надання додаткових послуг, а також взаємні обов'язки, права та відповідальність адміністрації підприємства і проживаючих (замовників). У Правилах можуть встановлюватись пільги при поселенні для певних категорій громадян, особливості поселення і обслуговування дітей.

У 1981 р. Міжнародною готельною асоціацією були розроблені Міжнародні готельні правила, в яких у найбільш узагальненій формі були визначені принципи взаєностосунків клієнта і готелю, їхні взаємні права, обов'язки та відповідальність, подані визначення «клієнта» (в українських Правилах - «замовника») та «гостя» готелю (відповідно - «споживач»), а також наголошено, що умови договору на проживання обумовлюються категорією готелю, внутрішніми інструкціями та правилами та національним законодавством. У кожній окремій країні цей документ регулює відносини між підприємством розміщення і споживачем-проживаючим або замовником-турфірмою чи іншою установою, спираючись на основні державні та галузеві законодавчо-нормативні акти. Ці правила можуть бути типовими, єдиними для всіх готельних підприємств країни, розроблятися на відомчому рівні або в окремих підприємствах.

У СРСР правила користування готелями та внутрішнього розпорядку в них розроблялись відомствами, у підпорядкування яких входили готелі. Найбільшими з них були республіканські міністерства житлово-комунального господарства (комунальні готелі) та туристичні відомства, з яких найбільш розвиненою системою готелів володіли «Інтурист» та ЦРТЕ. Виходячи з різного призначення готелів цих відомств (відповідно - для мешканців інших міст, іноземних громадян і туристів, організованих вітчизняних туристів з путівками), для них встановлювався конкретний різний порядок бронювання місць, заселення й оплати, отримання додаткових послуг, по різному визначались обов'язки адміністрації та правила внутрішнього розпорядку для проживаючих.

У 1996 р. в Україні були прийняті загальнореспубліканські «Правила користування готелями та надання готельних послуг в Україні», затверджені спільним наказом Держ жилкомунгоспу та Держкомтуризму України. За основу їх побудови було взято той самий принцип занадто конкретизованого підходу до визначення правил розміщення й обслуговування в готелях без врахування специфіки поточного моменту і ринкових умов, в яких почали працювати сучасні готелі. Так, наприклад, встановлювалася єдина квота оплати за бронювання місць - 50% вартості місця за добу, незважаючи на велику різницю цін у готелях та їх значну відмінність від цін на місця за радянських часів; єдине правило розрахункової години для всіх готелів; обов'язкова наявність паспорту як Основи для поселення без уточнення замінюючи його у цьому випадку документів тощо. Все це, з одного боку, обмежувало можливості готелів у застосуванні цих Правил стосовно їх власної специфіки, з іншого, через можливості різночитання, сприяло

деяким зловживанням з боку клієнтів або навпаки - порушенню їх прав адміністрацією готелю.

У березні 2004 р. наказом Державної туристичної адміністрації України затверджено нові республіканські «Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг» (див. додаток 5). В основу їх розробки покладено в основному державні стандарти та законодавчі акти щодо захисту прав споживачів. Готелі повинні на основі існуючих республіканських Правил, не суперечачи їх основним положенням, розробляти власні правила з урахуванням специфіки своєї роботи. Прийняті у готельному підприємстві Правила користування, затверджені дирекцією або вищими органами, мають силу юридичного документа та обов'язкові для виконання як адміністрацією, так і проживаючими.

У нових Правилах чітко визначаються поняття засобів розміщення, споживачів та замовників їх послуг, окремо вказуються вимоги до інформації про послуги, що мусить бути надана споживачеві. Подається загальний порядок бронювання місць, поселення та оплати за проживання, причому уточнюються види документів, які можуть замінити паспорт при поселенні. Установлену Правилами єдину розрахункову годину (12 година дня) готель вправі змінювати на іншу, зручну для нього, а також застосовувати як подовову, так і погодинну форму оплати за проживання, самостійно встановлюючи тарифи і пільги, крім випадків, коли застосовується державне регулювання.

Режим роботи підприємства республіканськими Правилами передбачається цілодобовий. Деякими підприємствами, в основному більш низьких категорій, встановлюються перерви в роботі у нічний час, наприклад, з 0 до 6-ї години ранку. У цей час вхід до готелю тимчасово припинений для всіх категорій громадян, крім тих, що в ньому проживають або забронювали місця. Режим роботи таких підприємств може бути встановлений графіком на місцях. У Правилах готелю можуть також обумовлюватись режим і порядок відвідання проживаючих.

Згідно Правил договір на надання готельних послуг може бути укладений на визначений або невизначений термін; найбільш коротким терміном вважається одна доба (до 12 години дня наступного за днем прибуття).

Важливою частиною Правил є розділ, що визначає взаємні обов'язки і права адміністрації готельного підприємства та проживаючих.

До обов'язків адміністрації входить:

- ✓ ознайомити проживаючих з Правилами користування і внутрішнього розпорядку;
- ✓ інформувати їх щодо розміщення служб підприємства, режиму їх роботи, а також додаткових послуг, що пропонуються гостям;
- ✓ організувати розміщення та обслуговування проживаючих згідно встановлених стандартів, дотримувати правильності розрахунків;
- ✓ забезпечити необхідний рівень санітарного стану номерів, комплектність та справність їх обладнання, якісну підготовку до заселення, своєчасну заміну постільної білизни, рушників та туалетних речей - у відповідності до категорії готелю, але не рідше двох разів на тиждень.

До обов'язків підприємства входить також надання гостям установленого мінімуму безплатних послуг (виклик швидкої допомоги, доставка у номер

кореспонденції гостя, побудка на замовлення, надання у користування готельного інвентарю згідно з категорією готелю) та додаткових платних послуг згідно переліку. До послуг проживаючих у кемпінгах повинні бути кухні та пральні самообслуговування, обладнання для догляду за автомобілем.

Готельне підприємство гарантує проживаючим збереження цінностей, що передані на спеціальне зберігання, та особистих речей, які знаходяться в номері, збереження та повернення забутих речей у встановлені терміни (6 місяців).

У свою чергу проживаючі зобов'язані:

✓ дотримувати Правил користування, встановлених адміністрацією готельного підприємства, правил пожежної безпеки, зберігати чистоту та порядок у номері;

✓ дбайливо ставитися до готельного майна, у разі потреби - відшкодувати спричинені збитки.

Проживаючі в готелі користуються правом позачергового обслуговування у підприємствах громадського харчування, зв'язку, служби побуту, що розташовані в готелі.

Персонал готельного підприємства і проживаючі повинні дотримувати тиші та спокою, вживати заходів для забезпечення безпеки проживання, бути взаємно ввічливими.

У діючих республіканських Правилах багато уваги приділено правам та відповідальності сторін. Так, готель несе відповідальність за неякісні послуги, надання недостовірної інформації, невиконання договірних умов. Споживач відповідає за дотримання правил користування, незручності, спричинені ним іншим гостям готелю, матеріальні збитки майну готелю. В усіх випадках винна сторона мусить відшкодувати спричинені збитки. У разі серйозних порушень з боку споживача готель має право відмовити у поселенні або виселити винного. Якщо винною стороною є готель, що не усунув недоліків протягом найближчого часу (за Правилами - година після подання скарги), споживач може розірвати договір і вимагати повного відшкодування збитків. Наявність у готелі Книги відгуків і пропозицій є обов'язковою. З метою впорядкування діяльності з надання тимчасового проживання у засобах розміщення як юридичними, так і фізичними особами у березні 2006 р. в Україні Поста новою Кабінету Міністрів був затверджений також «Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» (див. додаток 6). Основним завданням цього документа є впорядкування понятійно-термінологічного апарату у цій сфері для його подальшого однозначного трактування та застосування у будь-яких нормативно-правових актах, що стосуються надання послуг проживання.

Література:

Питання для самоконтролю.

1. Охарактеризуйте основні форми управління готелями, що існують у світі, їх переваги та недоліки.
2. Дайте характеристику структури готельної бази України за формами власності, організаційно-правовими формами та відомчим підпорядкуванням.
3. Назвіть основні законодавчі акти, на які спирається у своїй діяльності готельне підприємство.
4. Визначте основні види бізнес-планів готельного підприємства та охарактеризуйте їх структуру.
5. Назвіть основні статті доходів і витрат готельного підприємства.
6. Яким чином реалізується єдність керівництва та самоуправління колективу готелю? Що таке колективний договір?
7. Які документи можна віднести до типу адміністративної, а які до спеціальної документації готелю?
8. Назвіть приклади нормативних документів, що регулюють діяльність готельного підприємства.
9. Визначте основні види експлуатаційно-технологічної документації готелю.
10. Дайте характеристику Правил користування готелем та надання готельних послуг як основного документа, що регулює відносини між адміністрацією готелю та споживачами його послуг.

Лекція 3.

Тема. Фактори, що впливають на типізацію готельного господарства.

План лекції

1. Основні принципи типології.
2. Ознаки типології.

1. Основні принципи типології.

Для сучасного світового готельного господарства притаманна значна кількість підприємств, що пропонують клієнтам згідно з попитом широкий обсяг готельного сервісу. Урізноманітнення попиту клієнтів спричинило появу на ринку сфери гостинності нових послуг та форм обслуговування, функціональних характеристик підприємств, диференціацію якості послуг, тому будь-яка систематизація типів і характеристик підприємств розміщення умовна. Оскільки в готельному підприємстві послуги розміщення, харчування, додаткові послуги доповнюють одне одного і здебільшого взаємозалежні й сприймаються клієнтами єдиним цілим, то, з огляду на це, формується певний тип готельного підприємства.

Типологія важлива як фаховий принцип для керівників у дослідженні особливостей діяльності готельних підприємств, управління кожним типом підприємства, вивченні вибору клієнтами готелів, менеджменту служб готелів у плануванні витрат їхнього функціонування й визначенні оптимального рівня комфорту під час відпочинку, лікування, виконання професійних обов'язків клієнтами.

Засоби розміщення туристів, згідно з типологією Всесвітньої туристичної організації (ВТО), поділяють на дві категорії — колективні та приватні (рис. 2.4). Колективні охоплюють готелі й аналогічні засоби розміщення, комерційні та соціальні, спеціалізовані засоби розміщення.

Відповідно до "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 і аналогічних закладів розміщення належать майнові комплекси, котрі складаються зі 7 та більше номерів, підпорядковані єдиному керівництву й згруповані в категорії згідно з переліком пропонованих послуг, і мають необхідне обладнання.

Готель - це підприємство будь-якої організаційно-правової форми власності, що складається з номерів і пропонує комплекс готельних послуг, не обмежених застелянням ліжок, прибиранням кімнат і санвузлів.

Аналогічні засоби розміщення — підприємства будь-якої організаційно-правової форми власності, що складаються з номерів і пропонують обмежені готельні послуги включно зі застелянням ліжок, прибиранням кімнат і санвузлів (пансіонати, клуби з номерами, гостьові будинки та ін.).

Комерційні й соціальні засоби розміщення охоплюють підприємства, котрі функціонують на комерційній основі (туристські бази, бунгало і под.), мають

соціальне значення і здебільшого субсидуються (гуртожитки для молоді, туристичні гуртожитки, будинки відпочинку для осіб похилого віку, готелі для робітників, студентські та школярські гуртожитки тощо).

До *категорії спеціалізованих засобів розміщення* належать підприємства, які можуть бути безприбутковими, надають мінімальний перелік готельних послуг, не обов'язково складаються з номерів; основним помешканням може бути житлова кімната або колективне спальне приміщення. Окрім надання послуг із розміщення, вони виконують інші — основні функції: забезпечують лікування, оздоровлення, профілактику, соціальну допомогу, проживання під час певної трудової діяльності. Разом з основними ці заклади організують додаткові послуги - харчування, відпочинок, спортивні послуги.

До оздоровчих спеціалізованих закладів належать санаторії, будинки реабілітації, оздоровниці. Заклади оздоровлення, що надають готельні послуги водночас із щоденним заправленням ліжок, прибиранням номерів та санвузлів, класифікуються як готелі.

Засоби розміщення, що забезпечують проживання під час певної трудової діяльності або поєднання трудової діяльності з відпочинком, - це табори праці й відпочинку, наприклад сільськогосподарські, археологічні, екологічні, табори пластунів (скаутів), гірські притулки, дитячі табори, хатини та ін.

Категорія спеціалізованих громадських транспортних засобів охоплює засоби розміщення зі спальними приміщеннями, які належать до колективного громадського транспорту і не відокремлені від нього в оплаті. До такої категорії зачисляють головно потяги, судна, яхти.

Приватні засоби розміщення — це приватне житло, в якому за платню або безоплатно надають обмежену кількість місць. Туристи і власники житла використовують їх упродовж обмеженого терміну з метою відпочинку (дача) чи як додаткове житло. З-поміж приватних засобів розміщення виокремлюють орендовані кімнати у сімейних квартирах, будинках, а також квартири, особняки, будинки, котеджі, що на умовах тимчасової домовленості здають в оренду як повністю обладнані житлові приміщення. До неосновного приватного житла належать засоби розміщення - квартири, особняки, котеджі й інші. Їх використовують туристи — члени родини власника - під час мандрівки. Серед інших категорій індивідуального житла, які використовують туристи, - безоплатне житло, а також житло, що неповністю відповідає категорії індивідуального й складається з наметів на неорганізованих майданчиках, судах, стоянках.

2. Ознаки типології.

У типології сучасних готельних підприємств найчастіше враховують такі ознаки:

- ✓ розташування;
- ✓ місткість номерного фонду;
- ✓ рівень цін;
- ✓ режим роботи;
- ✓ мета перебування клієнтів;
- ✓ надання послуг харчування;
- ✓ форма власності;
- ✓ архітектурно-планувальні особливості.

Відповідно до розташування готелі класифікують на категорії: розташовані в місті, курортних центрах, сільській місцевості, на транспортних засобах. За місцем розташування у поселенні готелі поділяють на такі, що розміщені:

- ✓ у центрі міста (насамперед класу "люкс", категорії п'яти- і чотиризіркові, які належать до малих і середніх підприємств, обслуговують високооплачуваних клієнтів - учасників конференцій, ділових зустрічей, бізнесменів, а також готелі середнього класу);
- ✓ в міській зоні, близькій до центра, заклади розміщення середнього класу, що обслуговують клієнтів середнього та вищого матеріального достатку;
- ✓ на околицях міста - підприємства середнього й низького класу зі спрощеним стандартом обслуговування; найчастіше вони розташовані неподалік важливих транспортних комунікацій, пунктів - вокзалів автомобільного, залізничного, водного транспорту, аеропортів, розраховані на туристів, котрі подорожують транзитом, низькооплачувані й категорії соціального забезпечення туристів - студентсько-учнівську молодь, робітників.

Готелі, розташовані у курортних зонах, умовно можна класифікувати за їхнім розташуванням щодо привабливих туристських атракцій - морського узбережжя, бальнеологічних, спортивно-оздоровчих об'єктів та ін. Із наближенням до найпрезентабельніших об'єктів категорія закладу розміщення найчастіше підвищується.

Заклади розміщення на транспортних засобах класифікуються відповідно до виду транспортного засобу та способу його пересування: аероготель, флотель, ротель, ботель тощо.

Класифікацію готелів за місткістю здійснюють згідно з кількістю постійних спальних місць (номерів) і визначають національними стандартами в кожній державі. Наприклад, у США готелі до 100 номерів вважають малими, 100-500 - середніми, понад 500 - великими; Австрії та Швейцарії готелі до 100 місць - малі, 100—200 — середні, понад 200 місць — великі. В Україні, відповідно до 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. Світовий готельний номерний фонд переважно зосереджений у середніх і малих готелях.

За рівнем цін на основні платні послуги готелі класифікують на: бюджетні — 25—35 доларів США, економічні — 35—55, середні — 55—95, апарт-готелі — 65—125, першокласні 95—195, фешенебельні 125—425 доларів США.

У світовій готельній сфері, згідно з режимом роботи, виокремлюють дві групи готелів — для постійного і тимчасового (сезонного — влітку, взимку) обслуговування туристів.

За метою перебування клієнтів готелі класифікують для:

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

За критерієм надання клієнтам послуг харчування готелі поділяють на такі, що:

- ✓ не надають послуг харчування, заклади без категорії чи низької категорії, в яких відсутні власні гастрономічні підприємства — ресторани, кафе, бари;
- ✓ пропонують сніданок;

✓ забезпечують повний пансіон.

За формою власності готелі є:

✓ приватні (орендовані);

✓ державні;

✓ муніципальні.

Приватні готелі — автономні, найгнучкіші в управлінні й пристосовані до змін цільового ринку. Форма приватної власності може бути у вигляді акціонерного товариства (найпоширеніша), сімейного готелю, одноособового володіння.

У світовій готельній індустрії державна форма власності менш типова. Вона пов'язана зі закладами розміщення відомчого підпорядкування. В Україні, країнах колишнього Радянського Союзу частка державних готелів залишається значною.

Муніципальна (комунальна) форма власності пов'язана з підпорядкуванням закладів гостинності органам міського самоврядування. Частка муніципальних готелів у світовому готельному господарстві незначна — 2—5%. Управління муніципальними готелями здійснюють за дорученням на договірній основі особою чи групою фахівців, уповноважених муніципальними органами влади. Подібно до державної форми, муніципальна влада несе фінансову та законодавчу відповідальність, контролює управління.

У зв'язку з бюрократичною формою управління актуальна проблема державної та муніципальної форми власності закладів розміщення стосується необхідності диверсифікації й спеціалізації послуг гостинності. Централізація, монополізм в управлінні не сприяє поліпшенню якості обслуговування та розширенню асортименту послуг.

Архітектурно-планувальні особливості готелів виражені у структурі й зв'язках між приміщеннями, які забезпечують виконання основних функцій. Розрізняють такі типи планування:

✓ блочне (основні функціональні приміщення розміщені в різних об'ємно-просторових блоках);

✓ централізоване (воно характерне для одноповерхових або багатоповерхових готелів, розміщення основних функціональних приміщень забезпечують спільно на одному чи різних рівнях);

✓ подіумне (громадська частина будівлі розвинута горизонтально і становить основу для житлової частини будівлі, розвинуту по вертикалі).

У плануванні основних діючих приміщень міських готелів найпоширеніший централізований і блочний типи. У готельному комплексі "Ялта" з типовим блочним плануванням функціонально важливі житловий корпус, корпус громадського харчування мають окреме розташування. В одному з найбільших світових готельних комплексів "Ізмайлово" в Москві блочне планування характерне для житлових корпусів.

У міських районах зі щільною забудовою використовують централізоване планування. Такий підхід типовий для готелю "Дніпро" у Києві, "Holiday Inn" в Аусбурзі (Німеччина) тощо. У 36-поверховому готелі-башті "Holiday Inn" номери розташовані з першого до одинадцятого поверху, а громадські приміщення — на останніх і підвальних цокольних поверхах.

Подіумний принцип у плануванні основних функціональних приміщень найхарактерніший для готелів середнього та високого класу, які розташовані на значній території і мають декілька під'їздів. Цей тип планування, зокрема,

властивий для готелів "Русь" у Києві, "Europa" в Будапешті, "Sokos Viru" в Таллінні та ін.

Література:

Питання для самоконтролю.

1. Проаналізуйте головні типи готельного продукту.
2. Які категорії засобів розміщення вирізняються згідно з типологією WTO?
3. Назвіть типові ознаки засобів розміщення.
4. Проаналізуйте головні ознаки типології готельних підприємств.

Лекція 4.

Тема. Характеристика основних типів засобів розміщення.

План лекції

1. Характеристика закладів розміщення готельного типу.
2. Характеристика закладів розміщення для автотуристів.
3. Характеристика закладів розміщення водного туризму.

1. Характеристика закладів розміщення готельного типу.

Згідно з функціональним призначенням, рівнем комфорту, обладнанням, розташуванням, архітектурно-планувальними особливостями, рівнем цін, іншими характеристиками готелі й інші засоби розміщення туристів у світовому готельному бізнесі поділяють за таким принципом:

Готелі "люкс" - спеціалізовані фешенебельні готельні підприємства, що пропонують незначний перелік послуг для клієнтів з особливими вимогами до комфорту - бізнесменів, високооплачуваних діячів культури, науки, мистецтва, високопосадових державних чиновників, спортсменів та ін. Приміщення готелів цієї категорії оздоблені дорогими меблями вищого класу, художньо виконаним декором, номери винятково класу - "люкс" і вище - великі за розміром, у них передбачені окремі спальня, вітальня, кабінет, у деяких номерах - невеликі кухні й міні-бари.

За місткістю такі готелі належать до малих і середніх підприємств, від 100 до 400 номерів, розташовані насамперед у центральній частині міста, комфортній для проживання. Такі готелі характерні особливо високими цінами на послуги. Обслуговуючий персонал підготовлений у профільних навчальних закладах і кваліфіковано надає послуги. Кількість персоналу відносно кількості гостей велика: в особливо фешенебельних готелях на кожного клієнта припадає декілька осіб обслуговуючого персоналу. З-поміж типових додаткових платних послуг - прокат автомобілів, екскурсії, замовлення проїзних квитків і под. У структурі функціональних приміщень вирізняються дорогі ресторани, банкетні зали, басейн, сауна, номери-апартаменти, приміщення для заняття спортом тощо.

Готелі для ділових туристів, бізнес-готелі - це спеціалізовані фешенебельні готелі, які пропонують широкий обсяг послуг. Вони зорієнтовані насамперед на обслуговування бізнесменів, працівників у сфері фінансів, державних чиновників, діячів культури, мистецтва, інших фахівців - учасників ділових, наукових зустрічей.

В Україні, інших державах колишнього Радянського Союзу категорію бізнес-готелів зараховують до готелів загального типу. В світовому досвіді функціонування готелі цього типу в сегменті готельного продукту належать до найрентабельніших.

Готелі для ділових туристів найчастіше розташовані в центральній частині міста зі зручними під'їзними шляхами і за місткістю належать до середніх та великих

підприємств, маючи від 400 до 2000 номерів. Для готелів бізнес-класу характерні високі ціни, вище середнього рівня в регіоні.

Бізнес-готелі пропонують високий рівень комфорту з якісним та дорогим обладнанням приміщень, високою кваліфікацією персоналу. Серед широкого обсягу додаткових платних послуг готелі цієї категорії забезпечують різні типи закладів харчування, відділення зв'язку, технічно обладнані приміщення для індивідуальної роботи, проведення нарад, зустрічей, виставок та ін.

Окремий тип готелів для ділових туристів — *відомчі готелі* організацій (державних, громадських, військових тощо), підприємств, закладів (навчальних, спортивних, культури і под.), створені для приймання осіб, котрі прибувають у зв'язку з професійними обов'язками, навчанням, заняттями спортом. Готелі цієї категорії розташовані біля відомчої установи або в місцях зі зручним сполученням громадського транспорту. Якість та обсяг послуг у таких готелях залежить від типу організації, в підпорядкуванні якої або у співпраці з якою перебуває заклад розміщення. Функціональні параметри відомчих готелів відображені в структурі громадських приміщень, категоріях обслуговуючого персоналу, цінній політиці відповідної установи чи організації.

Конференц-готелі спеціально спроектовані для приймання значної кількості гостей і проведення різних масових зібрань: конференцій, з'їздів, нарад, семінарів, тренінгів та ін. Ці готелі високого рівня комфорту мають розвинуту структуру приміщень громадського призначення різних типів — зали для проведення конгресів, приміщення для нарад, навчальні аудиторії, різні типи ресторанів, кафе, барів, відділення зв'язку і банків, телетайп, телекс, Інтернет, басейн, сауну, кегельбан та ін. У діяльності громадських приміщень вагома роль належить їхньому забезпеченню необхідним обладнанням, зручними меблями, технічними засобами акустики, зв'язку, синхронного перекладу різними мовами та ін.

Конференц-готелі є переважно у великих містах з нещільною забудовою прилеглої території для можливого інфраструктурного облаштування, у вузлових транспортних пунктах — аеропортах, залізничних вокзалах. Готелі цього типу середніх і великих розмірів пропонують широкий обсяг послуг: окрім масових громадських заходів, послуги різноманітного дозвілля: заняття спортом, екскурсії, гру в гольф, сауну та ін. Ціни середні й високі, часто в них введено проживання, харчування, місце у залі, технічне обслуговування й інші послуги.

Готелі-апартаменти (апарт-готелі) складаються з житлових приміщень квартирної типу, ціна яких не залежить від кількості гостей. Її визначають терміном перебування: якщо він значний, клієнт отримує знижку. Клієнтами найчастіше є бізнесмени, сімейні туристи, туристи-індивідуали, котрі подорожують і зупиняються на тривалій термін, очікуючи умов проживання, близьких до домашніх.

Готелі-апартаменти розраховані на часткове самообслуговування, зокрема самостійне приготування їжі, тому в номерах обов'язково передбачена кухня з необхідним обладнанням та інвентарем. За місткістю вони належать до малих і середніх підприємств з номерним фондом 100—400 номерів. Ці готелі характерні для великих міст, розташовані у житлових кварталах і типові для держав Європи, США. В Україні, державах колишнього Радянського Союзу вони не набули розвитку.

В Європі поширений різнотип готелів-апартаментів — *анонімний пансіон*, форма, згідно з якою власник квартири укладає договір з агентством нерухомості про здачу своєї квартири, всього житлового будинку, його частини на певний термін.

Готелі біля аеропортів, залізничних вокзалів, автовокзалів та інших важливих транспортних комунікацій. Розташування готелів біля важливих елементів транспортної інфраструктури, місць перетину транспортних шляхів — звичне явище в світовому досвіді територіальної організації закладів гостинності. Це спеціалізовані підприємства, орієнтовані на короткотермінове проживання бізнесменів, спортсменів, науковців та інших категорій туристів, котрі очікують транспортний засіб. Підприємства обслуговують також персонал авіакомпаній, залізниць, морських портів, працівників різноманітних видів транспорту. Готелі для транзитних туристів у великих містах можуть виконувати функції організації зустрічей ділових туристів.

Ця категорія готелів за місткістю значно коливається у розмірах: від малих у віддалених невеликих транспортних пунктах до великих — у транспортних вузлах міжнародного значення. Розміри закладу впливають на перелік послуг і рівень обслуговування. Готелі для транзитних туристів у зв'язку з коротким терміном перебування гостей мають певні особливості, відображені у плануванні, пропозиції послуг. У невеликих готелях номери меншої площі, ніж в інших категоріях готелів; тут організовані спеціально обладнані кімнати для відпочинку клієнта впродовж декількох годин, збільшена відпочинкова зона у вестибюльній групі приміщень, у структурі закладів громадського харчування діють бари та кафе. У великих готелях, що виконують одночасно функції конференц-готелів, вони мають близьку до зазначеного типу форму організації обслуговування.

Курортні готелі спеціалізуються на прийомі й обслуговуванні туристів, котрі прибули з метою відпочинку, оздоровлення на тривалий період. Ці готелі типові для курортних центрів різного профілю функціонування. Сам профіль курорту (морський, гірськолижний, кліматичний та ін.) переважно визначає обсяг, типи послуг, режим діяльності.

Відповідно до функції відпочинку й оздоровлення, що надаються впродовж тривалого часу, курортні готелі розташовані у невеликих поселеннях із недостатньо розвинутою соціальною туристичною інфраструктурою. Окрім послуг проживання, вони надають значно більше послуг порівняно з іншими типами готелів — послуги елементарного медичного обслуговування, спортивнооздоровчі, харчування, розваг, пізнавального туризму і под. Особливе значення в експлуатації курортного готелю має організація дитячого відпочинку. У готелях працюють кабінети медичного нагляду, інгаляції, масажу, спортивнотренажерні зали, зали для занять лікувальною фізкультурою, різні типи підприємств громадського харчування, кінозал, солярій, басейни оздоровчого й лікувального плавання, прокату спортивного одягу й інвентарю та ін. В архітектурі курортних готелів використовують оригінальні форми, які ярусами лоджій, галерей, відкритих майданчиків зливаються з навколишнім природним ландшафтом.

У режимі діяльності курортні готелі вирізняються з-поміж інших типів чітко вираженою сезонністю: готелі морських курортів мають високу заповнюваність

упродовж літніх місяців, гірські — центри зимових видів спорту взимку, лише готелі у бальнеологічних курортах з ефектом лікування функціонують цілорічно.

З метою цілорічного завантаження номерного фонду окремі готелі високої категорії — п'яти-, чотиризіркові організують конференції, з'їзди, виставки й інші багатолюдні заходи.

Розміри курортних готелів залежать від туристичної презентативності курорту, мають номерний фонд у розрахунку на 300—1000 місць головно з одно- і двомісними номерами. Ціна залежить від сезону (в сезон вона висока).

У великих курортних центрах (Ялта, Сочі, Карлові Вари) збільшення місткості й обсягу послуг спричинило формування готельних комплексів.

Готельні комплекси — складне поєднання в межах невеликої території підприємств гостинності значної місткості (понад 1000 місць), об'єднаних спільною виробничою інфраструктурою з метою виконання спільного функціонального завдання — надання послуг із розміщення та супутніх послуг.

У курортних готельних комплексах поєднані готельні підприємства різної місткості, функціонального призначення, комфорту і значна кількість суміжних підприємств з надання послуг харчування, розваг, медичного, побутового, спортивного й іншого обслуговування. Створення великих готельних комплексів належить до сучасних напрямів розвитку готельної сфери в курортному господарстві.

Туристичні готелі розраховані на туристів, зайнятих активним відпочинком, котрі беруть участь в екскурсійному, спортивно-оздоровчому туризмі. Туристичні готелі розташовані переважно в містах, а також можуть бути прибережними, гірськими або на головному туристському маршруті. Особливість цього типу підприємств гостинності полягає в наявності приміщень туристського обслуговування — для прокату туристського спорядження, транспортних засобів, майданчиків, фунікулерів. У структурі приміщень вирізняють туристично-методичні кабінети, приміщення для інструктажу тощо. Тип приміщень зумовлений спеціалізацією туристичного готелю. Наприклад, у центрах гірськолижного спорту в структурі приміщень передбачені пункти прокату туристського і спортивного спорядження, інвентарю — лиж, ковзанів, саней; прибережних — рибальського та мисливського спорядження, човнів і под.

Обсяг послуг у великих туристичних готелях значний — діють різні типи гастрономічних, торгових, розважальних та подібних підприємств. Такі готелі (високої категорії) забезпечують високий рівень комфорту: передбачені номери "люкс", "апартамент", ресторан, сауна, кегельбан, басейн, конференц-зали й інші послуги.

Готелі-казино поширені в країнах з розвинутою азартно-розважальною індустрією — США, Великій Британії, Ліхтенштейні, Монако тощо. Казино у готельному комплексі — це основна структурна ланка закладу розміщення. Основною функцією таких готелів є створення сприятливих умов для проведення азартних ігор. Для України згадана категорія готелів не типова.

Готелі - казино функціонують у діловій частині великих міст у будівлях з виразною архітектурою, часто у відомих пам'ятках історії та культури. Наприклад, у Лас-Вегасі готелі-казино відтворюють архітектурні шедеври Парижа, Рима, Венеції, Нью-Йорка й інших визначних історичних міст світу. Послуги проживання та харчування у готелях-казино забезпечують на особливо

високому рівні: у готелях фешенебельні номери, ресторани, в меню яких — екзотична кухня, дорогі напої. Тут організують чартерні рейси на замовлення клієнтів, часто — безплатний трансфер. З метою залучення клієнтів та збільшення доходів готелі цієї категорії організують кінофестивали, конференції, музичні фестивали й інші масові публічні заходи.

Значне використання у туризмі транспортних засобів сприяло розвитку системи закладів розміщення мобільного туризму. До цієї категорії належать стаціонарні заклади розміщення — мотелі й кемпінги, розташовані біля автомобільних шляхів, — у приміській, міській або міжселитебній зоні, та мобільні транспортні засоби — ротель (пересувний готель), кемпер (житловий автомобіль), караван (прицеп-дача), що організують трейлерні парки і караванінги.

Молодіжний готель, хостел — це заклади розміщення готельного типу, для осіб студентського й учнівського віку, котрі подорожують, перебувають на навчанні, роботі. Основна відмінність хостелів від звичайних готелів полягає у поєднанні економічності та регламентованих умов проживання згідно з вартістю.

Молодіжні готелі розташовані у будівлях з коридорною системою планування і складаються з номерів першої категорії та нижчого класу, часто обладнаних двоповерховими ліжками. Хостелі надають мінімальні послуги (кухня, санвузол, розташовані на поверсі, передбачені спеціальні кімнати для спілкування — *common rooms*). Сніданок здебільшого входить у вартість проживання і забезпечується у кафе, їдальнях, буфетах, які працюють у структурі закладу розміщення. Передбачені також розважальні послуги (спортивні майданчики, дискотеки, тренажерні зали), побутові послуги (зв'язок, камера схову, телебачення).

Основна частка хостелів у світі перебуває сьогодні у приватній власності, близько 1/3 належить університетам і різним організаціям. З метою координування світовою мережею хостелів створена Міжнародна федерація молодіжних хостелів (*International Youth Hostels Federation, IYHF*). Вона об'єднує понад 6 тис. молодіжних хостелів у різних країнах.

Агроготель — засоби розміщення готельного типу, розташовані у сільській місцевості й надають туристам послуги під час відпочинку, оздоровлення, забезпечують умови для сільськогосподарської діяльності в процесі відпочинку. Ці готелі розраховані на гостей, котрі подорожують сім'ями та потребують умов проживання, близьких до сільської місцевості. Агроготелі за місткістю — малі підприємства, які надають до послуг кімнати або окремі будинки, а також організують харчування і дозвілля агротуристів.

Готельно-офісний центр — готелі, що складаються з житлових приміщень — номерів, і нежитлових, спеціально обладнаних для використання під офіси. Розташовані в центрі ділової частини великих міст, біля важливих комерційних об'єктів. Інколи вони утворюють чималі за розмірами готельні комерційно-розважальні комплекси значної місткості з розвинутою інфраструктурою різних функціональних структурних ланок (ресторан, кафе, фітнес-клуб, заклади торгівлі та ін.).

2. Характеристика закладів розміщення для автотуристів.

Мотель — заклад розміщення готельного типу цілорічного функціонування для автотуристів, розрахований на тривале проживання з повним комплексом послуг культурно-побутового та технічного обслуговування. За розмірами мотелі — невеликі або середні, мають 20—30 номерів, близько 400 місць, одно-, декількаповерхові підприємства для різних категорій туристів, котрі подорожують автомобілями, насамперед із пізнавальною метою. Мотелі, порівняно з готелями, надають менший обсяг послуг за нижчими цінами. Найчастіше вони пропонують послуги харчування у ресторані, барі, послуги конференц-залу, перегляд кіно- і відеофільмів, тренажерні й ігрові приміщення, басейн, відкриті спортивні майданчики, обов'язково майданчики (гараж) для паркування автотранспорту з охороною, здебільшого з повним або частковим його технічним обслуговуванням, бензозаправними колонками.

Архітектурно-планувальна організація мотелю аналогічна готельній будівлі. Однак, якщо для готелю основним елементом є номер, то у мотелях — номер з майданчиком для стоянки автомобіля. Залежно від архітектурно-планувальних особливостей мотелю і кількості поверхів розрізняють два підходи у розташуванні номера й стоянки автомобіля: відособлене (стоянка розташована окремо) і суміщене (стоянка і номер розташовані поруч). В одноповерхових мотелях доцільно використовувати суміщення номера й автомобільної стоянки. Багатоповерхові мотелі (до 16 поверхів, згідно зі сучасними будівельними нормами) з суміщеними номерами та стоянкою автомобіля називають *мотор-готелі*. Наприклад, у 18-поверховому мотор-готелі "*Hilton Hotel*" у Сан-Франциско (США) автомобілі розташовують біля номерів на поверхах. Одночасно в структурі будинку виділяють загальну стоянку.

Окрім поодиноких мотелів централізованої забудови, для декількаповерхових установ у планувальній забудові автотуристського комплексу застосовують блочне та павільйонне планування. У блочній забудові згруповані в одному будинку житлові й громадські приміщення мотелю. Зблоковані у довільній формі (попарно, по два, по чотири) житлові номери утворюють павільйони.

Кемпінг — автотуристський засіб сезонного використання з обмеженим набором послуг культурно-побутового і технічного характеру, призначений для короткотермінового проживання у стаціонарних невеликих будинках або наметах та паркування автотранспортних засобів. Перші кемпінги, що застосовували як засоби розміщення, виникли у 30-х роках ХХ ст. у США.

Кемпінги розташовують уздовж шосе вузлових пунктів — при в'їзді-виїзді з населеного пункту, перехрещуванні шляхів або привабливих природних, історико-культурних, рекреаційно-туристських пунктах — біля гідрооб'єктів, на гірському перевалі та ін. За місткістю кемпінги розраховані на проживання 20—200 осіб різних категорій туристів. Кемпінги значних розмірів найчастіше входять до структури автотуристських комплексів, які охоплюють інші категорії закладів розміщення та розвинуту природно-рекреаційну базу. Наприклад, мотель-кемпінг "Ольгино", розташований між Приморським шосе і Фінською затокою, має цілорічну місткість на 444 особи і сезонну — 1100 осіб (кемпінг 200, наметове містечко — 250, котеджі — 200 осіб тощо).

Кемпінги пропонують обмежений обсяг послуг, головню зі самообслуговуванням. Проживання надають у літніх без опалення будинках з легких матеріалів (найчастіше — дерев'яних). Діють санвузол загального типу, майданчик для

паркування автомобілів, можуть надаватись послуги перегляду теле-, відеофільмів, міні-бару. В окремих випадках біля кемпінгу є автозаправна станція, майстерня нескладного ремонту автомобілів.

Ротель — пересувний засіб розміщення у вигляді вагона-трейлера з одно-, двомісними номерами — спальними відсіками, який, подібно до причепу, рухається з автомобілем. Трейлери широко використовували з кінця 50-х років ХХ ст. у США, Великій Британії, Франції з метою проведення літнього відпочинку. Особливо популярний відпочинок на трейлерах у США, де розроблені різні види трейлерів — від простих вагонів-причепів до пересувних обладнаних квартир. Наприклад, популярний тип трейлерів "Пентхауз" складається з двох відсіків з п'ятьма спальними місцями, обладнаними санвузлом, газовою плитою, меблями.

Кемпер — спеціально спроектований мобільний готель на автомобільному шасі для літнього відпочинку. Мобільні споруди збірного типу з легких матеріалів (пластмаса, фанера), традиційних матеріалів, що транспортуються на спеціальних засобах на підготовлений майданчик, найактивніше проектують із 70-х років ХХ ст. у США, Німеччині, Швеції, Франції. Наприклад, запропонований у Німеччині мобільний готель — це п'ятивісний автокран, який становить основу споруди з десяти ярусів. На кожному поверсі розташовано чотири спальних приміщення, на вершині готелю передбачена тераса з баром. Загальна місткість цього кемпера — 80 осіб.

З метою обслуговування автотуристів, котрі подорожують на мобільних автотранспортних засобах — ротелях, кемперах, караванах, застосовують спеціальні трейлерні парки з відповідною інфраструктурою для паркування та ремонту транспортних туристських засобів, санітарно-технічне обладнання стоянок, електромережу, пункти прокату, заклади харчування. Актуальна проблема функціонування трейлерних парків особливо пов'язана зі збереженням довкілля.

3. Характеристика закладів розміщення водного туризму.

Поява на початку 60-х років ХХ ст. легких недорогих суден із пластичних матеріалів індивідуального використання, подальше вдосконалення водних транспортних засобів спричинили широке залучення туристів до водного туризму, виникнення прибережної туристської інфраструктури — спеціалізованих портів та паркінгів для човнів. У США, Канаді, Франції з цією метою прокладали канали - лагуни — марини (передбачалась мінімальна площа акваторії до 100 га). На узбережжі створювали інфраструктуру, яка поєднувала сезонне житло і причали для паркування та ремонту прогулянкових суден. Так, у порту Сент-Максіме біля курорту Сен-Тропе і Довіль-сюр-Мер (Ла-Манш, Франція) у центрі водної поверхні на півострові розташовані будинки для проживання, а навколо них — причали для організації активного водного відпочинку.

У 70-х роках ХХ ст. виникли плавучі туристські засоби розміщення, розташовувані на баржах, дебаркадерах¹, а також флотелі, флото- кемпінги, ботелі, ботокемпінги.

¹ Дебаркадери — плавуче судно, корпус якого виготовлений з тонкого залізобетону.

Флотель — це плаваючий готель значних розмірів, розташований на спеціально обладнаному судні для обслуговування туристів, котрі подорожують водою. Флотелі складаються з плавучих корпусів різного функціонального призначення. За обсягом послуг їх інколи називають "курортом на воді".

Місткість флотелів коливається в межах 100—3000 осіб. Конструкція зручна у використанні, її можна розміщувати на дебаркадері. Флотелі функціонують у цілорічному режимі або сезонно.

Флотелі розташовані у вузлових пунктах туристського водного маршруту зі сприятливим природним ландшафтом для організації занять водним спортом, мисливством, рибалкою та ін. Флотелі цілорічного функціонування можуть змінювати розташування залежно від сезону: влітку перебувають у місцях масового відпочинку, взимку — в межах міста. Їх використовують як стаціонарний готель.

У флотелях туристам пропонують комфортабельні номери, значний обсяг додаткових послуг активного відпочинку: басейн, тренажерні зали, водні лижі, засоби рибної ловлі, оснащення для підводного плавання та полювання, зали для проведення конгресів і концертів, ресторан, бібліотека, приміщення для тимчасових офісів, засоби оперативного зв'язку тощо. Сучасні готелі на воді часто застосовують для організації спеціалізованих подорожей і круїзів, зокрема бізнес-турів, конгрес-турів, турів з навчанням та ін. Норма житлової площі у флотелях, порівняно з готелями, нижча і становить для одномісного номера 7 м^2 , двомісного — 9 м^2 , тримісного — 14 м^2 .

Флотокемпінги — заклади розміщення туристів у наплавних засобах, розташованих у проміжних пунктах через 20—25 км туристського водного маршруту. Вони забезпечують туристів, котрі подорожують індивідуальним водним транспортом (яхтою, катером, човном) або круїзним судном — житлом, водними видами спорту, стоянкою та технічним обслуговуванням прогулянкових суден.

У структурі функціональної зони флотокемпінга вирізняють надводну частину — корпус для обслуговування туристів, їдальню, пункт технічного обслуговування суден, причал для плавальних засобів і суходільну — пляж, будинки, намети для проживання, окремі споруди для побутового обслуговування та розваг.

Ботель — стаціонарний заклад розміщення туристів цілорічного використання, розташований на березі у початковому або кінцевому пункті водного туристського маршруту, в приміській відпочинковій зоні на відстані 150—200 км один від одного.

Засоби розміщення на зразок "ботель" — це значні за обсягом прибережні території зі системою житлових корпусів готельного типу, будівель культурно-побутового обслуговування, стаціонарних споруд і засобів технічного обслуговування плавзасобів. Місткість ботелів залежить від їхнього розташування, особливостей водного простору, зв'язку житлових приміщень на узбережжі з водним простором і може становити 500—5000 осіб.

Ботелі надають чималий обсяг послуг. Окрім розміщення, харчування, технічного обслуговування плавзасобів, туристи можуть отримати послуги зі заняття спортом, відкритих басейнів, конференц-залів та ін.

Ботокемпінг — стаціонарні підприємства сезонного функціонування (влітку) для обслуговування туристів, котрі подорожують водним туристським маршрутом.

Розташовані в транзитній зоні маршруту на відстані 20—25 км. За розміром — це невеликі туристичні установи на 50—100 осіб та із 10—25 суднами. Ботокемпінги пропонують розміщення у невеликих будинках і технічне обслуговування плавзасобів.

Флайтели — засоби розміщення готельного типу, розраховані на короткий термін перебування власників літаків. Ці заклади використовують у місцях з недостатнім розвитком інших типів інфраструктури гостинності. Флайтели разом з аеродромами, ангарами, ремонтними майстернями, ресторанами, концертними залами й іншими закладами утворюють туристські комплекси для ночівлі, заняття спортом зі стрибків на парашуті, прогулянки на повітряній кулі, проведення концертів, конференцій тощо. Перший флайтель виник у США в штаті Оклахома поблизу м. Таласа.

Туристські табори — засоби сезонного функціонування, призначені для масового відпочинку молоді. Сучасні норми організації туристських таборів регламентують використання від 20 до 40 % їхньої загальної місткості цілорічно. Найчастіше туристські табори розташовані в приміській зоні відпочинку і туризму. Вони в окремих вузлових туристських пунктах зі сприятливими природними умовами утворюють комплекси туристських молодіжних таборів міжсели-тебної зони, а згідно з призначенням можуть виконувати оздоровчо-туристські, спортивно-туристські функції, бути спеціалізованими (студентські, учнівські, міжнародні молодіжні табори). Оздоровчо туристські табори, окрім оздоровлення, надають туристсько-екскурсійні послуги, спортивно-туристські — забезпечують спортивні тренування і формують туристські прикладні навички проживання в таборі й перебування у поході.

Міжнародні молодіжні та студентські табори поширені в світі й призначені для заняття спортивним туризмом, культурно-пізнавальною та краєзнавчою роботою студентської молоді. Названі табори створюють для цілорічного функціонування на 100—1000 місць. До основних принципів організації міжнародних молодіжних таборів належить використання унікальних природно-рекреаційного й історико-культурного потенціалу регіону, що спричиняє їхнє тяжіння до приморських, гірських, озерних та інших різноманітних у ландшафтній структурі регіонів.

Комплексний підхід до організації міжнародних молодіжних таборів зумовив формування значних за розмірами комплексів місткістю до 5 тис. осіб. Туристський табір у Гурзуфі, наприклад, складається з адміністративних приміщень, спального павільйону, їдальні, солярію, ігрового павільйону, аерарію, санітарних павільйонів, спального корпусу цілорічного використання, літнього кінотеатру, спортивних майданчиків тощо.

Вартість послуг у туристських таборах доступна для широкого кола учнівсько-студентської молоді. В Україні й інших державах Східної Європи перебування у туристських таборах до 65 % фінансують профспілкові та державні організації. Обслуговуючий персонал повинен складатися з фахових спеціалістів, у тому числі з педагога та психолога.

Туристські бази — засоби розміщення готельного типу зі сезонним режимом функціонування, розраховані на обслуговування пізнавально-екскурсійних, спортивних і оздоровчих туристських маршрутів. Вони відрізняються від готелів за комфортом, розташуванням, місткістю, рівнем обслуговування.

За місткістю туристські бази — підприємства середніх та великих розмірів для обслуговування 100—1000 осіб. В архітектурному сенсі ці засоби становлять декілька поверхові споруди, хоча сучасні будівельні норми передбачають підвищення їх до дев'яти поверхів. Окрім незначної у розмірах громадської частини, житлова — це номери, розраховані на одночасне проживання сім'ї з дітьми та великих туристських груп до 10 і більше осіб і повинні бути обладнані санвузлом. Одночасно теперішні норми функціонування турбаз передбачають організацію їхньої роботи в цілорічному режимі, у сезон (влітку чи взимку) діють усі функціональні підрозділи, в інший період — лише функціональне ядро.

Відповідно до розміщення на маршруті туристські бази можуть бути основними та проміжними, з розташуванням у приміських зонах відпочинку, містах, у структурі туристсько-оздоровчих районів і комплексів. На виробничий профіль турбази, архітектурно-планувальну організацію, режим роботи суттєво впливають кліматичні й ландшафтно-географічні чинники. Так, у структурі гірських туристських комплексів туристські бази, окрім пізнавально-екскурсійного профілю, можуть бути гірськолижними й альпіністськими.

Туристські бази, розташовані у передгір'ї, мають добре організовану систему транспортних комунікацій і комунальної інфраструктури, природних атракцій, доповнених історико - архітектурними пам'ятками. Турбази значних розмірів із декількома спальними корпусами забезпечують комфорт, наблизений до туристичних готелів. Виробнича інфраструктура у таких турбазах доповнена спортивними, танцювальними майданчиками, в окремих випадках — плавальним басейном, іншими функціональними підрозділами.

Гірськолижні туристські бази функціонують переважно взимку — це притулки, окремі будинки, стоянки. Місткість цього типу туристських закладів становить 50—300 осіб.

Альпіністські турбази орієнтовані головню на літні види спорту, в їхню структуру введені туристські притулки, наметові табори, спортивні майданчики.

Архітектурні особливості туристських баз залежать від ландшафту території, ознак національної культури. Унікальність архітектурного колориту, використання регіональних національних особливостей зумовлює затишок та комфорт — основу повноцінного відпочинку для гостей.

Будинок відпочинку — рекреаційно-туристський засіб цілорічної діяльності для заміського відпочинку з наданням комплексу послуг. У плануванні будинки відпочинку складаються зі зблокованих одно-, дво-, трикімнатних номерів, зорієнтованих на обслуговування сімей з різної кількості осіб із спільною кухнею та санвузлом. У великих таких будинках (до 1000 місць) заклад розміщення часто має окремі декількаповерхові корпуси зі спільними закладами відпочинку, оздоровлення, розваг.

Пансіонат — рекреаційно-відпочинковий заклад розміщення, близький за функціями до будинків відпочинку. Типологічно ці заклади відрізняються лише за формою обслуговування: у пансіонатах воно здійснюється через мережу самостійних закладів — магазини, аптеку, перукарню, житлові номери, обладнані кухнею-нішею. Будинки відпочинку та пансіонати часто входять до структури туристично-оздоровчих районів (приміських, гірських) і характеризуються цілорічним функціональним ядром, інша частина діє лише влітку.

База відпочинку — сезонний засіб розміщення, який забезпечує короткотривалий щотижневий сімейний та індивідуальний відпочинок з мінімальним обслуговуванням за низьку ціну. Згідно з режимом функціонування, цей тип засобів розміщення найгнучкіший щодо категорії гостей і терміну їхнього перебування: влітку переважає сімейний відпочинок середнього і тривалого терміну перебування (12—24 доби), взимку — індивідуальний (груповий) короткотривалий (1—3 доби).

У структурі планування та режимі функціонування бази відпочинку складаються зі споруд літньої діяльності, побудовані з легких матеріалів (60—75 % місць) та капітальних споруд цілорічного функціонування будівель (25—40 %). Місткість баз відпочинку — 100—1000 місць.

Дитячі табори — це засоби розміщення цілорічного функціонування зі змінним режимом роботи — влітку приймають для відпочинку дітей, а в осінньо-зимовий період — дорослих. Розташовані у замських рекреаційних зонах. Це одно-, двоповерхові заклади з блочним плануванням. Житлові кімнати розраховані на 3—6 осіб і згруповані по декілька у блок зі спільним санвузлом. В осінньо-зимовий період житлові кімнати трансформуються у 2—3-місні для дорослих рекреантів. Відповідно до сучасних норм дитячі табори можуть приймати 100—500 осіб, у курортних зонах створені комплекси дитячих таборів місткістю понад 1000 осіб.

Дитячі табори забезпечують комфортне розміщення з широким обсягом послуг для відпочинку, навчання, оздоровлення. У комплексі послуг пропонують харчування, екскурсії, кінозал тощо.

Табір праці та відпочинку — засіб розміщення відомчого підпорядкування головно сезонного типу з регламентованими послугами для проживання в польових умовах певного виду діяльності (сільськогосподарська, археологічна, геологічна та ін.) і відпочинку. Табори праці та відпочинку будують із легких матеріалів, просто монтують і можуть транспортувати (вагони-причепи до автомобіля).

Туристські притулки — це засоби розміщення короткотермінового відпочинку. Вони розташовані на проміжних зупинках активних туристських маршрутів і пропонують одно-, дводенний відпочинок, мають місткість до 100 осіб, найчастіше 20—30 осіб. Побудовані з легких матеріалів (переважно дерева). Спальні кімнати розраховані на 5—10 осіб, окремі — на туристську групу до 20 осіб. З-поміж інших послуг — приготування або підігрів їжі, екскурсії.

Бунгало — замські, окремо розташовані одно-, декількаповерхові споруди квартирної типу з легких будівельних матеріалів для відпочинку в літній період. У плануванні мають окремий вхід, містять одну або декілька кімнат, розрахованих на одну або декілька сімей. У структурі приміщень передбачені місце для приготування їжі, холодильник, телевізор та інше обладнання, біля будівлі облаштований майданчик для паркування автомобіля.

Література:

Питання для самоконтролю.

1. Охарактеризуйте основні види засобів розміщення готельного типу.

2. Яким вимогам повинні відповідати засоби розміщення для автотуристів.
3. Охарактеризуй те засоби розміщення для водного туризму.

Лекція 5.

Тема. Характеристика підприємств готельного господарства для відпочинку

План лекції

1. Характеристика готелів для екскурсійного туризму.
2. Характеристика підприємств розміщення по типу таймшер, кондомініум.
3. Характеристика спеціалізованих готелів.

1. Характеристика готелів для екскурсійного туризму.

Це невеликі готелі, переважно приватні, а також при ватні котеджі, будинки, ферми, розташовані як у містах, так і в сільській місцевості. Вони пропонують клієнтам ночівлю і сніданок, часто - також легку вечерю і невеликий комплекс додаткових послуг за помірними цінами.

Для ділових людей, комерсантів, бізнесменів, що прибули на тривалий термін, часто - із сім'єю, існують *apart hotels (Residential Hotels)*, що використовуються як тимчасове житло. Номери в таких готелях аналогічні повністю мебльованим квартирам, як правило, з кухнею. У більшості таких готелів є невеликий ресторан, кафе або їдальня. Гостям пропонується мінімальний сервіс - заміна постільної білизни, прибирання житла, деякі побутові послуги. Але за бажанням вони можуть замовити через фірму й інші послуги, наприклад, прокат автомобілів, відвідування театру, концерту, екскурсії, придбання проїзних документів на транспорт тощо.

Conference Hotels, Convention Hotels - готелі для проведення різного типу нарад і конференцій - розташовуються у великих центрах або в курортній місцевості і повинні мати великий набір приміщень громадського призначення, зокрема зали для проведення конгресів з апаратурою для перекладу, приміщення для секційних засідань, прийомів, організацій ярмарків і виставок, розвинену мережу ресторанів з обідніми та банкетними залами і приміщень рекреаційного характеру - басейн, сауна, боулінг, а також добре налагоджену систему комунікацій (зокрема - швидкісні ліфти великої місткості). Тип заселення - одно-двомісний, може бути сімейного характеру. Учасників конгресів часто супроводжують члени їх родин, для яких організують екскурсійні та розважальні програми.

Деякі готельні ланцюги спеціалізуються на організації конгресів на відстані за допомогою телебачення і відеосистем, наприклад, американські готельні компанії «Маріотт», «Хайятт Отель Корпорейшн» та ін.

Готелі для екскурсійного туризму призначені для туристів, що проводять свій відпочинок активно, подорожуючи екскурсійними маршрутами переважно з пізнавальною метою й у складі туристичних груп. Номери в таких готелях розраховані на два і більше місць, особливо це стосується молодіжних готелів і будинків молоді. Це готелі середнього рівня комфорту, ціни в них помірні, є комплекс підприємств харчування, іноді - закладів розважального характеру (диско клуб, відеозал, вар'єте). Організовується екскурсійне обслуговування. У вітчизняній практиці такі готелі отримали назву «туристських», готелів для

«активного» або «маршрутного» туризму. За кордоном їх відносять до категорії «готелів економічного класу для масового туризму».

Окремо слід згадати *хостелі (Hostels)* - молодіжні заклади розміщення типу гуртожитків з мінімальними зручностями та набором послуг, але з умовами для організації самообслуговування та спільного відпочинку. Хостелі використовуються переважно як молодіжні засоби розміщення ділового (навчання), екскурсійного та рекреаційного типу.

Курортні готелі - Resort Hotels - призначені для людей, що прибули у певну місцевість з метою відпочинку, рекреації, у деяких випадках - у поєднанні з профілактичним лікуванням. Вони розташовані в курортній місцевості, віддалені від великих міських агломерацій і розраховані на досить тривалий термін проживання клієнтів. Тому асортимент — 1С1 - послуг у них найбільший. Тут передбачається належним чином обладнана зона відпочинку, спортивних занять, організовуються послуги рекреаційного та медичного характеру, розважальні заходи, надається у прокат спортивний та курортний інвентар. У таких готелях передбачаються спеціальні приміщення для зберігання інвентаря, кімнати для перевдягання та відпочинку або сушіння одягу (на зимових курортах), до їх складу включають рекреаційні, спа- та велнес-комплекси. Наявна широка мережа підприємств харчування, у тому числі «розважального» - ресторанів з національною кухнею та програмою, барів, дегустаційних залів, вар'єте. Великим попитом користуються послуги побутового характеру - прання та лагодження одягу, прокат посуду, білизни та інших предметів побуту, забезпечення проїзними документами, трансфер. Номери в таких готелях - збільшеної площі, з балконом або лоджією, найчастіше розраховані на посімейне заселення з дітьми, тому мають додаткові «дитячі ліжка». Обстановка курортного готелю повинна налаштовувати на відпочинок, створювати святковий настрій.

На ринку рекреаційного туризму все частіше використовуються додаткові засоби розміщення: приватні квартири та котеджі, табори та бази відпочинку, туристичні селища (містечка), «квартири для відпускників».

У туристичному містечку (*селищі*) відпочиваючі розміщуються у невеликих комфортабельних будиночках, кожен з яких розрахований на одну родину, а всі послуги - харчування, побутові, рекреаційні та розважальні - сконцентровані в єдиному центрі. За таким самим принципом діють *молодіжні табори та бази відпочинку*, але роль житла в них найчастіше виконують багатокімнатні корпуси та намети, а загальний рівень комфорту значно нижчий. З'являються готелі та туристичні містечка для сімейних і туристів з дітьми, де є дитячі ігрові кімнати та майданчики, спеціальні меню для дітей, обладнані дитячі купальні зони, працюють няні та вихователі і навіть є дитячі садки. Великою популярністю користуються туристичні містечка, що працюють за типом «all inclusive» («усе включено»). Туристичні фірми укладають контракти на оренду вілл, приватних будинків, таверн у курортній місцевості та надають їх у користування туристам. Туристи самі готують собі їжу, вирішують побутові проблеми, планують своє дозвілля. Такий «туризм самообслуговування» викликав появу на ринку розміщення так званих «квартир для відпускників». Це невеликі дво- або триповерхові готелі, збудовані за типом комплексу квартир, що включають кухні. Обслуговування клієнтів організується за принципом «апартготелю» з переважанням послуг рекреаційного та розважального характеру.

Все частіше підприємства розміщення курортного типу будуються як великі комплекси, що включають як основні, так і додаткові засоби розміщення. Відповідно розширюється й асортимент послуг - пропонуються курси і школи з різних видів спорту, широке коло медичних послуг, спеціальні меню для тих, хто хоче схуднути, тощо.

З розвитком і набуттям популярності у світі сільського зеленого туризму (агротуризму) у сільській місцевості почали створювати так звані «агротелі», які найчастіше мають вигляд невеликих сільських будиночків і пропонують відпочиваючим також можливості для занять, характерних для конкретної місцевості.

В Україні для відпочинку і лікування в основному використовуються *будинки відпочинку, санаторії та пансіонати*, що працюють на умовах повного пансіону, пропонують дієтичну та вегетаріанську кухню і широкий спектр лікувальних процедур. Нині конкуренцію їм створюють невеликі (на 10-20 осіб) приватні *пансіони*, що надають відпочинок і пропонують харчування в атмосфері сімейного затишку та за помірними цінами. Найбільш характерні такі пансіони для курортної місцевості, але створюються вони також і у містах.

Туристські табори - засоби сезонного функціонування, призначені для масового відпочинку молоді. Сучасні норми організації туристських таборів регламентують використання від 20 до 40 % їхньої загальної місткості цілорічно. Найчастіше туристські табори розташовані в приміській зоні відпочинку і туризму. Вони в окремих вузлових туристських пунктах зі сприятливими природними умовами утворюють комплекси туристських молодіжних таборів міжселитебної зони, а згідно з призначенням можуть виконувати оздоровчо-туристські, спортивно-туристські функції, бути спеціалізованими (студентські, учнівські, міжнародні молодіжні табори). Оздоровчо- туристські табори, окрім оздоровлення, надають туристсько-екскурсійні послуги, спортивно-туристські — забезпечують спортивні тренування і формують туристські прикладні навички проживання в таборі й перебування у поході.

Міжнародні молодіжні та студентські табори поширені в світі й призначені для заняття спортивним туризмом, культурно-пізнавальною та краєзнавчою роботою студентської молоді. Названі табори створюють для цілорічного функціонування на 100—1000 місць. До основних принципів організації міжнародних молодіжних таборів належить використання унікальних природно-рекреаційного й історико-культурного потенціалу регіону, що спричиняє їхнє тяжіння до приморських, гірських, озерних та інших різноманітних у ландшафтній структурі регіонів.

Комплексний підхід до організації міжнародних молодіжних таборів зумовив формування значних за розмірами комплексів місткістю до 5 тис. осіб. Туристський табір у Гурзуфі, наприклад, складається з адміністративних приміщень, спального павільйону, їдальні, солярію, ігрового павільйону, аерарію, санітарних павільйонів, спального корпусу цілорічного використання, літнього кінотеатру, спортивних майданчиків тощо.

Вартість послуг у туристських таборах доступна для широкого кола учнівсько-студентської молоді. В Україні й інших державах Східної Європи перебування у туристських таборах до 65 % фінансують профспілкові та державні організації. Обслуговуючий персонал повинен складатися з фахових спеціалістів, у тому числі з педагога та психолога.

Туристські бази — засоби розміщення готельного типу зі сезонним режимом функціонування, розраховані на обслуговування пізнавально-екскурсійних, спортивних і оздоровчих туристських маршрутів. Вони відрізняються від готелів за комфортом, розташуванням, місткістю, рівнем обслуговування.

За місткістю туристські бази — підприємства середніх та великих розмірів для обслуговування 100—1000 осіб. В архітектурному сенсі ці засоби становлять декілька-поверхові споруди, хоча сучасні будівельні норми передбачають підвищення їх до дев'яти поверхів. Окрім незначної у розмірах громадської частини, житлова — це номери, розраховані на одночасне проживання сім'ї з дітьми та великих туристських груп до 10 і більше осіб і повинні бути обладнані санвузлом. Одночасно теперішні норми функціонування турбаз передбачають організацію їхньої роботи в цілорічному режимі, у сезон (влітку чи взимку) діють усі функціональні підрозділи, в інший період — лише функціональне ядро.

Відповідно до розміщення на маршруті туристські бази можуть бути основними та проміжними, з розташуванням у приміських зонах відпочинку, містах, у структурі туристсько-оздоровчих районів і комплексів. На виробничий профіль турбази, архітектурно-планувальну організацію, режим роботи суттєво впливають кліматичні й ландшафтно-географічні чинники. Так, у структурі гірських туристських комплексів туристські бази, окрім пізнавально-екскурсійного профілю, можуть бути гірськолижними й альпіністськими.

Туристські бази, розташовані у передгір'ї, мають добре організовану систему транспортних комунікацій і комунальної інфраструктури, природних атракцій, доповнених історико-архітектурними пам'ятками. Турбази значних розмірів із декількома спальними корпусами забезпечують комфорт, наближений до туристичних готелів. Виробнича інфраструктура у таких турбазах доповнена спортивними, танцювальними майданчиками, в окремих випадках — плавальним басейном, іншими функціональними підрозділами.

Гірськолижні туристські бази функціонують переважно взимку — це притулки, окремі будинки, стоянки. Місткість цього типу туристських закладів становить 50—300 осіб.

Альпіністські турбази орієнтовані головню на літні види спорту, в їхню структуру введені туристські притулки, наметові табори, спортивні майданчики.

Архітектурні особливості туристських баз залежать від ландшафту території, ознак національної культури. Унікальність архітектурного колориту, використання регіональних національних особливостей зумовлює затишок та комфорт — основу повноцінного відпочинку для гостей. *Будинок відпочинку* — рекреаційно-туристський засіб цілорічної діяльності для заміського відпочинку з наданням комплексу послуг. У плануванні будинки відпочинку складаються зі зблокованих одно-, дво-, трикімнатних номерів, зорієнтованих на обслуговування сімей з різної кількості осіб із спільною кухнею та санвузлом. У великих таких будинках (до 1000 місць) заклад розміщення часто має окремі декілька-поверхові корпуси зі спільними закладами відпочинку, оздоровлення, розваг.

Пансіонат — рекреаційно-відпочинковий заклад розміщення, близький за функціями до будинків відпочинку. Типологічно ці заклади відрізняються лише за формою обслуговування: у пансіонатах воно здійснюється через мережу самостійних закладів — магазини, аптеку, перукарню, житлові номери, обладнані кухнею-нішею. Будинки відпочинку та пансіонати часто входять до структури

туристично-оздоровчих районів (приміських, гірських) і характеризуються цілорічним функціональним ядром, інша частина діє лише влітку.

База відпочинку — сезонний засіб розміщення, який забезпечує короткотривалий щотижневий сімейний та індивідуальний відпочинок з мінімальним обслуговуванням за низьку ціну. Згідно з режимом функціонування, цей тип засобів розміщення найгнучкіший щодо категорії гостей і терміну їхнього перебування: влітку переважає сімейний відпочинок середнього і тривалого терміну перебування (12—24 доби), взимку — індивідуальний (груповий) короткотривалий (1—3 доби).

У структурі планування та режимі функціонування бази відпочинку складаються зі споруд літньої діяльності, побудовані з легких матеріалів (60—75 % місць) та капітальних споруд цілорічного функціонування будівель (25—40 %). Місткість баз відпочинку — 100—1000 місць.

Дитячі табори — це засоби розміщення цілорічного функціонування зі змінним режимом роботи — влітку приймають для відпочинку дітей, а в осінньо-зимовий період — дорослих. Розташовані у замських рекреаційних зонах. Це одно-, двоповерхові заклади з блочним плануванням. Житлові кімнати розраховані на 3—6 осіб і згруповані по декілька у блок зі спільним санвузлом. В осінньо-зимовий період житлові кімнати трансформуються у 2—3-місні для дорослих рекреантів. Відповідно до сучасних норм дитячі табори можуть приймати 100—500 осіб, у курортних зонах створені комплекси дитячих таборів місткістю понад 1000 осіб.

Дитячі табори забезпечують комфортне розміщення з широким обсягом послуг для відпочинку, навчання, оздоровлення. У комплексі послуг пропонують харчування, екскурсії, кінозал тощо.

Табір праці та відпочинку — засіб розміщення відомчого підпорядкування головно сезонного типу з регламентованими послугами для проживання в польових умовах певного виду діяльності (сільськогосподарська, археологічна, геологічна та ін.) і відпочинку. Табори праці та відпочинку будують із легких матеріалів, просто монтують і можуть транспортувати (вагони-причепи до автомобіля).

Туристські притулки — це засоби розміщення короткотермінового відпочинку. Вони розташовані на проміжних зупинках активних туристських маршрутів і пропонують одно-, дводенний відпочинок, мають місткість до 100 осіб, найчастіше 20—30 осіб. Побудовані з легких матеріалів (переважно дерева). Спальні кімнати розраховані на 5—10 осіб, окремі — на туристську групу до 20 осіб. З-поміж інших послуг — приготування або підігрів їжі, екскурсії.

Бунгало — замські, окремо розташовані одно-, декілька-поверхові споруди квартирної типу з легких будівельних матеріалів для відпочинку в літній період. У плануванні мають окремий вхід, містять одну або декілька кімнат, розрахованих на одну або декілька сімей. У структурі приміщень передбачені місце для приготування їжі, холодильник, телевізор та інше обладнання, біля будівлі облаштований майданчик для паркування автомобіля.

2. Характеристика підприємств розміщення по типу таймшер, кондомініум.

За кордоном активного поширення набувають підприємства розміщення типу *кондомініум, тайм-шер (конд-готель)*, поява яких викликана зростанням популярності цього виду відпочинку. Система «тайм-шер» - це тип клубного відпочинку, заснованого на праві спільного придбання нерухомості - готельного номера, котеджа, будиночка і володіння нею протягом визначеного часу поперемінно з іншими власниками. У 1971 р. створено перший клуб тайм-шера - глобальну систему RCI - Resort Condominiums International, яка об'єднала 2300 готельних підприємств, розташованих на курортах 70 країн світу. Нині, за даними ЄТК, ринок послуг тайм-шеру оцінюється в 10,5 млрд. євро, чисельність працівників, зайнятих у цій сфері, складає 40 тис. осіб. Тайм-шер іще називають «власністю на канікули». Визначений період відпочинку засвідчується сертифікатом власності, час відпочинку вимірюється у тижнях, які групуються у три кольори: червоний - сезон, білий - міжсезоння та блакитний - несезон. Право власності купується на період від 10 років і більше, причому це право може передаватися у спадок, служити предметом застави і забезпечення кредиту. У багатьох країнах існують національні клуби тайм-шера, діяльність туроператорів у цій сфері регулюється законодавством. У країнах СНД, зокрема в Україні, ця форма відпочинку поки що не набула популярності через відсутність належної законодавчої бази.

Туристи, що подорожують маршрутами з активними засобами пересування, користуються послугами таких підприємств розміщення як *туристська база*. Туристська база забезпечує їх ночівлею, харчуванням, туристсько-екскурсійним, культурно-побутовиміспортивно-оздоровчим обслуговуванням. Це підприємство з невисоким рівнем комфорту, так званої «павільонної забудови» (декілька будівель), розташоване, як правило, у сільській місцевості, курортній зоні або у мальовничому природному куточку та орієнтоване переважно на активний відпочинок - походи, екскурсії, імагання. Для короткочасного відпочинку або ночівлі туристів у поході обладнуються *туристські притулки, гірські будиночки, хижі, шале*.

3. Характеристика спеціалізованих готелів.

Транзитні готелі - розташовані біля транспортних вузлів - вокзалів, аеропортів, річкових і морських портів, автовокзалів. Термін перебування в них, як правило, дуже короткий, тип заселення може бути багатомісний, асортимент послуг - мінімальний, але має специфічний характер. Гак, наприклад, підприємства харчування можуть бути представлені буфетом, невеликим кафе, але цілодобового режиму роботи. Бажана наявність відеозалу, надаються послуги інформації щодо розкладу руху поїздів або літаків, послуги з організації трансферу - зустрічі пасажирів в аеропорту, на вокзалі та їх відправлення. Швидка змінність проживаючих вимагає більших запасів постільної білизни, організації швидкого прання.

У великих аеропортах Франції будуються «готелі-кабіни» - кімнати площею 6 кв. м без вікон, але з душем, що призначаються для ночівлі або короткого відпочинку пасажирів перед польотом. А в Токіо (Японія) з'явився ще один тип транзитного готелю - «готель-капсула», яким користуються службовці японських компаній,

що мешкають далеко від місця роботи, у передмісті. Кімнати-комірки невеликих розмірів, де можна сидіти, але зручніше лежати. На підлозі - необхідний постільний набір. Є навіть телевізор, який можна дивитись лежачи. Таких кімнат-комірок близько 300, розташовуються вони одна над одною, рядками, як стільник. Найбільший капсульний готель в Японії - «Грін Плаза Синдзюку» в Токіо - складається з 660 капсул, які пропонують постояльцям мініатюрний особистий простір. Розмір капсули у цьому готелі 1x2x1 м. Кожна з капсул обладнана телевізором, вмонтованим у стелю, і електричними розетками. У подібних готелях прийнято ділити простір на два типи: суспільний та індивідуальний, що витікає з самої організації. Обов'язковим для капсульних готелів такого типу є великий суспільний простір. Хол, кімната відпочинку із свіжою пресою, бар, сауна, іноді й басейн існують спеціально для спілкування. Значна площа суспільного простору різко контрастує з мікросвітом індивідуальних капсул. Правила для постояльців у всіх капсульних готелях однакові. При вході у хол потрібно зняти черевики і помістити їх у спеціальну шафку, що закривається на ключ. Речі здаються в камеру схову. Постоялець отримує три ключі (від взуття, речей і свого номеру) і, втиснувшись у свій «простір», може опустити бамбукові жалюзі і відгородитися від навколишнього світу. Інтер'єр капсул у всіх готелях витриманий у карамелевому кольорі, який заспокійливо діє на нервову систему людини, що знаходиться в маленькому замкнутому просторі. За негласним правилом, капсульні готелі призначені для чоловіків. І хоча в деяких передбачений один поверх для жінок, це швидше виключення, у будь-якому випадку вхід на «чоловічу територію» їм суворо заборонений.

Готелі спеціалізовані - призначені для осіб з особливим родом занять, специфікою професії або фізичними особливостями. До цієї групи можна віднести, наприклад, гральні готелі, спортивні готелі, готелі для осіб з фізичними вадами та деякі інші. *Гральні готелі (казино-готелі)* розташовуються у великих гральних центрах (Атланта і Аас-Вегас в Америці, Монако і Баден-Баден в Європі). Вони вирізняються незвичною архітектурою, пишним оздобленням, багатством обстановки, що часто поєднується з пільговими тарифами або навіть безплатним проживанням, напоями, харчуванням (зокрема - для постійних клієнтів), адже основне джерело доходів тут - казино. Головна увага в таких готелях приділяється підвищеним заходам безпеки.

Спортивні готелі існують при спорткомплексах або у великих спортивних центрах. Комплекс послуг у них пов'язаний із заняттями спортом.

Готелі, що пропонують свої послуги інвалідам, сліпим та іншим особам з фізичними вадами, повинні бути обладнані належним чином. Спеціальні ванні кімнати, стійки у службі портьє, зручні для інвалідів у візках, меню із шрифтом Брайля в ресторанах для сліпих і такі самі написи в ліфтах і на дверях громадських приміщень, кнопки біля ліфтів у межах досяжності, спеціальні підйомники, пандуси і, безумовно, особлива уважність персоналу.

Розвиток транспортних засобів також сприяв появі нових типів готельних підприємств.

За даними ВТО, 75% туристів у світі здійснюють закордонні подорожі на автомашині. Бурхливий розвиток автотуризму викликав появу і поширення у світі таких видів підприємств розміщення як мотель, кемпінг, а також мобільних засобів розміщення - караванінгів, трейлерів, ротелів.

Мотель - стаціонарне постійно діюче підприємство розміщення та обслуговування автотуристів. Мотелі виникли спочатку у США, де натеper їх налічується понад 60 тис., і отримали велике поширення у світовому готельному господарстві.

Мотелі розташовані на автомагістралях, перед в'їздом у великі міста, біля транспортних розв'язок, поблизу історичних та природних пам'яток. До комплексу мотелю іноді входить готельна споруда з рестораном і приміщеннями громадського призначення. Але власне мотель - це низка невеликих за розміром 1-2-поверхових будиночків, розрахованих на 2-4 осіб, з майданчиком для автомашини біля кожного або гаражем на першому поверсі. Мотель забезпечує комплексне обслуговування гостей, а також усі послуги, пов'язані з доглядом за автомобілем. *Кемпінги* (від англ. «сатр» - табір) розташовуються біля шляхів та в мальовничих місцевостях, придатних для відпочинку. Це підприємства сезонного типу. Основний вид житла в кемпінгу - легкі літні будиночки або намети. Відводяться місця для встановлення власних наметів автотуристів. Біля будиночку або намету - місце для автомашини.

Може бути харчоблок типу їдальні, буфету, паркінг, що охороняється.

Кемпінг - підприємство туристичного самообслуговування, тому в ньому передбачається організація кухонь для самостійного приготування їжі туристами, приміщень для прання білизни самими туристами. Для обслуговування автотранспорта відводяться спеціальні місця для миття машин, споруджуються ями та естакади для технічного огляду і ремонту автомобіля власником.

Література:

Питання для самоконтролю.

1. Визначте основні порівняльні характеристики засобів розміщення за призначенням та дайте характеристику.
2. Дайте характеристику засобів розміщення для туризму.
3. Дайте характеристику засобів розміщення для відпочинку та спеціалізованих засобів розміщення.

Лекція 6.

Тема. Характеристика лікувально-оздоровчих підприємств готельного господарства.

План лекції

1. Санаторно-курортний комплекс у системі туристичної діяльності.
2. Характеристика основних типів закладів для санаторно-курортного лікування.
3. Функціональні складові курортного підприємства.

1. Санаторно-курортний комплекс у системі туристичної діяльності.

Останнім часом відбувається інтенсивний розвиток науки й техніки, пришвидшується темп життя людства, що тією чи іншою мірою охоплює майже всі країни. Особливо необхідно підкреслити і значення інформаційної революції у цьому процесі. Ці фактори безпосередньо впливають на людину, у тому числі психологічно. Людина перебуває в постійному емоційному напруженні, на неї тисне потік інформації, сучасний темп життя вимагає постійного руху і розв'язання проблем в екстремальних умовах. Тому не дивно, що в розвинутих країнах велику увагу приділяють соціальній сфері.

Важливою частиною політики соціального захисту, що спрямована на підтримання людини в сучасних умовах, є туризм. Можна стверджувати, що він впливає не тільки на емоційні почуття та здоров'я людини, а й на формування особистості в цілому.

Домінантою лікувально-оздоровчого туризму є прагнення суб'єкта оздоровитися в процесі лікування.

Подорожуючи, турист може з різною метою підходити до санаторно-курортного туризму (залежно від частки лікувального фактора):

- **із загальнооздоровчою метою** (клімат, відпочинок, корисні для здоров'я дії повітря, сонця, води (морської та річкової));
- лікування - як супутня програма, тобто не як основна мета;
- **лікування за призначенням лікаря - як основна мета туризму** (відвідання курорту, водо-, грязелікарні, спеціалізованого санаторію, клініки тощо)

Для організованого надання лікувально-оздоровчих послуг необхідна наявність рекреаційно-туристичних ресурсів, тобто сукупність об'єктів і явищ природного та антропогенного походження; природні та культурно-історичні комплекси, які використовуються для туризму, лікування та відпочинку. Вони поділяються на природні та соціальні. До першої групи належать: кліматичні особливості території, водні ресурси (річки, озера, мінеральні та грязеві джерела, штучні водойми, моря, океани), мальовничі ландшафти, рослинний та тваринний світ тощо. Вони є визначальними для лікувального туризму. Друга група соціально-економічних ресурсів (культурні об'єкти, пам'ятки історії, етнографії, архітектури) не є визначальними для цього виду туризму.

Із цього зрозуміло, що суб'єкти санаторно-курортного туризму (а саме контрагенти чи виконавці послуг): санаторії, пансіонати, будинки відпочинку

тощо мають бути розташовані у відповідних місцевостях, які володіють необхідними природними ресурсами. Такі місцевості, як правило, є курортами.

Згідно із Законом України «Про курорти» (2001), **курорт** - це освоєна природна територія на землях оздоровчого призначення, що має природні лікувальні ресурси, необхідні для їх експлуатації, будівлі та споруди з об'єктами інфраструктури, які використовуються з метою лікування, медичної реабілітації, профілактики захворювань та для рекреації, підлягає особливій охороні. Курорт повинен мати: офіційне визнання, необхідне для встановлення в межах відповідної місцевості визначеного правового режиму, наприклад, на охорону природних лікувальних ресурсів, що забезпечують нормальне функціонування курорту та його розвиток; спеціальні прилади, будівлі та заклади для раціонального застосування курортних факторів (бурові свердловини, кювети, водолікарні, грязелікарні, пляжі, в тому числі лікувальні, аеросолярії, клімато-павільйони тощо); лікувально-профілактичні заклади, що забезпечують медичне обслуговування хворих, а на кліматичних курортах, крім того, оздоровчі заклади (для організації відпочинку та туризму); спортивні споруди та майданчики, культурні заклади, заклади громадського харчування та побутове обслуговування. Кожна природна курортна територія - це унікальне ландшафтне, геологічне, економіко-географічне утворення, що є основною самостійною структурною одиницею курортно-рекреаційної галузі як складової туристичної індустрії.

Сучасна курортологія - це медична наукова дисципліна, яка вивчає цілющі властивості природних фізичних факторів, характер їх дії на організм людини, можливості їх застосування з лікувальною та профілактичною метою під час санаторно-курортного лікування й методи застосування курортних факторів при різних захворюваннях.

У курортному відношенні в Україні розрізняють декілька кліматичних районів. У Західній Україні (обласні центри - Львів, Івано-Франківськ, Чернівці, Ужгород) виділяють дві зони - Прикарпаття й Закарпаття, які трохи відмінні одна від одної кліматичними властивостями. Тут є курорти: Трускавець, Любінь Великий, Моршин, Східниця, Шкло, Немирів, Верховина, Ворохта, Яремча, Косів, Черче, Сняк, Свалявська група курортів.

Більшість курортів використовує два і більше курортних фактори, які є в наявності, адже важливим принципом санаторно-курортного лікування є комплексний підхід. Під комплексним підходом (комплексністю) розуміють використання різних природних лікувальних факторів у поєднанні з дієтотерапією, фізикотерапевтичними процедурами, ліками та іншими лікувальними засобами й методами. При цьому важливим є природність лікувальної дії природних факторів, які в процесі еволюції справляли постійний вплив на людину. Крім того, людина під час санаторно-курортного лікування зазнає позитивного впливу від того, що змінює звичайну обстановку: звільняється від щоденних турбот, пов'язаних із роботою і побутом, уникає несприятливих подразнюючих впливів, які часто є чинниками, що викликали або підтримували процес тривання хвороби. На курорті турист має можливість перебувати тривалий час на свіжому повітрі. Комфорт, затишок, увага з боку персоналу, культурні заходи сприяють створенню в рекреанта приємних емоцій, необхідних для відновлення організму, стану психологічного здоров'я.

2. Характеристика основних типів закладів для санаторно-курортного лікування.

Основним типом для санаторно-курортного лікування закладом є **санаторії**. Це - медичний заклад, в якому з лікувально-профілактичними цілями використовуються природні фактори (клімат, мінеральні води, лікувальні грязі) у поєднанні з фізіотерапією, дієтотерапією, лікувальною фізкультурою та іншими методами лікування за обов'язкового дотримання хворим санаторного та курортного режимів, адже в санаторії направляють хворих із початковими стадіями захворювання або після перенесення тяжких хвороб та операцій.

Функціонують санаторії для дорослих, дітей, підлітків, а також для батьків із дітьми. Поряд із санаторіями, розташованими на курортах, існують так звані приміські санаторії або санаторії місцевого значення, розташовані поза курортами. Вони призначені для хворих, яким рекомендується бути у звичних кліматичних умовах, протипоказані далекі поїздки, для хворих, які страждають на ранні стадії захворювання, або тих, хто доліковується після виписки з лікарні.

В основному санаторії спеціалізовані, можуть бути однопрофільні (для лікування однорідних захворювань, наприклад, хвороб органів дихання нетуберкульозного характеру, при більш вузькому медичному профілі - наприклад, тільки для хворих на бронхіальну астму), або багатoproфільні - із двома і більше спеціалізованими відділеннями для лікування, наприклад, хвороб органів кровообігу (кардіологічний профіль) і функціональних порушень нервової системи (неврологічний профіль).

Типи спеціалізованих санаторіїв для хворих:

- із захворюваннями органів кровообігу;
- із захворюваннями органів травлення;
- із порушенням обміну речовин;
- із захворюваннями нервової системи;
- із захворюваннями органів дихання нетуберкульозного характеру;
- із захворюваннями органів руху;
- із гінекологічними захворюваннями;
- із захворюваннями шкіри;
- із захворюваннями нирок та сечовивідних шляхів.

Терміни лікування хворих у санаторіях різні. На бальнеологічних і грязевих курортах, а також у приміських санаторіях для лікування хворих із захворюваннями органів кровообігу, травлення, руху, шкіри, гінекології, периферійної та центральної нервової системи, із порушенням обміну речовин установлений термін 26 днів. На кліматичних курортах та приміських санаторіях, де показане лікування хворих із нетуберкульозними захворюваннями органів дихання і функціональними порушеннями нервової системи, встановлено термін лікування 24 дні. В санаторіях для лікування хворих із запаленнями нирок - 48 днів, у санаторіях та відділеннях для лікування хворих із наслідками травм і захворювань спинного мозку - 52 дні.

Крім лікування в санаторіях, на багатьох курортах організується амбулаторне лікування. Лікувально-діагностичне обслуговування хворих здійснюється курортними поліклініками. Розміщують амбулаторних хворих у пансіонатах, готелях, на квартирах. Харчування для них організується в дієтичних їдальнях

курортів. Можливе прикріплення таких приїжджих на лікування й харчування до санаторію.

Гри направленні на амбулаторне лікування необхідно враховувати, що туристи можуть бути розміщені на квартирах, що віддалені від загальнокурортного лікувального закладу та їдальні, але таке житло рекомендується тим, хто не потребує санаторних умов.

Дитячі санаторії призначені для доліковування в них дітей після тяжких захворювань і операцій. Профіль дитячих санаторіїв, їх структура й організація роботи базується на загальноприйнятих для санаторіїв принципах.

Втім, вони мають і свою специфіку: лікування поєднується з навчально-виховним процесом за програмою, затвердженою Міністерством науки та освіти України. Розрізняють санаторії для дітей раннього (1-3 роки), дошкільного (до 7 років) і шкільного (до 14 років) віку, із терміном лікування від 45 днів до 4-х місяців. Їх створюють у приміських зонах (лісні дитячі школи) і на курортах, де вони, як правило, розташовані поза зоною санаторіїв для дорослих та подалі від транспортних магістралей, на зазелених ділянках із майданчиками для спорту.

У системі санаторно-курортного туризму свою нішу мають і пансіонати. В пансіонатах, розташованих на бальнеологічних курортах, розміщуються туристи, які користуються амбулаторним лікуванням. Пансіонати, розташовані на кліматичних курортах, у приміських і дачних місцевостях, в основному призначені для відпочинку. Тут відпочиваючим надається харчування та житло, що забезпечує необхідні побутові умови. При пансіонатах є медпункти. Туристи користуються загальною курортною інфраструктурою. В пансіонатах, розташованих у місцевостях, де є курортні поліклініки або санаторії, за бажанням відпочиваючих та за наявності медичного висновку за окрему плату може надаватися необхідне лікування.

Санаторії-профілакторії - це медичні заклади санаторного типу для проведення лікувально-оздоровчих заходів без відриву працівників від виробничої діяльності (перебування в санаторії-профілакторії у нічний та вільний від виробничої діяльності час). Термін лікування 24 дні. Великі санаторії-профілакторії мають кабінети електроопромінення, водогрязелікарні, аеросолярії, інгалятори і кабінети та ін.

Курортна поліклініка - це лікувально-профілактичний заклад, що здійснює амбулаторно-курортне лікування на курорті. Перша така поліклініка в колишньому СРСР була створена в Кисловодську в 1925 році. В курортних поліклініках є спеціалізовані відділення: терапевтичне, хірургічне, неврологічне, гінекологічне, фізіотерапевтичне та інші, а також вузькоспеціалізовані кабінети - уролог, дерматолог та інші. Згідно з путівкою туриста в поліклініці проводять діагностичне обстеження, комплексне лікування хворих; надаються кваліфіковані консультації спеціалістів. Усі лікувальні процедури базуються на застосуванні курортних факторів та проводяться відповідно до встановлених нормативів що діють у загальнокурортних закладах.. При поліклініці функціонує цілодобово швидка допомога, на великих курортах діє дитяче відділення. Хворі, які приїжджають лікуватися на курорт без путівок, отримують у поліклініці платні консультації у спеціалістів. На невеликих курортах можуть користуватися лікувально-діагностичними кабінетами санаторію.

Будинок відпочинку - це оздоровчий заклад із регламентованим режимом, призначений для відпочинку практично здорових людей. Перший будинок відпочинку на території колишнього СРСР був відкритий у травні 1920 року в Петрограді, у графському будинку. Більшість будинків відпочинку розташована в місцевостях із сприятливими кліматичними умовами, на берегах річок, озер, морів, лісових масивів. Режим тут засновано на чергуванні активного й пасивного відпочинку та передбачає можливе більш довготривале перебування туристів на свіжому повітрі, а також прогулянки, екскурсії, заняття спортом, катання на човнах, в зимовий час - на лижах та ковзанах. У будинках відпочинку є спортивні майданчики, зали, інші споруди, приміщення для загартування та кліматичних процедур. Усю спортивно-оздоровчу роботу організовує інструктор із фізичного виховання. В кожному будинку відпочинку працює медпункт (залежно від пропускної здатності), його очолює лікар (якщо 400 і більше місць) або фельдшер (від 200 до 350 місць), які призначають та контролюють режим активного відпочинку з врахуванням віку, професії, стану здоров'я відпочиваючих. У великих будинках відпочинку функціонує стоматологічний кабінет, а також кабінети лікувального масажу та фізіотерапії. Харчування в більшості розраховане на здорових людей, які не потребують спеціальних дієт. Термін відпочинку від 12 до 24 днів. Розрізняють будинки відпочинку загального типу та спеціалізовані - для батьків з дітьми, вагітних жінок та молоді. Існують також на річкових та морських суднах плаваючі будинки відпочинку. У будинках відпочинку для батьків із дітьми працюють лікарі-педіатри та вихователі, обладнуються приміщення та майданчики для ігор і занять спортом.

Бази відпочинку служать для розміщення, харчування, відпочинку, туристично-екскурсійного, культурно-побутового та фізкультурно-оздоровчого обслуговування туристів та екскурсантів. Відмінність туристичної бази від інших закладів відпочинку полягає у тому, що тут проводяться спеціальні туристичні заходи, походи, подорожі, змагання, навчання прийомам та навичкам спортивного туризму й орієнтування на місцевості. Як правило, туристичні бази розміщуються в будинках готельного типу. Залежно від місцезнаходження та спеціалізації, бази можуть мати певний комплекс спортивних споруд та майданчиків, пункти прокату спортивного спорядження та інвентарю для різних видів спорту. На базах, де передбачено відпочинок із дітьми, створюють дитячі майданчики.

Бальнеолікарня - медичний заклад для проведення процедур (ванн, душів, промивань, зрошень, інгаляцій тощо) переважно з використанням природних мінеральних вод. На курортах, поряд із самостійними бальнеолікарнями, розташованими в банній будівлі, функціонує бальнеологічний відділ у складі санаторію. Якщо в одній будівлі розташовують бальнеолікарню і грязелікарню, то заклад називається бальнеогрязелікарнею. Будують їх, як правило, на базі джерел мінеральних вод. Загальнокурортні бальнеолікарні звичайно розраховані на 20-70 ванн, відділення при санаторіях - на 5-6 ванн. До складу основних приміщень входять: кабінет лікаря, ванний зал або ванні кабінети, процедурні кабінети тощо. При деяких бальнеолікарнях облаштовують лікувальні басейни.

Грязелікарня - медичний заклад для проведення процедур із застосуванням лікувальних грязей. Поряд із самостійною грязелікарнею функціонує відділення у складі санаторію.

Різноманітність структури санаторно-курортного туризму зумовлена специфікою призначення кожного структурного підрозділу, який має свою мету, ресурс та особливості.

3. Функціональні складові курортного підприємства.

Надання комплексу послуг споживачам - це виробничий процес санаторно-курортного підприємства, у процесі якого використовуються природні, трудові, інформаційні і матеріально-технічні ресурси.



Рис. 6.1. Функціональні складові курортного підприємства

Цінність природних ресурсів визначається їх унікальністю. Від того, наскільки унікальними властивостями володіють природні фактори, наскільки суттєвий їхній цілющий вплив на організм людини, залежить ступінь зацікавленості споживача. Ефективність ресурсів визначається характером їхнього використання, тобто залежно від методик і технологій їхнього застосування.

У діяльності санаторно-курортних закладів не менш важливим, ніж природний фактор, виступає особистісний фактор виробництва, а саме: фаховий рівень підготовки фахівців-лікарів та обслуговуючого персоналу; досвід роботи в галузі; навички роботи; рівень міжособистісних комунікацій як усередині курорт-но-рекреаційних підприємств, так і стосовно гостей (курортників); якість обслуговування; підвищення кваліфікації персоналу. Високий професіоналізм створює можливість знизити фактор невизначеності та передбачити досягнення кінцевого результату. Від рівня кваліфікації будь-якої категорії персоналу в кінцевому підсумку залежить репутація санаторно-курортного підприємства, що визначається рівнем обслуговування, знанням своєї справи, доброзичливістю.

Окрім основного роду діяльності з надання курортних послуг, **галузева структура курорту може включати:**

- підприємства з екологічно допустимого видобутку, розфасовки, використання і вивозу, зокрема за межі регіону чи країни, частини ресурсів лікувальних грязей;
- підприємства аналогічних видів для освоєння частини ресурсів підземних мінеральних вод;

- підприємства щодо організації і забезпечення безпеки навколишнього середовища та унікальних природних ресурсів;
- наукові, проектні, експертні центри еколого-економічного моніторингу, контролю, дослідження проблем рекреаційного господарства, природокористування (маркетингові дослідження, впровадження ресурсозберігаючих технологій охорони й експлуатації рекреаційних ресурсів, систем курортно-оздоровчого туризму).

Організація санаторно-курортної справи відбувається на трьох рівнях: **вищому, середньому та нижньому.**

Вищий рівень формують державні органи керування курортами і туризмом. У їхні функції входить:

- визначення стратегії розвитку галузі; складання державної і регіональної програм розвитку курортів;
- контроль за грамотною експлуатацією й охороною природних лікувальних ресурсів;
- організація науково-дослідної діяльності;
- проведення рекламних заходів (виставок, ярмарків і т. ін.);
- підготовка кадрів: курортологів різних спеціальностей.

Середній рівень - це виробники лікувальних послуг:

- санаторно-курортні установи (санаторії і пансіонати з лікуванням);
- некурортні установи (санаторії-профілакторії, заводи розливу мінеральних вод, виробники лікувальних грязей).

Санаторно-курортні установи можуть бути однопрофільними (лікування хворих з однорідними захворюваннями) і багатофункціональними (з декількома спеціалізованими відділеннями для лікування хворих з різними захворюваннями).

Функції управлінців цього рівня багатопланові:

- забезпечення лікувального процесу на курорті;
- організація анімаційної і спортивної програми для відпочиваючих;
- забезпечення господарської діяльності курорту;
- фінансово-економічна діяльність курорту.

Нижній рівень - реалізатори розподілу лікувальних послуг. До них належить:

- фонд соціального страхування, що займається викупом і розподілом курортних путівок за пільговими цінами;
- турфірми, що викупувають і продають споживачам лікувальні тури.

Управлінці посередницьких організацій мусять вміти орієнтуватися на українському і закордонному ринках лікувальних послуг, вивчати попит, визначати для споживача оздоровниці необхідного профілю з урахуванням лікувальних ресурсів і умов кліматичної і тимчасової адаптації, а також формувати і реалізувати лікувальні тури.

Діяльність санаторно-курортних установ залежить від потреб різних груп населення. Саме вони визначають формування цього ринку і виступають орієнтирами в підготовці і прийнятті управлінських рішень у даній сфері.

Література:

Питання для самоконтролю.

1. Які рекреаційно-туристичні ресурси є визначальними для лікувально-

оздоровчого туризму?

2. Яка роль курортів у системі туристичної діяльності?

3. Назвіть типи для санаторно-курортного лікування закладів та визначіть поле їх діяльності.

Лекція 7.

Тема. Сучасний підхід до класифікації підприємств готельного господарства.

План лекції

1. Суть та основні принципи класифікації.
2. Класифікація готельних підприємств у світовій туристичній індустрії.
3. Класифікація готелів у країнах світу.

1. Суть та основні принципи класифікації.

Система класифікації закладів розміщення передбачає їхній . поділ на категорії згідно з певними критеріями. Мета будь-якої класифікації — визначити відповідність конкретного готелю, а також номерів прийнятим стандартам чи встановленому порядку на обслуговування. Категорія готелю належить до основних його характеристик, за нею встановлюють його ринкові позиції, управління, обсяг послуг, тариф на головні та додаткові послуги.

Значна кількість готельних підприємств, регіональні й національні особливості підходів до класифікації зумовлюють систематизацію типів і характеристик закладів розміщення умовно. Критерії, за якими класифікують заклади розміщення та номери, узгоджують і затверджують міжнародні й національні організації, що охоплюють державні організації, професійні союзи, туристичні підприємства. У сучасній світовій практиці в системі класифікації закладів розміщення умовно можна виокремити два підходи:

— *офіційний*, коли розробкою, проведенням і контролем комплексу необхідних вимог якості комфорту закладу розміщення займаються державні органи, а присвоєння категорії фіксують на офіційному рівні. Такий підхід характерний для Греції, Єгипту, Іспанії, Італії, Франції, України й інших держав;

— *професійний*, пов'язаний із недержавними об'єднаннями та союзами у сфері гостинності. В Австрії, наприклад, цей процес здійснює Австрійська готельна асоціація, Великій Британії — Автомобільна асоціація, Швейцарії — Швейцарська готельна асоціація та ін.

Під час здійснення класифікації для визначення категорій закладу розміщення беруть до уваги рівень комфорту — це найголовніший і вирішальний чинник. Класифікація готельних закладів за рівнем комфорту має важливу роль у розв'язанні проблеми управління якістю готельних послуг. Рівень комфорту — це комплексний критерій, що охоплює:

— стан будівлі готелю, транспортну доступність та інфраструктуру, облаштування території, прилеглої до закладу розміщення;

— стан номерного фонду: площа номерів, частка одно-, двомісних, однокімнатних, багатокімнатних, номерів-апартаментів, наявність комунальних зручностей і под.;

— обладнання й оформлення інтер'єру;

— наявність і стан закладів харчування у структурі готелю: ресторану, кафе, міні-бару тощо;

- характеристика громадських приміщень, наявність конференц-залу, холів, а також приміщень для ділових зустрічей, відпочинку, спорту та ін.;
- матеріально-технічне забезпечення: стан меблів, інвентарю, предметів санітарно-гігієнічного призначення, холодильників, міні-сейфів і под.;
- рекламно-інформаційне й інформаційно-технічне забезпечення: стан і типи реклами, наявність телефону, супутникового зв'язку, телевізора, Інтернету тощо;
- номенклатура та якість пропозиції додаткових платних і безкоштовних послуг;
- рівень підготовки та якість обслуговування персоналу: освіта, кваліфікація, вік, стан здоров'я, знання мов, зовнішній вигляд, поведінка.

Можна виокремити два підходи до класифікації готелів залежно від рівня комфорту. Перший підхід ґрунтується на "кількісній" характеристиці матеріально-технічної бази готелю. Згідно з другим підходом до уваги беруть "якісні" показники, які характеризують рівень комфорту, — обладнання, обслуговування та кваліфікацію персоналу. Всі національні системи класифікації готелів умовно можна об'єднати в дві основні групи:

1. Європейська система, ґрунтована на основі французької національної системи. Вона використовується у більшості розвинутих держав.
2. Індійська система, побудована на бальній оцінці. Поширена здебільшого у країнах, що розвиваються.

Відповідно до перелічених критеріїв та підходів відомо понад 30 систем класифікації закладів розміщення. Найтипівіші класифікації систем:

- зірок, або європейська система;
- літер — *A, B, C* (використовують у Греції);
- корон (застосовують у Великій Британії);
- балів, або індійська система.

У кожній державі до розуміння рівня комфорту як критерію класифікації підходять по-різному. Тому навіть у державах з однаковою системою класифікації, наприклад, Франції, Україні чи Єгипті, де поширена система зірок, між готелями однієї категорії існують значні відмінності. В Єгипті, наприклад, категорія готелю ідентична Франції, але поступається за рівнем комфорту на одну-дві зірки. Водночас для окремих, зокрема фешенебельних готелів, визначити категорію згідно з прийнятими стандартами у країні або порівняти з будь-якою іншою класифікацією нелегко. Так, новітній готель "*Burj- Al-Arab*" (ОАЕ) за рівнем комфорту сьогодні випереджає інші готелі світу. Тут два президентських і королівських апартаменти, всі номери виконані у двох рівнях і мають по декілька спалень, в оформленні інтер'єру використали особливо дорогі матеріали. Аналогічна ситуація характерна для всіх держав, у яких вирізняються окремі заклади розміщення — символи сервісу в готельній індустрії.

Здебільшого в сучасних готелях, окрім номерів зі загальним визначенням рівня комфорту, прийнято пропонувати номери вищого або нижчого рівня комфорту. Наприклад, у готелі "*Marriott*" (п'ять зірок) у Франкфурті-на-Майні (Німеччина) на верхніх поверхах (вище 37) доступ до номерів підвищеного рівня комфорту, так званого *penthouse*, здійснюють з використанням сайт-ключа². Кожен клієнт

² Сайт-ключ — пластикова електронна картка з кодом, яку вставляють у спеціальний отвір у панелі з кнопками в ліфті. Код надходить у комп'ютер, і ліфт піднімається на певну висоту.

отримує новий ключ з новим кодом для доступу на поверх і до дверей свого номера.

За даними *HOTREC*, лише половина всіх підприємств готельної та ресторанної індустрії країн Європейського Союзу (ЄС) катетеризована і відповідає офіційним національним стандартам. До визначення критеріїв категоризації готелів та обов'язковості надання категорій у кожній європейській державі підходять по-різному. Такі країни, як Фінляндія, Ізраїль узагалі не мають національних систем класифікації готелів, а в Австрії, Німеччині, Китаю, Франції, Великій Британії, Швеції категоризацію готелів здійснюють на добровільних засадах. У Бельгії, Угорщині, Греції, Данії, Єгипті, Італії, Іспанії, Польщі та багатьох інших країнах категоризація обов'язкова.

2. Класифікація готельних підприємств у світовій туристичній індустрії.

Проблема класифікації засобів розміщення сьогодні найактуальніша в світовій готельній і туристичній сферах. За спільними даними дослідження Всесвітньої туристичної організації та Міжнародної готельної асоціації у 2004 р., офіційна система класифікації готелів прийнята у 83 країнах світу, водночас у 23 країнах така класифікація поширювалась на апартготелі, мотелі, пансіонати; у 20 державах вона пов'язана зі встановленням тарифів для певних категорій готелів. У 49 країнах світу класифікацію готелів здійснює Національна туристична адміністрація спільно з органом місцевого самоврядування. У 48 державах проблему класифікації вирішують професійні готельні асоціації (самостійно або разом з органами місцевого самоврядування). Класифікація засобів розміщення обов'язкова в 46 країнах. У 55 країнах для готельного бізнесу необхідно отримати ліцензію. У 32 країнах готелі можуть діяти без процедури офіційної класифікації (додаток А).

Окрім офіційної, на ринку готельних послуг класифікацію використовують найбільші туроператори, котрі працюють зі значною кількістю закладів розміщення у різних країнах. Аналогічний підхід сформувався серед готельних корпорацій, які позиціонують у різноманітних сегментах ринку свої ланцюги і марки та розробили власну класифікацію згідно з маркою продукту.

У готельній індустрії, з позиції наведених даних, дотепер не розроблено загальноприйнятої системи класифікації готелів.

Спроби створення єдиної міжнародної класифікації готелів мають тривалу і складну історію. Ще у 1952 р. *IUOTO* — Міжнародний союз офіційних туристичних організацій (попередник ВТО) — розробив стандарт "*Hotel Trade Charter*", в якому визначено основні критерії класифікації готелів. У 1971 р. прийнято рішення, згідно з яким кожна універсальна система класифікації для успішної адаптації та функціонування в умовах конкретної країни повинна створюватись у тісній співпраці з фаховими готельними асоціаціями. Після виникнення у 1975 р. Всесвітньої туристичної організації всі попередні рекомендації й документи *IUOTO* були формально прийняті як офіційні. Орієнтація на пріоритети національних систем класифікації готелів зумовила формування 1976—1982 рр. регіональних комісій ВТО, котрі розробляли і впроваджували стандартизовані класифікаційні системи в окремих країнах з урахуванням національних особливостей.

Європейський економічний союз (ЄЕС) у 1982 р. зініціював створення загальної європейської системи категоризації готелів. Цей проект призвів до гострих суперечностей між офіційними органами ЄЕС і *HOTREC* — європейською Конференцією готелів, кафе і ресторанів. *HOTREC* виступила за створення ефективнішої стандартизованої системи інформування споживачів готельних послуг, побудованої на єдиних графічних символах, але без офіційної класифікації. У зв'язку з цією дискусією за рекомендацією Ради ЄЕС від 31 грудня 1986 р. про стандартизацію інформації в готелях "*Standardized Information in Existing Hotels*" державам-членам запропоновано сприяти впровадженню на національному рівні співпраці з фаховими асоціаціями системи графічних символів для позначення послуг у готелях. Одночасно в рекомендаціях наведено висновок про необхідність додаткового аналізу систем класифікації та вивчення практичної вигоди і необхідності розробки єдиної європейської класифікації готелів. У 1988 р. *HOTREC* опублікувала результати дослідження "Про пропонувану єдину інформаційну систему для готелів у державах — членах Європейського економічного співтовариства". У документі наголошується на необхідності створення не лише загальноєвропейської, а єдиної глобальної стандартизованої інформаційної системи класифікації готелів.

У подальшому виникли суперечності стосовно підходів класифікації між європейськими офіційними органами, які відповідають за проведення стандартизації, Міжнародною організацією стандартизації (*ISO*) — з одного боку, і фаховими готельними асоціаціями *IHRA* та *HOTREC* — з іншого, котрі відхиляють ідею створення єдиного міжнародного стандарту для класифікації готелів. У 1997 р., незважаючи на несприйняття європейськими готельними асоціаціями єдиних стандартів, *ISO* створила робочу групу з питань "послуги з розміщення". У процесі дослідження, крім уніфікації термінології, було визначено стандарти якості готельних послуг і офіційно запропоновано використовувати *ISO 9000* як основу для стандартів міжнародної готельної класифікації. Введення *ISO 9000* суттєво загострило суперечки з фаховими готельними асоціаціями *IHRA* та *HOTREC*. Вони зазначали, що стандарти у готелях запроваджуються, але не розв'язують проблеми якості послуг. Після низки переговорів між європейськими офіційними органами та готельними асоціаціями згоди з питань загальної класифікації не було досягнуто і вирішено повернутись до розробки термінологічних стандартів. У 2001 р. опубліковано документ "*European Standard on Tourism Services-Hotels and other types of tourism accommodation. Terminology*" ("Європейський стандарт з туристичних послуг — готелі й інші типи розміщення туристів. Термінологія").

У 2003 р. Комітет європейського парламенту з питань регіональної політики, транспорту і туризму звернувся в ЄЄ з проханням спеціально дослідити сучасні схеми класифікації готелів у державах— членах Євросоюзу. Ця проблема дотепер не вирішена і перебуває в робочому стані. Однак можна стверджувати, що у найближчій перспективі створити єдину світову систему класифікації готелів, яка однаково була б прийнятною для офіційних органів та бізнес-структур, практично неможливо. Хоча неможливість розв'язання глобальних завдань не суперечить необхідності формування на національному рівні механізму присвоєння готелям категорій, що адекватно відповідав би потребам ефективного розвитку туристичної індустрії в окремих країнах.

Вагомим чинником здійснення неофіційної класифікації, орієнтованої на споживача, було створення *GDS* — глобальних дистрибуторських систем ("*Amadeus*", "*Galileo*", "*Worldspan*", "*Sabre*"). Використання з комерційною метою від 1994 р. Інтернету як супутнього електронного засобу продажу спричинило появу значної кількості сайтів готелів, більшість яких орієнтувались на кінцевого споживача. Завдання об'єктивного визначення рівня готелю постає актуальніше для чіткішої орієнтації і туристичних агентств, і безпосередніх споживачів послуг. Це спонукало одного з провідних провайдерів електронного резервування готелів *UTELL* впровадити у 2001 р. власну систему категоризації готелів для понад 6400 підприємств. Система категоризації *UTELL* діяла за принципами, запропонованими всесвітньо відомим американським довідником "*Official Hotel Guide*" (*OHG*).

Відповідно до цієї системи готелі за критерієм якості послуг розподілили на три основні категорії, а за ринковим позиціонуванням — на чотири. За якістю послуг готелі поділяють на такі категорії:

Luxury — курортні готелі для ділових туристів, що пропонують найвищий стандарт якості послуг. Вони розраховані на клієнтів з високими доходами, котрі потребують особливо комфортних умов проживання. Категорію *Luxury*, згідно з довідником "*Official Hotel Guide*", умовно поділяють на три різновиди: *Superior Deluxe-*, *Deluxe-*, *Moderate Deluxe*. Такі готелі можуть належати (з певними варіантами відмінностей) до п'ятизіркових або особливо комфортних чотиризіркових готелів.

Superior — готелі, які пропонують високу якість послуг для бізнес-туристів та осіб, котрі здійснюють поїздки з метою відпочинку. Загалом орієнтовані на осіб середнього соціального стану. Відповідно до "*Official Hotel Guide*" у цій категорії також виокремлюють три підтипи: *Superior First Class*; *First Class*; *Limited Service First Class*. Згідно з європейською п'ятизірковою класифікацією до категорії готелів *Superior* належить частина чотиризіркових і більшість тризіркових.

Value — економічний клас, в якому на різних рівнях пропонують ціну відповідно до якості послуг. Довідник позиціонує готелі цього класу в чотирьох категоріях: *Moderate First Class*; *Superior Tourist Class*; *Tourist Class*; *Moderate Tourist Class*. Це відповідає категорії від найскромніших тризіркових готелів до категорії однозіркових. Одночасно у названій категорії, за вітчизняним досвідом, варто виокремити категорію *Limited Service Tourist Class*, що відповідає безкатегорійним готелям та молодіжним готелям — хостелам.

Класифікація передбачає чотири категорії готелів, орієнтованих на основні сегменти ринку:

1. *Style* — стильні готелі, до яких належать заклади розміщення, розташовані у будинках-пам'ятках історії та культури, або збудовані за індивідуальним дизайном.

2. *Resort* — курортні готелі, орієнтовані на рекреацію, що пропонують відповідні послуги безпосередньо у готелі або спеціалізованих бальнеологічних закладах, розташованих поблизу.

3. *Apartment* — готелі, зорієнтовані на туристські групи, котрі зупиняються тут на тривалий термін. Номери у таких закладах завжди обладнані невеликою кухнею.

4. *Airport* — готелі, розташовані в аеропортах або на відстані до семи миль від нього і найчастіше пропонують трансфер "приліт — відліт".

Рекомендована для використання чотирьох найбільших згаданих дистриб'юторських категорій система класифікації готелів, у розробленні якої брали участь провідні туристичні агентства та готелі, тобто зацікавлені у високій ефективності реалізації послуг бізнес-структури, доцільна для безпосереднього споживача послуг. Саме така класифікація готелів дає клієнтові змогу швидко ідентифікувати власні реальні можливості й вибрати відповідну категорію якості.

Коротко проаналізуємо роль основних структур, які позиціонують на ринку готельних послуг, — міжнародних готельних корпорацій у класифікації готелів. Найбільші готельні оператори уникають демонстрації своїх готельних брендів через використання певної символіки (зірок, літер і под.) у національних класифікаційних системах. Лише в країнах з обов'язковою класифікацією власники готелів, що належать до відомих готельних ланцюгів, класифіковані та застосовують ту чи іншу символіку. Найчастіше готелі презентують себе в окремих цінових сегментах *Luxury*, *Upper scale*, *Mid-market*, *Economy/Budget*, орієнтованих на певні категорії споживачів. Наприклад, відома французька готельна корпорація "Accor" позиціонує на ринку в шести класах: *Sofitel*; *Novotel*; *Mercury*; *Ibis*; *Etap*; *Formula-I*. Згідно з прийнятою в більшості країн світу зірковою класифікацією категорію *Sofitel* можна прирівняти до п'яти зірок, *Novotel* — чотири, *Mercury* — три, *Ibis* — дві, *Etap* і *Formula-I* — до однієї. Водночас наведений приклад класифікації лише для однієї готельної корпорації в різних країнах може відрізнятись тільки в одній категорії. Для провідних європейських держав готелі категорії *Novotel* суттєво випереджають за якістю послуг готелі аналогічної категорії в країнах "третього світу". Ця проблема становить основну перешкоду і для міжнародних готельних корпорацій, і для національних туристичних асоціацій до ідеї транснаціональної класифікації готелів.

У цьому випадку в складній ситуації перебуває ВТО, яка водночас повинна зауважувати інтереси національних туристичних адміністрацій і приватного бізнесу. За пропозиціями, що надходять від окремих держав і регіонів, ВТО організовує місії для консультацій і передавання досвіду, напрацьованого в різних державах, але не приймає єдиних стандартів. Згідно з позицією ВТО необхідно продовжувати роботу, щоби досягти загальноприйняту згоду між усіма зацікавленими сторонами — урядовими органами, приватним бізнесом, споживачами і міжнародними організаціями.

3. Класифікація готелів у країнах світу.

У світовій готельній сфері найпоширеніша французька (зіркова) система класифікації, побудована, як уже згадувалось, на основі поділу готелів на категорії від нижчої (одна зірка) до вищої (п'ять зірок). З певними особливостями цю систему використовують у багатьох державах, у тому числі в Австрії, Польщі, Угорщині, Китаї, Єгипті, Україні, Росії та ін.

Система класифікації готелів у Франції. Норми і процедура класифікації готелів тут затверджені 1986 р. і чітко прив'язані до формування цін у готелях та ресторанах. У стандартах категоризації виокремлюють два типи підприємств: 1) **туристичні готелі**, в яких передбачено щонайменше 5 місць, і 2) **туристичні резиденції**, де має бути не менше 100 ліжок. У першій групі є шість категорій:

від найнижчої (без зірок) до найвищої (4 + L — *de Luxe*, або *Palace*). У другій групі встановлено категорії від однієї до чотирьох зірок.

У французькій системі категоризації для визначення категорії готелю враховують такі основні критерії:

- *кількість номерів*: мінімальна — від 5 до 10, залежно від категорії;
- *громадські приміщення*: мінімальна площа холу підпорядкована кількості номерів і категорії, чітко встановлена норма необхідної площі громадських приміщень для великих готелів та ін.;
- *загальне обладнання готелю*: обов'язкова гаряча і холодна вода, телефон, кондиціонер;
- *житлова частина*: необхідність захисту приміщень від світла з використанням завіс, жалюзей, акустичний комфорт; визначена мінімальна площа номерів, санітарне обладнання, площа ванних кімнат, освітлення тощо;
- *персонал*: неодмінне знання мов, кваліфікація, формений одяг і под.; усі вимоги мінімальні й обов'язкові до виконання.

Французькі вимоги до категорії готелів чітко не регламентують такі аспекти оцінки готелів, як вимоги до умеблювання номерів, наявність телевізійного та радіообладнання, дрібного інвентарю, не встановлюють специфікацій стосовно устаткування санітарних вузлів, переліку додаткових послуг. Висновок про відповідність перелічених характеристик вимогам певної категорії покладають на експертів та фахівців у готельній сфері, які класифікують засоби розміщення і дотримуються принципу: загальне призначення готелю — надання послуг гостинності — зумовлює тип оснащення приміщень.

Готелі у Франції класифікують службовці державної адміністрації в справах туризму, уповноважені рішенням Комісара Французької Республіки, на добровільних засадах, згідно зі заявкою власника.

У Франції переважають готелі середнього класу. Розподіл за зірками такий: 40,6 % — однозірковий, 32,2 % — двозірковий, 18,3 % — тризірковий, 5,3 % — чотиризірковий, 3,6 % — п'ятизірковий.

Система класифікації готелів у Німеччині. У країні відсутня державна система класифікації засобів розміщення. Категоризацію здійснюють приватні фірми, які видають путівники, — туристичні інформатори, а також готельні корпорації. Використовують також регіональні системи класифікації готелів, наприклад, система класифікації, заснована Спілкою туристичних та готельних підприємств землі Північний Рейн — Вестфалія. Категорію позначають зірками від однієї до п'яти, а висновок про призначення категорії приймають на основі моніторингу групи стандартних запитань. Разом з мінімальними обов'язковими критеріями для кожної категорії додають перелік послуг і обладнання та їхню бальну оцінку, з яких можна набрати певну кількість балів, визначену для тієї чи іншої категорії.

У німецькій класифікації виокремлюють п'ять класів:

1. Туристський клас — одна зірка.
2. Стандартний клас — дві зірки.
3. Комфортний клас — три зірки.
4. Перший клас — чотири зірки.
5. Люкс — п'ять зірок.

Система класифікації готелів у Великій Британії. У цій країні класифікацію закладів розміщення здійснюють добровільно профільні організації, зокрема Автомобільна асоціація (*AA Automobile*

Association Development Limited (AA ADL), Асоціація британських турагентств (*British Travel Authority (BTA)*). Схема класифікації передбачає категоризацію готелів, малих придорожних закладів розміщення та фермерських будинків за п'ятьма рівнями — від однієї *Q* — до п'яти *Q* (*Quality* — якість), відображені символом корони або зірки. Кожне підприємство інспектують щорічно і класифікують за особливими правилами. Згідно з постулатом, що кількість зірок не має прямого зв'язку з якістю, а вказує на різний тип готелів і рівень забезпечення послугами та зручностями, для кожної категорії готелю використовують показник якості у відсотках до певного еталона. Цей показник може коливатися від 50 % . Отримавши менше, готель переходить у нижчу категорію. Максимум — 80 %, вище якого готелю присвоюють знак категорії *червоні зірки*, які надають щорічно окремій групі готелів, визнаних кращими у своїй категорії. За такого підходу до уваги беруть рівень сервісу та гостинності, фаховість, ввічливість, люб'язність персоналу, стан номерного фонду та громадських приміщень, якість харчування, загальне враження від готелю. Результати класифікації публікують у щорічному збірнику. Відповідно до найпоширенішої у Великій Британії класифікації, запропонованої Асоціацією британських турагентств, готелі поділяють на:

- бюджетні (однозіркові), розташовані в центрі міста; пропонують обмежений перелік послуг;
- готелі туристського типу (двозіркові); надають послуги харчування, отже, повинні мати ресторан та бар;
- готелі середнього класу (тризіркові); забезпечують високий рівень обслуговування;
- готелі першого класу (чотиризіркові); пропонують високу якість проживання й обслуговування;
- готелі вищої категорії (п'ятизіркові); рівень надання послуг проживання та обслуговування особливо високий.

Австрійська система класифікації готелів. Тут нормативні вимоги до готелів різних категорій встановило Об'єднання підприємств готельної та відпочинкової сфери Австрії (Директиви для класифікації підприємств готельної та відпочинкової галузі за винятком будинків з апартаментами, що не надають послуг) у 1990 р.

Австрійські підприємства готельної та відпочинкової галузі поділяють на п'ять категорій, причому підприємства, які пропонують лише сніданок, можуть отримати найвище четверту категорію — чотиризіркову. Зарахування до певної категорії здійснюють з огляду на загальну характеристику підприємства, тобто його обладнання, пропоновані послуги, можливості забезпечення проведення вільного часу, а також управління, середню кількість персоналу. Беруть до уваги також обмеження стосовно якісних критеріїв для кожної категорії. Окрім Директив, які встановлюють детальні нормативи, повинні враховуватися федеральні та місцеві приписи щодо обладнання закладів розміщення.

Система класифікації готелів у Іспанії. Заклади розміщення поділяють тут на дві категорії — *готелі* та *пансіони*. У першій групі виокремлюють:

- *готелі* — заклади, що надають розміщення з обслуговуванням або без нього;
- *готелі-апартаменти* — заклади з відповідним обладнанням для зберігання, переробки та споживання продуктів харчування;
- *мотелі* — заклади, розташовані біля автомобільних трас; надають розміщення, гараж та окремий вхід.

У всіх закладах розміщення обов'язково повинна бути вивіска біля входу, на якій зазначено групу та категорію. Її виготовляють з металу в формі прямокутника: на блакитному тлі зазначена кількість зірок, що відповідає присвоєній категорії; позолочені — для готелів та готелів-апартаментів; срібні — для міні-готелів, пансіонів. Тип і категорія засобу розміщення обов'язково мають зазначатись у рекламі, засобах масової інформації, рахунках та квитанціях.

Згідно з будівельно-технічними характеристиками, якістю обладнання й обслуговування, запропонованими у різних категоріях, заклади розміщення Іспанії поділяють на групи:

- перша — готелі категорії п'яти-, чотири-, три-, дво-, однозіркові;
- друга — міні-готелі та пансіони три-, дво-, однозіркові;
- третя — гостьові будинки (без категорії);
- четверта — готелі-апартаменти чотири-, три-, дво-, однозіркові.

Іспанська офіційна система встановлює також додаткові класифікацію та вимоги стосовно засобів розміщення залежно від місця розташування та сезонності роботи, враховуючи такі критерії:

- розташовані на пляжі;
- займають місця у горах;
- знаходяться на вокзалах;
- сезонного режиму роботи;
- зі забезпеченням послуг харчування;
- мотелі.

Засоби розміщення, які належать до цих додаткових категорій, у рекламних та інформаційних матеріалах повинні зазначати доповнювальну інформацію, наприклад, для готелів у горах — відстань до моря, мінімальну висоту над рівнем моря (для гірських готелів встановлені ліберальніші нормативи до обладнання та параметрів номерів). Достатньо широкий набір додаткових вимог визначено для мотелів: розташування номерів в окремій будівлі або будівлі з окремими входами; наявність гаража для кожної споруди; обов'язкова освітлена вивіска з інформацією про кількість вільних місць біля автомобільної траси; цілодобова робота закладу харчування та ін.

В Іспанії, окрім зазначених особливостей, існує мережа державних закладів розміщення туристів (*ragasíogev*), підпорядкована Державному міністерству з туризму. Такі заклади найчастіше розташовані у мальовничих районах, де відсутні інші типи підприємств розміщення. Це фортеці, замки, палаци, обладнані під готелі класу "люкс".

Система класифікації готелів у Італії. Готельний бізнес у країні має власні стандарти для визначення класу закладу розміщення. Класифікація складна та заплутана. Використовують зіркову систему, хоч офіційно шкала категоризації відсутня.

Відповідно до прийнятих в Італії критеріїв готелі поділяють на три категорії:

- перша — чотиризіркова;

- друга — тризіркова;
- третя — двозіркова.

П'ятизіркової категорії, у зв'язку зі значним оподаткуванням, яке залежить від категорії готелю, немає. Водночас кожна категорія має свою градацію.

З-поміж особливостей італійських готелів — незначна кількість номерів, середньостатистично — 50—80, тому переважають готелі невисокої категорії, що відповідають двозірковій категорії. У курортних центрах серед двозіркових трапляються невеликі готелі, які за оснащенням і рівнем обслуговування згідно з міжнародними стандартами відповідають значно вищій категорії.

Система класифікації готелів у Греції. Для класифікації закладів розміщення використовують систему літер, а на фасадах готелів — звичні для Європи зірки. Відповідно до стандарту Національної туристичної адміністрації заклади розміщення Греції поділяють на чотири категорії: *A, B, C, £>*. Так, готелі категорії:

- *A* (чотиризіркові) характерні високим рівнем обслуговування і найчастіше розташовані у відомих курортах;
- *B* (тризіркові) здебільшого функціонують у курортній зоні, на узбережжі;
- *C* (двозіркові) пропонують мінімальний набір послуг, розміщені на певній відстані від узбережжя в курортних зонах;
- *£>* (однозіркові).

Система класифікації готелів у Скандинавських країнах. Асоціація готелів Скандинавії (Данія, Швеція, Норвегія) розробила власну міжнаціональну класифікацію, в якій категорію готелю визначають не зірками, а сонечками — знак має форму половинки сонця, яке сходить, на фоні неба. Клас готелю встановлюють експерти Асоціації.

Система класифікації готелів у Польщі належить до найновіших у Європі. Вона створена 2001 р. у межах плану підготовки до вступу в Європейський Союз та орієнтації туристичної галузі на європейський рівень обслуговування. Вимоги до оснащення, кваліфікації персоналу й переліку послуг, у тому числі харчування, для кожного типу готельних підприємств затверджені міністром економіки. Регламент та склад комісії, яка має право оцінювати відповідність готельних підприємств установам вимогам, визначає воєвода кожного воєводства. На категорії поділяють готелі та мотелі, пансіонати, кемпінги, будинки відпочинку, молодіжні туристські бази. Встановлюють також мінімальні вимоги до приватних приміщень, що здають для проживання туристам.

У Постанові міністра економіки затверджені умови, згідно з якими для кожного типу та категорії закладу розміщення ймовірні відхилення від вимог, а також перелік документів, котрі власники кожного готельного підприємства повинні отримати від державних наглядових органів у сфері будівництва, пожежної безпеки, санітарного обладнання.

Система класифікації готелів у Росії та державах колишнього Радянського Союзу. На території колишнього СРСР діяло декілька класифікаційних систем (система літер і розрядів) готельних підприємств відповідно до їхнього галузевого підпорядкування — для готелів корпорації "Інтурист", профспілкових засобів розміщення, комунальних готелів. Відрізнялися також нормативи оснащення й обладнання готельних номерів у кожній системі. Готелі корпорації "Інтурист", скажімо, користувалися перевагами

щодо отримання державних коштів на розвиток і реконструкцію, були визначені підвищені класифікаційні вимоги до кожного розряду, хоч готельний сервіс і тут неповністю відповідав світовому рівню.

З розпадом СРСР та погіршенням економічного стану в усіх країнах, які пізніше створили Союз Незалежних Держав (СНД), готельні підприємства фактично залишилися без державної підтримки та системи класифікації. У Москві 1995 р. було затверджено систему державних російських стандартів на туристсько-екскурсійне обслуговування (ГОСТ), зокрема стандарт, що встановлював класифікацію готелів. Уже в квітні цього ж року стандарти прийняла Міждержавна рада зі стандартизації, метрології та сертифікації як міждержавні для десятиох країн СНД, у тому числі України. Виникла нагода створити нову систему класифікації готелів. Поява цього стандарту (ГОСТ 28681.4-95 "Туристско-экскурсионное обслуживание.

Література:

Питання для самоконтролю.

1. Що таке рівень комфорту? Які показники він охоплює?
2. Які основні принципи класифікації Ви знаєте?
3. Розкажіть про відомі системи класифікації готелів у країнах світу.

Лекція 8.

Тема. Класифікація підприємств готельного господарства в Україні.

План лекції

1. Характеристика вимог щодо класифікації готелів в чинних нормативних документах України.
2. Характеристика готелів категорій 1-5 зірок.
3. Класифікація житлових номерів.

1. Характеристика вимог щодо класифікації готелів в чинних нормативних документах України.

В Україні 2003 р. прийнято два стандарти, які регулюють діяльність суб'єктів готельного бізнесу — "Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги" та "Послуги туристичні. Класифікація готелів". Основна мета введення національних стандартів — гармонізувати національне законодавство з європейським, сформулювати зміст термінів і визначень, зорієнтувати власників готелів на дотримання єдиних норм у діяльності готелів.

До введення нових стандартів в Україні діяло спільне для пострадянського простору "Положення про віднесення готелів до розряду, а номерів до категорій" разом з Прейскурантом № К-05 на послуги готелів. Згідно з цим стандартом, опублікованим 1979 р. та з доповненням 1984 р., готельні заклади, залежно від рівня комфорту номерів, комунальних послуг, розвитку служб обслуговування (громадського харчування, побуту, торгівлі, зв'язку), розмірів і типів громадських приміщень, поділяли на категорії "люкс", "вища А", "вища Б", "перша", "друга", "третя", "четверта"; мотелі — "вища А", "вища Б", "перша", "друга", "третя". Атестацію готелів здійснювали міністерства і відомства, яким вони підпорядковувались.

Державний комітет України з житлово-комунального господарства видав 1991 р. Рекомендації "Про порядок віднесення комунальних готелів України до міжнародної класифікації" № Р204 Україна 235-91. Вони мали на меті наблизити уніфікацію національних стандартів у готельній сфері відповідно до діючих міжнародних стандартів. Згідно з нововведеннями готелі класифікували у зірковій системі за чотирма категоріями. Водночас із міжнародними принципами класифікації готелів використовували традиційну систему розрядів, встановлену згідно з "Положенням про віднесення готелів до розрядів і номерів у готелях до категорій". Обов'язкова умова відповідності готелю міжнародній класифікації стосувалась дотримання "Загальних вимог", що було підставою для одержання певної категорії у системі зірок.

У 1994 р. Державний комітет України з туризму видав "Положення про державну атестацію та перереєстрацію готелів, мотелів, кемпінгів, туристських баз і комплексів, а також підприємств громадського харчування України, які приймають і обслуговують туристів". Одночасно із цим Положенням вводилась європейська система класифікації з використанням зірок.

Ми вже зазначали, що і в Росії тоді розробляли, згідно з європейським стандартом, ГОСТ Р50645-94 "Туристско-зксурсионное обслуживание. Классификация гостиниц". В Україні цей стандарт введено у використання 1 січня 1997 р. Він встановлював класифікацію готелів (мотелів) різних організаційно-правових форм місткістю понад 10 номерів, за винятком приватного житлового сектору. Основні вимоги до готелів у процесі класифікації стосувались *матеріально-технічного забезпечення, номенклатури та якості пропонованих послуг, рівня обслуговування*. Готелі класифікували за п'ятьма категоріями, мотелі — за чотирма.

Стандарт "Засоби розміщення. Загальні вимоги" введений в Україні 2003 р. Він вперше регламентує умови до матеріально-технічної бази засобів розміщення, наданих послуг з урахуванням параметрів, висунутих ВТО. Відповідно до нового стандарту засоби розміщення поділяють на колективні та індивідуальні. До перших належать готелі й аналогічні їм засоби розміщення. До других — кімнати, орендовані у сімейних будинках, і житло, орендоване в приватних осіб або через агентства, а також неосновне особисте житло, надане безплатно родичам та знайомим.

У національному стандарті викладено основні вимоги до таких загальних характеристик, як архітектурно-будівельне, інженерно-технічне, довідково-інформаційне забезпечення, а також до персоналу (типові для готелів різної категорії). Необхідно, зокрема, передбачити:

1. Архітектурно-будівельні проекти готелів та їх обладнання мають відповідати будівельним нормам і вимогам стандарту.
2. Повинні бути зручні під'їзні шляхи, дорожні знаки та вимощені пішохідні доріжки.
3. Прилегла територія мусить бути добре освітленою, впорядкованою й озелененою.
4. Обладнати майданчик з твердим покриттям для короткотермінового паркування автотранспорту.
5. Довідково-інформаційні стенди зі зазначенням назви засобу розміщення і категорії, а також інформації стосовно виконавців послуг, режиму роботи та переліку послуг, які надаються, повинні розміщатись при вході на територію та (або) в приміщення.

Засоби розташування, відповідно до обладнання інженерно-технічними системами, мають забезпечувати:

- освітлення у житлових і громадських приміщеннях — природне та штучне, у коридорах — цілодобове;
- систему електропостачання, підведену до житлових приміщень, електричні розетки повинні бути промарковані зі зазначенням напруги;
- холодне й гаряче водопостачання та каналізацію цілодобово; у районах із перебоями у водопостачанні — мінімальний запас води не менше ніж на добу та підігрів води;
- опалення із підтримуванням температури повітря в житлових приміщеннях у межах 18—22 °С;
- вентиляцію з циркуляцією повітря, що запобігає проникненню сторонніх запахів у житлові приміщення;
- телефонний зв'язок;

- мережу радіомовлення або радіомовлення, незалежно від мережі;
- пасажирський ліфт (за необхідності).

У пункті характеристики житлової та нежитлової частини заклади розміщення повинні відповідати таким параметрам:

1. Площа житлової кімнати має дорівнювати не менше 8 м²; у розрахунку на особу не менше 6 м² — у закладах цілорічного функціонування; не менше 4,5 м² — у закладах сезонної (літньої) діяльності; для таборів — не менше 4 м² на особу.

2. У засобах розміщення в номері повинен бути санвузол із відповідним санітарним інвентарем та обладнанням загального користування; окрема кімната побутового обслуговування; місце для праці, забезпечене необхідним обладнанням та інвентарем; приміщення або частина приміщення для перегляду телепередач; камера зберігання; приміщення для надання послуг харчування і (або) кухня для самостійного приготування їжі, обладнаної холодильником, електричною (газовою) плитою чи пічним опаленням.

3. Мати пристрої для зручного користування інвентарем згідно зі стандартом. Обслуговуючому персоналу, який забезпечує послуги в колективних засобах розміщення, необхідно:

- мати відповідну освіту та кваліфікацію, що відповідає виконуваній роботі;
- створювати атмосферу гостинності, комфорту, виявляти доброзичливість і ввічливість;
- дотримуватись посадових інструкцій, розроблених та затверджених у закладі розміщення.

Кожен засіб розміщення повинен надавати мінімальний обсяг послуг, а саме:

- цілодобово приймати туристів;
- здійснювати послуги з громадського харчування або створювати умови для самостійного приготування їжі;
- щоденно прибирати житлову кімнату та санвузол (окрім гуртожитків, таборів праці й відпочинку, гірських притулків і под.);
- змінювати постільну білизну — щоп'ять днів, рушники — щотри доби;
- відправляти, отримувати і доставляти пошту;
- зберігати цінності та багаж;
- надавати медичну допомогу і викликати "швидку допомогу", користуватися аптечкою першої допомоги;
- володіти туристичною інформацією.

Стандарт також регламентує вимоги з безпеки й охорони навколишнього середовища. Відповідно до пункту "вимоги безпеки" заклади розміщення повинні:

- розташовуватись в екологічно безпечній зоні;
- гарантувати безпеку життя та здоров'я клієнтів, їхнього майна;
- бути обладнаними системами протипожежного захисту за "Правилами пожежної безпеки в Україні";
- передбачати аварійні виходи, сходи, добре помітну інформаційну довідку для вільної орієнтації як у звичайній, так і в надзвичайній ситуації;
- забезпечувати в достатньому для огляду місці плани евакуації та поведінки персоналу і туристів у надзвичайних ситуаціях (стихійне лихо, пожежі тощо);

- передбачати справність технічного стану, експлуатації та відповідність вимогам нормативних документів, інструкцій експлуатації всього санітарно-технічного, технологічного й іншого обладнання;
- гарантувати вимоги експлуатації електричного, газового обладнання згідно зі стандартом;
- дотримуватись санітарно-гігієнічних та протиепідеміологічних правил і норм, спрямованих на утримання санітарно-технологічного обладнання та інвентарю, стану території, місць загального й індивідуального перебування туристів, прання, прасування, зберігання білизни, видалення відходів і захисту від комах та гризунів;
- забезпечити допустимий рівень звукового тиску та рівень звуку в приміщенні відповідно до стандарту;
- гарантувати в епідеміологічному безпечному стані питну воду;
- здійснити сертифікацію та придбати миючі засоби, які входять до "Переліку продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні", препарати для дезінфекції, дезінсекції, дератизації, дезодорації згідно з "Гігієнічним висновком державної санітарно-гігієнічної експертизи на вітчизняну та імпортовану продукцію";
- підготовляти обслуговуючий персонал до дій у надзвичайних ситуаціях; відповідає за підготовку персоналу в таких ситуаціях керівник засобу розміщення (власник);
- забезпечити медичний огляд обслуговуючого персоналу відповідно до вимог, установлених чинним законодавством.

У стандарті передбачені вимоги з охорони довкілля. Так, засоби розміщення повинні:

- функціонувати згідно з вимогами охорони навколишнього середовища (щодо утримання території, технічного стану і зберігання приміщень, вентиляції, водопостачання, каналізації) відповідно до чинних нормативних документів;
- передбачити систему санітарного очищення та прибирання території згідно з нормативними документами;
- час надання послуг не допускати шкідливого впливу на довкілля;
- мати екологічний паспорт або висновок природоохоронних служб, що підтверджує відсутність шкідливих впливів на навколишнє середовище та довідку про екологічний стан навколишнього середовища.

Дотримання вимог засобами розміщення контролюють органи державного управління в межах їхньої компетенції відповідно до вимог чинних нормативних документів.

У Національному стандарті України "Послуги туристичні. Класифікація готелів" відображені основні підходи до класифікації готелів і аналогічних засобів розміщення за категоріями. Такі заклади класифікують згідно зі загальною характеристикою готелю і комплексом вимог до матеріально-технічного оснащення, переліком послуг, котрі надаються, і фаховістю персоналу.

Категорію готелю, як уже згадувалося, позначають спеціальним символом — "*" (зірка). Кількість зірок збільшується з підвищенням рівня якості обслуговування. Категорія зазначається на вивісці, технічні і документації, рекламі. Вимоги, викладені у стандарті, мінімальні, тому їх необхідно виконувати повністю.

Зауважимо однак: за державним стандартом, категоризація чи присвоєння зірок не обов'язкові. Необхідна лише сертифікація на безпеку. Одночасно суттєвим чинником, що вплинув на збільшення кількості сертифікованих готелів, є прийняття нової редакції Закону України "Про туризм". Згідно з ним турфірми мають право працювати лише зі сертифікованими засобами розміщення.

Якщо будинок готелю належить до пам'яток історії чи архітектури, допускається відхилення від вимог стосовно матеріально-технічного оснащення готелів і переліку пропонованих послуг. Керівництво готелю такому випадку подає документальне підтвердження, засвідчене уповноваженими органами, про те, що виконання вимоги неможливе з огляду збереження історичного характеру будинку, навколишньої забудови та прилеглої території, а відхилення не призведе до значного зниження вимог, установлених для цієї категорії готелю. В інформаційних та рекламних матеріалах, які стосуються готелю, подають інформацію про історичний характер будинку і пов'язані з цим відхилення від вимог до матеріально-технічного оснащення чи номенклатури наданих послуг.

У готелі повинні бути внутрішні Правила проживання, що не суперечать правилам користування готелями, Книга відгуків і пропозицій, а також Журнал реєстрації вступного інструктажу працівників з питань охорони праці й Журнал реєстрації інструктажів з питань охорони праці.

Заборонено використовувати зіркову систему як ознаку відповідності готелю певній категорії без підтвердження її у встановленому порядку, тобто в процесі сертифікації.

Згідно зі загальними вимогами якості обслуговування, технічного обладнання, номерного фонду, послуг, роботи персоналу готелі різних категорій повинні відповідати таким вимогам.

Однозіркові готелі можуть споруджувати з недорогих будівельних матеріалів, мати обладнання та меблі, які виробляють серійно. Всі меблі й електроприлади повинні бути справними. На фасаді обов'язкова вивіска зі зовнішнім освітленням чи вивіска, що світиться, а біля будинку необхідне (окрім готелів, розташованих у суцільній міській забудові) декоративне та (або) огорожувальне озеленення. Автостоянка повинна розташовуватись на відстані не більше 400 м, з кількістю місць не менше 20 % кількості номерів. Засоби розміщення цієї категорії повинні мати зону приймання клієнтів площею не менше 10 м², у готелях до 50 номерів; якщо готель більший, — додаткову площу в 0,2 м² на кожен номер понад 50 номерів. У житлових приміщеннях обов'язкові меблі та килимове покриття, сейф для зберігання дорогих речей у рецепції.

У технічному сенсі такі готелі мають бути з аварійним освітленням, резервуаром для одноденного запасу води, вентиляцією, опаленням окремими приладами (або центральним), ліфтом, якщо будинок має понад чотири поверхи, телефоном у рецепції та міським телефоном на поверсі, доступним для гостей. Кожен номер неодмінно повинен мати електричні розетки зі зазначенням напруги, звукоізоляцію, телевізор (на прохання гостя), радіоприймач.

У структурі номерний фонд повинен складатись (не менше 60 %) з одно-, двомісних номерів. Житлова площа одномісних номерів (без площі санвузла, коридору, балкона) — 8 м², двомісного — 10 м², тримісного — 14 м², чотиримісного — 16 м²; у номерах більшої місткості до площі чотиримісного номера додається на кожного гостя 4,5 м².

2. Характеристика готелів категорій 1-5 зірок.

Необхідно передбачити такий комплект меблів й інвентарю в номері:

- односпальне ліжко розміром 80 x 190 см, двоспальне 140x 190 см, дитяче або розкладне ліжко (на прохання), тумбочку для кожного спального місця, стільці для сидіння, стіл, поличку для багажу, шафу;
- комплект постільних речей і білизни;
- килимок біля кожного ліжка (за відсутності килима або килимового покриття підлоги);
- вішак для верхнього одягу та головних уборів;
- цупкі й прозорі гардини на вікна;
- дзеркало;
- щітку для одягу;
- склянку на кожного гостя;
- інформаційні матеріали про перелік послуг та прейскуранти цін; інформатор "Прошу не турбувати", "Можна прибирати"; протипожежну інструкцію й інструкцію щодо дій в екстремальних ситуаціях.

Кількість номерів із повним санвузлом (умивальник, унітаз, ванна або душ) повинна становити 25 % їхньої загальної кількості, площа санвузла має бути достатньою для вільного пересування. Якщо номер без санвузла, його необхідно обладнати умивальником з холодною та гарячою водою. На кожному поверсі, де розташовані номери без санвузла, повинен бути туалет та ванна (душова) на кожні п'ять номерів без санвузла, але не менше ніж два туалети та дві ванни (душові) на поверх окремо для чоловіків і жінок.

У кожному санвузлі потрібно передбачити інвентар: дзеркало над умивальником з освітленням; поличку для туалетних речей; килимок на підлозі, тримач для одягу; склянку; не менше двох рушників на кожного гостя, в тому числі банний рушник; туалетне мило; туалетний папір; тримач для туалетного паперу; щітку для унітаза; кошик для сміття з вогнетривкого матеріалу. Аналогічні вимоги — до туалету та ванної кімнати загального користування.

В однозіркових готелях, порівняно з іншими категоріями, не обов'язкова наявність закладів для надання послуг із харчування. З додаткових приміщень для надання послуг необхідно передбачити кімнату побутового обслуговування та камеру схову, яка працює цілодобово.

У готелях такої категорії до обов'язкових послуг належать:

- цілодобова робота служби приймання;
- щоденне прибирання номерів та заправлення ліжок покоївкою;
- заміна постільної білизни і рушників — раз на три дні або за бажанням гостя;
- повернення білизни після прання через 24 год;
- надання праски;
- дрібний ремонт одягу;
- зберігання цінностей у сейфі адміністрації та багажу;
- виклик таксі.

Персонал однозіркових готелів повинен:

- мати підготовку, яка відповідає виконуваній роботі;
- знати інструкції, що фіксують функціональні обов'язки та встановлені правила роботи;

- добре володіти (персонал служби приймання) іноземною мовою міжнародного спілкування;
- проходити періодичний медичний огляд;
- мати формений одяг, відповідно до служби, а також службові позначки.

Двозіркові готелі у вимогах національного стандарту з метою сертифікації, за винятком окремих пунктів, близькі до однозіркової категорії, тому доцільно звернути увагу саме на них.

Якщо кількість номерів менша за 50—20 м², додаткова площа становить у 0,3 м² на кожен номер у готелях, розмірами понад 50 номерів. Номерний фонд повинен складатись не менше ніж з 80 % з од- но-, двомісних номерів. Житлова площа однокімнатних одномісних номерів (без площі санвузла, коридору та балкона) повинна бути не меншою 9 м², двомісних — 12 м², тримісних — 16 м², чотиримісних — 18 м². Кількість номерів із повним санвузлом має становити не менше 50 %. У двозіркових готелях, порівняно з однозірковими, передбачений один з основних закладів громадського харчування — ресторан, кафе чи бар. Окрім цього, готелі повинні надавати послуги з бронювання або продажу квитків до театру й інших розважальних закладів.

Тризіркові готелі. Їх будівлі повинні гармонійно вписуватись в архітектурні ансамблі вулиці, мікрорайону; а головний фасад — відповідати певному архітектурному стилю з використанням сучасних підходів, виражених у будівельних технологіях зі застосуванням новітніх матеріалів, що дають змогу створити привабливий зовнішній вигляд. Меблі й обладнання можуть бути з матеріалів середньої вартості, проте естетично оформленими та відповідати єдиному стилю. Все устаткування потрібно зберігати в доброму технічному стані зі створенням затишку.

У зовнішніх елементах благоустрою й облаштування території необхідно передбачити вивіску, що світиться, з емблемою на фасаді готелю. Готель повинен мати щонайменше два входи: парадний — для гостей у вестибюль, обладнаний дашком над дверима чи подвійними дверима, які відкриваються автоматично, та окремий службовий вхід. Вхід у ресторан — з готелю, інший вхід — з вулиці. Автостоянка з охороною має розташовуватись на відстані не більше 400 м, кількість номерів повинна бути не менше 20 % їхньої загальної кількості. Якщо готель розташований у зеленій зоні, необхідно передбачити декоративне й огорожувальне озеленення території.

Якщо у готелі до 50 номерів, зона прийому гостей у структурі приміщень громадської частини готелю повинна охоплювати мінімальну площу 20 м²; якщо номерів більше — 0,5 м² у розрахунку на кожен номер. Зона рецепції має забезпечуватись меблями для відпочинку, в тому числі гарнітурними; покриття підлоги — спеціальне, з використанням граніту, мозаїки, оздоблювальної плитки; озеленення — декоративне; інтер'єр оформлений картинами або іншими художніми творами; освітлювальні прилади гармоніюють зі загальним стилем приміщення з килимами або килимовим покриттям (у тому числі на коридорах). Є сейфи для зберігання цінностей, інформаційні та рекламні матеріали, зокрема іноземними мовами. Холи передбачено і на поверхах.

У технічному обладнанні готелю має бути стаціонарний генератор, резервуар для запасу води, щонайменше на добу, резервна система гарячого водопостачання, кондиціонування повітря у приміщеннях спільного використання з дотриманням

температури 18—22 °С і вологості 45—60 % , вентиляція санвузлів, центральне теплопостачання, пасажирський ліфт (якщо будинок — понад три поверхи, телефон у рецепції, вестибюлі та прямих з міською, міжміською, міжнародною мережею у всіх номерах).

Номерний фонд повинен складатись на 100 % з одно-, двомісних номерів, хоча водночас допускаються багатокімнатні номери. Житлова площа в однокімнатних номерах: одномісних — не менше 10 м², двомісних — 14 м². Між номерами забезпечена звукоізоляція на рівні 35 дБА.

У технічній характеристиці номери необхідно оснащувати:

- замками з внутрішніми запобіжниками;
- загальним освітленням, світильниками біля кожного ліжка, лампами, що освітлюють робочі місця;
- електричними розетками зі зазначенням напруги;
- кольоровим телевізором та радіоприймачем у кожному номері;
- холодильником.

Меблі й інвентар номерів мають складатися з:

- односпального ліжка розміром 90 x 200 см, двоспального — 140 x 190 см і дитячого або розкладного (на прохання);
- комплекту постільних речей і білизни;
- килимка біля кожного ліжка (за відсутності килима або килимового покриття підлоги);
- тумбочки або столика біля кожного спального місця;
- шафи з полицками та вішалкою;
- вішака для верхнього одягу й головних уборів;
- стільців або інших меблів для сидіння (предмет на кожного гостя, але не менше двох у номері);
- стола;
- полицки для багажу;
- цупких завіс або жалюзі, які забезпечують затемнення приміщень;
- дзеркала — у кімнаті й окремо у ванній кімнаті над умивальником;
- швацького набору, щітки для одягу та взуття;
- склянки на кожного гостя;
- інформаційних матеріалів у номері, в тому числі іноземною мовою в папці з емблемою готелю, прейскурантів цін, рекламних матеріалів, телефонних довідників;
- набору письмового приладдя (конверта, поштового паперу, ручки, олівця);
- інформаторів "Прошу не турбувати", "Можна прибирати", пакетів для прання та хімчистки;
- протипожежної інструкції та інструкції щодо дій в екстремальних умовах.

До санітарного обладнання номера належить:

- дзеркало над умивальником з бічним або верхнім освітленням;
- полицка для туалетних речей;
- завіси для ванни чи душу;
- килимок на підлозі;
- тримач для рушників, гачки для одягу;
- склянка;
- рушники (не менше трьох на кожного гостя), в тому числі банний;

- банна шапочка на кожного гостя;
- туалетне мило, туалетний папір, тримач для паперу;
- щітка для унітаза;
- кошик для сміття з вогнетривкого матеріалу.

Згідно з вимогами стандарту тризіркові готелі обов'язково повинні мати: ресторан або кафе з кількістю місць не менше 75 % кількості місць у готелі; зал для проведення культурно-масових (ділових) заходів з аудіо- та відеоапаратурою; об'єкт для біологічного відновлення організму — плавальний басейн, сауну, тренажерний зал, солярій тощо; перукарню; кімнату побутового обслуговування; камеру схову; торговий заклад.

Обов'язкові послуги готелів цієї категорії:

- цілодобова робота служби прийому;
- віднесення багажу (на прохання);
- щоденне прибирання номерів, заправлення ліжка;
- заміна постільної білизни що три дні або за бажанням гостя, щоденна заміна рушників;
- повернення білизни після прання впродовж 24 год;
- надання праски;
- чищення та дрібний ремонт одягу;
- чищення взуття персоналом готелю або автоматом;
- надання в користування комп'ютерів, електронних засобів зв'язку, відео-, аудіоапаратури;
- зберігання коштовних речей у сейфі адміністрації;
- обмін валюти (допускається наявність пункту обміну валюти або банкомату на відстані до 100 м);
- прийом кредитних карток;
- виклик таксі;
- бронювання квитків на різні види транспорту, бронювання та продаж квитків до театру та в інші заклади розваг;
- туристичні послуги;
- прокат спортивного й відпочинкового інвентарю для готелів, розташованих у курортно-рекреаційній зоні;
- виклик швидкої допомоги;
- сніданок, у тому числі надання послуг із харчування в номер (за бажанням клієнта) від 7 до 24 год.

Обслуговуючий персонал повинен знати посадові інструкції, функціональні обов'язки та правила роботи, мати кваліфікацію стосовно виконуваної роботи і гарантувати безпеку в готелі. Персонал служби приймання обов'язково мусить володіти англійською та ще однією мовою, найвикористовуванішою в цьому регіоні, що підтверджує документ про освіту. Весь обслуговуючий персонал повинен мати формений одяг з диференційованими відмінностями про службу, службові позначки та проходити періодичний медичний огляд.

Чотиризіркові готелі. Будинок готелю повинен доповнювати архітектурний ансамбль території, головний фасад — вписуватись в архітектурний стиль, приваблювати гостей. Обов'язкова автостоянка з охороною або гараж із технічним обслуговуванням автомобілів, розташований у безпосередній близькості до

готелю. Навколишній ландшафт необхідно декоративно озеленити (це не стосується готелів у суцільній міській забудові).

Готель повинен мати вивіску, що світиться, з емблемою, декілька входів — безпосередній до вестибюля, де міститься служба приймання, обладнаний повітряно-тепловою завісою та дашком на шляху від автомобіля, й окремий службовий вхід. У ресторан повинні бути входи з готелю та з вулиці.

Громадська частина приміщення готелю, насамперед зона рецепції, має охоплювати мінімальну площу 30 м² — у готелях до 50 номерів, у більших — 0,8 м² на кожен номер. Будівельні матеріали, меблі й устаткування громадських приміщень і номерів виконують із дорогих матеріалів. Усі приміщення мають бути комфортними та у бездоганному технічному стані, оснащені килимами або килимовим покриттям високої якості, підлога — зі спеціального покриття — природного обробленого каменю, мозаїки, оздоблювальної плитки. Необхідно передбачити декоративне оформлення — картинами або іншими художніми творами, освітлювальними приладами, які гармонійно вписуються в інтер'єр, озеленення. У зоні приймання повинен бути сейф для зберігання цінностей, інформаційні та рекламні матеріали, в тому числі іноземними мовами. Обов'язкова наявність холів на поверхах. Якщо кількість номерів понад 30, гостей реєструють, використовуючи сучасне технічне обладнання.

Технічне обладнання чотиризіркових готелів складається з:

- стаціонарного генератора подачі струму, який забезпечує функціонування всіх життєво необхідних технічних систем упродовж не менше 24 год;
 - резервуара для запасу води щонайменше на добу;
 - резервної системи гарячого водопостачання на час аварії чи профілактичних робіт; кондиціонування, що забезпечує заміну повітря та дотримання температури 18—22 °С і вологості 45—60 %;
 - вентиляції санвузлів;
 - центрального теплопостачання з термостатом для індивідуального регулювання температури;
 - пасажирського ліфта, якщо у будинку понад два поверхи (ліфт на кожні 60 номерів);
 - вантажного ліфта, якщо кількість номерів — понад 30;
 - телефону: в рецепції — доступного для гостей; прямого, з'єднаного з міською, міжміською, міжнародною мережею в усіх номерах; у багатокімнатних номерах — у кожній кімнаті; у вестибюлі — телефону колективного користування, в кабіні або під ковпаком — міського, міжміського, міжнародного.
- Житлова частина має складатись на 100 % з одно-, двомісних номерів із житловою площею не менше 12 м², двомісних — 15 м². Багатокімнатні номери (не менше 5 % загальної кількості) повинні мати вітальню площею не менше 16 м², спальню з санвузлом, коридор із додатковим туалетом, а всі номери — підвищену звукоізоляцію дверей та вікон, що забезпечує захист від вуличного шуму.

Технічне оснащення номерів:

- замок на дверях підвищеної секретності з внутрішнім запобіжником;
- загальне освітлення, світильник біля кожного ліжка, лампа на робочому столі, вимикач дистанційного управління загального освітлення;
- електричні розетки зі зазначенням напруги (не менше двох на кімнату) в санвузлі, для підключення Інтернету, різнопазові;

- телевізор кольоровий у кожному номері з прийняттям програм основних телекомпаній світу, готельного відеоканалу, з дистанційним управлінням;
- міні-бар або холодильник у всіх номерах;
- міні-сейф у кожному номері або сейф з індивідуальним відділенням у службі приймання.

Номери повинні бути оснащені:

- ліжком односпальним 90 х 200 см, двоспальним 160 х 200 см, дитячим або розкладним ліжком (на прохання);
- комплектом постільної білизни з білих/кольорових тонкотканих натуральних тканин;
- тумбочкою біля кожного спального місця;
- вішаком для верхнього одягу та головних уборів;
- шафою з поличкою;
- кріслом для відпочинку (щонайменше два на номер) або м'яким диваном;
- письмовим столом зі стільцями;
- журнальним столиком;
- поличкою для багажу;
- цупкими завісами або жалюзями, які забезпечують затемнення приміщення, прозорі завіси;
- дзеркало — одне великого розміру або у повний зріст, додаткове — у ванній кімнаті;
- швацький набір;
- набір посуду для питної води, чаю та міні-бару;
- водою мінеральною або столовою — 0,2 л на гостя щоденно;
- інформаційні матеріали про перелік послуг, ціни на них, рекламні матеріали, телефонний довідник у папці з емблемою готелю, в тому числі іноземними мовами;
- набір письмового приладдя;
- інформатори "Прошу не турбувати", "Можна прибирати";
- пакети для пральні й хімчистки;
- протипожежна інструкція та інструкція щодо дій в екстремальних ситуаціях.

Санітарне обладнання номерів на 100 % має бути з повним санвузлом. Інвентар та предмети санітарно-гігієнічного оснащення санвузла складаються з:

- дзеркала над умивальником;
- полички для туалетних речей;
- завіс для ванни чи душу;
- килимка на підлозі;
- фена для сушіння волосся;
- тримача для рушників, гачка для одягу;
- склянки;
- не менше чотирьох рушників на кожного гостя, в тому числі банного;
- банної шапочки на кожного гостя;
- туалетного мила або дозатора рідкого мила, шампуню, піни (солі) для ванни в упаковці з емблемою готелю;
- туалетного паперу та тримача для туалетного паперу;
- щітки для унітаза;
- кошика для сміття з вогнетривкого матеріалу;

— пакетів для предметів гігієни.

Гастрономічні послуги має здійснювати ресторан із декількома залами, окремими кабінами, кількістю столів не менше 75 % кількості номерів з класом обслуговування не нижче за "вищий". З-поміж інших обов'язкових приміщень для надання послуг з харчування повинен бути банкетний зал, бар, додатковий бар у залі приймання, окреме приміщення для харчування персоналу. Чотиризіркові готелі повинні забезпечувати:

— універсальний зал для культурно-масових (ділових) заходів із наданням аудіо-, відеоапаратури;

— бізнес-центр з телефаксом, копіювальною технікою, комп'ютерами, підключеними до Інтернету;

— плавальний басейн, сауну, тренажерний зал, солярій, масажну кімнату (щонайменше два об'єкти з перелічених);

— перукарню вищої категорії, відповідно до вимог стандарту;

— кімнати побутового обслуговування;

— камеру зберігання;

— магазин і торгові кіоски.

Серед обов'язкових загальних послуг:

— послуги служби приймання;

— послуги швейцара;

— обов'язкове піднесення багажу;

— щоденне прибирання номерів, контроль їхнього стану впродовж доби;

— заправлення ліжок;

— щоденна зміна (за бажанням гостя) постільної білизни та рушників;

— прання з поверненням білизни впродовж 12 год;

— прасування, виконання послуги за 1 год, у тому числі у вихідні;

— чищення одягу (хімчистка);

— дрібний ремонт одягу;

— чищення взуття персоналом готелю;

— послуги секретаря, стенографіста, перекладача, посильного;

— надання у користування комп'ютера й інших електронних засобів зв'язку та обладнання;

— зберігання коштовних речей у сейфі адміністрації та багажу;

— обмін валюти цілодобово;

— приймання кредитних карток;

— організація зустрічі й проводів (аеропорт, вокзал та ін.);

— виклик таксі;

— оренда, прокат автомобіля;

— бронювання квитків на різні види транспорту;

— бронювання або продаж квитків до театру та в інші розважальні заходи;

— туристичні послуги;

— прокат спортивного й відпочинкового інвентарю для готелів, розташованих у курортно-рекреаційній зоні;

— виклик швидкої допомоги та користування аптечкою першої допомоги.

Неодмінні послуги з харчування: сніданки; цілодобова робота принаймні одного бару; цілодобове обслуговування в номері.

Посадові інструкції, які фіксують встановлені обов'язки та правила роботи, повинен знати весь персонал і мати кваліфікацію, що відповідає роботі та гарантує безпеку в готелі, вільно володіти двома іноземними мовами (це стосується і покоївок, і швейцарів та ін.). Персонал має бути фахово підготовлений, швидко й ефективно виконувати прохання гостей, періодично проходити медичний огляд, носити формений одяг з характерними для готелю особливостями, диференційованими за службами зі службовими позначками.

П'ятизіркові готелі. Вимоги до таких готелів, згідно зі стандартом, в основній частині аналогічні чотиризірковій категорії: інтер'єр — виняткового дизайну; номери, холи, вестибюль прикрашені авторськими роботами — картинами, декоративним оздобленням, живими квітами, керамікою, гобеленами тощо.

Усе загальне обладнання, устаткування громадських приміщень, кімнат і санвузлів, меблі й килими мають вироблятися із дорогих матеріалів, бути оригінальними і в бездоганному стані, посуд і столові прибори — виконані в одному стилі, гарнітурні. Постільна білизна повинна виготовлятися із тонкотканих тканин з вишитою або витканою емблемою готелю.

Площа однокімнатних одномісних номерів має становити щонайменше 14 м², двомісних — 16 м². Санвузли повинні бути у всіх номерах з площею не менше 5 м².

Технічне оснащення номерів передбачає охоронну сигналізацію або електронні засоби контролю за безпекою номерів, замки у номерах — підвищеної секретності з вічком у дверях, телефони в апартаментах — у кожній кімнаті; міні-бар та міні-сейф — у кожному номері; у ванній кімнаті — підігрів підлоги. У готелях вище одного поверху повинен працювати ліфт або ескалатор. У санітарному обладнанні номера необхідно передбачити на кожного гостя банний халат та банні тапочки. З-поміж обов'язкових установ у п'ятизіркових готелях стандарт регламентує додатковий бар у зоні приймання, плавальний басейн, медичний кабінет; серед послуг — паркування автомобілів персоналом готелю та подання автомобіля гостя з гаража (стоянки) до під'їзду. Порівняно з чотиризірковими готелями, у п'ятизіркових обслуговуючий персонал повинен вільно володіти двома-трьома іноземними мовами міжнаціонального спілкування.

3. Класифікація житлових номерів.

Класифікація житлових номерів у готелях передбачає їхній поділ на категорії відповідно до розмірів, місткості, типу житлових і нежитлових приміщень, обладнання, рівня комфорту й інших чинників. Категорія номера — вагома характеристика, що передбачає його відповідність установленим нормам, прийнятому стандарту стосовно комфорту. Згідно з категорією номера визначають його ціну. Структура номерного фонду в готелі встановлює його відповідність певній категорії щодо якості послуг. Критерії, згідно за якими оцінюють номер, узгоджують національні й міжнародні профільні в сфері гостинності та туризму організації. Це використовують у презентації готельного продукту.

За основні критерії, згідно з міжнародним стандартом щодо класифікації номерів, прийняті: площа; кількість житлових і нежитлових приміщень; комфорт; обсяг пропонованих вигод; місткість; санітарно-гігієнічне і технічне обладнання; оснащення меблями, інвентарем.

Відповідно до міжнародного досвіду стосовно комфорту проживання, місткості, структури приміщень, обладнання житлові номери класифікують на такі типи:

- президентський (королівський) апартамент (*англ. presidential apartment*) номер квартирного типу значної площі з чотирьох і більше житлових кімнат — вітальні, спальні, кабінету, приміщення для проведення нарад; кухні з їдальнею, повного санвузла — умивальника, ванни (джакузі), душу, унітаза, біде й одного санвузла (в окремих номерах — декількох додаткових). Розрахований на проживання однієї-двох осіб;
- *апартамент apartment*) — номер квартирного типу з трьох і більше житлових кімнат — вітальні, спальні, кабінету, кухні (кух- ні-ніші), повного — ванни, умивальника, унітаза, душу, біде та додаткового санвузла. Розрахований для однієї-двох осіб;
- *дуплекс (duplex)* — двоповерховий номер, з'єднаний внутрішніми сходами; складається з двох і більше житлових кімнат, повного санвузла — ванни, умивальника, унітаза, душу, біде. Тут можуть проживати одна-дві особи;
- *люкс (suite)* — номер з двох і більше житлових кімнат — спальні, вітальні (кабінету); обладнаний повним санвузлом;
- *напівлюкс, студіо (junior suite, studio)* — номер з однієї житлової кімнати значних розмірів, у плануванні якої передбачено використання частини приміщення водночас як вітальні, кабінету, їдальні; сюди входить також повний санвузол (умивальник, ванна (душ), унітаз). Номер розрахований на проживання однієї-двох осіб;
- *перша категорія (first category)* — номер з однієї житлової кімнати та повного санвузла — умивальника, ванни (душу), унітаза. Для проживання однієї-двох осіб;
- *друга категорія (second category)* — номер з однієї житлової кімнати та санвузла — умивальника й унітаза). Розрахований на проживання однієї-двох осіб;
- *третья категорія (third category)* — номер з однієї житлової кімнати і санвузла (умивальника й унітаза) для проживання трьох і більше осіб;
- *четверта категорія (fourth category)* — номер з однієї житлової кімнати з умивальником, розрахований на проживання трьох і більше осіб;
- *п'ята категорія (fifth category)* — номер з однієї житлової кімнати без санітарно-гігієнічного обладнання (санвузол у загальному коридорі) для проживання трьох і більше осіб;
- *суміщені номери, комплекс (complex)* — два і більше номери, з'єднані спільною кухнею, санвузлом або забезпечені окремим санвузлом;
- *одномісний номер (SNGL, single room)* — з односпальним ліжком для проживання особи;
- *двомісний номер (DBL, double room)* — з двоспальним або двома спареними односпальними ліжками для проживання двох осіб;
- *двомісний номер (TWN, twin room)* — розрахований на проживання двох осіб на двох окремо розташованих ліжках;
- *тримісний номер (TRPL, triple room)* — для проживання трьох і більше осіб, обладнаний односпальними ліжками відповідно до кількості гостей;
- *багатомісний номер (multiple bedded room)* — розрахований на проживання чотирьох і більше осіб, з односпальними ліжками згідно з кількістю гостей.

Питання для самоконтролю.

1. Які чинні нормативні документи регулюють питання класифікації готелів в Україні.
2. Яка класифікація готелів існує в Україні?
3. Назвіть та охарактеризуйте типи готельних номерів.

Лекція 9.

Тема. Функціональна організація приміщень в підприємстві готельного господарства.

План лекції

1. Основні типи планування в готелях.
2. Головні типи приміщень.
3. Функціональна організація адміністративно-господарських приміщень в готелях.

1. Основні типи планування в готелях.

Поєднання чинників формування архітектурно-планувальних форм у конкретному випадку зумовило виникнення різних типів конструкцій готельних споруд. У типології готельних споруд, згідно з архітектурно-планувальними формами, доцільно брати до уваги два критерії: по-перше, розташування і зв'язок між основними функціональними приміщеннями і, по-друге, планування за певною геометричною формою.

Готельні споруди у розташуванні та зв'язку між основними архітектурно-просторовими приміщеннями поділяють на таке *планування*:

1. *Централізоване* — найпоширеніше серед міських готельних засобів розміщення з характерним розташуванням основних функціональних приміщень в одній споруді, на одному або різних рівнях. Воно типове насамперед для міст із щільною забудовою й обмеженими можливостями просторового розширення для закладу розміщення. Такий архітектурно-планувальний підхід характерний для готелів "Дніпро" у Києві, "Дністер" у Львові, "Holiday Inn" в Аусбурзі (Німеччина) та ін. Основні й допоміжні функціональні ланки у готелях з таким плануванням найчастіше розташовані на перших (підвальних) або верхніх поверхах.

2. *Блочне*. Характерне розташуванням основних функціональних приміщень у різних просторово відокремлених спорудах — блоках, між якими існують стійкі взаємозв'язки. Такий тип планування використано передусім у готельних комплексах — готельних підприємствах значної місткості й обсягу послуг, що надаються просторово відокремленими спеціалізованими структурними ланками. Розрізняють розосереджений, зблокований і павільйонний підтипи блочної моделі планування. Наприклад, у готельному комплексі "Ялта"

з типовим блочним плануванням основні функціональні корпуси — житловий і ресторан розташовані окремо. В одному з найбільших у світі готельному комплексі "Ізмайлово" в Москві окремими блоками розташовані чотири житлових корпуси (три зблоковані з двох у розрахунку на 2000 осіб кожен і один з трьох зблокованих корпусів — на 4000 осіб), кіноконцертний зал, фабрика-кухня, окремі наземні й підземні автостоянки.

3. *Подіумне*. Вирізняється злиттям горизонтального корпусу, сформованого з приміщень загального користування, і вертикального, що виконує функції житлової частини будівлі. Подіумний підхід — новий у плануванні готельних

споруд, його застосовують в архітектурі з середини ХХ ст., він найхарактерніший для готелів середньої та високої категорії значної місткості, які охоплюють велику територію і мають декілька під'їздів. Цей тип планування, зокрема, типовий для готелів "Русь" у Києві, "Europa" у Будапешті (Угорщина), "Sokos Viru" в Таллінні (Естонія) та ін.

Відповідно до використання в будівництві готелю основних геометричних форм виокремлюють таке планування:

1. *Спрощене.* Ця модель подана у формі прямокутника і найпоширеніша серед готельних споруд: готель "Ялта" в Криму, "Sokos Viru" в Таллінні (Естонія), "Інтурист" у Ростові-на-Дону (Росія) тощо.
2. *Компактне.* Характерне використання різних геометричних форм: квадрата — готель "Київ" у столиці України, трикутника — "Travelodge Southbank Melbourne" у Мельбурні (Австралія), багатокутника — "Pacific" у Кіасані (Японія), круга — "Салют" у Києві (Україна), еліпса — "Казахстан" в Алмати та ін.
3. *Ускладнене.* Пов'язане з різним блокуванням номерів і житлових поверхів зі зміщенням від прямолінійного, трапецієподібного, криволінійного типів: Т-подібне блокування — готель "Royal Garden" у Лондоні (Велика Британія), Я-подібне — "Grand Hotel Warszawa" у Варшаві (Польща), Я-подібне — "Rihqa Royal" в Осаці (Японія), Х-подібне — "Прибалтійський" у Санкт-Петербурзі (Росія), хрестоподібне — "Topaz Hotel Poznan" у Познані (Польща), трилисник — "New Otani Tokyo" в Токіо (Японія), Z-подібне — "Radisson Sas Grand Hotel" у Софії (Болгарія), східчасте зі зміщенням житлових поверхів або номерів — "Салют" у Москві (Росія), "Братислава" у Києві тощо.

2. Головні типи приміщень.

Сучасні готельні підприємства — це поліфункціональні й універсальні споруди, які забезпечують комплекс послуг: приймання; проживання; харчування; додаткові послуги. Поліфункціональність зумовлена поєднанням в одній споруді різних типів функціональних приміщень. Можливість вибору будь-яких пропонованих готелем послуг упродовж тривалого терміну зумовлює універсальність готельних закладів.

Усі приміщення готелів поділяють на чотири основні групи: житлові, адміністративно-господарські, інженерно-технічні й підсобні, приміщення громадського призначення. Структуру приміщень визначають типом готелю, категорією, розмірами, особливостями організації комфорту для гостей і умов праці персоналу.

Житлові приміщення забезпечують простір та умови надання основних послуг — ночівлю й харчування. Це номери різних категорій і побутові приміщення, функціонально пов'язані з ними.

Адміністративно-господарські приміщення створюють умови для управління готельним підприємством, організації основного технологічного процесу, інженерно-технічного та господарського функціонування приміщень. Ця група приміщень складається з адміністративних приміщень вестибюля, комунікацій, що входять до його структури.

Приміщення громадського призначення забезпечує простір та умови для технологічного процесу створення й організації споживання готельного продукту в спеціальних просторово відмежованих закладах загального користування,

харчування, торгівлі, спортивно-оздоровчих, ділового, розважального, культурно-масового й іншого функціонального призначення.

Інженерно-технічні та підсобні приміщення забезпечують простір і умови праці, харчування, побуту персоналу готелю, діяльність інженерно-технічних систем та комфортні умови проживання в готельному закладі, зберігання витратних ресурсів, інвентарю, тимчасово не використовуваних речей. До групи інженерно-технічних і підсобних належать приміщення для обслуговуючого персоналу, майстерні, кладовки, білизняні та ін.

8.3.1. Характеристика території, прилеглої до споруди готелю

Для готельних підприємств вагоме поліфункціональне значення має прилегла територія. Вона повинна мати достатні розміри, щоби виконувати виробничі завдання засобу розміщення, забезпечувати необхідні рекреаційні, екологічні, естетичні умови проживання в готелі.

У структурі важливих функціональних зон території, прилеглої до готелю, вирізняється майданчик для паркування автотранспорту, вхід у готель, під'їзні шляхи до приміщень допоміжних служб, гараж, відпочинкові й спортивні споруди, зелені насадження. Планування та розміри такої території повинні бути раціональними, з дотриманням вимог окремих категорій готелів до рівня комфорту.

Вхід у готель — важливий компонент фасаду готелю, що повинен відповідати його архітектурному стилю. Водночас його оформлення — своєрідна візитка, яка надає клієнтам інформацію про заклад розміщення, рівень комфорту, сегмент ринку та ін. Архітектуру входу найчастіше реалізують у двох варіантах: від демонстративно-мону-ментального (в готелях високої категорії якості послуг) до скромного, типового для інших, найближчих архітектурних типів споруд — (житлових будівель, торгових закладів (у готелях низької категорії або без категорії). Загальний принцип архітектурного оформлення пов'язаний зі стриманістю використання значної кількості складних деталей в оздобленні. Прилегла з боків фасадна стіна вітражного типу, виконана зі скла, демонструє вестибюль готелю й одночасно сприяє його високій сонячній інсоляції. Вхідні двері виконані в оригінальному декоративному стилі зі застосуванням цінних порід дерев, дверних елементів з латуні, скла. Чимало сучасних готелів використовують систему автоматизованого синхронного відкривання дверей. Перед входом більшості готелів є накриття, у фешенебельних готелях — на зразок витягнутого шатра, що захищає гостей від негоди.

Під'їзні шляхи до приміщень допоміжних служб готелю. Окрім під'їзду до головного входу, існує система під'їзних шляхів до службового входу, щоби доставляти необхідні для діяльності готелю ресурси. Службовий вхід до господарських служб не повинен розташовуватись у місцях інтенсивного руху гостей, але бути зручним для заїзду вантажного автотранспорту. В типовій архітектурно-планувальній організації сучасних готелів службовий вхід розміщений у внутрішньому дворі готельної споруди і з'єднаний із загальними транспортними комунікаціями під'їзним проїздом.

Майданчик для паркування автотранспорту — необхідний компонент планування прилеглої території будь-якого готелю, зокрема готелів, розташованих у районах із щільною забудовою. Такий майданчик найчастіше споруджують біля входу між під'їздом та основною смугою руху прилеглої

автомагістралі. У готелях із декількома окремими входами, окремим входом у ресторан, до розважальних закладів майданчик для автотранспорту повинен бути біля кожного з них.

Згідно з режимом роботи автостоянки в межах прилеглої території класифікують на автостоянки тимчасового та тривалого перебування автотранспорту. Перші можуть прийняти декілька автомобілів і розташовані щонайближче до входу в готель, ресторан. Вони зорієнтовані на автотранспорт індивідуального та загального використання, що прибуває до моменту з'ясування формальностей із поселення гостей. Майданчик тривалого перебування автотранспорту розміщений неподалік від готелю, його відстань і розміри регламентуються місткістю та категорією готелю. Автостанція повинна бути обладнана дорожніми знаками, мати зручний в'їзд і виїзд на автомагістраль.

Гаражі при готелях — найчастіше розташовані в підземній (цокольній) частині або окремо біля готельних споруд. Вони є закритого та відкритого типу. В розташуванні й плануванні внутрішніх технічних комунікацій у гаражах, які забезпечують вентиляцію, важливо дотримуватись норм екологічної безпеки гостей. У сучасних готельних комплексах гаражі займають значні площі й характерні складним плануванням, надають значний обсяг послуг з охорони, технічного обслуговування, мийки, хімчистки салону автомобіля та ін.

Зелені насадження, спортивно-оздоровчі та відпочинкові зони при готелях — вагомий композиційний елемент архітектури у районах з нещільною забудовою.

Озеленення території, близької до готелю, — складний процес. Він зумовлює необхідність залучення фахового садівника, врахування прилеглої території стосовно типу закладу, особливостей функціональних зон забудови, близьких до готелю. Зона озеленення повинна відповідати нормам естетики, враховувати необхідну інсоляцію приміщень готелю, циркуляцію повітря.

Щоби підвищити ефективність використання прилеглої території, урізноманітнити умови проживання гостей, біля презентабельних готелів облаштовують тенісні корти, майданчики для дискотеки, дитячі ігрові майданчики, водні басейни і под. Облаштовують прилеглу територію спортивно-розважальною інфраструктурою, передусім у курортних і туристських готельних комплексах, характерних значною місткістю, високою часткою сімейних туристів. Для інших типів готельних підприємств витрати на будівництво й утримування названих об'єктів економічно недоцільні.

3. Функціональна організація адміністративно-господарських приміщень в готелях.

Адміністративно-господарські приміщення в готелях забезпечують простір та умови для основного технологічного процесу обслуговування, управління, інженерно-технічного й господарського функціонування всіх приміщень готельного підприємства. У забезпеченні технологічного процесу обслуговування приміщення вестибюльної групи є основними. Вони розташовані на першому поверсі й просторово та функціонально пов'язані з головним входом.

Приміщення вестибюля поліфункціональні. Тут відбувається рух гостей, відвідувачів готелю, багажу, організовується прийом і поселення гостей, їхнє торгове, побутове, екскурсійне обслуговування, надаються послуги зв'язку

(телефон, пошта, телеграф), банківські послуги та ін. Структуру організації приміщень цієї категорії визначають розмірами, типом і категорією готельного закладу. Типова структура приміщень вестибюльної групи — зона вільного доступу, зона рецепції, відпочинку, торгова зала, зона зберігання одягу, багажу та ін.

Адміністративно-контторські приміщення — головні у забезпеченні функцій управління готельним підприємством, вони надають простір для роботи адміністрації та допоміжного персоналу.

У планувальній структурі готельного підприємства адміністративно-контторські приміщення найчастіше розташовані на першому-другому поверсі. Це допомагає швидкому доступу та контролю за роботою основних служб готелю, взаємодії з клієнтами. Структура і кількість приміщень залежить від місткості, категорії, профілю діяльності готельного закладу. Всі адміністративно-контторські приміщення, відповідно до функцій у процесі управління, умовно поділяють на основні й допоміжні. Перші забезпечують управлінський процес і складаються з кабінету директора, приймальні, робочих кімнат. Другі виконують функції важливого просторового доповнення в управлінській діяльності. Це переважно зали значних розмірів для проведення нарад, переговорів, демонстраційні, виставкові, навчальні.

В окремих закладах готельного типу адміністративно-контторські приміщення можуть розташовуватись серед житлових приміщень на різних поверхах або в окремій споруді (туристські бази, санаторії, пансіонати).

Інженерно-технічні та підсобні приміщення забезпечують просторову організацію матеріального обслуговування. Тут зосереджено матеріально-технічне забезпечення виробничого процесу. В структурі готельних закладів вони розташовані в підвальних приміщеннях, окремих технічних поверхах або окремій споруді біля готелю.

Структура інженерно-технічних і підсобних приміщень залежить від місткості, розташування і типу готельного закладу. У готелях, ізольованих від комунальних інженерних комунікацій (водо-, газопровід, теплопостачання), готелях значних розмірів виникає необхідність створення автономного обладнання для забезпечення водою, каналізацією, енерго-, теплозабезпечення, трансформаторних підстанцій, протипожежного захисту тощо. У курортних районах можна створювати артезіанські свердловини, водонапірні башти, очисні споруди, складські приміщення. Засоби розміщення, зорієнтовані на обслуговування туристів, котрі рухаються транспортними засобами, мають споруди й інженерне обладнання (бензозаправні колонки, ремонтні майстерні, станції для технічного обслуговування).

Типовими у структурі майже всіх готельних підприємств є майстерні з поточного ремонту — електрообладнання та слабострумних пристроїв, малярні, ліфтів і технічного обладнання, столярні, слюсарні.

Господарські та підсобні приміщення призначені для збереження засобів матеріального забезпечення служб та інших структурних підрозділів готелю. До групи приміщень цієї категорії також належать складські приміщення зі збереження білизни, інвентарю, меблів, продовольчих товарів, специфічного обладнання з необхідними характеристиками температури та вологості повітря, приміщення завідувача складських приміщень, пральня. У планувальній

організації готельного засобу господарські й підсобні приміщення розташовані в цокольному поверсі або на першому поверсі, на житлових поверхах найчастіше є приміщення для зберігання білизни й інвентарю.

Література:

Питання для самоконтролю.

1. Назвіть основні чинники формування архітектурних типів готельних споруд.
2. Охарактеризуйте головні типи планування споруд готелів.
3. Які типи приміщень у готелях Ви знаєте?
4. Яка функціональна організація адміністративно-господарських приміщень в готелі?

Лекція 10.

Тема. Організація приміщень житлової групи.

План лекції

1. Організація житлового поверху в готелях.
2. Планування та функціональна організація житлового номеру в готелях.

1. Організація житлового поверху в готелях.

Планування житлового поверху в готелях пов'язане з типом горизонтальних комунікацій (коридорів), які забезпечують функціональний зв'язок між приміщеннями поверху. Тип поверху визначає планувальну організацію житлових номерів і господарських приміщень, його економічність, можливість рекреаційного використання, планувальну організацію вертикальних комунікацій. Розрізняють коридорне, галерейне, секційне, комбіноване планування житлового поверху.

Коридорне планування житлового поверху, типове у плануванні готелів, найпростіше і раціональне. У ньому розрізняють три варіанти конфігурації поверху — загальний протяжний коридор, два паралельних і периметральний (зімкнутий по периметру) загальний коридор. Один загальний коридор характерний двостороннім розташуванням номерів. Ширина такого поверху залежить від сезонного характеру діяльності закладу розміщення: для установ цілорічного функціонування ширина повинна бути не менше 1,8 м, сезонних — 1,6 м. Розташування сходового та ліфтового холу визначають довжиною коридору; якщо довжина коридору незначна, виділяють лише хол, розташований посередині його периметра. У готелях зі значною протяжністю корпусів необхідно проектувати декілька вертикальних комунікацій.

У плануванні житлового поверху з двома паралельними коридорами номери мають одностороннє розташування, між коридорами розташовані сходові й ліфтові холи, приміщення обслуговуючого персоналу. Найчастіше так планують за блокування двох житлових корпусів готелю.

Планувальну структуру житлового поверху зі зімкнутим по периметру коридором застосовують у готелях з одностороннім розміщенням номерів і централізованим розташуванням вертикальних комунікацій та приміщень для обслуговуючого персоналу. Зімкнуте по периметру планування спостерігаємо в багатоповерхових готелях баштового типу з квадратною, круговою або еліпсоподібною конфігурацією житлового поверху.

Галерейне планування житлового поверху використовують у готелях з одностороннім розміщенням номерів, коли необхідна певна їхня орієнтація. Згідно з ним, збільшується протяжність житлового поверху, зменшується глибина житлового корпусу, скорочується площа номера до площі забудови житлового поверху. Найчастіше цю модель застосовують для закладів сезонного функціонування, а також у готелях атріумного типу, де галерея переважно розміщена з внутрішнього боку з виходом на атріум у вигляді балкона або по зовнішньому периметру споруди з орієнтуванням номерів на атріум.

Для *секційної планувальної* структури притаманне розташування житлових приміщень навколо вертикальних комунікацій — сходових і ліфтових холів, головно у житлових корпусах сезонних засобів розміщення. Насамперед у такій планувальній моделі проектують туристські бази, мотелі.

Комбінована планувальна структура житлового поверху поєднує водночас планування декількох попередніх форм його організації. Наприклад, можна використовувати коридорну та галерейну структури в ускладнених конфігураціях житлового поверху.

2. Планування та функціональна організація житлового номеру в готелях.

Житловий номер — основне житлове приміщення у планувальній структурі готелю, яке забезпечує його основну функцію — надає послуги з розміщення гостей. Він виконує функції універсального приміщення, забезпечуючи задоволення потреб гостей у період їхнього короткотермінового перебування у закладі розміщення: відпочинок; умови для праці; ділові зв'язки; санітарно-гігієнічні умови; зручне використання особистих речей; зовнішній зв'язок тощо.

Водночас номер є головним виробничим приміщенням готелю, тому вагоме значення має його раціональне планування відповідно до виробничої зручності використання. Раціонально спланований і забезпечений необхідним обладнанням номер відіграє суттєву роль у рентабельності готелю. Дотримання вимог до розмірів, структури функціональних приміщень у номері відображається на його обслуговуванні, поточних витратах, амортизації, ремонті, а найголовніше — у забезпеченні комфортного перебування гостей, вирішального чинника у презентабельності готелю.

Виокремлюють такі функціональні зони у плануванні житлових номерів: житлова кімната; санвузол; передпокій; кухня (у номерах-апартаментах). Розташування функціональних зон у номері, їхня кількість, розміри встановлює його планувальна композиція. Серед типового планування житлової кімнати, санвузла та передпокою є варіанти входу в санвузол:

- із житлової кімнати, без передпокою;
- з передпокою, санвузол загальний між номерами;
- з передпокою, санвузол індивідуальний для кожного номера.

Цей варіант планування номерів найпоширеніший у готелях.

Номери за кількістю житлових кімнат класифікують на одно-, дво-, три -, багатокімнатні (номери-апартаменти). Структура житлових кімнат залежить від їхньої місткості, категорії номера, рівня комфорту готелю та його спеціалізації. Наприклад, готелі, зорієнтовані на прийом туристів, котрі прибувають для відпочинку сім'ями (курортні, туристські), повинні мати більшу частку дво- і багатомісних номерів, а міські готелі для ділових клієнтів — одномісних номерів (додаток Г).

Однокімнатний номер складається з житлової кімнати, передпокою та санвузла (в окремих номерах передпокій і санвузол інколи не передбачені). За розмірами однокімнатні номери можуть бути: одномісними (9—11 м²), двомісними (12—14 м²), тримісними (15 м²), чотиримісними (18 м²). У закладах розміщення готельного типу для прийому молоді, спортсменів проектують номери-гуртожитки на п'ять місць. Вони складаються з двох житлових кімнат зі загальним передпокоюм та санвузлом. Згідно зі сучасними нормами, двокімнатні номери з

житловою площею 22 м² і трикімнатні — 40 м² можуть бути одно- і двомісними. Номери для прийому значної кількості гостей повинні мати площу в розрахунок 6 м² на кожне додаткове місце (норми визначені для одно-двозіркових готелів).

Частка одномісних номерів у вітчизняних готелях становить близько 30—50 % , за кордоном — 60—80 %; у курортних і туристичних готелях частка двомісних номерів — 75—100 % загальної кількості номерів.

У зв'язку зі значними сезонними коливаннями попиту на готельні послуги, постійне співвідношення одно- і двомісних номерів, передусім за значною часткою одномісних, зумовлює ускладнення розміщення гостей і знижує доходи. У такому випадку доцільно проектувати однокімнатні номери на зразок "дубль", що швидко змінюють місткість номера згідно з попитом.

Двокімнатний номер складається зі спальні, вітальні, передпокою, санвузла (в окремих випадках двох). Санітарний вузол може мати два входи — один у передпокій, другий — у спальню.

Трикімнатний номер має спальню, вітальню, кабінет, передпокій, один або два санвузли.

Багатокімнатний номер (номер "люкс", номери-апартаменти) може складатися з 8 кімнат, у структурі передбачено декілька спалень, вітальня, кабінет, передпокій, гардеробна, кухня (кухня-ніша), ванна, туалет. Особливо фешенебельні номери у плануванні — дворівневі: на першому поверсі розташована вітальня, кабінет, передпокій, кухня, санвузол, на другому — спальня та санвузол. Багатокімнатні номери передбачені насамперед в апарт-готелях. їх використовують клієнти з високими матеріальними статками — бізнесмени, політики, котрі очікують у готелі комфортних умов проживання з можливістю проведення ділових зустрічей і роботи. Їхня частка у структурі готелів не перевищує 10 % номерного фонду.

Номери "люкс" і номери-апартаменти з двох і більше номерів з метою ефективнішого використання сполучають дверима і отримують так звані номери-комплекси. Відповідно до попиту через комбінування номери можна здавати частинами, наприклад, як однокімнатні або номери "люкс" з різною кількістю кімнат або як багатокімнатні апартаменти з двома-трьома ізольованими входами зі загального коридору.

Передпокій у готелях невеликий за розміром — 1—2 м². В однокімнатних номерах він вирізняється лише просторово, двері у вітальню не використовують. Якщо в номері відсутній санвузол, передпокій не проектують. У передпокої передбачений простір для збереження верхнього одягу й особистих речей, а за кордоном у ньому іноді розміщують кухню-шафу або кухню-нішу.

У закладах розміщення рекреаційного типу номери мають додаткові зони відпочинку — балкон, терасу, лоджію.

Планувальна організація *санітарних вузлів* залежить від категорії готелю. Згідно з національним стандартом України щодо засобів розміщення в одно-, двозіркових готелях у закладах старої конструкції кількість номерів з повним санвузлом (умивальник, унітаз, ванна або душ) повинна становити відповідно не менше 25 і 50 %; готелі вищої категорії забезпечують санвузлом усі номери. В одно-, двозіркових готелях на кожному поверсі без санвузлів повинні бути туалет, ванна (душова) на кожні п'ять номерів, але не менше ніж два туалети та дві ванни (душові) на поверх окремо для чоловіків і жінок.

Площа санвузла повинна бути достатньою для вільного переміщення та комфортною у використанні всього обладнання і становити 2,4—4,6 м². Повне санітарно-технічне обладнання санвузла складається з ванни (душової kabіни), умивальника, унітаза, сушки для рушників і біде (для номерів вищих категорій у закладах розміщення високої категорії). Вхід у санвузол забезпечують найчастіше з передпокою, у багатокімнатних номерах, окрім входу з передпокою, передбачено другий вхід зі спальні. У номерах вищої категорії санвузол може бути розділений: зі спальні передбачений вхід у ванну, а з передпокою — в туалет. Роздільне проектування санвузла характерне насамперед за дворівневого планування багатокімнатного номера.

У закладах розміщення сезонного функціонування (кемпінг, туристська база) або для короткотермінового перебування гостей (туристський притулок, хижа) структура санвузла в номерах або загального санвузла на поверсі може бути неповною. Неповний санвузол (душ, умивальник, унітаз або лишень умивальник та унітаз) у номерах повинен бути у розрахунку на 2—4 місця. Загальні санвузли проектують за великою місткістю номерів — спальних кімнат, які відповідно до сучасних норм місткості можуть прийняти туристську групу від 8 до 20—25 осіб. *Обладнання житлових номерів у готелях* — це організація внутрішнього простору в номері, що повинна забезпечити комфортні умови проживання гостей і зручне обслуговування. Загальний комфорт внутрішнього простору номера охоплює функціональний, екологічний і естетичний комфорт.

Функціональний комфорт реалізують зручністю використання будь-якого приміщення в номері й здійснення всіх функціональних процесів життєдіяльності людини — забезпечення сну, харчування, відпочинку, особистої гігієни, ділової зустрічі тощо. Зручність використання номера забезпечується оптимальним набором меблів і устаткування.

Екологічний комфорт створюють за допомогою оптимальних для організму фізичних характеристик внутрішнього простору номера — поєднання температури, вологості, дії сонячного проміння, повітряних потоків. Оптимальні екологічні умови формують системами інженерно-технічного забезпечення (опалення, кондиціонування повітря, вентиляції, сонцезахисних гардин, жалюзі та ін.).

Естетичного комфорту досягають гармонійністю наочно-просторового оточення, цілісністю й узгодженням усіх елементів — дизайну меблів, використанням декоративних засобів інтер'єру, колірної гами, оздобленням поверхонь, озелененням та ін.

Меблювання житлових номерів здійснюють згідно з функціональним призначенням меблів: вони повинні відповідати простору номера, щоб уникнути незручностей для клієнта й обслуговуючого персоналу, нормам стандарту якості та естетичного комфорту, бути доцільно укомплектованими. Для цього використовують спеціальні готельні меблі, зокрема гарнітурні, вмонтовані, зблоковані, навісні, зі зміною конструкції. Такі меблі економлять площу, яку вони займають, поліпшують естетичне сприйняття номера, полегшують його прибирання.

Меблювання номерів визначають категорією (рівнем комфорту), конструкцією та спеціалізацією закладу розміщення. Суттєво впливає на меблювання тип споруди готелю — період її будівництва, архітектурно-планувальні особливості. У

готелях старої конструкції приміщення номерів — значно більших розмірів, планування відповідає архітектурному стилю часу будівництва, і тут, безперечно, розміщують меблі певного стилю. У готелях підвищеного комфорту меблі за-свідчують фешенебельність закладу: забезпечують спальними гарнітурами з шафами для суконь, трельяжем і кріслами, гарнітуром кімнати-вітальні з сервантом, кабінетним гарнітуром, м'якими меблями. Суттєва роль належить конструкції номерів — розташуванню дверних і віконних отворів, розмірам простінок, виду системи опалення.

Особливості меблювання номерів необхідно брати до уваги ще в процесі проектування готелю, адже саме тоді розробляють схему розташування меблів і загального обладнання у номерах, з тим, щоби в майбутньому створити максимальний комфорт для гостей.

Найскладніші у меблюванні однокімнатні номери з розмірами 9—18 м², адже в них необхідно забезпечити для гостей можливість сну, відпочинку, роботи, зберігання особистих речей, одночасно повинен бути простір для вільного переміщення в номері гостей та обслуговуючого персоналу.

У зв'язку з цим потрібно також враховувати функціональний зв'язок меблів із місцем їхнього розташування в номері. Так, робочий стіл має розташовуватись біля вікна, ліжка — праворуч по периметру стіни; якщо двомісний номер — вздовж стіни або поряд торцем до правої стіни; зона відпочинку (крісло і журнальний столик) навпроти дверей у зоні доброї оглядовості дверей; підставка для валізи біля дверей ліворуч або біля робочого столу. Якщо у номері передбачений передпокій, у ньому ліворуч розташовують вішалку для верхнього одягу та головних уборів.

У двокімнатному номері для меблювання спальні використовують одно- або двоспальне ліжка, шафу, тумбочку біля ліжка, у вітальні — м'які меблі для відпочинку, які забезпечують зручність у користуванні побутовими приладами, меблі для роботи (стіл і крісло) розміщують біля вікна.

У трикімнатному номері, що складається зі спальні, вітальні й кабінету, меблювання здійснюють аналогічно з двокімнатним номером, проте окреме розташування кабінету зумовлює необхідність його спеціального меблювання. Тут, окрім робочого стола, розташована шафа або полиці для книг і м'яка частина для відпочинку. У вітальні — обідній стіл зі стільцями, спальні — гардеробна.

Декоративне оформлення інтер'єру. Гармонійне поєднання наочно-просторового оформлення, досягнення цілісності й узгодженості всіх компонентів створює ефект естетичного комфорту перебування в номері. Естетично доцільне декоративне оформлення номера пов'язане з колірною гамою й оздобленням поверхонь, дизайном обладнання, декоративним оформленням деталей, освітленням, озелененням та ін.

До найважливіших елементів інтер'єру номерів належить колірне оформлення приміщень — колір пофарбування стін, використання колірного орнаменту, шпалер, дерев'яних панелей або драпірування, ліпнини в оформленні стін та стелі, покриття підлоги. У житловій частині готелів зі значною кількістю дрібних елементів необхідно продумувати кожну деталь у використанні матеріалів і кольору.

Матеріали для внутрішнього оздоблення номерів умовно поділяють на два види — для оздоблення стін та підлоги. У житлових номерах стіни найчастіше

фарбують однорідним кольором або з певним ніжним орнаментом чи наклеюють шпалери; у дорогих апартаментах використовують дерев'яні панелі або драпірування. Сучасне оформлення житлового інтер'єру поєднує різні оздоблювальні матеріали, що допомагає досягти в інтер'єрі різноманітності й зручності. Міцніші матеріали застосовують для поверхонь активного використання, наприклад, покриття стіни панеллю або тканиною у вузьких проходах, біля вішалок та ін.

Матеріали для оздоблення номерів мають бути міцними, з високою звукоізоляцією і легко піддаватись очищенню. Для м'яких меблів найчастіше використовують фактурні або гладкі однотонні тканини без малюнків і орнаментів, що оптимально відповідають загальному оформленню та догляду. Килимове покриття, насамперед із орнаментом, збагачує колірне оформлення, виконує функції зву- ко- і теплоізоляції. Килими та килимові доріжки, зокрема у номерах високої категорії комфорту, є невід'ємною складовою у вітальні, спальні. У готелях рекомендують для використання ворсові й петельні килими.

Вагомий елемент інтер'єру — світло й освітлення, які повинні створювати комфортні умови проживання в готелі, сприяти ефективному обслуговуванню гостей. Окрім загального освітлення, у номерах необхідно використовувати прилади для освітлення локальних зон — робочого стола, журнального столика, ліжка, дзеркала, що забезпечує повноцінні умови для відпочинку та роботи. Використовуючи освітлювальне обладнання, потрібно враховувати колірне оформлення приміщення — оздоблення стін, підлоги, стелі. Суттєву роль в освітленні житлової частини готелю відіграє категорія номера. У номерах класу "люкс", апартаментах застосовують декоративне освітлювальне обладнання, яке доповнює загальний дизайн номера. До декоративних освітлювальних приладів належать торшери, підвісні світильники з декоративним розсіюванням та затемненням, настільні, настінні світильники.

Щоби правильно вибрати світильники для загального освітлення номера, необхідно враховувати такі чинники:

1. Освітлення номера має бути рівномірним, без різких контрастів яскравості.
2. Контраст яскравості та кольору між приміщеннями загального користування і номером не повинен бути значним.
3. Сонячну інсоляцію потрібно визначати орієнтуванням на сторони горизонту споруди готелю.
4. Освітлення має бути поміркованим: за недостатнього освітлення в номері створюється ефект пригніченого тону, дискомфорту; якщо освітлення занадто яскраве — видозмінюється кольорове сприйняття приміщення.

У розміщенні освітлювального обладнання необхідно враховувати розташування основних функціональних зон — для сну, відпочинку, роботи, тому під час проектування потрібно передбачати не менше трьох розеток. Розміщують їх на поперечних стінах (відстань — не більше 1 м від зовнішньої та внутрішньої стіни номера).

В освітленні функціональних зон номера вагома роль належить світловому обладнанню передпокою, ванної кімнати, найменше забезпечених сонячним освітленням. Ці приміщення повинні мати загальне та локальне освітлення — у передпокої біля вішалки та дзеркала, у ванній кімнаті — біля дзеркала.

В оформленні житлових номерів велике значення мають твори художнього мистецтва — картини, скульптура, кераміка, а також озеленення.

У чотири-, п'ятизіркових готелях використання картин відомих місцевих художників — обов'язковий елемент декоративного оформлення номерів. Картини вивішують головно в спальні, вітальні, у місцях з широким візуальним охопленням — над ліжком, біля робочого столу, в зоні відпочинку. Керамічні вироби, скульптура доповнюють інтер'єр у місцях з недостатнім заповненням простору номера, де іншим елементам інтер'єру недостатньо місця — в кутах, біля вікна, меблів у зоні рекреації. Стиль, кольорова гама, розміри творів мистецтва повинні гармонійно узгоджуватись з іншими елементами інтер'єру — меблями, кольором, освітленням та ін.

Особливий компонент декоративного оформлення, що виконує й естетичні, й утилітарні функції, — озеленення. Воно активно впливає на формування інтер'єру, є рівноцінним елементом з іншими видами оформлення номера. За допомогою озеленення можна підвищити художню виразність внутрішнього простору, вдосконалити його функціональну організацію. Утилітарна функція рослин полягає в створенні сприятливого мікроклімату в приміщенні.

Озеленення забезпечують створенням природних і штучних композицій. Декоративно-квіткові композиції у вазах або вазонах найчастіше доповнюють зону відпочинку інтер'єру вітальні; в спальні номерів "люкс" прийнято використовувати вазони. В озелененні номерів необхідно дотримуватись естетичної цінності композиції — пропорційного співвідношення видів рослин, їхньої кольорової гармонії, розташування у номері. У використанні природних рослин бажано уникати квітів із різким запахом, рослин, які особливо алергенні або контакт з якими шкідливий для життя та здоров'я гостей.

Література:

Питання для самоконтролю.

1. Яка функціональна і планувальна організація житлового поверху в готелях?
2. Назвіть особливості планувальної та функціональної організації житлового номеру в готелях?
3. Охарактеризуйте меблювання декоративне оздоблення номерів у готелях.

Лекція 11.

Тема. Організація приміщень нежитлових груп в готелі.

План лекції

1. Організація приміщень вестибюльної групи.
2. Функціональна та планувальна організація приміщень громадського призначення.

1. Організація приміщень вестибюльної групи.

У планувальній та функціональній організації готелю приміщення вестибюльної групи розташовані на першому поверсі й прилягають безпосередньо до головного входу. Ці приміщення — основні в організації готелю, презентують його, формують перші візуальні враження клієнтів про заклад розміщення. Тому під час проектування готелів плануванню вестибюля, розміщенню в ньому обладнання й організації служб, художньо-естетичному оформленню необхідно надавати особливої уваги.

У вестибюлі є основні приміщення, призначені для обслуговування гостей. Тут відбувається організація основного технологічного процесу — переміщення гостей, відвідувачів, багажу й організація прийому, торгове, побутове, екскурсійне обслуговування, надання банківських послуг, поштового, телефонного зв'язку, відпочинок, очікування під час оформлення документів тощо.

Поліфункціональність приміщень вестибюльної групи спричиняє необхідність організації різних діючих зон: відкритого простору; вестибюля; роботи; торгової; обслуговування; відпочинку (очікування).

Розміщення та взаємозв'язок функціональних зон вестибюля вимагає різних типів планування приміщень. Структуру та розміри функціональних зон визначають рівнем комфорту, місткості, спеціалізації закладу розміщення. За сучасними нормами, в структурі приміщень приймально-вестибюльної групи необхідно передбачити медпункт та ізолятор. Площа вестибюля, згідно зі сучасними стандартами, наприклад, у туристичних готелях, повинна становити 0,8—0,9 м² на місце, площа приміщень прийому гостей у готелях високого рівня комфорту — 55—70 м².

Існує *централізоване* розташування приміщень вестибюльної групи — у споруді закладу (таке планування типове для більшості готельних підприємств), а також *осібне* (його насамперед використовують у закладах санаторно-курортного профілю, менше — в інших закладах розміщення павільйонної забудови). Вхід у вестибюль проектують у центральній частині за периметром вестибюля. У такому плануванні вестибюль візуально сприймається в реальних розмірах і сприяє швидкій орієнтації в його структурі. Найбільша площа у вестибюлі належить відкритій зоні активного пересування та відпочинку гостей, яка повинна забезпечувати безперешкодне переміщення та вільний доступ до інших кімнат своєї групи.

Найінтенсивніший рух гостей у відкритій зоні вестибюля здійснюють через її центральну частину між зонами входу (виходу) в готель і зоною вертикальних

комунікацій (хол сходової та ліфтової зони). Безперешкодне переміщення гостей від головного входу до ліфта і сходів передбачає їхнє протилежне або кутове розміщення. Наприклад, протилежне розміщення входу та вертикальних комунікацій характерне для готелю "Либідь" (Київ), "Гранд-Готель" (Львів); ці зони розташовані під кутом у готелях "Дніпро" і "Русь" (Київ).

Зона рецепції у вестибюлі виконана у формі стійки, за нею — робоче місце чергового адміністратора, який обліковує зайняті номери, попередні замовлення; касир — забезпечує розрахунок клієнтів за послуги; порт'є — обліковує ключі, видає кореспонденцію та ін. Одночасно персонал рецепції контролює рух гостей, відвідувачів і працівників готелю. Сучасний технологічний процес прийому та поселення гостей у вестибюлі повинен бути оптимальним для забезпечення комфорту гостей, тому рецепція розташована в проміжній частині, гості рухаються від головного входу до рецепції й далі — до сходової зони чи ліфта. Цей шлях має бути найкоротшим, не перетинатись і не бути зворотним. Рецепція також забезпечує високу візуальну оглядовість входу й інших функціональних зон вестибюля.

Розташування рецепції в системі "головний вхід — рецепція — вертикальні комунікації" може бути:

- одностороннім (зі сторони головного входу);
- двостороннім (із боку вертикальних комунікацій);
- тристороннім (між головним входом і вертикальними комунікаціями).

Останній варіант найраціональніший у забезпеченні комфортного обслуговування гостей.

Планувальну організацію вертикальних комунікацій у готелях, кількість ліфтів, сходових холів, їх розміри визначають рівнем комфорту, кількістю поверхів і місць. Ліфти та сходові холи можуть розміщуватись суміщено або роздільно.

Необхідний компонент у функціональній структурі вестибюля — зона відпочинку (очікування). Вона забезпечує короткотермінове перебування гостей до поселення, від'їзду або в процесі проживання, тут можуть відбуватись зустрічі гостей і відвідувачів готелю. Зона повинна мати м'які меблі, журнальний столик, рекламні матеріали готелю.

Під час планування зони відпочинку необхідно зауважувати низку важливих чинників: у рекреаційній зоні не повинні перетинатись людські потоки, вона розташована вздовж зовнішньої стіни біля вікон, що забезпечує високу сонячну інсоляцію й оглядовість території, прилеглої до споруди готелю; зона відпочинку має розташовуватись поряд з рецепцією.

Готелі високого рівня комфорту та значної місткості передбачають у структурі приміщень вестибюльної групи бюро обслуговування (сер-віс-бюро). Його функції пов'язані з наданням різної інформації, організації екскурсій, замовлення місць у закладах культурно-розважального профілю, транспорті та ін. Планувальна організація цієї ланки залежить від розміщення рецепції та форми організації технологічного процесу, прийнятої у готелі. За роздільної форми організації технологічного процесу бюро обслуговування функціонує в окремій зоні на першому або другому поверсі, а за організації єдиного технологічного процесу — безпосередньо біля рецепції. До планувальної структури приміщень бюро обслуговування інколи вводять транспортні служби — трансгентство або

транспортне бюро, у курортних готелях виокремлюють приміщення транспортних кас.

До вестибюльної групи приміщень належать: торгові пункти; пункти поштового та телефонно-телеграфного зв'язку; гардероб; перукарня; бар; камера зберігання; приміщення для швейцарів і носіїв багажу. Поширене також обладнання кіосків продажу преси, листівок і дрібних дорожніх речей, ювелірних виробів, косметики тощо. Торгова зона найчастіше розміщена навпроти зони відпочинку та поблизу сходо-ліфтових комунікацій. Торгові підприємства суттєво впливають на інтер'єр вестибюля, і це зумовлює необхідність якісного їхнього оформлення.

Готелі значної місткості мають у вестибюлі перукарню, зорієнтовані на обслуговування гостей і відвідувачів готелю. Вхід до перукарні головно обладнаний у вестибюлі готелю. Водночас у перукарнях, зорієнтованих на прийом відвідувачів, доцільне обладнання входу ззовні. У сучасних комфортабельних готелях у вестибюлі часто обладнано салон краси.

Відповідно до розташування функціональних зон вестибюля стосовно зони найінтенсивнішого переміщення гостей планувальна організація приміщень вестибюльної групи може бути фронтальною, повздожньою та концентричною.

За *фронтального планування* вестибюля функціональна зона розташована відносно головного входу односторонньо в протилежному напрямку. Вертикальні комунікації розміщені найближче до входу, але видовжене розташування приміщень вестибюльної групи погіршує орієнтацію гостей, хоча й скорочує ймовірність перехрещування людських потоків. Таке планування притаманне більшості готелів, передусім значних розмірів.

Повздожнє планування характерне двостороннім розміщенням функціональних зон відносно головного входу та значною віддаленістю вертикальних комунікацій. За такого планування перехрещування людських потоків незначне. Крім цього, забезпечена достатня візуальна орієнтація гостей. Прямокутна конфігурація вестибюля зумовлює протяжне (вздож витягнутої сторони прямокутника) розташування функціональних зон. За повздожнього планування виникає ефект високої зімкнутості й обмеження вільної зони. Його застосовують менше, порівняно з фронтальним і концентричним.

Концентричне планування пов'язане з тристороннім розташуванням функціональних зон відносно головного входу. Вестибюль має форму, наближену до квадрата, і створює компактний внутрішній простір та зручну візуальну орієнтацію. Недолік — значне перехрещування людських потоків.

У готелях атріумного планування вестибюль виконує функції універсального внутрішнього простору. Він має значні розміри, в його планувальній організації виокремлюють декілька з'єднаних композиційних приміщень, у кожному з них поєднано комплекс широкого профілю функціональних зон. Окрім вестибюля, при головному вході, функції основного вестибюльного приміщення виконує атріум-ний павільйон, облаштований для відпочинку, розваг швидкісними ліфтами, ескалаторами, торговими павільйонами, барами, зимовим садом та ін.

Обладнання приміщень вестибюльної групи у готелях має особливо вагоме значення в рекламі готелю, його інтер'єр повинен бути презентабельним та зручним для гостей. В обладнанні інтер'єру вирізняють декілька основних принципів:

1. Оригінальність в архітектурі й дизайні. Автентичність обладнання повинна стосуватися всіх готелів, у тому числі тих, що функціонують під єдиною торговою маркою.
2. Високоякісні матеріали — природний камінь для облицювання підлоги, панелей, важких опор, прогонів; дерево дорогих порід; металічні деталі з латуні, нержавіючої сталі тощо.
3. Міцні матеріали з близькою кольоровою гамою.
4. Декоративні елементи. Їх використовують відповідно до норм естетичного оформлення, без перенасичення ними.
5. Функціональні зони мають вирізнятися на загальному тлі. У розділенні площі вестибюля застосовують прийом розподілу елементів декоративного оздоблення і такі художні засоби, як освітлення та колір.

Взаєморозташування груп меблів різного функціонального призначення, декоративних рослин здійснюють згідно зі зонами інтенсивного переміщення відвідувачів відповідно до технологічного процесу надання послуг.

Рецепція — загальний зал або окрема кімната в глибині приміщення вестибюля, відокремлена, як уже згадувалося, стійкою і призначена для прийому й оформлення поселення гостей, оплати послуг, отримання інформації про готель. Планувальна організація стійки рецепції пов'язана з двоярусним столом — секретер-бюро. За ним, нагадуємо, розташоване місце чергового адміністратора, порт'є, касира, паспортиста та іншого персоналу служби прийому і розміщення. Верхній ярус стійки — представницький. Його використовують сумісно клієнти й обслуговуючий персонал, а нижній ярус — робочий — лише обслуговуючий персонал у технологічному процесі обслуговування. Нижній ярус є місцем оформлення поселення гостей, він обладнаний спеціальним відділенням для зберігання ключів від номерів і службових приміщень, кореспонденції, яка надходить для гостей, картотеки, тут є технічні засоби — телефон, комп'ютер, факс та ін.

Зона відпочинку й очікування, як уже зазначалося, розташована в найкомфортнішій частині вестибюля. Це своєрідна вітальня. Меблі у зоні відпочинку повинні мати презентабельний вигляд з покриттям високої міцності, які легко доглядати. Найчастіше для цього використовують шкірозамінники високої якості. Композиційним елементом є озеленення.

Гардероб розташований у глибині приміщення вестибюля й обслуговує насамперед відвідувачів ресторанів, барів, казино й інших функціональних закладів готелю, а також гостей. Гардероб має бути зручним, легкопомітним, але не особливо вирізнятися у структурі приміщень вестибюля. Прилеглу до гардероба зону обладнують дзеркалами і забезпечують яскраве освітлення. Площу гардероба визначають згідно з нормою 0,08 м² на інвентарне місце його місткості.

Камера схову багажу розташована поблизу рецепції, біля входу, в окремому приміщенні. Вона обладнана вікном для прийому та видачі ручного багажу і стелажми у внутрішній частині для його зберігання. Камеру схову використовують головно відвідувачі готелю, а також гості, котрі звільняють номер, але не від'їжджають, і гості, які прибули, але в момент прибуття немає вільного номера.

У великих готельних комплексах передбачені окремі входи для прийому та доставки багажу вантажними ліфтами у певні номери.

У сучасній архітектурі й обладнанні вестибюля особлива роль належить використанню в зональному розподілі площі особливостей конструкцій — підвісних стель, важких прогонів і опор, різного рівня підлоги. Переходи з однієї функціональної зони до іншої пов'язані з інтенсивністю і фоном освітлення. Для надання інтер'єру вестибюля індивідуальної зовнішності в готелях високого рівня комфорту застосовують художні твори, твори монументально-декоративного й ужиткового мистецтва, гідрооб'єкти (фонтани, акваріуми), різні варіанти озеленення.

2. Функціональна та планувальна організація приміщень громадського призначення.

Приміщення громадського призначення порівняно з іншими функціональними приміщеннями вирізняються значними розмірами, їхня місткість і структура залежить від загальних розмірів готельного закладу та профілю його діяльності. Згідно з функціональним профілем їх поділяють на такі типи: харчування; розваг; торгівлі; спортивно-оздоровчі; видовищні; туристсько-пізнавальні; побутові. Їхній простір чітко поділений на простір для обслуговування — найважливіший у технологічному процесі та простір для споживання послуг — вагомий у забезпеченні соціальних функцій. Діяльний характер кожного процесу спричиняє формування просторової організації громадських приміщень.

У планувальній організації кожного типу приміщень громадського призначення, відповідно до значення простору в їхньому функціонуванні, виокремлюють основний, додатковий і допоміжний простір. Основний простір характерний найбільшими розмірами та найтривалішим з-поміж інших перебуванням гостей, високим рівнем комфорту. До структури приміщень основного простору належать зал ресторану, глядацький зал, плавальний басейн та ін.

Додатковий простір підвищує загальний комфорт обслуговування, виконує рекреаційну функцію, наприклад, фойє — у глядацькій залі, аванзал — у ресторані. В допоміжному просторі розташовані технічні засоби, які забезпечують комфортне середовище в основному та додатковому просторі й виробничий процес підприємств громадського призначення.

Приміщення громадського харчування в плануванні готельних закладів можуть бути в одному об'ємному просторі споруди (готель "Дніпро" у Києві, "Гранд-Готель" у Львові), виокремлюватись у блок, розташований горизонтально сумісно з готельним закладом, — блочне планування (готель "Салют" у Києві), розміщуватись в окремій споруді біля готелю. Осібне розташування підприємств громадського харчування характерне передусім для готельних комплексів, засобів оздоровлення та відпочинку в курортних зонах, туристських центрах, характерних значною місткістю і складною структурною організацією. Приміщення громадського харчування в одній споруді готельного підприємства найчастіше розташовані на першому поверсі.

У плануванні готелів приміщення громадського харчування вирізняють два вагомих планувальних елементи — приміщення з обслуговування та виробничі приміщення. Приміщення з обслуговування споживачів гастрономічних послуг — це група торгових приміщень (зала ресторану, кафе, бару, їдальні). У сучасних готельних закладах високого рівня комфорту передбачені всі типи торгових залів

— ресторан з банкетною залою, обідня зала, бари — нічний, денний, на поверхах, кафе самообслуговування та ін.

Приміщення виробничого профілю виконують функції простору для обслуговуючого персоналу, забезпечують технологічні зв'язки у виробничому процесі приготування їжі та зв'язок з групою приміщень обслуговування. Виробничі приміщення — цехи з приготування їжі, сервірування, мийки. Вони тісно технологічно та функціонально пов'язані з групою складських приміщень. Щоби забезпечити ефективну взаємодію у виробничому процесі з приміщеннями виробничого призначення, складські приміщення розташовують сумісно з ними або на незначній відстані, часто, як уже згадувалося, в цокольному поверсі. Складські приміщення повинні мати зручні під'їзні шляхи з внутрішнього двору.

Група складських приміщень зберігає продукти харчування, обладнання, витратні матеріали, у них є комори для зберігання овочів, фруктів, напівфабрикатів, приміщення з морозильними камерами та ін. Окрему категорію утворюють адміністративно-побутові приміщення для персоналу й технічні приміщення.

Підприємства громадського харчування, окрім основної функції, використовують також для відпочинку, проведення зустрічей, розваг. Структура приміщень залежить від рівня комфорту, розташування та профілю готельного закладу. Як уже зазначалось, у готелях високого рівня комфорту діють ресторани національної кухні, нічні ресторани, концертні ресторани, експрес-кафе, кафе-кондитерські, чайні та ін.

В урізноманітненні послуг з харчування виокремлюють три напрями: розвиток підприємств розважального харчування; орієнтація на швидке та дешеве обслуговування (кафе самообслуговування, "чергове меню", кофі-шоп тощо); можливість швидкої трансформації зали обслуговування. На планувальній організації зони обслуговування дуже позначені особливості структури приміщень підприємства харчування, внутрішні комунікації планування входу, приміщень розподілу людських потоків, входу до додаткових і допоміжних приміщень, приміщень виробничого призначення та зберігання виробничих ресурсів. Важлива роль у плануванні зони обслуговування належить зв'язку з територією, прилеглою до готелю. Візуальне використання прилеглої території, що характерна естетичною привабливістю, здійснюється через суцільне застосування зали ресторану, а застосування її у функціонуванні зали обслуговування — через обладнання входу в прилеглий внутрішній дворик, його озеленення, створення гідро об'єктів, обладнання під літні кафе та ін. Ізоляцію від прилеглої території використовують головно для банкетних залів, нічних ресторанів, нічних вар'єте та ін.

Приміщення розважального й інформаційно-пізнавального обслуговування у плануванні готельних споруд розташовані переважно в одному об'ємно-планувальному просторі приміщень. Вони заблоковані або розміщені в окремій споруді, сумісно або в структурі приміщень громадського харчування, туристсько-спортивного призначення й композиційно їх доповнюють.

Структура приміщень розважального й інформаційно-пізнавального обслуговування залежить від місткості, рівня комфорту, спеціалізації, розташування готелю. Найтиповіші в готелях різнофункціональні зали — конференц-зали, універсальні, виставкові, спортивні, танцювальні та ін.; клуби — дискоклуб, казино, кегельбан, більярд, тощо; холи, тераси, павільйони.

Універсальні зали — приміщення громадського призначення для великої кількості відвідувачів. їх використовують під час нарад, урочистих зустрічей, лекцій, прес-конференцій, демонстрації кінофільмів, спортивних змагань та ін. Особливість універсальних залів полягає в можливості їхньої трансформації зі зміною кількості й місткості приміщень унаслідок використання розсувних або складчастих перегородок.

Кегельбани — заклади, призначені для гри в боулінг, що характерні для готелів високого рівня комфорту. Кегельбани часто суміщають в одному приміщенні послуги з харчування (надають у барі) та відпочинок. В окремих готелях, зорієнтованих на спортивно-розважальний напрям діяльності, кегельбани виконують функції клубних установ. Кегельбани композиційно поєднані з ігровими кімнатами для більярду, іншими спортивно-розважальними видами відпочинку, сауною, басейном, зимовим садом та ін.

Найчастіше кегельбани розташовані в групі приміщень громадського призначення на нижніх поверхах, в окремих випадках — на поверховому холі або в окремій споруді в комплексі з іншим закладом спортивно-розважального призначення.

Казино — основна композиційна ігрова азартно-розважальна ланка зарубіжних спеціалізованих готелів, насамперед високого рівня комфорту, готельних комплексів, розташованих у курортних зонах, зорієнтованих на організацію азартних ігор, розваг і відпочинку.

У готелях туристського та курортного типу вирізняють у структурі приміщення туристсько-спортивного профілю. Такі приміщення активного відпочинку за особливостями діяльності є спортивно-оздоровчі, спортивно-тренувальні й туристсько-спортивні.

У курортних готелях, закладах розміщення соціального та комерційного типу, зорієнтованих на надання послуг відпочинку й оздоровлення, в структурі формують групи приміщень спортивно-оздоровчого призначення, насамперед відкриті спортивні споруди, басейни, тенісні корти, гольф-поля, універсальні та поліфункціональні майданчики, зони. Для закладів розміщення туристського типу характерні приміщення спортивно-тренувального і туристсько-спортивного призначення.

У групі спортивно-оздоровчих приміщень найтипівіші басейни та водні атракціони. Водні басейни за характером спортивно-оздоровчого призначення поділяють на плавальні, плескальні, спортивні; згідно з розташуванням — відкритого та закритого типу (у закладі розміщення).

Плавальні басейни — демонстративний тип спортивно-оздоровчих приміщень, вагомий елемент прилеглої території майже всіх курортних готелів та інших типів готелів високого рівня комфорту. Вони мають правильну геометричну форму — квадратну, прямокутну; глибина — 0,9—1,07 м.

Плескальні басейни призначені для відпочинку з водними розвагами. їм притаманна довільна форма. Глибина 0,1—0,5 м. Часто до композиції плескальних басейнів уведено штучні водоспади, водні гірки, штучні острови тощо. Спортивні басейни близькі за загальними параметрами до плавальних, відрізняються лише більшою глибиною — 1,2 м і більше.

У готелях високого рівня комфорту типові закриті басейни. Вони зблоковані з іншими приміщеннями на нижніх поверхах; цокольному поверсі; в окремих випадках розташовані на верхніх поверхах (готель "Космос" у Москві — 10-й

поверх, "Hilton Hotel" у Сан-Франциско — 15-й поверх). Басейни мають переодягальні з душем, санітарні, підсобні й технічні приміщення; окрему допоміжну категорію формують сауна, медичний кабінет, приміщення для масажних процедур, бар.

Сауна охоплює окремий блок приміщень, що складається з переодягальні, душової, парної, приміщення для масажу, санвузла, кімнати відпочинку, міні-басейну, в окремих випадках — і міні-бару.

Приміщення туристсько-спортивного призначення характерні для закладів розміщення, зорієнтованих на прийом осіб, котрі займаються активним туризмом. Структура приміщень залежить від типу закладу розміщення й особливостей використання природного ландшафту. Тип закладу розміщення (туристський готель, ботель, ротель та ін.), його профіль зумовлює вид послуг — інструктаж, тренування, послуги з прокату, збереження й обслуговування згідно з профілем спеціалізації та інвентарю.

Для сучасних засобів розміщення туристського типу в плануванні приміщень необхідно враховувати чинник сезонного попиту на послуги. Важливо передбачити комплекс приміщень для організації зимових видів спорту — прокату лиж, їхнього ремонту, зберігання та блоку приміщень для туристського обслуговування влітку — приміщень для прокату, зберігання, сушіння і ремонту туристського спорядження. Ці приміщення розташовуються в окремому блоці першого поверху й композиційно повинні бути близькими до приміщень вестибюля та прилеглої території з інфраструктурним забезпеченням спортивно-оздоровчого туризму — лижних трас, витягів, трас для бобслею, піших, велосипедних, кінних стежок тощо.

У засобах розміщення туристського типу функціонально необхідними є приміщення з надання медичної допомоги (ізолятор з травмунктом, медпунктом), інструктажу, спеціальні майданчики для навчання техніки певних видів туризму, безпеки на туристському маршруті.

У курортних засобах розміщення лікувально-оздоровчого профілю (санаторії, профілакторії) в окремих готельних комплексах обов'язково до складу структури повинні входити лікувально-діагностичні приміщення: лікувальні кабінети; кабінети медичного персоналу; відділення бальнеотерапії; діагностичні; спеціалізовані лікувально-діагностичні для лікування різних видів захворювань. Курортно-рекреаційні заклади мають спеціальні споруди й обладнання — солярії, аерарії, аеросолярії.

Солярії — обладнаний майданчик для лікування сонячним промінням.

Аерарії — облаштовані майданчики, тераси в споруді, веранди біля будівлі, відкриті павільйони, альтанки; їх використовують з метою лікувального ефекту повітрям.

Аеросолярій — комплекс приміщень у лікувальному відділенні, опоряджених для лікування сонячним промінням і повітрям: майданчики з використання сонячних променів; критий майданчик з лікування повітрям; душовий павільйон із сонценагрівальними душами; медичний павільйон з кабінетом лікаря; медсестри, обслуговуючого персоналу; метеорологічний (актинометричний) пункт спостереження за станом атмосфери та води.

У бальнеологічних курортних центрах у структурі санаторно-курортних засобів діють водо-, грязьоздоровниці, відділення гідротерапії, закриті басейни з

мінеральною водою, сауна тощо. У курортних готелях популярністю користуються зали лікувальної фізкультури, приміщення спортивно-оздоровчого призначення — тренажерні, гімнастичні зали.

Приміщення торгово-побутового призначення забезпечують клієнтів засобів розміщення товарами та послугами, що задовольняють біологічно необхідні, культурно-естетичні потреби гостей і відвідувачів, урізноманітнюють їхній відпочинок. Це перукарні, майстерні дрібного ремонту одягу, взуття, пункти прийому та прання білизни, хімчистка, пункти прокату товарів культурно-побутового, в окремих готелях — спортивного призначення, пункти фотодруку та ін. У структурі торгових приміщень вирізняються магазини, кіоски з продажу періодичних видань, сувенірів, тютюнових, косметичних, парфумерних виробів, у готелях високої категорії — ювелірні, спортивні, магазини з продажу квітів.

Послуги у приміщеннях торгово-побутового призначення засобів розміщення можуть надаватись лише клієнтам, а в інших — з метою підвищення рентабельності — й відвідувачам готелю.

Торгові приміщення у плануванні готелів найчастіше згруповані у блоки, розташовані на першому поверсі, та композиційно доповнюють приміщення вестибюля, в окремих випадках — приміщення громадського харчування, побутові приміщення. Торгові приміщення у планувальній композиції першого поверху можуть мати внутрішній і окремий зовнішній вхід.

У торгових комплексах, сформованих зі значної кількості профільних підприємств, діють універмаги, магазини, кіоски, торгові галереї. Вони виконують основну роль, а засоби розміщення — допоміжну, наприклад, готель у структурі ринку "Південний" (Львів).

Побутові приміщення мають готелі середньої та значної місткості, насамперед високого рівня комфорту. Найтипівіші — перукарні й косметичні салони, розташовані на першому поверсі у групі приміщень вестибюля, інколи — на інших поверхах. Ці приміщення доцільно розташовувати у вузлових пунктах переміщення клієнтів готелю, але вхід повинен бути зручним для доступу відвідувачів.

У структурі побутових приміщень готелів значної місткості передбачені пральні, хімчистка, майстерні з дрібного ремонту одягу та взуття; частково побутові функції виконують приміщення персонального обслуговування гостей — масажний кабінет, салон моди, салон краси.

Виробничі приміщення побутового обслуговування, як уже зазначалося, найчастіше розташовані в цокольному поверсі, групі громадських приміщень першого поверху, окремій споруді. Пральня та хімчистка повинні мати зв'язок із вантажним ліфтом і службовим входом у готель, унеможливити перехрещування руху гостей і обслуговуючого персоналу.

Питання для самоконтролю.

1. Які основні функціональні типи приміщень вестибюльної групи в готелях?
2. Охарактеризуйте види простору в планувальній організації приміщень громадського призначення.
3. Охарактеризуйте планувальні елементи приміщень громадського харчування.

Лекція 12.

Тема. Архітектура та інтер'єр в готельному господарстві

План лекції

1. Чинники формування архітектурних типів готелів.
2. Історія розвитку інтер'єру.

1. Чинники формування архітектурних типів готелів.

Деякі готелі за оригінальністю архітектури, оздобленням фасаду, використанням будівельних матеріалів відомі в усьому світі. До них належать один з найвищих в Європі готель "*Westin Rotterdam*" (Нідерланди), "*Royal Olympic Hotel*" (Греція) з терасами на скляному фасаді з насадженнями декоративних дерев тощо. Водночас особливості архітектури відіграють роль культурно-естетичного чинника забудови території — споруда готелю гармонійно доповнює місцевий архітектурний колорит або створює архітектурну протилежність локальному архітектурному плануванню та певний естетичний дискомфорт. З типом планування і забудови суттєво пов'язані витрати на благоустрій навколишньої території, відрахування за використання земельної ділянки (податок на землю, орендна плата тощо), догляд і ремонт будівлі та ін.

Архітектурно-планувальна характеристика готелю впливає на особливості обладнання закладу інженерно-технічними засобами — вагомий фактор безпеки проживання для гостей і роботи для персоналу. У великих готелях виникає необхідність додаткових заходів безпеки, зумовлених людськими, природними, технічними чинниками. Водночас архітектурно-планувальна організація готелів також зазнає впливу низки факторів, серед яких виокремлюють: історичний тип будівлі; місце у міській забудові; характер природного ландшафту; категорію готелю; економічні й етнічні особливості регіону. Сучасні готелі побудовані здебільшого у XIX—XX ст., особливо інтенсивно їхнє будівництво здійснювалось після Другої світової війни. Розширення мережі готельних підприємств, у тому числі значних розмірів, зумовлювалось зростаючим значенням туризму, ділової активності, широким використанням нових технологій і матеріалів у будівництві, насамперед залізобетону.

Характерною ознакою в архітектурному стилі європейських та американських готелів кінця XIX — початку XX ст. є намагання надати фасаду будівель представницького вигляду, що засвідчує комфорт і високу економічну рентабельність засобу розміщення. В оформленні композиції екстер'єру використовували чимало архітектурно-декоративних елементів, які відповідали вимогам підвищеної монументальності фасаду. Мозаїчність композиції пов'язувалась із застосуванням класичних елементів — колон, арочних переходів, розірваних фронтонів. Вони увиразнювали монументальність будівлі, не поступаючись палацам другої половини XIX ст. Архітектура готелів, побудованих у цей період, у тому числі "Прем'єр-Палас" (Київ), "Гранд-Готель" (Львів) відповідала тодішнім естетичним уподобанням Європи. В інтер'єрі

використовували нові принципи організації планування й оздоблювані матеріали. Тоді сформувалась типова для сучасних готелів схема планування першого поверху: в центрі розташований вестибюль з парадним сходовим холлом, тут же, або у напівпідвалі — ресторан, адміністративні й господарські приміщення, на інших поверхах — житлові кімнати. Готелі цього періоду в архітектурно-планувальній композиції зовнішнього вигляду, плануванні житлових і нежитлових приміщень, розмірах зазвичай суттєво відрізняються від готелів, побудованих після Другої світової війни.

Архітектура сучасних готелів від середини 60-х років ХХ ст. пов'язана зі загальним процесом урбанізації. В закладах розміщення це відображено в будівництві багатоповерхових архітектурних форм для обслуговування значної кількості гостей. Прикладом є готель "*MGM Grand*" у Лас-Вегасі (США) на 5505 номерів. Він належить до найбільших готелів світу. В його будівництві використано залізобетон, у зовнішньому облицюванні — скло, внутрішній простір раціонально спланований, обладнаний складною системою інженерних комунікацій, різного типу закладами харчування, підприємствами допоміжного сервісу.

Популярними стають комплекси — готелі, що складаються з двох і більше просторово відокремлених корпусів зі системою установ різнопрофільного інфраструктурного забезпечення — харчування, розважальними, виставковими й іншими закладами. Грандіозністю вирізняються готельні комплекси атріумного типу, характерні для відомих ділових і курортних центрів тощо. Такий тип архітектурно-планувальних форм готелів започаткований з будівництвом готелю "*Hyatt Regency*" 1967 р. в Атланті (США). Готель має форму квадрата з внутрішнім атріумом (подвір'ям), перекритого склом на рівні 22 поверху. В просторі озелененого атріуму вирізняються поверхові галереї, ліфтовий хол зі скляними кабінами ліфтів. Внутрішній простір атріуму організований як мініатюрне містечко зі зонами відпочинку, ресторанами, торговими закладами, спортивними майданчиками та ін.

Велика роль в архітектурно-планувальній організації готелів належить їхньому розташуванню у забудові — в центрі міста, на його околиці, поблизу визначних об'єктів міської інфраструктури (пам'ятки історії й архітектури, відомих установ, закладів культури та ін.), у приміській чи парковій зоні відпочинку. Розташування готелю у центрі міста зумовлює необхідність органічної відповідності архітектурному ансамблю вулиці, площі, сусідніх будівель. Одночасно споруда готелю є основним архітектурним акцентом у забудові мікрорайону, вирізняється оригінальністю архітектури, що засвідчує престиж готельного комплексу.

Спорудження готелю у центральній міській забудові обумовлює компактну форму споруди. Конфігурація виділеної ділянки визначає вибір планувального типу закладу розміщення. Для більшості готелів центральної частини міст притаманна багатоповерховість, основа будівлі часто має прямокутну, трапецієподібну форму, форму трилисника.

Економічні чинники відображені в раціональності проектування споруди готелю, зокрема на планувальній структурі житлових поверхів, номерів, приміщень для обслуговуючого персоналу, ліфтових і сходових холах, горизонтальних і вертикальних комунікаціях, зв'язках між поверхами та приміщеннями в межах

поверху, зрештою на затратах часу, зручності використання приміщень різних функціональних груп.

Готелі, розташовані в історичній частині міста, повинні відповідати її архітектурному типу. Наприклад, будівля готелю "*K+K Hotel Central*", розташована в історичній частині Старої Праги, поряд з Пороховою вежею, ідентична в архітектурній композиції з житловими будинками XVII—XIX ст. Окремі готелі можуть розташовуватись у пам'ятках архітектури або належать до архітектурно-туристського комплексу міста. Наприклад, готель "*Eisenhut*" у м. Таубер (Німеччина) ексклюзивний у плані розташування в пам'ятці пізньосередньовічної архітектури XV—XVIII ст.

Готель у міській або приміській відпочинковій зоні зумовлює поєднання архітектури будівлі з особливостями навколишнього природного ландшафту, сприяє поєднанню ділових зв'язків і відпочинку. Так, готель "*Duin Kruidberg Country Estate*", розташований у національному парку біля Амстердама (Нідерланди), серед мальовничого лісу на узбережжі озера, поєднує унікальні риси місцевого природного ландшафту й архітектури псевдоготичного стилю.

У місцях з обмеженим простором забудови використовують технології будівництва, коли перші поверхи мають зменшені розміри, а у вищих протяжність і площа збільшується. Наприклад, в 11-по-верховому готелі "*Du Lac*" у Тунісі кожен наступний поверх нависає над попереднім.

Зімкнута міська забудова зумовила розвиток компактних багатоповерхових (циліндричних, конічних форм) готельних будівель централізованого планування. Таку архітектуру, наприклад, має 36-по-верхова башта-готель "*Holiday Inn*" в Аусбурзі (Німеччина). Номери у готелі розташовані з першого до одинадцятого поверху, приміщення загального користування — на останніх або у підвальних і цокольних поверхах. Така схема планування типова для більшості готелів баштового типу.

Різні цілі туристичних подорожей зумовили появу багатофункціональних готелів, поєднаних з установами іншого цільового призначення: адміністративними і торговими закладами, навчальними та конгрес-центрами, концертними й виставковими залами та ін. Таке поєднання, зокрема, характерне для Центру міжнародної торгівлі у Москві, в структурі якого — два готелі (квартирного й атріумного типу), діловий центр з виставковим і конгрес-залом, приміщення для офісів і торгівлі. Туристський комплекс "Київська Русь" у Києві охоплює два готелі, туристичне агентство та конгрес-хол.

Для готелів, розташованих у туристично-оздоровчих районах, серед природних ландшафтів, притаманні безпосередній зв'язок архітектурно-планувальних форм із довкіллям. Характер природного ландшафту зумовлює вибір архітектурних форм, з-поміж яких розрізняють:

1. Архітектурні форми, що вписуються у ландшафт. Наприклад, готель для туристів і спортсменів "*Borqajfol*" у Швеції складається з чотирьох будівель, які зовнішнім виглядом нагадують снігові пагорби.
2. Протиставлення архітектури туристського готелю ландшафту або рельєфу. Згідно з цим підходом використовують два варіанти домінування: в першому акцентом є ландшафт — готель "Голуба затока" в Криму, в другому — готель, скажімо, готель "Скельний" у Криму, що чітко виражений своїми розмірами у рельєфі природного ландшафту.

3. Підпорядкування архітектури ландшафту — в цьому підході природні форми ландшафту й архітектурні форми гармонійно поєднуються. Так, архітектура "*Steigenberger Hotel GStaad- Saanen*" (Швейцарія) максимально повторює рельєф комплексом зімкнутих будівель різної висоти, композиція дахів яких відтворює силует навколишніх гірських хребтів.

Готелі в межах туристично-оздоровчих центрів разом з іншими туристськими закладами найчастіше об'єднані в комплекси. Відповідно до спеціалізації розрізняють такі типи туристських комплексів:

- *молодіжний* (туристський готель, туристська база, туристська станція, туристський табір);
- *туристсько-спортивний* (туристський готель, туристська база, спортивно-оздоровчий табір);
- *гірсько-спортивний* (туристський готель, туристська база, гірськолижна станція); ,
- *водноспортивний* (туристський готель, водна база — акватель, флотель, водна станція — ботель).

2. Історія розвитку інтер'єру.

Протягом всієї історії розвитку культури людина прагнула прикрашати своє життя, зробити красивими всі необхідні предмети - одяг, житло, посуд тощо.

В наш час з особливою пристрасстю входять такі поняття, як художник і суспільство, краса і користь, творчість і потрібність. Краса і потрібність необхідна умова життя цивілізованого суспільства. Художники все інтенсивніше працюють над проблемою середовища, комплексного її вирішення в синтезі з архітектурою. Середовище - це не тільки матеріальне поняття, це простір, наповнений взаємовідносинами людей, це єдиний духовний і матеріальний світ. Історичні стилі, які ще називають «великими», проявили себе практично у всіх сферах людського життя: архітектурі, одязі, живописі, музиці тощо. В масовій свідомості «великі стилі» завжди асоціювалися з розкішшю, показністю, елітарністю.

Проте, світ змінився, і в сучасному інтер'єрі важко віднайти «сліпе» походження будь-яких історичних стилів. Найчастіше в душі постмодернізму використовують тільки окремі деталі «великих» стилів, або береться якийсь стиль за основу і вільно практикують його у душі сучасних уявлень про комфорт, користуючись при цьому новітніми матеріалами. В сучасному інтер'єрі зі всіх «великих» стилів найчастіше використовують мотиви класицизму і модерну.

Класицизм (від лат. *сіавзісш* - зразковий), стиль і напрямок, в мистецтві XVII - поч. XIX ст., звернення до античності, до старогрецьких ідеалів краси, як до норми та ідеального зразку, де царюють ясні геометричні форми і стриманий декор. Елементи інтер'єру - дорогий, якісний і натуральний матеріал. Найкрасивішим символом класицизму є антична колона з її чіткими прямими лініями. В орнаменті переважають античні рослинні мотиви. Характерним є прикрашування скульптурою, великими алебастровими вазами, настінними панно і ліпкою. Кольори спокійні, приглушені.

Класицизм є неоднорідним. У ньому виділяється така своєрідна течія, як Ампір. Ампір (від франц. *empire*, букв. - імперія), стиль в архітектурі і декоративному мистецтві трьох перших десятиліть XIX ст., який завершив розвиток класицизму.

На відміну від грецького класицизму, ним було взято за основу величні зразки Римської епохи. Це мужній і холодний стиль, помпезний і гордий. Кольори стають яскравими і контрастними. Меблі масивні і прикрашені бронзовими накладками. У декорі переважають римські і єгипетські символи (левові маски, сфінкси, схрещена зброя тощо).

Найзатишнішим та інтимним стилем в історії людства був стиль Рококо. Рококо (франц. *rococo rocaille* - декор, мотив у виді раковини); напрямок стилю в Європейському мистецтві Першій половині XVIII ст. Для рококо, який пов'язаний з кризою абсолютизму, характерне відхилення від життя у світ фантастики, міфології і пасторальних сюжетів, еротичних ситуацій. В мистецтві рококо виступає граційний, орнаментальний ритм. Скульптура та пейзажі витончені, декоративні, але неглибокі. Декоративне мистецтво належить до високих досягнень мистецтва XVIII ст. за вишуканістю, декоративній красі асиметричних композицій, по духу інтимності, комфорту і уваги до власних зручностей. Саме в епоху рококо зародилося уявлення про інтер'єр як цілісний ансамбль. Архітектори в своїх проектах прагнули досягти повної декоративної єдності всіх складових кімнатного вбрання, розписів і орнаменту стін і стель, обробки підлоги, форм меблів, забарвлень драпіровок і оббивних тканин.

Найпопулярнішим з «великих» історичних стилів в сучасному інтер'єрі виступає модерн. Слово модерн (франц. «*moderne*» - найновіший, сучасний), напрямок стилю в американському і європейському мистецтві XIX - поч. XX ст. Представники модерну використовують нові технічно-конструктивні засоби, вільне планування, особливий орнаментальний декор для створення незвичних, підкреслено індивідуалізованих споруд, всі елементи яких підпорядковуються єдиному орнаментальному ритму та мають образно - символічний задум. Грою з формами минулого, вільне використання нових матеріалів пояснюється нинішня актуальність модерну. У його інтер'єрі широко вписується і побутова електроніка та ультра сучасна апаратура.

Внутрішнє вбрання готелів античного світу

Історія володіє достатніми відомостями про римську цивілізацію, яка виникла більше 2 тис. років тому назад. У Римі, заснованому в VIII ст. до н.е., не збереглися зображувальні джерела, але за деталями розпису, мозаїки основ стін, окремих фрагментів споруд можна створити картину інтер'єру римських готелів.

Це були одно-, двоповерхові споруди, в яких, враховуючи небезпеку, не було вікон на першому поверсі.

Приміщення призначалися для прийому гостей, надання їм послуг харчування та відпочинку.

Збережена підлога свідчить про те, що вона була на утрамбованій землі, а на верхніх поверхах - глиняна. Використовувалась також шиферна і дерев'яна підлога. Знайдені в пансіонах і фрагменти кольорового скла, вроблені в цементну підлогу поряд з плиткою вапняку.

В більш багатих готелях збереглася мозаїка стін, зводів. У XVI ст. до н.е. особливої популярності набула мозаїка - картини, складені із дрібних частинок мармуру або каменю. Ця техніка була різноманітною: у вологу штукатурку вдавливали камінці або відшліфовану гальку, яку брали з берегів річок. Широке поширення мали мозаїчні чорно-білі композиції із геометричним орнаментом. Часто зображались сцени грецької міфології або сільські пейзажі, декоративні

натюрморти, тварини. Кімнати багатих мансіонів прикрашалися статуями, які були розписані яскравими фарбами. Стіни оздоблювали станковими витворами (картинами) і фресками (розпис на вологій штукатурці).

Двері у середині приміщень були рідкістю. Замість них використовували шерстяні або суконні тканини.

В готельних приміщеннях меблів було небагато. Основний предмет - ліжка або кушетка з підвищенням для голови. Перини або матраци набивали пухом або шерстю. Єдиним покривалом служило одіяло. Ліжка часто прикрашалися дорогоцінними металами. Звичайним явищем були мармурні або кам'яні столи. Для лежання під час приймання їжі використовувались ложе.

Для сидіння використовували крісла з підлокітниками, але без спинки та табуретки. Табуретки мали три ніжки і круглий дерев'яний верх або чотири ніжки і квадратний верх, часто виконаний із бронзи. Кафедра служила для сидіння старших людей.

Для зберігання речей використовувались масивні сундуки і буфети, для освітлення - масляні лампи і свічки, для прогріву приміщень - невеликі бронзові жаровні, або закриті обігрівачі, які нагадують сучасні печі.

Римський образ життя дістав широке поширення і суттєво вплинув на культуру готельного господарства наступних епох.

Розкопки у Південному Ірані (V ст. до н. е.) археологом Леонардо Вуллі показали, що для прибуття купців будувались ханни - скромні приміщення для розміщення та відпочинку. У кімнатах, призначених для приїжджих, стояли ліжка, столи, лавки. На нижніх поверхах стійла.

Розкопки караван - сараїв Стародавнього Єгипту і Греції показали, що в них існував внутрішній двір, де знаходились тварини: верблюди, коні, а навколо внутрішнього двору розміщувались номери. Уцілілі предмети свідчать про те, що вже тоді користувались примітивними табуретками - клісмое, дощатими кріслами і столами.

В IV ст. до н. е. притягувала паломників Мекка - центр мусульманського світу. Паломники зупинялися в караван - сараях, особливість яких полягала в тому, що для зручностей подорожуючих, які прибували пішки, знаходився басейн для миття ніг.

Вбрання готелів в середні віки (стиль готики)

Стиль - це сукупність рис і ознак архітектури певного часу і окремого народу, що знайшли свій прояв в особливостях його функціональної, конструктивної і художньої сторін.

Основним джерелом, яке свідчить про розвиток внутрішнього вбрання житлового приміщення і готелів середньовіччя є документ «Ксііііо сіе 2εα1:іοπІ і пороііапа» (Донесення про посольство в

Константинополь). Замки, які були побудовані в Константинополі, найбільшому місті в середні віки, облицьовувались мармуром. Одночасно вони були для мандрівників місцем для розміщення і фортецею, яка могла витримати тривалу облогу.

Характерним для світського інтер'єру IX ст. були просторі зали, покриті світлими фарбами, де використовувалась побілка. Такі зали були головними приміщеннями, де їли, спали, обговорювали справи мандрівників. Для відпочинку використовувались набиті соломою тюфяки, накриті вишитими покривалами, які

служили за постіль. Стіни зали прикрашалися щитами, прапорами, зброєю, трофеями полювання, мечами тощо.

Килими, які привозили зі Сходу, вважались багатством, і їх вішали як шпалери на стіну, а не стелили на підлогу.

Прикрашали стіни також килимами із тонкого шовку, а підлогу - килимами, сплетеними із тростини, у вигляді покриття для підлоги. Стіни розписувались кольоровими фарбами - свинцевими глазур'ями, що також вважалось багатством. Найбільш поширеними кольорами були жовтий і чорний. Теми зображення були звірі, птахи, люди.

Із предметів меблів в «готелях» використовувались лавки, стільці; знать сідала на стільці, а більшість гостей сідала на лавки. Тільки для багатих людей накривали на стіл скатертину. Посуд, який використовувався, зберігали в буфетах, посудних шафах, які часто робилися в ніші і закривались засувками. Для «госпіцій», які були розміщені в замках монастирів і абатств, характерні високі стрілчасті зводи, кесонна стеля прикрашена складним орнаментом. Збережені вузькі зали «госпіцій» з витягнутими до верху вікнами були кімнатами для відпочинку мандрівників. Пізніше появились дерев'яні ліжка, прикрашені балдахіном, важкі готичні крісла, буфети. В епоху середньовіччя прикрашали балдахіни із таких тканин, як парча, тафта і дамасі (Дамаск - місто в Сирії, де вона вироблялася), жовтого, червоного, синього кольорів, характерних для готики.

Замки освічувалися підвісними лампами, свічками на підсвічниках, часто у вигляді фігурок тварин або рослин.

В кінці XV ст. замки поступово втрачають своє значення. Згасли міжусобні війни, і людям забажалось розкоші і зручностей.

Засоби розміщення в епоху ренесансу

Джерела, які дають уяву про готелі цього періоду, є неповними. Одним із джерел є картини, в яких релігійні сюжети зображуються художником в побутовому середовищі. Суттєвих змін набула форма споруд готелів. Вони росли вверх, приймали форму вежі. Маленькі віконця почали поступатись великим заксленим площинам, які пропускали потоки світла, що було характерним для французьких готелів. Появились нові принципи зв'язку кімнат, тобто появились двері, декоровані рослинними мотивами, листям жимолості і грифонами; каміни, вікна. Більша частина приміщень мала гладкі побілені стіни, прикрашені фресками із туковим рельєфом. Декором покривались повністю нижні частини стін, важливим елементом були турецькі килими, які прикрашали всі площини в кімнаті, крім стелі.

Стеля оброблялася багатою ліпкою, стрічковим орнаментом або стилізованими язиками вогню.

«Hôtel des Monnais» (XV-XVII ст.) - являє собою будівлю епохи Ренесансу, удосконалений зразок величного житлового стилю. Цей стиль характеризує контраст білих і слабо тонованих штукатурених стін із рельєфними нанесеннями із сірого каменю, чітка скульптура тощо.

Підлога із тараконних плиток, викладена різноманітними візерунками яскравих відтінків.

Із меблевого обладнання набуває поширення стіл касананка або поєднання скрині із лавкою, ліжка на скринеподібному постаменті із балдахіном і занавісками,

буфети, шафи. З'явилися крісла з сидінням та спинкою, обтягнуті шкірою або матерією із бахромою (м'які меблі).

Готелі в епоху бароко

Архітектура і мебельний дизайн готелів Європи різноманітні, динамічно об'єднані і непомітно переходять від ренесансного стилю до бароко. Для цього стилю характерні елементи народності і святковості (соціальної активності). Готель «Ламбер» в Парижі є зразком для стилю бароко. Вперше в XVII ст. майстрами виготовлялися цілі ансамблі обстановки, які гармонійно вписувалися в інтер'єр. Підігнані за розмірами дзеркала і картини в дерев'яних рамках, стіни і стеля, позолочені панелі, канделябри (великі підсвічники з розгалуженнями для декількох свічок або ламп), крісла, кутові столи. Всі кімнати готелів прикрашалися з надзвичайно високою пишністю.

Стеля кімнат розписувалась у вигляді планет - Венери, Марса, Юпітера, Сатурна, а також прикрашалась ліпниною у фантастичних варіаціях. Дверні отвори - із мармуру. Великий розвиток у Франції дістали декоративні каміни, різьба по дереву, позолота, ліпнина.

В XVII ст. ліпнина стала замінюватися художніми творами на стінах, які виконувалися великими художниками із різних країн. Характерною особливістю стилю бароко було будівництво галерей, з яких відкривався вид на Сену. Поздовжня форма галереї - типова для Паризьких споруд - готелів початку XVII ст.

Художник Шарль Лебрен використовував різноманітні декорації. Кімнати обтягувалися пляшко-зеленуватим або червоним бархатом і були прекрасним фоном для багатой картинної колекції в розкішних золотих рамах. Причому картини розвішувалися так, що складали узор на стіні. Стеля оброблялася масивною ліпниною із переважанням білого і золотистого тонів в розписі на сюжети подвигу Геракла (художник Лебрен).

Інтер'єр готелів в стилі рококо

Характерною рисою в стилі рококо, яка яскраво виражена в дизайні інтер'єру готелів (1700-1750) є аристократизм і складність. Рококо як стиль виник на італійському «грунті». Прекрасна обробка столової готелю «Соловей» виконана в тому стилі. Характерними архітектурними лініями будівництва готелів є напівколо, овал, асиметрично незвично випукло увігнутий малюнок, переважають сильно виражені вертикалі - каміни, широкі дзеркала.

В розписах на стінах та тканинах появилися дракони, екзотичні птахи, фігури китайців, арабські узори, які відрізняються вишуканістю (гірлянди із птахами, маленькі дівчата, стріли), розкішні накладки із позолоченої бронзи, бронзові канделябри. Переважаючими кольорами були пастельні тони: червоний, рожевий, голубий із жовтим акцентом.

На зміну стилю рококо в дизайні готелів приходять неокласицизм. Визначними архітекторами неокласицизму були Жак - Анж Габріель (1698-1782), Жан-Шарль Деллафас (1734-1791), Генрі Холанд, Джеймс Уайет. Для готельних інтер'єрів епохи неокласицизму характерна строгість, наявність стриманого декору.

Кімнати готелів прикрашалися кесонними (касети, квадратні або багатокутні заглиблення на стелі або внутрішній поверхні арки; відіграють конструктивну і декоративну роль) зводами, прямокутними прорізами вікон і дверей часто без ліпнини. В декорі камінів з'явилися етруські і єгипетські деталі. Стеля була

плоскою, простою. Двері, дзеркала увінчувалися обмеженим набором декоративних елементів - вінками, гірляндами, простою філенкою (частина поля стіни, пілястри або дверей, обведених рамкою або заглиблена).

Характерною особливістю стилю була поява свободи, динамічності в меблях готелів Європи. В конструкціях споруд появилися алюмінієві гвинтові деталі. Конструкції вікон, дверей мали особливість - вони були розсувними, обертаючими. Переважаючими кольорами стали срібний «металік», перламутровий, флуоресцентний. Значною подією для дальшого розвитку цього стилю стало відкриття лабораторії в німецькому місті Веймарі - «Баухазі». За всю історію архітектури була поставлена на перше місце організація внутрішнього простору готелів. Методи дизайну дали революційні вимоги до сталевих рішень у меблюванні і організації готельного простору. Дизайн як вид художнього конструювання впровадився в декількох напрямках: архітектурному, промислового (дизайн техніки, меблів), дизайні інтер'єру, фітодизайні та відображав наступні п'ять показників: функціональність, удосконаленість, зручність, красу, якість.

Видатні європейські дизайнери готелів старалися створити неповторні інтер'єри холів, номерів готелів різних стилів. Таким чином, постійно відбувалося становлення дизайнерських стилів.

Інтер'єр готелів в стилі історизму і постмодернізму

Поступово з концентрацією виробництва розпочинається бурхливий розвиток капіталізму. З'являються нові міста, прокладаються нові шляхи сполучення, особливо залізничні. Капіталізм здійснив різкий поворот в організації готельного господарства. Проходить зміна класицизму історизмом (1840 - 1918), включаючи бароко, модерн, раціоналізм. Характерною особливістю дизайну було надання переваги прямокутним, шароподібним формам, а також поява сталевих залізобетонних конструкцій із широкими прямокутними вікнами з балконами, лоджіями і верандами.

Розвиток капіталізму у Європі дав поштовх будівництву готелів типу палацу. В стилі будівництва проходить змішування попередніх стилів з новим - конструктивістським. Останній стиль дістав широке поширення і вплинув на формування нового - постмодернізму (1918).

На даний час у Європі та в нашій країні найпоширенішим та модним в інтер'єрі готелів є європейський стиль. Він прекрасний для оформлення сучасних холів, номерів готелів і розрахований на клас готелів «2-4 зірки». Це найдешевший і поширений стиль із використанням модних технологій, елементів високої моди, останніх наукових досягнень, ергономічності, функціональності тощо..

В європейському стилі широко використовується метал, оббивка меблів під шкіру, присутні конкретні кольорові гами: чорна, біла, сіра тощо.

Інтер'єр як художня композиція

Інтер'єр— це організація внутрішнього простору будівлі, що являє собою оглядово обмежене, штучно створене середовище, яке забезпечує нормальні умови життєдіяльності людини. Специфіка готелів полягає в розмаїтті функцій цих об'єктів. Це одночасно житлові і громадські будівлі, що визначає особливості формування їх інтер'єру.

Проектування інтер'єрів здійснюється за допомогою архітектурних і будівельних креслень, найважливіші з яких наступні: план, горизонтальний розріз будівель

готельного господарства з вказівкою стін і перегородок, обладнання і меблів, проєкція стін зі світильниками тощо; розгортка фасаду кожної стіни та умовне зображення загального виду інтер'єру.

Спираючись на досягнення будівельної науки для внутрішньої обробки приміщень, широко використовуються як традиційні матеріали (камінь, дерево, скло, кераміку), так і сучасні матеріали. Вибираючи той чи інший матеріал, необхідно прагнути створити композицію.

Композиція (від лат. сотровігіо - складування, зв'язок), побудова художнього твору, надаючи єдності і цілісності обумовленого його змістом, характером і призначенням. Розрізняють три основні види композиції: фронтальну, об'ємну, глибоко-просторову. Такий розподіл в якійсь мірі умовний, так як на практиці ми маємо справу з поєднанням різних видів композиції.

Питання для самоконтролю.

1. Які чинники впливають на формування архітектурних типів готелів?
2. Який зв'язок архітектурно-планувальних форм готелю із довкіллям?
3. Які історичні стилі використовувались в інтер'єрі готелів?

Лекція 13.

Тема. Основні складові формування сучасного інтер'єру підприємства готельного господарства.

План лекції

1. Сучасна концепція архітектури споруд готельного господарства.
2. Інтер'єр як художня композиція.
3. Декоративне мистецтво та озеленення приміщень в художньому оформленні інтер'єрів.

1. Сучасна концепція архітектури споруд готельного господарства.

Готельні комплекси є складними, часто унікальними спорудами. Їх розміщення в планувальній структурі міста є відповідальним процесом.

Вибір ділянки для розміщення готельного господарства зумовлюється цілим рядом чинників, основними з яких є:

1. Містобудівні: необхідна площа території з урахуванням специфіки експлуатації готельного господарства і його місткості, оптимальні геометричні контури ділянки, раціональне розташування транспортних комунікацій і наявність хорошого зв'язку з центральною частиною міста, залізничним вокзалом, аеропортом тощо.
2. Архітектурно-ландшафтні: наявність природних компонентів на ділянці або на прилеглий території - озеленення, водних поверхонь, рельєфу тощо.
3. Екологічні: комфортність території, відповідність санітарно-гігієнічних параметрів середовища нормативним вимогам (чистота повітряного басейну, шум, аерація, інсоляція).
4. Інженерно - економічні: наявність інженерних комунікацій (водопровід, каналізація, енергоносії тощо) і можливість підключення до існуючих інженерних мереж з урахуванням їх потужності та потужності готельного господарства.

Сучасна архітектура готельного господарства покликана створити комфортабельні умови для перебування гостей і надати їм ряд додаткових послуг. Основні принципи, що беруться до уваги при спорудженні готельного господарства, наступні:

1. Споруда (або комплекс будівель і споруд) повинні органічно вписуватися в навколишнє середовище, зберігаючи особливості навколишнього ландшафту.
2. Слід враховувати природно-кліматичні чинники: температуру і вологість повітря, кількість опадів, інсоляцію, швидкість і напрям вітру тощо.
3. Архітектурне, конструктивне і планувальне рішення готельного господарства не повинні бути надмірно дорогими. Планування повинно забезпечувати економічність його експлуатації. Основні зусилля проєктантів повинні спрямовуватися на раціональне поєднання поточних і одноразових витрат.

4. При проектуванні готельного господарства відіграють рекламні міркування: забезпечення оформлення фасаду, що підкреслює престижність готельного господарства; встановлення рекордів певного напрямку (будівництво найвищої споруди, найбільш екзотичної тощо); розташування вітрин торгових центрів готельного господарства тощо.

5. Планування готельного господарства повинне забезпечувати раціональну організацію обслуговування та відповідний комфорт гостям, відповідати функціональним вимогам.

6. Готельне господарство повинне відповідати естетичним, технічним, санітарно-гігієнічним, екологічним нормам і рекомендаціям. Необхідно передбачити можливість реконструкції готельного господарства.

7. Потрібно дотримуватись умови економічності процесу будівництва готельного господарства. Проектування готельного комплексу здійснюється на основі документів нормативного і рекомендаційного характеру. Зміст цих документів різниться в країнах і в готельних ланцюгах.

У проекті готельного господарства регламентуються показники об'єму споруди, площі забудови, вартості будівництва, матеріалів, конструкцій, інженерного устаткування, ресторанних підприємств, додаткових послуг гостям, вказується кількість місць і номерів, а також співвідношення номерів різної місткості.

Виявлення потреб у готельних місцях є досить складним завданням. Для його вирішення слід мати у своєму розпорядженні відповідні методи, знати чинники, що впливають на попит на розміщення, передбачити майбутні зміни попиту і пропозиції. Потреба у готельних місцях залежить від кількості та пропускної спроможності місць тяжіння туристів, існуючої забезпеченості регіону готельними комплексами та ступеня їх завантаженості, тенденцій зміни контингенту мешканців готельних комплексів. Важливим орієнтиром в розрахунку одноразової місткості готельного господарства є динаміка доходів населення, значимість регіону, особливості регіонального розвитку, ділової активності, транспортної системи тощо.

Споруди готельного господарства розрізняють за багатьма ознаками: типом конструкцій, місткістю, поверховістю, призначенням, режимом експлуатації тощо.

Залежно від типу конструкцій і матеріалів, споруди готельного господарства бувають каркасними, блоковими, монолітними, з дешевих будівельних матеріалів тощо.

За режимом експлуатації розрізняють готельні комплекси цілорічної, сезонної та змішаної дії.

Різні сучасні концепції архітектури споруд готельного господарства знаходять своє вираження в просторових і масових формах, що застосовуються найчастіше. Майже класичним є рішення у вигляді компактного масиву, який органічно буде вписуватися у відповідний ансамбль. Прикладів такого виду споруд зустрічається багато.

Особливість будівель, архітектура підприємств готельного господарства починаючи з 50 -х років XX ст. і по сьогоднішній день полягає у красоті геометричних конструкцій, які основані на принципі утилітаризму із сталі та залізобетону.

Готельне господарство, розташоване в живописних місцях, найчастіше має невелику поверховість. Це сприяє гостям бути в безпосередньому контакті з навколишньою природою. Крім того, низька споруда у меншій мірі змінює ландшафт, ніж багатоповерхові споруди, - триповерховий готель може бути прихований деревами.

Останнім часом при будівництві готельного господарства спостерігається тенденція до збільшення місткості. В результаті з'являється доцільність застосування більш потужного і сучасного технологічного та інженерного обладнання, підвищується відношення робочої площі до загальної, скорочується допоміжна площа, а також площа коридорів, холів, проходів по відношенню до загальної площі.

2. Інтер'єр як художня композиція.

Інтер'єр — це організація внутрішнього простору будівлі, що являє собою оглядово обмежене, штучно створене середовище, яке забезпечує нормальні умови життєдіяльності людини. Специфіка готелів полягає в розмаїтті функцій цих об'єктів. Це одночасно житлові і громадські будівлі, що визначає особливості формування їх інтер'єру.

Проектування інтер'єрів здійснюється за допомогою архітектурних і будівельних креслень, найважливіші з яких наступні: план, горизонтальний розріз будівель готельного господарства з вказівкою стін і перегородок, обладнання і меблів, проекція стін зі світильниками тощо; розгортка фасаду кожної стіни та умовне зображення загального виду інтер'єру.

Спираючись на досягнення будівельної науки для внутрішньої обробки приміщень, широко використовуються як традиційні матеріали (камінь, дерево, скло, кераміку), так і сучасні матеріали. Вибираючи той чи інший матеріал, необхідно прагнути створити композицію.

Композиція (від лат. сотровШо - складування, зв'язок), побудова художнього твору, надаючи єдності і цілісності обумовленого його змістом, характером і призначенням. Розрізняють три основні види композиції: фронтальну, об'ємну, глибинно-просторову. Такий розподіл в якійсь мірі умовний, так як на практиці ми маємо справу з поєднанням різних видів композиції.

Характерною ознакою фронтальної композиції є розподіл в одній площині елементів форми в двох напрямках по відношенню до глядача - вертикальному і горизонтальному.

Об'ємна композиція являє собою форму, що має відносно замкнуту поверхню і сприймається з усіх сторін. Виразність і якісність форми залежить від висоти горизонту. В процесі сприйняття об'ємної форми при низькому горизонті виникає враження їх монументальності. З наближенням глядача до предмету збільшується перспективне скорочення його граней. Об'ємна композиція завжди взаємодіє з навколишнім середовищем.

Глибинно-просторова композиція складається з матеріальних елементів, поверхні та простору, та інтервалів між ними.

Одним із найважливіших засобів приведення різноманітних елементів форми до єдності та упорядкування їх розташування є ритм, який притаманний різноманітним явищам і формам природи, трудовим процесам і т.д.

Ритм - це рівномірне чергування елементів, порядок поєднання ліній, об'ємів, площин. Ритм діє на почуття людини. Людина сприймає не тільки зором, але і на слух. Ритм притаманний і статичним предметам. Наприклад, в спорудах готельного господарства - ритмічний розподіл вікон по горизонталі і вертикалі. Ритм можна помітити і в площинному зображенні (орнамент).

Закономірне чергування об'ємів, граней, а також упорядкована зміна характерних елементів, форми - все це використовується в якості специфічного засобу композиції, як для окремих предметів і споруд, так і для готельних комплексів. Ритм може бути спокійний і бентежний, може бути направлений в одну сторону, або збігатися до центру, направленим як по горизонталі, так і по вертикалі.

Бажане враження від предмета можна досягти правильним використанням всіх можливостей ритму, продуманим чергуванням елементів, об'ємів, кольорових плям.

Широко використовується кольоровий ритм.

Людина нездатна зором сприймати виріб закінченим, якщо його маса конструктивно неурівноважена. Тобто важливе місце в композиції займає рівновага.

Рівновага - це такий стан форми, при якому всі елементи збалансовані між собою. Вона залежить від розподілу мас композиції відносно її центру. Рівновага об'ємів, або частин будь-якого предмету викликає почуття спокою, упевненості й стійкості.

Динаміка - це зорове сприймання руху, стрімкості, форми. Динамічна форма притаманна як нерухомим так і рухомим об'єктам. Динамічність робить форму активною, помітною, виділяючи її серед інших.

Статика - це стан спокою, рівноваги форми, стійкість у всьому її ряду, в самій геометричній основі. Статичність вимагає різних спокійних ліній, маси, чітких членувань по горизонталі та вертикалі.

Симетрія є одним із важливих засобів досягнення єдності і художньої виразності форми. *Симетрія* - принцип організації, де елементи розташовані правильно відносно осі площини, або центру. Розрізняють симетрію дзеркальну і осьову.

Широко застосовується асиметрія - розташування елементів, при якій вісь симетрії відсутня. *Асиметрія* - принцип організації площини, який базується на динамічній врівноваженості елементів.

Симетрія і асиметрія допомагають досягти художньої виразності статичних і динамічних композицій.

Велике значення має застосування принципів гармонії в художньому оформленні інтер'єру.

Гармонія - зв'язок, відповідність, погодженість окремих сторін предметів чи явищ, специфічна єдність у багатогранності.

Гармонійна композиція полегшує сприйняття естетичної і змістової інформації. На принципах гармонії ґрунтується композиційна побудова шрифтового й ілюстрованого матеріалів.

Математична гармонія - відповідність (пропорційність) елементів між собою і по відношенню до цілого у вигляді визначених числових пропорцій.

Суттєве значення має гармонія, яка визначається використанням естетичних законів, пов'язаних з естетичними переживаннями. Почуття безпосередньої насолоди при сприйнятті простору визначає якісну сторону гармонії.

Художня гармонія - безпосередньо пов'язана з мистецтвом, де вона виражається через органічний взаємозв'язок усіх компонентів художнього витвору.

Поширеною є асиметрична композиція. Вона дає можливість знаходити багато варіантів рішення.

Важливі значення для будь-якої композиції мають такі художні засоби, як пропорція - зв'язок між розмірами і ритм, - повторення елементів, зв'язок відстаней.

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, в стані спокою або при виконанні легкої фізичної роботи температура взимку не повинна перевищувати 18-20, а влітку 23-25 градусів Цельсія; 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 (розсікання приміщень сонячними променями і природне освітлення). Тривалість інсоляції для багатьох приміщень готелів відповідно до санітарних норм і правил повинна складати не менше трьох годин. У приміщеннях готелів, де людина проводить більшу частину доби, повинне бути завжди чисте і свіже повітря й нормальний шумовий режим.

Екологічний комфорт в інтер'єрі готелів створюється, в основному, завдяки інженерним системам: вентиляції, кондиціонування повітря, пиловидалення, опалення тощо.

Функціональний комфорт відзначає зручність експлуатації будь-якого приміщення. Він забезпечує захист від довкілля, безпеку і здійснення усіх функціональних процесів життєдіяльності людини: сну, харчування, відпочинку, особистої гігієни, розваг, 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 настільки 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 меблів, вибір декоративних деталей, освітлення, озеленення тощо.

Велике декоративне значення в інтер'єрі готелів мають завіси, гобелени, килими, оббивка меблів. Вони багато в чому визначають кольорову гаму та емоційне забарвлення приміщень.

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

Розрізняють два види завіс: прозорі і щільні. Прозорі розсіюють і пом'якшують денне світло. Розсіяне світло створює комфортні умови для зору. Для прозорих завіс застосовуються 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 кольорової гами інтер'єру.

Щільні завіси використовують для ізоляції приміщень від зовнішніх впливів. Колір щільних завіс, їхня фактура і малюнок, як правило, підбираються з урахуванням усієї композиції інтер'єру, розмірів приміщення і завіс.

Завіси можуть бути короткі і довгі. Нижній край коротких завіс повинен торкатися підвіконня, довгі - на висоті 5 см від підлоги. Ширина завіс повинна складати при тканинах середньої щільності і тонких від 1,5 до 2 ширини фронту карнизу або вікна.

Завіси бувають розсувні і піднімальні. Найбільш поширеними є розсувні завіси, що розташовуються з однієї або двох сторін вікон.

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

Малюнок тканин для готелів може бути геометричний і художній. Але характер малюнку повинен відповідати загальному інтер'єру, краще з невеликою кількістю колірних зв'язків.

Фактура завіс повинна бути легша і простіша за фактуру меблевої тканини, але має контрастувати до фактури килима.

Килими служать м'яким і теплим покриттям підлоги. Для одного ліжка розмір килима має становити не менше 60x140 см; для двох ліжок, що розташовані під кутом, - не менше 80x240 см; килим у торці спарених ліжок має бути не менше 60x200 см. Рекомендуються петлясті і ворсові килими, однотонні або з малюнком. Поряд з функціональними вимогами до декоративних і оббивних тканин, що багато в чому визначають кольорову гаму та емоційне звучання приміщень, висувається ряд вимог і до художніх засобів оформлення інтер'єру.

3. Декоративне мистецтво та озеленення приміщень в художньому оформленні інтер'єрів.

Декоративне мистецтво, рід пластичних мистецтв, які поряд з архітектурою, формують навколишнє середовище людини і вносять до нього естетичний, ідейно-образний початок. Включає декоративне мистецтво різноманітних видів мистецтв, які служать для прикрашування різних витворів садово-паркового мистецтва (монументально - декоративне мистецтво), створюючи художні образи

(предмети) для громадського і власного побуту (декоративно прикладне мистецтво).

Декоративно-прикладне мистецтво - це створення художніх творів, які мають практичне значення в громадському і власному побуті, художнє оформлення витворів мистецтв (меблі, тканини, прикраси, засоби праці, засоби пересування тощо). Декоративно - прикладне мистецтво - це складова оточуючого середовища людини, і естетичне його збагачення.

Виникло декоративно-прикладне мистецтво в глибоку давнину і стало важливою складовою народної творчості, його історія пов'язана з ремеслом, художньою промисловістю, з діяльністю професійних художників і народних майстрів. З початку ХХ ст. його називають художнім конструюванням.

Розрізняють основні і додаткові предмети декоративно-прикладного мистецтва. До основних відносяться меблі, світильники, декоративні тканини тощо. До додаткових - предмети, що підкреслюють приналежність інтер'єру до стилю, національний колорит, емоційний настрій тощо.

Озеленення безпосередньо впливає на інтер'єр приміщення, збагачує художню виразність його внутрішнього простору, покращує його функціональну організацію, виконує естетичні та утилітарні функції. Озеленення активно впливає на характер формування інтер'єру 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. Нейтральну створюють у зоні праці, а активну - у зоні відпочинку.

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

У готелях з високим рівнем комфорту у вестибюлях створюють зимові сади. Для озеленення інтер'єрів застосовують, як правило, такі види рослин: декоративно - листяні, декоративно - квітучі, кучеряві й ампельні, сукуленти (агави, алое, кактуси, деякі молочаї).

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

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

Озеленення інтер'єру - це особливий вид мистецтва. Сьогодні для нас відкривається величезний вибір ефективних рослин, оригінальних аксесуарів - керамічних, скляних, пластикових горшків і контейнерів, дерев'яних, пластикових підставок для квітів різних форм, різноманітних засобів по догляду за рослинами.

Квіти використовують для поділу приміщення на зони, підкреслюючи чи або приховуючи його особливості, вони можуть створювати ділову атмосферу або навпаки, відчуття спокою і тепла. Чим просторніше приміщення, тим більшими повинні бути квіти та їхня кількість. Винятково декоративними якостями володіють деревоподібні рослини (особливо які мають велике листя) та їхні види, такі як: драцена, філодендрон або фікус бенгальський, які прекрасно доповнюють приміщення, де небагато меблів, у холах. Для малих приміщень краще підбирати середні або зовсім невеликі екземпляри із широкими й ніжними листками. У

невеликих приміщеннях кучеряві рослини, або рослини, що красиво цвітуть, розташовують у кашпо, прикріплених до стіни, або декорують вікна і дзеркала.

Контейнери на підставках, плетені або дерев'яні різнорівневі підставки для квітів можна розміщувати в приміщенні, час від час змінюючи їхнє розміщення залежно від пори року, ступеня освітленості рослин.

Глиняні горшки вже самі по собі можуть бути принадними і милувати людське око. Пориста кераміка, що дозволяє корінням рослин дихати, є і кращим матеріалом для вирощування рослин.

Особливу проблему складає сполучення рослин зі шпалерами. Для більшості рослин ідеальним фоном є однотонна стіна пастельного кольору. При цьому, рослини з різнотонними листками й зі світлими квітками краще виглядають на темному фоні. Якщо візерунок на шпалерах дрібний, до їхнього фону чудово підійдуть рослини з великим листям, і, навпаки до виразного візерунка шпалер підходять філігранні листочки папоротей.

При оформленні інтер'єру рослинами слід звернути увагу на кут падіння світла. Коли квіти розміщені біля освітленої сонцем стіни, їхні тіні утворюють загадковий і дивний візерунок. А якщо вони розміщені проти світла, на підвіконні, то особливо виділяються загальні контури. Прекрасний ефект досягається, якщо тон фіранок, шпалер, меблевої оббивки повторюються у квітах. Якщо інтер'єр базується на контрасті чорного і білого, то соковиті фарби рослин додадуть свіжості загальній його картині.

Велике значення для гармонійного розташування декоративних рослин має фарбування і стиль меблів. Так, на фоні світлих меблів краще виглядають плющі, дзвіночки із синіми квітами й традесканції з більш яскравими листками. Темно - коричневі меблі послужать ідеальним фоном для рослин світло- зеленої гами, рослин з білими квітами, а також для рослин зі строкатим листям.

До прямих й елегантно вигнутих форм меблів зі сталі, скла, мармуру й лакованого дерева підійдуть рослини ясних і виразних форм (драцена, гусманія, монстера), або для різкого контрасту - рослини, вигляд яких надає легкості й невимушеності (папороті, рожева азалія). До меблів з бамбука та ротанга, до малих шаф і плетених полиць, низьких столиків і сидінь підходять за стилем бромелії, орхідеї, восковий плющ тощо.

До озеленення варто 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 - класу «люкс» і загальних вітальнях, холах, на столах адміністраторів і чергових на поверсі, на столиках кав'ярні чи ресторану. Але скрізь у готелі будуть доречно і святково виглядати навіть найскромніші букети або гілочки рослини.

Питання для самоконтролю.

1. Які основні принципи беруться до уваги при спорудженні сучасних готельних підприємств?
2. Види композицій інтер'єру та їх характеристика.
3. Що включає поняття комфорт готелю?

Лекція 14.

Тема. Освітлення і колір в інтер'єрі готельного господарства.

План лекції

1. Освітлення в дизайні готельного господарства.
2. Колір в дизайні готельного господарства.

1. Освітлення в дизайні готельного господарства.

Освітлення - дуже важлива частина інтер'єру. Світлове оформлення інтер'єру важливе не тільки для здоров'я очей, воно стимулює роботу головного мозку і сприяє кращому відпочинку. Тому до вибору освітлення необхідно підходити зі всією серйозністю.

Будь-яке приміщення, яке б функціональне навантаження не несло, має освітлюватися таким чином, щоб створити максимальний комфорт. Раціональне освітлення залежить від типу приладів і засобів, що використовуються, які допомагають візуально збільшувати, звужувати або розширювати простір залежно від поставленої мети.

Кожний світильник створює світловий потік, який можна класифікувати наступним чином.

По-перше, це точкове освітлення. Світловий потік виходить від локалізованої точки, яка знаходиться на стелі, або в середньому або нижньому рівні (настільна лампа, бра, торшер). Точкове освітлення буває спрямованим і направленим в залежності від призначення світильника. Наприклад, при розробці настільних ламп основні зусилля дизайнерів спрямовані на організацію регулювання точкового освітлення.

По-друге, це розсіяне пряме освітлення ламп з великою світловою поверхнею, так, як у люмінесцентних або кулькових світильниках.

По-третє, це відбиваюче світло - найбільш природне і нешкідливе. Відомо, що краще читати лежачи в гамаку в саду, ніж на розжареному пляжі. Сонячні промені, проникаючи крізь листя, ніби «підскакуючи» з листка на листок під різним кутом, стають м'якими, не втомлюють очей. А на відкритому просторі все навпаки: від яскравого освітлення сторінки книги просто темніють в очах. Для досягнення ефекту відбивання світла у сучасних світильниках кладуть системи відбивання. Потік світла від лампи спочатку б'є в них, потім відкидається на стелю і тільки потім розсіюється в просторі.

В залежності від типу світильника і його розміщення в приміщенні можна виділити декілька видів освітлення: загальне, місцеве (локальне) і декоративне.

Загальне освітлення створює загальну світлову атмосферу в приміщенні. Воно дозволяє займатися повсякденними справами, але призначене тільки для тих занять, які не потребують сильного напруження зору.

Загальне освітлення може бути створене за допомогою направленої світлового потоку або бути розсіяним, яке пом'якшує різкі переходи від світла до тіні. Таке освітлення візуально об'єднує окремі функціональні зони приміщення в загальну,

цілісну композицію. Розсіяне загальне освітлення можна створити за допомогою стелі і підвісів з розсіювачами та відбивачами.

Декоративне освітлення надає будь-якому інтер'єру вишуканість і універсальність. Воно служить для акцентування прямими променями світла найбільш суттєвих деталей обстановки.

Місцеве (локальне) освітлення створює комфорт, сприяє відпочинку.

Проте, найбільш вигідним для людини є природне освітлення, тобто прямі або розсіяні промені, які попадають із вікна. Сонячне світло забезпечує психологічний комфорт (надає відчуття сили і здоров'я, збуджує центральну нервову систему, яка відповідає за стан та тонус інших систем організму), сприяє активізації обмінним процесам, регулює біоритми.

Під дією ультрафіолетового випромінювання, яке володіє великою біологічною активністю, підвищується стійкість організму до хвороботворних мікроорганізмів та інших несприятливих факторів.

Надзвичайно важливо максимально використовувати площу вікон. Штори, особливо щільні, мають бути такими, щоб їх можливо було розсунути за межі вікон. В якості нерухомих допустимі тільки легкі, максимально прозорі занавіски із тюлевих тканин. Необхідно враховувати, що запилені вікна на третину понижують природне освітлення.

Дуже важливо (якщо дозволяє погода і відсутність міського смогу), в теплу пору року як можна довше тримати вікна відчиненими. Це дозволить максимально використовувати бактерицидну дію сонячних променів.

Але як відомо все добре в міру, і, відповідно, небажаний, цілодобовий вплив палючих сонячних променів. В цьому випадку необхідно використовувати захист від прямих сонячних променів. Добре підходять для цієї мети штори і жалюзі.

Штори створюють відчуття тепла і затишку, підтримують загальний стиль інтер'єру. Вони були і залишаються одним з важливих елементів мистецтва декорування вікон і всього приміщення.

Можна використовувати багато різновидів штор:

- класичні штори створюють спокійну, теплу, затишну атмосферу житла, нададуть йому святкового закінченого вигляду. Вони можуть складатися з штори, гардини (тюлева занавіска) і ламбрекена або бути комбінованими;

- римські штори - рівні полотнища тканини, які при необхідності збирають в широкі плоскі складки і акуратно ставлять усередині віконної рами або над вікном. Римські штори за своєю конструкцією дуже функціональні, оскільки їх можна встановити в отвір вікна, на стіну і навіть на стелю;

- французькі штори — невід'ємний елемент класичного інтер'єру. Вони утворюються з рівних напівкруглих складок тканини, в розпущеному стані можуть мати довжину до підлоги, мають вигляд зібраних по всій поверхні фестонів;

- австрійські штори колись називалися фестонними шторами. Проте фестони на австрійських шторах утворюються в результаті стягування у верхній частині гардиноюю стрічкою. Виглядають вони не так помпезно як французькі;

- японські штори - екранні панельні штори найбільш модні та екстравагантні. У них використовуються від двох до шести різних полотен, що не складаються хаотично, а послідовно переміщуються в горизонтальній площині;

- ламбрекен - обробка у вигляді волана, який розміщується перед занавіскою, приховує її верхню частину і м'яко обрамляє вікно. Використання ламбрекена дає можливість наглядно змінити пропорції вікна і задрапірувати верхню частину карниза. Ламбрекени також використовують і для декору дверних отворів. Необхідно також пам'ятати про те, що освітлення будь-якого простору формується не тільки за допомогою світильників, але і всіх присутніх в інтер'єрі поверхонь, від яких відбивається світло - стін, підлоги, стелі, полірованих або дзеркальних дверей.

2. Колір в дизайні готельного господарства.

Кольори декору впливають на відбиття та використання світла в приміщенні, розширюють простір і створюють інші емоційні реакції.

Джерела:

- колірний спектр джерела світла (впливає на теплоту й поширення світла);
- абажури й захисні екрани (поглинають непотрібне світло й пропускають необхідне) використовуються в невеликих приміщеннях, витриманих у нейтральних тонах (білий, сірий);
- кольори використовують в декорванні й меблюванні (відбиття певних світлових хвиль через фарбу й пігментацію).

Термінологія:

- колір, відтінок, тон: червоний, синій, жовтий і т. д.;
- інтенсивність світла: інтенсивність світла від 0 (нейтральний) до 16 (найбільш інтенсивний);
- насиченість: величина відбиття світла від 0 (чорний) до 0 (білий).

В чому ж суть вибору кольору. Переглядаючи каталоги зі шпалерами й кольорними діаграмами важко зрозуміти з чого почати. Вони допоможуть визначитись з потрібними кольорами та відтінками й підібрати правильне оформлення для приміщення. Але спочатку необхідно вирішити яку атмосферу необхідно створити: розслаблюючу або підбадьорюючу. Для розслаблюючої атмосфери необхідно використати світлі пастельні відтінки або підібрати тони синьої або бордово-коричневої гами. Підбадьорливу атмосферу створять сміливіші відтінки: від яскраво-зеленого до яскраво жовтогарячого.

Варто планувати кольорову гаму з орієнтуванням і на килим, диван або інші деталі інтер'єру.

Існує чотири способи сполучення кольорів. Користуючись діаграмою, можна створити безліч ефектів: від світлої палітри до яскравих контрастів.

Однотонні. Це найпростіші схеми, оскільки палітра сильно обмежена. При цьому створюється елегантний сучасний стиль. Просто необхідно вибрати два або три відтінки одного сегмента діаграми. їх можна комбінувати або дотримуватися одного головного відтінку, а інтер'єр урізноманітнити ретельно підібраними аксесуарами.

Гармонійні. Ці гами створюються з відтінків двох прилеглих сегментів діаграми: зелений і жовтий тощо. Комбінації можуть бути приглушеними, але зовсім ненав'язливими. Якщо виконуються роботи на основі одного кольору - наприклад, жовтого, то можна надати розмаїтість інтер'єру за допомогою аксесуарів тих кольорів, що в прилеглому сегменті.

Майже протилежні. Тут можна використовувати всі принади контрасту: обстановка стане свіжою й підбадьорливою, але ненав'язливою. Необхідно вибрати основний колір і комбінувати його з відтінками сегменту, що перебуває по праву або ліву сторони сегменту, розташованого навпроти. Голубий і жовтий - класичне сполучення «майже протилежних кольорів», воно освіжить кухонний інтер'єр та обстановку спалень у шведському стилі.

Контрастні. Найсміливіший метод складання кольорової гами, що здається яскравим і екстравагантним, якщо вибрати більш насичені відтінки. Добре підходить до дитячих кімнат і тих кімнат та зон, де людина буває найчастіше, наприклад, для коридорів і сучасних віталень. Поширені сполучення контрастів: голубий і жовтогарячий, рожевий і зелений.

Взаємодія кольору і світла

У проектуванні інтер'єру велике значення має взаємодія кольорів з освітленням. При штучному освітленні сприйняття кольорів стає іншим, ніж при природному, оскільки різні джерела мають різноманітну, кажучи науковою мовою, «колірну температуру».

Слабка природна освітленість приміщення просить більш теплих тонів. Тому, для кімнати з вікнами на північ доречно підібрати фасади теплих кольорів або білого, який можна поживавити яскравими плямами. Південна сторона як би зобов'язує до прохолодної свіжості колірної гами, оскільки надлишок сонця на робочому місці так само поганий, як і недостача.

Якщо неправильно розташувати джерела освітлення, то ніжні пастельні кольори будуть виглядати бляклими, а пастельно - зелений буде викликати асоціацію з лікарнею. Головний фактор, що може зруйнувати ретельно розроблені плани - це неправильно розміщене верхнє світло. Через те, що освітлювальні прилади відкидають світло вниз у центр кімнати, приміщення робиться бляклим і світло здається різким і неприємним. Можна спробувати наступні рішення:

- Замінити лампочку. Звичайні лампочки вольфрамові мають світло жовтувате. Поставити вольфрамово-галогенні лампи, які відкидають більш блакитнувате світло, схоже на денне.

- Встановити джерела освітлення на різних рівнях: настільні лампи, бра й світильники на підлозі підходять для віталень, спалень, тоді як у кухнях і коридорах оптимальне освітлення створять галогенні лампи на стелі.

- Поставити лампу на реостат, щоб можна було регулювати силу світла за бажанням.

- Лампи з абажурами різної текстури - простий спосіб додати • інтер'єру відчуття м'якості, якщо взяти абажур з паперу, матерії з легким рельєфом або малюнком, що розсіює світло.

- Можна спробувати використати лампу меншої потужності. Інколи, щоб пом'якшити освітлення, достатньо поміняти лампочку в 60 ват на 40-ватну.

Співвідношення світла

Щоб зрозуміти, як правильно сполучати відтінки, необхідно звернутися до кругової діаграми кольорів. З допомогою цієї простої схеми ви побачите особливості кожного відтінку' й зрозумієте, як правильно підібрати колірну пару для акцентів й аксесуарів. На діаграмі показані групи відтінків основних кольорів - червоного, жовтого, синього й т.д. Сегменти, які перебувають поруч - родинні

(гармонійні). Це означає, що в них є загальний пігмент. А в тих, які розташовані один навпроти одного, загального пігменту немає. Всі сегменти подані в діапазоні від найтемніших до найясніших відтінків, починаючи від центра кола. У центрі кругової діаграми розташований чорний колір, а білий перебуває за межами кола. Колірний ряд утворить спектр, який можна представити у вигляді кола, щоб показати їхнє взаємопроникнення й ефект.

Ергономіка і схема кольорів

Кожний колір має свій вираз. Але колір може бути не тільки прекрасним, але і володіти лікувальними особливостями, а його відсутність негативно впливає на здоров'я людини. Колір - це життя. Сьогодні багато вчених визнають, що яскраві фарби необхідні людині для здорового існування. Вони можуть надавати нові життєві сили, енергію і творчі ресурси. Недостатня кількість яскравих кольорів в містах мегаполісах, клімат яких бажає бути кращим - сіре небо, некольорова сльота, відсутність зелені приводить до появи так званого «кольорового голоду». Це не хвороба, як і дефіцит інших сенсорних відчуттів, достатньо небезпечний, так як є часто причиною великої кількості хвороб: нервово - психічних (хронічної втоми, апатії, безсонниці) і органічних. Депресивний стан веде до порушення працездатності різних органів.

Людському організму для нормального функціонування необхідно, щоб біля 80 відсотків всієї інформації, яка поступає до мозку, припадало на кольорове сприймання. Мозок має спеціальну ділянку, яка відповідає за розшифровку кольорової інформації. Вплив кольору на здоров'я людини був відомий лікарям в давнину, які постійно це використовували. Людина намагалася протягом тисячоліть знайти відповідь на питання, чому колір такий важливий для людини. Відомий німецький поет Йоганн Вольфганг Гете розробив теорію гармонії кольору, яка є актуальною і сьогодні й стала основою для багатьох наукових розробок, в тому числі і в галузі медицини. Американські вчені провели експеримент: приймали в ньому участь студенти різних рас, які протягом декількох хвилин дивилися на оранжево-червоний колір. В результаті вегетативні функції (тиск, пульс, частота дихання) учасників, які приймали участь в експерименті, підвищилися. Коли учасникам експерименту показували темно-синій колір, їх нервова система реагувала навпаки: пульс заспокоювався, тиск падав, дихання сповільнилось. Враховуючи лікувальну дію кольору, дизайнери сьогодні активно використовують різне кольорове співвідношення, в тому числі і забарвлене світло в оформленні інтер'єру. В сучасному інтер'єрі підприємств готельного господарства колір стає провідним, так як він об'єднує всі елементи обстановки. Домінуючий в інтер'єрі колір і кольорове співвідношення відіграють велику роль і в створенні відповідного настрою: ритмізують простір, підкреслюють архітектурне вирішення або навпаки знижують його, створюючи відповідну атмосферу в гамі модних кольорів. В пропонованій сьогодні палітрі присутні всі основні кольори спектру, не тільки живі і виразні, але й достатньо складні.

Багато кольорів і комбінацій використовується в декорації, але між кольорами має бути якийсь зв'язок, представлений у вигляді основних схем кольору:

- одноколірна: один колір і його різні відтінки на нейтральному тлі або кілька відтінків нейтрального фарбування й один насичений колірний акцент. Це

створює враження абсолютної єдності. Пофарбовані поверхні повинні бути нерівними, такими, щоб один колір домінував, а інші б його підкреслювали;

- розділене доповнення: та ж комбінація, але кольори, що доповнюють один одного, з'єднуються з протилежними. Будь-який відтінок або нейтральний колір може домінувати, а інші підкреслюють це;

аналогічна або гармонічна: суміжні кольори використовуються разом. Невелика кількість додаткового кольору може бути використана для додавання особливостей. Створює почуття єдності широкий спектр кольорів;

- триада: три основних і три другорядних кольори використовуються разом. Для підкреслення деталей або акценту один колір використовується більш інтенсивно, а інші притуплюються. Можна досягти сильного ефекту.

Хоча існує широкий спектр кольорів і відтінків, можна для досягнення сильного враження, але звичайно краще не використовувати більше трьох відтінків одного кольору. Суміш яскравих кольорів вносить напругу.

Можна використовувати кольори й візерунки, щоб варіювали світлі й темні відтінки.

Більшість кольорів викликають певні психічні реакції, асоціації і ефект, вироблені кожним, - це стимуляція зорового нерва. Реакція все-таки суб'єктивна й залежить від конкретної людини. Кольори мають свої особливості.

Жовтогарячий, жовтий, червоний (сонячне світло, жара, вогонь):

тепла стимулююча активність;

допомагають створити атмосферу товариськості, відкритості;

є сильними кольорами, краще їх використовувати в маленьких приміщеннях;

відтінки червоного перебільшують переваги (колір' змішується зі світлом ламп);

інфрачервоні лампи, захищені екраном,

використовуються у вітринах (багатство й тепло);

яскраві кольори підсилюють чутливість очей (наприклад, червоний) і швидко стомлюють зір, що спотворює інші кольори, які перебувають у близькому сусідстві від них;

яскраві кольори підходять для дуже жвавого приміщення; у більш просторих приміщеннях потрібний приглушений відтінок з невеликими колірними акцентами.

Голубий, зелений (небо, трава, море) - холодні кольори (голубий пасивний, колір світло-зелений - розслаблює й освіжає): віддаляють простір і збільшують його; повільніше й важче різняться й можуть використовуватися в більших кількостях; краще використовувати чисті кольори, ніж їхні сірі відтінки;

голубий і зелений підходять для теплого клімату й денного часу.

Червоно-синій:

Фіолетовий - важкий, холодний колір, протилежний жовтому, викликає почуття пригніченості;

Бузковий - більш гнучкий колір, може використовуватися для невеликого акцентування, підкреслює розкіш і велич.

Нейтральні відтінки:

кремовий, сірий і бежевий зливаються; нейтральні відтінки треба контрастувати з інтенсивними спалахами кольору;

правильно й акуратно змішуючись, нейтральні відтінки надають враження простоти й елегантності;

білий - колір чистоти, прозорості й порядку, він відіграє більшу роль у поділі кольорів, надаючи їм жвавості;

білий можна сполучати з яскравими, чистими кольорами для посилення свіжості й жвавості (рудуватий, червоний, жовтий, зелений).

Спеціальні ефекти:

центральні акценти, що притягують увагу й справляють враження легкості й театральності;

особливості дизайну можна підкреслити за допомогою місцевого й прямого світла, що носить додаткове пожвавлення;

прожектори, сценічне світло, лазери використовують для розваг.

Психологи класифікують кольори як важкі й легкі, глухі й дзвінкі, виступаючі й відступаючі. Світлі - легкими, темні - важкими.

У виборі кольорів, у першу чергу, треба враховувати функціональне навантаження та призначення приміщення.

Питання для самоконтролю.

1. Освітлення як елемент інтер'єру підприємств готельного господарства.
2. Взаємодія кольору і світла в готелі.
3. Колір в інтер'єрі підприємств готельного господарства.

Лекція 15.

Тема. Технологія прибиральних робіт та вестибюльної групи приміщень.

План лекції

1. Організація прилеглої території навколо готельних будівель.
2. Організація приміщень вестибюльної групи.
3. Технологія прибиральних робіт навколишньої території та вестибюльної групи приміщень

1. Організація прилеглої території навколо готельних будівель.

Однією з найістотніших проблем сучасної готельної споруди є розміщення її на ділянці так, щоб перед готельним комплексом вивільнити достатнє за площею місце для влаштування підземних паркінгів і стоянок для автотранспорту. Сучасний турист дедалі рідше приїжджає потягом і чимраз частіше - автобусом чи власним автотранспортом. Це спричиняє необхідність такого розташування входу, щоб між основною, прилеглою до магістралі, смугою руху і входом до готельного комплексу було місце для під'їзду 1-2 автобусів і декількох легкових автомашин. Значного клопоту завдають автобуси, які тривалий час розвантажуються, загороджують під'їзд і потребують зручного, захищеного від дощу доступу до будівлі.

Стоянки для автотранспорту. Після прибуття і вивантаження багажу власник чи водій автомашини ставить її на тимчасову

стоянку до моменту виконання формальностей, розміщення в житловому номері і визначення програми свого подальшого перебування. Тому неподалік від входу, на ділянці між під'їздом і основною смугою руху прилеглої вуличної магістралі, повинна розташовуватися тимчасова стоянка для автомашин. Вона може не охоронятися, але її має бути видно від готельного входу. Розміри стоянки залежать від місткості готельного комплексу. Стоянка повинна розміщуватися поблизу входу в ресторан і мати зручний виїзд на вуличну магістраль.

Вхід у готельний комплекс. Дуже важливою і складною проблемою є архітектурне оздоблення головного входу. Його характер залежить від виду готельного комплексу і від гостей, для яких він передбачений. Архітектурне планування входу може бути монументальним і претензійним чи скромним і простим. Загальним правилом є стриманість, без зайвої реклами або привернення уваги пішоходів. Вхідна стіна найчастіше буває суцільно зашклененою і висунутою відносно фасаду готельної споруди з метою створення ефекту запрошення для потенційних клієнтів. Вхід зазвичай робиться не дуже високим; перед входом необхідна також ніша, яка доповнюється у великих готельних комплексах козирком, що захищає від негоди тих, хто висаджується з автомашин чи автобусів.

Часто поруч із входом для гостей обладнується інший вхід для прийому багажу, при якому безпосередньо розташовується вантажний ліфт. Теоретично так вирішення доречно, проте на практиці воно застосовується рідко з огляду на те, що в небагатьох випадках наперед відомо, до якого номера призначений багаж.

Під'їзні шляхи до допоміжних служб готельного комплексу. У традиційному плані господарський вхід знаходився у дворі готельної будівлі та сполучався з вулицею проїздом. Сьогодні ж готельні комплекси споруджуються переважно як окремі споруди, тому під'їзні шляхи до господарського входу є серйозною архітектурною проблемою, оскільки всі сторони будівлі однаково видимі. Перед входом потрібна також велика площа як місце стоянки вантажних машин, що чекають вивантаження.

При використанні вантажних машин для господарських потреб розміри під'їзду перед службовим входом приблизно повинні становити 15x15 м. Внутрішній двір у низькій господарській частині готельного комплексу або критий під'їзд дозволяють приглушити небажані шуми.

Гаражі при готельних комплексах є дуже шумними приміщеннями, але у зв'язку з інтенсивним розвитком автотуризму та через те, що стоянки автомашин на вулиці небажані, вони необхідні в кожному великому готельному комплексі. Найчастіше гаражні приміщення розміщуються під землею; рідше - під самою будівлею, оскільки густа сітка колон конструкцій ускладнює належне використання простору. Іноді гаражі розташовуються під незабудованою територією.

Наявність вентиляції в гаражі обов'язкова, а виходи забрудненого повітря повинні виноситися за територію, що часто призводить до створення оригінальних архітектурних елементів у оточенні споруди. Можна передбачити викид забрудненого повітря через трубу, яка проходить через будівлю готельного комплексу, хоча це викличе втрату певної частини корисної площі.

Зелені насадження і спортивні споруди при готельних комплексах. Дедалі частіше в проектах готельних споруд передбачаються ділянки зелених насаджень, які мають велике декоративне значення, а також позитивно впливають на самопочуття клієнтів. Вони оточують спортивні майданчики, стоянки автомашин, веранди, на яких обладнані ресторани чи кафе. Раціонально запроектувати зелені насадження досить важко, оскільки значна частина ділянки готельного комплексу має тверде покриття і створення одного великого масиву зелени майже неможливе. Насадження дерев частіше передбачаються у вигляді ширм, які відокремлюють чи затінюють ділянки різного призначення. Високі зелені насадження впродовж кількох місяців не виконують цієї ролі через відсутність листя. Хвойні дерева можуть тільки частково проектуватися на ділянках такого типу.

Багато готельних комплексів прагнуть урізноманітнити перебування гостей, створюючи їм можливість для занять спортом. Безперечно, тут беруться до уваги ті види спорту, якими можна займатися індивідуально. Тому обладнуються здебільшого тенісні корти, водні басейни, оточені зеленню. Проте вони характерні для представницьких готельних комплексів, оскільки витрати на влаштування та експлуатацію таких споруд досить високі по відношенню до кількості гостей, що користуються ними.

2. Організація приміщень вестибюльної групи.

Сучасні підприємства готельного господарства - це складний комплексний об'єкт, до якого входить велика кількість приміщень різного функціонального призначення: для прийому, розміщення й обслуговування, надання житла, організації харчування, надання побутових послуг мешканцям, для культурно-

масового відпочинку, а також службові, господарські, підсобні, технічні тощо. Склад і кількість приміщень будь-якого підприємства готельного господарства залежить від його типу і місткості.

Групування приміщень підприємств готельного господарства розглядається в залежності від їхнього функціонального призначення:

- блок приймально-допоміжних приміщень із вестибулем;
- блок приміщень житлової групи;
- блок приміщень харчування;
- блок приміщень адміністрації;
- блок побутових, підсобних і господарських приміщень.

Усі вищезазначені блоки повинні бути взаємопов'язані між собою із врахуванням специфіки функціонального процесу. Залежно від типу готелю, до його структури можуть долучатися додаткові блоки (культурно-масового, спортивно-оздоровчого і ділового призначення).

Організація приміщень вестибульної групи

Основною об'єднувальною ланкою всіх груп приміщень готелю є **блок приймально-допоміжних приміщень із вестибулем**.

Він створює перше враження про готель. У цих приміщеннях здійснюються: прийом, оформлення і розміщення приїжджих, розрахунки з ними, надання інформації щодо діяльності готельних служб, різноманітних заходів, подій, визначних місць, екскурсій, зберігання і транспортування багажу тощо.

Функціональна організація приміщень вестибульної групи повинна забезпечити раціональне взаємне розміщення вертикальних комунікацій і входів, з тим, щоб рух основного потоку клієнтів був найкоротшим.

Для кращої організації простору у вестибулі витримується чітке зонування, яке зводить до мінімуму перетин потоків тих, хто проживає, від'їжджає і приїжджає, персоналу, епізодичних гостей і шляхів доставки багажу в номери та до автобусів. Для цього використовують декоративні решітки або екрани, зміну рівня підлоги або стелі приміщення, розстановку меблів різного функціонального призначення, елементи декоративного оздоблення, різноманітний характер освітлення і типи світильників, колір, оздоблювальні матеріали з різною фактурою поверхні.

У вестибулях передбачені такі **основні зони**:

- *зона інтенсивного пішого руху* охоплює маршрут транзитного руху до ліфтів і сходів;
- *зона екстенсивного пішого руху* включає піші підходи до допоміжних приміщень, гардероба, торгових кіосків, телефонів-автоматів і групи прийому. Нормативна площа вестибуля з гардеробом приймається 0,74 м² на 1 місце. До *групи приміщень прийому* належать: черговий адміністратор, що веде облік зайнятих номерів, попередніх замовлень; каса, де клієнти оплачують всі надані послуги, автоматично зареєстровані на індивідуальних картках; порт'є, що веде облік ключів (а за ними - присутність клієнтів), видає кореспонденцію і виконує особисті доручення;
- *допоміжна зона* охоплює відділення зв'язку, банківське відділення, транспортне агентство, перукарню, пункти прийому речей на ремонт, хімчистку і пральню, в камеру схову тощо;
- *рекреаційна зона* забезпечує короткотривалий відпочинок гостей, що приїжджають і від'їжджають.

Розміщення функціональних зон може бути різним: *фронтальним, поздовжнім і концентричним*. Склад зон та їхня організація залежать від типу готелю. У чотири- та п'ятизіркових готелях передбачаються магазини і торгові кіоски. При вестибулях повинні бути спеціальні приміщення для сортування багажу, звідки він спеціальним ліфтом доставляється на відповідні житлові поверхи та в номери. Із приміщень сортування багажу повинен бути безпосередній доступ до автобусів і автомобілів, що приїжджають і від'їжджають.

Розміщення допоміжних приміщень готелю навколо його основної ланки - вестибуля - повинно передбачати можливість швидкого орієнтування прибулих, зорового контролю за відвідувачами і виключати можливі (в туристичних готелях) скупчення груп туристів.

Основними елементами вестибуля є головний вхід у готельний комплекс, вертикальні комунікації, що пов'язують вестибуль із вищими поверхами (житловими), і стійка оформлення. Від правильного розміщення всіх елементів та дотримання технологічної їх послідовності (вхід - стійка оформлення - вертикальні комунікації) значною мірою залежить чіткість руху у вестибулі та зручність користування ним. Особливо це має значення у готелях, які працюють за системою «служби порт'є», коли ключі від усіх номерів знаходяться у порт'є.

Для функціональної організації готелю істотне значення має кількість *входів* у будівлю. Готелі великої місткості і високого рівня комфорту мають не менше 3-4 входів. Готелі малої місткості обмежуються двома входами в будівлю (головним і до службово- побутових приміщень), а також навантажувально-розвантажувальним майданчиком у господарському дворі.

Велике значення має вибір місця установки *ліфтів*. Ліфти, як правило, компонується групами по кілька в кожній. Місця влаштування цих груп повинні забезпечувати найкоротші шляхи до номерів; у вестибулі ліфти потрібно розташовувати так, щоб їх можна було легко знайти.

Стойка оформлення - це робоче місце працівників готельного комплексу, зайнятих прийомом і оформленням клієнтів. Тут розміщуються черговий адміністратор, розрахункова частина, паспортист, порт'є, черговий довідкового бюро, тобто ті співробітники, які виконують функції з прийому, оформлення й обслуговування гостей. Зазвичай стійка є відкритим бар'єром, що відокремлює працівників готелю від відвідувачів і дозволяє вільно спілкуватися з ними. Існують різні варіанти планування стійки, проте у всіх випадках вона повинна забезпечувати зручне місце для роботи і зберігання необхідних документів. Не існує чіткої взаємозалежності між довжиною стійки оформлення, місткістю і категорією готелю. Проте деякі іноземні фахівці вважають, що її довжина приймається з розрахунку 2,5 см на кожне місце в готельному комплексі. Для кращого орієнтування у просторі вестибулю стійку оформлення акцентують різними декоративними засобами.

Камера схову служить для зберігання ручної поклажі та обладнується стелажми. Її розміщують поруч із вестибулем, нерідко разом із гардеробом, що дозволяє одному працівникові поєднувати функції гардеробника і чергового в камері схову. Українськими нормами встановлений розмір камери схову від 5 до 50 м² залежно від місткості готельного комплексу.

У сучасних готельних закладах у камерах схову влаштовують *сейфи*, де мешканці готелів можуть зберігати гроші та коштовності. За користування сейфами стягується платня, оскільки це додаткова послуга для готельної клієнтури.

У готельних комплексах, призначених для обслуговування туристів, при вестибулі передбачається *спеціальне приміщення для швейцарів, носіїв багажу*, а також для *сортування і тимчасового зберігання багажу* клієнтів. Ці приміщення зазвичай зручно пов'язані з вантажним ліфтом, який доставляє багаж на житлові поверхи і розміщується біля входу до будівлі.

Санітарний вузол при вестибулі призначений для клієнтів, що тимчасово знаходяться в районі вестибулю. Найчастіше він розміщується так, щоб відвідувачі ресторану могли ним скористатися, здебільшого його розташовують у підвальному приміщенні під головним вестибулем готельного комплексу.

У готельному вестибулі повинен бути і *гардероб* для обслуговування гостей. Інтенсивність його роботи зростає в години роботи ресторану. Цей гардероб обслуговує також осіб, що приходять до клієнтів готельного закладу.

3. Технологія прибиральних робіт навколишньої території та вестибюльної групи приміщень.

Види та послідовність проведення прибиральних робіт (клінінгових операцій) у готелі визначаються санітарними нормами їх утримання та можуть бути відображені у відповідних нормативних документах - інструкціях з організації прибирання приміщень готелю. Інструкції є внутрішнім документом готелю та враховують специфіку організації обслуговування в ньому. Виконуються прибиральні роботи штатними працівниками готелю - покоївками (обслуговують житлові номери) та прибиральницями (всі інші приміщення), але іноді готелі залучають для цього спеціальні організації, що пропонують професійні послуги з прибирання.

Види прибиральних робіт класифікують за видами приміщень, що прибираються (вестибюль, житлові номери, коридори та холи і т. ін.) та за обсягом і змістом клінінгових операцій. За останнім принципом виділяють два основних види прибирань, що використовуються для усіх видів приміщень - поточне та генеральне, і додатково для житлових номерів - сухе на броні, після виїзду та проміжне (експрес- прибирання).

Для виконання прибиральних робіт використовують прибиральний інвентар, механізми та матеріали.

До *прибирального інвентаря* належать: швабри та щітки, віники та совки, відра, вантузи, ганчір'я і т. ін. Інвентар мусить бути промаркованим, чистим, зберігатися у спеціально відведених приміщеннях - інвентарних.

До *прибиральних механізмів* у першу чергу належать пилососи. Можуть використовуватися як звичайні побутові пилососи, що усувають до 85% пилу, так і професійні, спеціально розроблені для готелів, що відповідно усувають його до 97%, або екопилососи, що усувають навіть дрібнозернистий пил. У практиці готельної справи використовують також пилососи спеціалізованої дії - для сухого, вологого прибирання, чищення під парою. У деяких готелях використовують системи центрального пиловидалення, коли пил видаляється за допомогою

вакуумних насосів, встановлених у спеціальних приміщеннях, що через систему стбвбурів мають виходи на поверхах, до яких приєднуються гнучкі шланги - з ними і працюють покоївки. Пил надходить до приймальних водяних камер і видаляється через систему водостоків або каналізацію. У сучасних готелях використовують також свипери (підлогопідметальпі) та скрабери (підлогомиючі) механізми, підлогонатирачі (у тому числі - низько та високошвидкісні, для полірування і циклювання підлог). Механізми слід очищувати після використання, утримувати у технічно справному стані. Також до прибиральних механізмів належать візки для переміщення білизни та візки покоївок, що використовують під час прибиральних робіт.

Як *прибиральні матеріали* у сучасних готелях використовують синтетичні миючі та чистячі засоби, до яких пред'являють певні санітарно-гігієнічні вимоги. Вони повинні бути сертифікованими згідно існуючих стандартів, бути екологічно безпечними та безпечними для людей, що з ними працюють, не викликати алергії, не залишати неприємного запаху тощо. Деякі з них містять у своєму складі дезинфікуючі компоненти. Прибиральні матеріали добирають відповідно, до поверхонь, для чищення яких вони призначаються: окремо для фарфорових і фаянсових (кахляна плитка, санприбори і т. ін.); для скла і дзеркал; полірованих поверхонь або гладких дерев'яних; металевих (фурнітура у ванній кімнаті, на меблях); пластикових; килимових та м'яких тканинних поверхонь. Підлоги різних типів миються із застосуванням миючих засобів з мінімальним вмістом луку (особливо це стосується лінолеуму, а також мармурових та гранітних підлог, які слід витирати насухо після миття, щоби уникнути появи тріщин). Паркетні, лінолеумні, мармурові та деякі інші типи підлог для надання їм блиску обробляються відповідними емульсіями та мастиками. Прибиральні матеріали зберігають у спеціальних ємкостях у відповідно відведеному місці, при роботі з ними слід дотримувати правил техніки безпеки.

Прибирання різних типів приміщень готелю має свої особливості. Так, **вестибюль** готелю є його парадною частиною, де відбувається зустріч гостей, оформлення його проживання, активне спілкування та відпочинок гостей. Вестибюлю та його санітарний стан формують у гостя перше враження від готелю. Але прибирання тут утруднене, тому що майже постійно через вестибюль рухаються людські потоки. Воно проводиться в основному у ранній ранковий час або ввечері. Удень тільки видаляють сміття з попільниць та урн, злегка протирають меблі й обладнання, утримують у чистоті підлогу, можуть пройтись пилососом по килимових та м'яких меблевих покриттях. Ранком та ввечері (можливо також уночі) миють підлогу, прибирають приміщення вестибюльної групи, чистять двері, вивіски та покажчики, вхід до готелю, перевіряють справність інвентаря та обладнання. Не рідше одного разу на місяць проводять генеральне прибирання вестибюлю: ретельно миють та полірують підлогу, протирають світлову арматуру та вікна. Раз на два місяці змінюють штори, протирають поверхні стін, карнизи, обмітають стелю. Двічі на рік миють вікна вестибюлю. До миття світлових приборів та вікон можуть залучатися спеціальні робітники, які мають відповідні дозволи для роботи на висоті.

Прибирання **холів та віталень** на поверсі включає в основному пиловидалення та регулярне провітрювання. Підлогу, килимові покриття та м'які меблі обробляють пилососом. Після цього усувають пил з плінтусів, підвіконь, радіаторних решіток,

полірованих меблів, видаляють сміття з підлогових і настільних попільничок (це слід робити протягом дня), протирають або обмітають пил з картин та предметів декоративного мистецтва, що прикрашають хол, поливають квіти й зелень.

Прибираючи **коридори та сходи** житлової групи приміщень, пилють килимові покриття, видаляють пил з I плінтусів, номерних знаків, очищують від сміття та миють I урни й попільниці, миють підлогу сходів. При генеральному прибиранні раз на місяць видаляють пил зі стін та драпірувань, миють двері, опалювальні прилади, протирають світільну арматуру. Раз на два місяці ретельно очищують стіни, обмітають стелю, протирають карнизи, - скло вікон, змінюють штори. Двічі на рік миють вікна.

Службові, побутові та підсобні приміщення на поверсі також вимагають щоденного вологого прибирання з видаленням пилу, що виконується покоївками за спеціально встановленим графіком. У **білизняних** щотижнево робиться генеральне прибирання з миттям стін і дверей і видаленням пилу зі стелі.

Прибирання **санвузлів та душових загального корне тування**, якщо такі є на поверсі, виконується в окремому спецодязі (халат, прогумований фартух, рукавички, спеціальне взуття, косинка на голову) та з використанням окремого, спеціально промаркованого інвентаря. У санвузлі спочатку прибирається передня кімната (згори вниз - дзеркала, туалетні полицки, фурнітура, плитки стін, умивальники підлога), потім власне санвузол; у душових - відповідним чином спочатку прибирається кімната для роздягання, по тім власне душова, бажано - після кожного використання. Прибирання проводять вологим способом, обов'язково I і застосуванням дезрозчинів. При генеральному прибиранні миють стіни, двірні та віконні прорізи, вентиляційні решітки, не рідше раз на місяць протирають світільники.

Особливу увагу серед прибиральних робіт у готелі приділяють прибиранню **житлових номерів**.

Усі види прибирання номерів (крім проміжного експрес прибирання) проводять у першій половині дня у такій послідовності: спочатку сухе на броні, далі - в номерах після виїзду проживаючих і вже потім - щоденне поточне прибирання. Генеральне прибирання проводять за графіком на 7-10 днів і обов'язково в номерах після виїзду. Проміжне експрес-прибирання проводять не в усіх готелях, а пере важно у висококласних, де в номерах підтримується високий стандарт чистоти і порядку протягом усього дня або їх окремо готують для сну. Відповідно існує усталена послідовність прибирання приміщень у номері: в однокімнатному спочатку прибирають житлову кімнату, потім передпокій і в кінці - санвузол; у двокімнатному номері - спальню, вітальню, передпокій, санвузол; у 3-4-кімнатному номері починають зі спальні, далі відповідно - їдальню, кабінет, вітальню, передпокій і санвузол.

Готуючись до проведення прибиральних робіт, покоївка, що заступила на робочу зміну, повинна надягти чистий та випрасуваний спецодяг, отримати наряд-завдання, де вказані категорії та номери кімнат та види прибирання, які слід виконати у них, взяти ключі від відповідних номерів та укомплектувати візок.

На верхній рівень візка викладають предмети гігієни у дрібній упаковці, рекламний матеріал та сувенірну продукцію. На середньому рівні розташовують чисту білизну, на нижньому - миючі засоби. З боків

розташовують мішки для брудної білизни та для сміття. На I Пiчнi виступи вiзка вмищують миючий iнвентар та механiзми. Пiд час проведення прибирань вiзок знаходиться поблизу номера, що економить час та покращує органiзацiю прибирання.

Сухе прибирання номерiв на бронi проводиться у номерах, що вже готовi до заселення, щоби пiдтримати iх високий санiтарний стандарт. Пiд час цього прибирання усувають з меблiв пил, що встиг накопичитися пiсля останнього прибирання, перевiряють якiсть прибирання санвузла, наявнiсть у ньому туалетного паперу та засобiв гiгiєни, й. також перевiряють справнiсть обладнання у житловiй кiмнатi та комплектнiсть рекламно-довiдкового матерiалу у рекламнiй папцi готелю.

Пiсля цього приступають до проведення *прибирання номерiв пiсля виїзду* проживаючих, щоби якнайшвидше пiдготувати iх до наступного заселення й уникнути простою. Номер перевiряють на можливу наявнiсть у ньому забутих проживаючим речей, контролюють збереженiсть майна номера, справнiсть приборiв i обладнання, мiняють постiльну бiлизну, поповнюють рекламну папку i далi виконують у номерi поточне щоденне прибирання. Якщо гiсть виїжджає у нiчнi години, номер слiд проконтролювати, а прибирання в ньому провести на початку денної робочої змiни.

Поточне щоденне прибирання є основним видом притиральних робiт у готелi та має усталену технологiю.

Перед початком прибирання слiд обробити дезрозчином санiтарнi прибори, видалити смiття, винести бруднi рушники та бiлизну. Якщо в номерi немає кондицiонера, прибирання слiд проводити при провiтрюваннi.

Починають прибирання з заправлення лiжка. У кожному готелi є свiй стандарт прибирання лiжка - у виглядi капсули, повнiстю закритої покривалом (найчастiше зустрiчається у мiських готелях дiлового типу), з вiдкинутим кутом простирадла (у курортних готелях) i т. iн., але у будь-якому разi цей стандарт мусить вiдповiдати вимогам гiгiєни та естетики.

Питання для самоконтролю.

1. Охарактеризуйте органiзацiю прилеглої територiї навколо готелю.
2. Як здiйснюється зонування вестибюльної групи примiщень?
3. Якi складовi технологiчних циклiв клiнiнгу прилеглої територiї та вестибюльної групи примiщень?

Лекція 16.

Тема. Технологія прибиральних робіт у житловій групі приміщень

План лекції

1. Види прибиральних робіт у житлових номерах.
2. Нормативна хронологія нормативних операцій обслуговуючих циклів клінінгу.

1. Види прибиральних робіт у житлових номерах.

Прибирання **санвузлів та душових загального корне тування**, якщо такі є на поверсі, виконується в окремом* спецодязі (халат, прогумований фартух, рукавички, спсці альне взуття, косинка на голову) та з використанням окремого, спеціально промаркованого інвентаря. У санвузлі спо чатку прибирається передня кімната (згори вниз - дзерк.і ла, туалетні полички, фурнітура, плитки стін, умивальники підлога), потім власне санвузол; у душових - відповідним чином спочатку прибирається кімната для роздягання, по тім власне душова, бажано - після кожного використання. Прибирання проводять вологим способом, обов'язково і застосуванням дезрозчинів. При генеральному прибирані и миють стіни, двірні та віконні прорізи, вентиляційні решетки, не рідше рази на місяць протирають світильники.

Особливу увагу серед прибиральних робіт у готелі при діляють прибиранню **житлових номерів**.

Усі види прибирання номерів (крім проміжного експрес прибирання) проводять у першій половині дня у такій по слідовності: спочатку сухе на броні, далі - в номерах після виїзду проживаючих і вже потім - щоденне поточне прибирання. Генеральне прибирання проводять за графіком р;і і на 7-10 днів і обов'язково в номерах після виїзду. Проміжш експрес-прибирання проводять не в усіх готелях, а перс важно у висококласних, де в номерах підтримується високий стандарт чистоти і порядку протягом усього дня або їх окремо готують для сну. Відповідно існує усталена послі довність прибирання приміщень у номері: в однокімнатно му спочатку прибирають житлову кімнату, потім передпо кій і в кінці - санвузол; у двокімнатному номері - спальню вітальню, передпокій, санвузол; у 3-4-кімнатному номері починають зі спальні, далі відповідно - їдальню, кабінет, вітальню, передпокій і санвузол.

Готуючись до проведення прибиральних робіт, покоїн ка, що заступила на робочу зміну, повинна надягти чистий тг\ випрасований спецодяг, отримати наряд-завдання, де вказані категорії та номери кімнат та види прибирань, які слід виконати у них, взяти ключі від відповідних номері:- та укомплектувати візок. На верхній рівень візка виклада- Но'гь предмети гігієни у дрібній упаковці, рекламний матеріал та сувенірну продукцію. На середньому рівні розташо- Ііують чисту білизну, на нижньому - миючі засоби. З боків розташовують мішки для брудної білизни та для сміття. На І Пічні виступи візка вміщують миючий інвентар та механіз- Іми. Під час проведення прибирань візок знаходиться по- близу номера, що економить час та покращує організацію прибирання.

Сухе прибирання номерів на броні проводиться у номерах, що вже готові до заселення, щоби підтримати їх високий санітарний стандарт. Під час цього прибирання усувають з меблів пил, що встиг накопичитися після останнього прибирання, перевіряють якість прибирання санвузла, наявність у ньому туалетного паперу та засобів гігієни, й. І також перевіряють справність обладнання у житловій кім- І паті та комплектність рекламно-довідкового матеріалу у І рекламній папці готелю.

Після цього приступають до проведення *прибирання номерів після виїзду* проживаючих, щоби якнайшвидше підготувати їх до наступного заселення й уникнути простою. І Номер перевіряють на можливу наявність у ньому забутих І проживаючим речей, контролюють збереженість майна но- І мера, справність приборів і обладнання, мінняють постільну білизну, поповнюють рекламну папку і далі виконують у І номері поточне щоденне прибирання. Якщо гість виїжджає І у нічні години, номер слід проконтролювати, а прибирання І в ньому провести на початку денної робочої зміни.

Поточне щоденне прибирання є основним видом при- І биральних робіт у готелі та має усталену технологію.

Перед початком прибирання слід обробити дезрозчином санітарні прибори, видалити сміття, винести брудні І рушники та білизну. Якщо в номері немає кондиціонера, І прибирання слід проводити при провітрюванні.

Починають прибирання з заправлення ліжка. У кожному готелі є свій стандарт прибирання ліжка - у вигляді капсули, повністю закритої покривалом (найчастіше зустрічається у міських готелях ділового типу), з відкинутим кутом простирадла (у курортних готелях) і т. ін., але у будь-якому разі цей стандарт мусить відповідати вимогам гігієни та естетики. Після цього прибирають на обідньому столі: посуд ми ють та ставлять у сервант або передають у ресторан, які її їжа подавалася звідти. Залишки їжі вмішують у холодильник і. ник чи шафу, недоїдки слід викинути. Карафу миють і на повнюють свіжою водою, вимиті та витерті насухо склянки ставлять на піднос на спеціальні паперові серветки дінцсм угору або накривають паперовими ковпачками. Випорож нюють попільницю, попередньо переконавшись, що до неї не покладені якісь дрібні речі гостя, миють і протирають і. насухо.

Далі прибирають письмовий стіл. Шухлядки витряху- ють (якщо в них немає речей гостя) і протирають злегка во логим ганчір'ям, поверхню стола протирають або вологою і потім сухою ганчіркою, або ганчіркою з пилозв'язуючим розчином. Злегка вологою ганчіркою протирають також те лефон, світильники, холодильник; сухою - телевизор, карти ни, вази. Все це роблять, не зачіпаючи паперів, книг, речей гостя, розкладених на столі.

Вологим ганчір'ям протирають віконні рами, під віконня, радіатори, плінтуси, сухим або серветками пилозв'язуючим розчином - поперечки та ніжки стільців, деталі меблів. Після цього поливають кімнатні квіти, якщо вони є в номері, перевіряють наявність достатньої кількості інвентаря (плічок для одягу, щіток для одягу та взуття, попільничок, нарзанних ключів тощо) та справність обладнання (світильничок, телефона, телевизора, холодильника тощо) і переходять до роботи з пилососом. За допомогою пилососа очищують килимові покриття, м'які меблі, драпі рування, стіни та підлогу.

¹ У передпокої протирають вішалку та підбагажник, миють дзеркала, підлогу і далі приступають до прибирання санвузла. Прибирання санвузла слід проводити у прогумованому фартуці та рукавичках. Після очищення миють і витирають урну для сміття. Ретельно миють та витирають насухо ках ляну плитку, дзеркало і піддзеркальну поличку (обов'язково - з обох сторін). На поличці вміщують туалетне приладдя (склянки - так само дінцями вгору або накриваються па перовими ковпачками). Санітарні прибори миють із застосуванням дезрозчинів, На ванну, умивальник, унітаз і біде нікладають спеціальні бирочки «Продезінфіковано», які в різних готелях мають різні модифікації. Протирають металеву фурнітуру - крани, шланги. Рушники вивішують на спеціальній пристрій - рушнікоутримувач (особисті рушники для обличчя) або на змійовик-рушнікосушарку (зверху - банні, знизу - для ніг). Рушник для ніг - можна повісити на бік вапни. Перевіряють наявність туалетного паперу, мила, гігієнічних засобів у дрібній упаковці. Закінчуючи прибирання санвузла, миють підлогу.

При проведенні *генерального прибирання* номера видаляють пил з м'яких меблів, килимів і матраців, за допомогою пилососу усувають пил зі стелі, стін, драпірування, вентиляційних решіток, протирають двері та вікна, чистять дзеркала, металеву фурнітуру, очищують підлогу та обробляють її мастиками. Раз на місяць у номерах миють та протирають світильники, двічі на рік ретельно міють вікна та змінюють штори.

Проміжне експрес-прибирання проводиться у другій . половині дня в номері, де вже проводилося поточне прибирання, якщо гість відпочивав після обіду або готуючи і номер до сну. При цьому видаляють сміття з попільничок, урн, підлоги; прибирають обідній стіл (якщо в Номер подавалася їжа); миють ванну (якщо гість користувався нею) та прибирають ліжко. Готуючи ліжко до сну, його розправляють, на подушку або на тумбочку біля ліжка викладають компліментарну цукерку чи шоколадку.

Існують певні правила етики, яких покоївки мусять дотримувати при проведенні прибиральних робіт у житлових номерах. Так, перед тим як зайти у номер, покоївка повинна постукати, навіть якщо вона певна, що в номері немає проживаючого. Не можна проводити прибирання у присутності гостя. Якщо гість весь день не виходить із номера, слід постукати і спитати, чи дозволить він прибрати. У сучасних готелях для таких випадків існують таблички з написами «Прошу прибрати у моєму номері» або «Прошу не турбувати», які повинні бути у теці з рекламно-довідковим матеріалом і у разі потреби вивішуються гостем на ручку дверей з зовнішньої сторони. Прибирання проводиться завжди при прочинених дверях. Чіпати та пересувати речі гостя не дозволяється. Категорично забороняється чіпати папери гостя на письмовому столі або вкладати речі гостя до сумки ми валізи. Покоївці дозволяється тільки скласти нічну піжаму чи сорочку гостя та покласти її під подушку, повісити його халат у шафу, а капці - винести до передпокою.

У готелях існують приміщення, утримання яких вимагає особливо ретельного контролю за дотриманням санітарного режиму. Це такі приміщення як перукарні, сауни та басейни, білизняні та пральні. Режим їх утримання відображено в окремих нормативних документах, а санітарній і стан регулярно контролюється відповідальними особами і адміністрації готелю та службою СЕС.

Перукарня в готелі займає окреме, спеціально обладнане приміщення, що складається з передпокою (іноді - і окремим гардеробом), залу очікування, робочого залу (іноді окремо чоловічого та жіночого залів), підсобного приміщення з комірною, кімнати для персоналу. Може бути також кімната для сушіння волосся, обладнана апаратами-фенами і (1,5-2 на кожне робоче місце в залі). У робочому залі кожне робоче місце обладнується комплектом для роботи (дві підвісні тумбочки, крісло з підголовником, раковина та стінне дзеркало), є спеціальна шафа з чистою білизною. Тут може бути встановлений стіл для манікюра з двома стільцями. Підсобне приміщення обладнане раковиною з гарячою та холодною водою, поличкою для чистих приборів І СТОЛОМ ДЛЯ використаних, нагрівальним елементом і баком для сміття. У коморі - стелажі або шафи для чистої білизни, скрині для брудної, шафа для зберігання парфюмерії. У приміщенні для персоналу - індивідуальні шафи для домашнього одягу, вішалка для робочих халатів.

В обладнанні перукарні повинні використовуватися матеріали, що легко очищуються. Підлога - гладка, що добре миється. Стіни - гладко пофарбовані або вкриті плиткою. Меблі теж повинні допускати легке очищення та дез-инфекцію, туалети та піддзеркальники - з мармуру, скла, пластмаси. Усі приміщення перукарні щоденно піддаються ретельному прибиранню - до, після роботи та протягом дня; раз на тиждень виконується генеральне прибирання. Раз на місяць перукарню закривають на «санітарний день». Під час прибирання миють раковини, дзеркала, меблі, підлогу, баки для сміття, прибирають індивідуальні шафи та тумбочки майстрів, підлогу. Всі роботи виконують вологим способом із застосуванням дезрозчинів. Острижене волосся збирають у спеціальне відро з кришкою або мішок із крафтпаперу і в кінці робочого дня спалюють або, якщо для цього немає умов, видаляють у спеціально відведені місця, узгоджені з СЕС. При проведенні генерального прибирання спеціальними щітками миють стіни, вікна, підвіконня, радіатори, очищують стелю та світильники. Після прибирання приміщення перукарні добре провітрюють.

2. Нормативна хронологія нормативних операцій обслуговуючих циклів клінінгу. Розробка технологічного стандарту особливо потрібна для обслуговуючих технологічних циклів, фундаментом для яких є клінінгові технології.

Технологічний стандарт визначає види технологій клінінгу, їхню санітарно-гігієнічну спрямованість, послідовність виконання технологічних операцій і тимчасові нормативи.

Прикладом таких нормативів можуть бути «Технологічні інструкції з прибирання номерів», розроблені ще системою «Інтурист», які використовуються в сучасних готельних підприємствах колишньої системи з урахуванням нових видів матеріалів для прибирання, механізмів, засобів для миття і чищення.

Чинні нормативи визначають вимоги, запропоновані до технологічної послідовності здійснення робіт з прибирання житлових помешкань готелю і його оснащення.

Вони вводяться з метою забезпечення дотримання відповідного санітарно-гігієнічного стану номерів і помешкань на житлових поверхах і забезпечення високої якості обслуговування гостей у готелі.

В.1. Складові технологічних циклів клінінгу житлових помешкань готелю:

- 1.1. поточне щоденне прибирання; проміжне прибирання;
- 1.2. прибирання номерів після виїзду гостей; генеральне прибирання.

В2. Нормативна хронологія технологічних циклів клінінгу

2.1. Перед тим як приступити до прибирання номерів, покоївка повинна перевірити *заброньовані номери*, прибрані напередодні. При цьому вона повинна перевірити якість прибирання номера, санітарного вузла, роботу освітлювальних приладів, телевізора, холодильника, телефону, радіоточки, перевірити наявність рекламного і довідкового матеріалу.

2.2. Прибирання покоївка починає з номерів, що звільнилися *після від'їзду* гостей. Після прибирання вона негайно здає підготовлені до заселення номери в службу прийому і розміщення.

2.3. Проводиться *поточне щоденне* прибирання номерів, зайнятих гостями.

2.4. Виконується *проміжне прибирання*, якщо на нього є завдання.

2.5. Проведення *генерального прибирання* здійснюється за планом один раз на 10 днів у звільненому після від'їзду гостя номері.

2.6. Встановлені норми можуть бути змінені у випадку, якщо це визначено в завданні або якщо гість вивісив табличку «*Будь ласка, приберіть мою кімнату*» на ручку з зовнішньої сторони вхідних дверей або, навпаки, вивісив табличку «*Будь ласка, прошу не турбувати*».

В3. Нормативна хронологія технологічних операцій клінінгу в номерах визначає таку послідовність

3.1. Багатокімнатний номер: 1) спальня, 2) їдальня, 3) вітальня, 4) східці (для дворівневих номерів), 5) санітарний вузол.

3.2. Двокімнатний номер: 1) спальня, 2) вітальня, 3) передпокій, 4) санітарний вузол.

3.3. Однокімнатний номер: 1) житлова кімната, 2) передпокій, 3) санітарний вузол.

В4. Технологічні операції технологічного циклу клінінгу

«1.1. - Поточне щоденне прибирання».

4.1. Технологічні операції «Прибирання житлової кімнати».

4.1.1. Дезінфікування:

- перед початком прибирання полити дезінфікуючим розчином умивальник, ванну й унітаз;
- винести рушники і сміттєвий кошик у передпокій, зачинити двері санітарного вузла.

4.1.2. Провітрювання:

- відчинити вікно або балконні двері для провітрювання помешкання, установити фіксатор стулки;
- за наявності кондиціонування дана операція виключається.

4.1.3. Переміна постільної білизни:

- зняти і покласти на крісло ковдру, подушку, простирadlo; . перевернути на іншу сторону перину;
- зібрати брудну постільну білизну, включаючи рушник, і віднести на візок;
- забрати з візка чисту білизну і покласти її на спинку стільця.

4.1.4. Прибирання обіднього столу:

- якщо гість залишив їжу, залишки покласти на тарілку і забрати в холодильник або залишити на столі, накривши серветкою;
- посуд, що належить готелю, ретельно вимити і забрати в тумбочку або залишити на столі, накривши її чистою серветкою;
- якщо їжа подавалася в номер, то посуд, що належить ресторану, повернути офіціантам, для чого по телефону потрібно повідомити в ресторан, що можна забрати посуд;
- попільницю винести з кімнати і залити водою в умивальнику. Перед видаленням сміття з попільниці перевірити, чи не покладені туди цінні речі.

4.1.5. Прибирання ліжка:

- замінити білизну, керуючись такими вимогами: щодня міняють постільну білизну всім гостям у номерах вищої категорії; не рідше одного разу на три дні - міняють білизну у номерах I і II категорії; щодня міняють рушники всім гостям;
- перевірити справність ліжка і чистоту матраца, перини. Обробити пилососом матрац і перину, акуратно розкласти їх на ліжку;
- розстелити простирадло на ліжку, підігнувши один його край під перину до внутрішньої сторони ліжка, а другий, зовнішній, послати так, щоб він був підігнутий під матрац;
- надіти наволочку, збити подушку і покласти її на простирадло клапаном до узголів'я ліжка. Нічні сорочки, піжами кладуть до узголів'я під подушку;
- розправити ковдру в підковдрі, покласти її поверх простирадла і подушки, підігнувши краї з двох боків так, щоб виріз підковдри знаходився по центру. Простежити, щоб до голови постійно був звернений той самий кінець ковдри;
- накрити ліжко покривалом так, щоб чітко вимальовувалися краї ліжка;
- халат гостя вішають у шафу. Взуття і тапочки виносять у передпокій;
- при виявленні на білизні плям від комах тощо негайно доповісти про це бригадиру.

4.1.6. Прибирання письмового столу:

- шухляду письмового столу, якщо в ній немає особистих речей гостей, витрусити і протерти зовні та зсередини злегка вологою ганчіркою;
- протерти поверхню столу і предмети, що знаходяться на ньому, від пилу;
- перевірити наявність рекламних матеріалів, паперу і конвертів у папці. Папку покласти на столі поруч із телефоном;
- протерти телефонний апарат, телевізор сухою ганчіркою і перевірити їхню роботу;
- попільницю промити, протерти насухо і поставити на стіл.

4.1.7. Вологе і сухе протирання:

- протерти холодильник і перевірити його роботу; протерти вологою ганчіркою віконні рами, підвіконня і плінтуси; сухою ганчіркою протерти поперечки і ніжки столів, крісел, стільців, внутрішню поверхню шаф.

4.1.8. *Контроль оснащеності та справності приладів і устаткування:* перевірити у шафі для одягу наявність плічок у номері вищої категорії - не менше 12 шт., у номері першої категорії двомісному - 10 шт., одномісному - 5 шт.;

- перевірити наявність у номері щіток для одягу і взуття, ключа для відкривання пляшок. Щітки для одягу і взуття знаходяться в передпокої. При потребі поповнити їх;

- перевірити роботу електроустаткування і світильників.

4.1.9. Механізована технологічна операція прибирання:

- пилососом почистити: драпірування, м'які меблі, килимове покриття; видалити пил зі стін і підлоги.

4.2. Технологічні операції «Прибирання санітарного вузла».

4.2.1. *Виконати санітарно-гігієнічні вимоги, надягнувши прогумований фартух і гумові рукавички.*

4.2.2. Винести сміття з кошика; вимити кошик.

4.2.3. Помити стіни санітарного вузла:

- спеціальним засобом;
- змити стіни чистою водою;
- протерти сухою ганчіркою.

4.2.4. Прибирання дзеркального набору:

- обережно протерти дзеркало спочатку вологою, а потім сухою ганчіркою до блиску;

- вимити туалетну поличку з обох боків і протерти її;

- вимити склянки, відполірувати і поставити їх на поличку в серветку, складену конвертом.

4.2.5. Перевірити наявність набору туалетного приладдя і туалетного паперу, при потребі поповнити їх.

4.2.6. Прибирання умивальника:

- помити з внутрішньої та зовнішньої сторін, звертаючи увагу на їхню чистоту;

- сполоснути гарячою водою;

- протерти миючим засобом;

- промити гарячою водою, прополоскати дезінфікуючими засобами;

- знову промити водою.

4.2.7. Прибирання ванни:

- сполоснути ванну гарячою водою;

- протерти її миючим засобом;

- сполоснути гарячою водою;

- вимити дезінфікуючими засобами;

- знову промити водою, звернувши увагу на злив води і цілість ланцюжка від пробки;

- вимити штору для ванни.

4.2.8. *Вимити сантехнічну арматуру:* крани, гнучкий шланг і мильницю; мильні плями на металі неприпустимі.

4.2.9. Протерти насухо чистою білою ганчіркою: *глазуровані плити стін над ванною;*

- ванну; умивальник.

4.2.10. Звернути увагу на чистоту стоків ванни й умивальника.

4.2.11. Прибирання унітаза і біде. Попередньо надівши рукавички:

- облити внутрішні стінки гарячою водою;

- протерти пастою;

- сполоснути гарячою водою;

- вимити дезінфікуючим розчином, у тому числі кришку і ручки; протерти сухою ганчіркою всі поверхні;

- вимити водою з доданням дезінфікуючого розчину гумовий килимок і підлогу.

4.2. Завершення прибирання санітарного вузла: *помити руки; повісити чисті рушники;*

- лазневі рушники повісити на верхні рівні сушарки для рушників; рушники для ніг повісити на нижній рівень сушарки для рушників; рушник махровий особистий повісити на тримач для рушника; рушник під ноги покласти на ванну.

4.3. Технологічна операція «Завершення прибирання номера».

Після закінчення прибирання санітарного вузла повернутися в житлову кімнату, зачинити вікно, вимкнути, якщо ввімкнуте, світло і замкнути номер.

4.4. Технологічна операція «Надання побутових послуг».

Якщо гість залишив білизну для прання, покоївка передає білизну в спеціальному пакеті бригадиру, бригадир відносить його в пральню; оформляє квитанцію з переліком білизни і вказівкою вартості прання; кладе на стіл (тумбочку) чистий бланк-замовлення на прання; вішає новий пакет для білизни в санітарному вузлі.

4.5. Допоміжна технологічна операція «Контроль за технічним станом номера».

У випадку виявлення несправностей: сантехнічного устаткування, електроустаткування, витoku води, несправності телевізора, телефону, холодильника потрібно дати заявку в диспетчерський пункт, записати в журналі і простежити за виконанням заявки.

В5. Технологічні операції технологи клінінга

«1.2. Проміжне прибирання».

5.1. Виконують, як правило, у другій половині дня, якщо цей вид прибирання *зазначений* у наряді, або на прохання гостя.

5.2. ***При проміжному прибиранні номерів виконати такі роботи:*** видалити сміття з попільниць, із кошика та з підлоги; якщо харчування подавалося в номер, упорядкувати стіл; прибрати постіль, якщо гість відпочивав; помити ванну, якщо гість користувався нею протягом дня; вимити склянки.

В6. Технологічні операції технологи клінінгу

«1.3. Прибирання номерів після виїзду гостя».

6.1. Технологічна операція «прийняття номера»:

- перевірити, чи немає забутих гостями речей: у ліжку, письмовому столі, платтяній шафі, санітарному вузлі;

- уважно перевірити цілість майна готелю;

- зняти з ліжка ковдру, простирадло, перевернути перину.

6.1.1. При виявленні ушкодження майна або забутих речей:

- покоївка негайно доповідає про це бригадиру або завідувачому корпусом;

- про псування майна обов'язково складають акт.

6.1.2. Забуті речі обов'язково здають у службу приймання й обслуговування за актом.

6.1.3. Категорично забороняється залишати забуті клієнтами речі на поверсі або відносити їх додому.

6.2. Провести технологічну операцію в обсязі, вказаному в розділі «Поточне щоденне прибирання».

7. Технологічні операції технологи клінінга «1.4. Генеральне прибирання».

7.1. Генеральне прибирання номерів проводиться один раз на 10 днів.

7.2. При генеральному прибиранні номерів потрібно виконати такі технологічні операції:

- вибити матраци і м'яке крісло, стільці через мокру ганчірку;
- видалити пил зі стін пирососом, застосовуючи круглу щітку з довгим ворсом, прочистити вентиляційні решітки;
- вимити віконне скло, крім зовнішнього боку, і двері;
- простежити, щоб електрики щомісяця протирали від пилу електросвітільники і люстри в номерах;
- випрати тюль;
- видалити плями на килимі.

7.3. Провести роботу в обсязі, зазначеному в розділі «Поточне щоденне прибирання».

8. Підготовка покоївки до роботи з прибирання номерів визначається «Поведінковим стандартом».

8.1. Покоївка перед початком роботи з прибирання номерів зобов'язана:

- надягти чистий і добре випрасуваний формений одяг;
 - одержати завдання від бригадира — наряд на роботи, де має бути зазначено номер кімнати, категорію номера, вид прибирання;
- перевірити наявність інвентарю та матеріалів для прибирання;
- одержати потрібну кількість комплектів постільної білизни, рушників і туалетного приладдя;
 - взяти рекламний матеріал;

укомплектувати візок предметами і засобами для прибирання.

8.2. Покоївка повинна знати:

- номери прибирають за відсутності гостей, за винятком випадків, коли в номері перебуває хворий або живе сім'я, члени якої завжди в номері;
- при цьому прибирання роблять з дозволу гостей;
- за бажанням гостя прибирання може здійснюватися в його присутності;
- перед тим як відчинити ключем номер, покоївка зобов'язана постукати в двері, навіть якщо впевнена, що в номері нікого немає;
- номери прибирають при напіввідчинених дверях;
- під час прибирання санітарного вузла покоївка повинна чітко дотримуватися вимог санітарно-гігієнічних норм;
- якщо в номері розкладені особисті речі гостей, після прибирання розкласти все на ті самі місця;
- не можна складати у валізу речі, вийняті з неї мешканцем;
- при виявленні в номері ушкоджень готельного майна, завданих мешканцем, негайно доповісти бригадиру або завідувачому корпусом.

8.3. Покоївка повинна володіти навичками прибирання.

З цією метою розробляють форми контролю: тестові, тренінгові.

Тестові форми контролю визначають порядок дій покоївок та запитання щодо стандартних дій.

Питання для самоконтролю.

1. Визначте основні позиції санітарно-гігієнічних вимог до готелю та розкрийте їх зміст.
2. Які притиральні матеріали, механізми та інвентар використовують у ході прибиральних робіт.
3. Визначте види прибиральних робіт у готелі та послідовність їх виконання.

Лекція 17.

Тема. Організація і управління готельними підприємствами.

План лекції

1. Поняття і принципи побудови системи управління у готелях.
2. Форми управління у готельній сфері.
3. Документація в роботі підприємства, її види.

1. Поняття і принципи побудови системи управління у готелях.

Для забезпечення ефективного функціонування будь-якого готельного підприємства важливе значення має побудова організаційно-функціональної структури управління.

Організаційно-функціональна структура управління — це впорядкована система управлінських ланок, розташованих у строгому підпорядкуванні, що забезпечують взаємозв'язок між керуючою і керованою підсистемами, розвиток системи як єдиного цілого. Ланки управління утворюють структуру управління з конкретним розташуванням, співвідношенням і взаємозв'язком між собою. Створення організаційної структури управління зумовлене необхідністю розподілу прав і обов'язків між окремими підрозділами організації.

Організаційна структура управління — одне з ключових понять у менеджменті необхідне для визначення чіткого взаємозв'язку і взаємодії структурних ланок в управлінському процесі і коригування їхнім функціональним процесом у досягненні цілей організації. Організаційна структура готельного підприємства формується для забезпечення його перспективної конкурентноздатності, економічної ефективності, раціональної кооперації.

Представлена організаційно-функціональна структура управління у вигляді схеми, що відображає взаємозв'язки структурних підрозділів готелю, згідно виконання функцій в управлінні підприємством. Ця схема відображає розташування кожної служби і посади у загальній організації готелю, ілюструє розподіл повноважень і обов'язків персоналу, необхідна для ефективного виконання ключових функцій працівниками, визначення їх підзвітності.

Управління підприємством індустрії гостинності пов'язується з оптимальним розподілом цілей і завдань між структурними ланками (службами, змінами, бригадами та ін.) і кожним окремим працівником підприємства. Структура управління, таким чином, визначається розподілом органів управління індустрії гостинності, характером їхньої спеціалізації — завданнями управління і формами координації їхньої діяльності.

Візуально організаційна структура управління готельного підприємства відображається графічним способом у вигляді двовимірної схеми. Схема фіксує у компактній формі інформацію про ієрархічність, повноваження і підпорядкування рівнів управління.

Організаційна схема управління готельним підприємством створюється керівниками підприємства на початковій стадії його виникнення і визначається спеціалізацією закладу, його категорією, обсягом номерного фонду, розташуван-

ням, категорією гостей та іншими факторами. У створенні організаційної схеми вагому роль відіграє аналіз створення підрозділів управління, чіткого визначення їхніх функціональних обов'язків, зв'язків у самому підрозділі (службі, відділі) та між підрозділами у виробничому процесі. Затверджується структура управління Статутом підприємства і документально оформляється спеціальним положенням про сферу послуг, посадовими інструкціями всіх рівнів управління.

Організаційна структура управління готельним підприємством є оптимальною тоді, коли всі структурні підрозділи доповнюють процес створення готельної послуги та забезпечують його функціонування, водночас вони забезпечують максимальну ефективність функціонування у досягненні кінцевого результату, яким вважається надання конкурентоздатних послуг.

Серед головних принципів організації системи управління готельними підприємствами виділяються:

- орієнтація на виробництво послуг, згідно попиту гостей;
- організаційна структура управління повинна відображати його цілі і стратегію;
- постійне впровадження організації виробництва шляхом його спеціалізації та диверсифікації;
- поєднання прав та обов'язків, відповідальності та контролю в управлінні;
- швидка адаптація — здатність чітко реагувати на зміни попиту, вдосконалювати технологію виробництва, запроваджувати інновації;
- економічність — відповідати витратам на отримання органів управління можливостям організації;
- простота в управлінні — сформованою з незначної кількості рівнів управління, укомплектованих кваліфікованими спеціалістами, легкою для розуміння персоналом та пристосованою до певної форми управління;
- оптимальність в управлінні — організація повинна забезпечувати раціональні зв'язки між службами та персоналом;
- принцип керованості передбачає здатність керівників своєчасно приймати та доводити до виконавців ефективні рішення, добиватись чіткого їхнього виконання для досягнення поставлених цілей. Організаційна схему управління повинна постійно змінюватись, зокрема при динамічному зовнішньому середовищі готелю і структурі управління. Відповідно до змін у структурі управління, які зумовлюють зміни у чисельності персоналу, важливо, щоб ці зміни суттєво не позначались на якості обслуговування. Персонал у сфері гостинності завжди повинен взаємодоповнюватись, бути взаємозамінним у певному структурному підрозділі.

В організаційній структурі управління готелю виділяються рівні управління, ланки (відділи) і зв'язки.

До ланок управління підприємств індустрії гостинності належать структурні підрозділи, менеджери виконують функції управління, забезпечують регулювання і координацію діяльності декількох структурних підрозділів, окремі спеціалісти, зв'язки між окремими відділами (підрозділами) мають горизонтальний характер.

Рівень управління — це сукупність ланок управління, що займають певний ієрархічний рівень у системі управління готелем. Рівні управління знаходяться у вертикальному підпорядкуванні один одному і включають адміністрацію (керівників вищого рівня), менеджерів служб та керівників окремих відділів. Типова структура управління у готелях характеризується трьома рівнями: інституційним (вищим), управлінським (середнім), технічним (нижчим) (рис. 17.1).



Рис. 17.1. Рівні управління готельним підприємством

Ланка управління — відокремлений орган, наділений функціями управління, визначеною відповідальністю за виконання функцій. Ланками у готелях є служби, відділи, підприємства, що надають додаткові послуги, окремі особи. Визначення повноважень, розподіл функцій і обов'язків, зв'язки між персоналом готелю будуються на офіційній і неформальній основі.

За характером виконання виробничих функцій співробітники готелю поділяються на обслуговуючий персонал та службовців. Обслуговуючий персонал безпосередньо надає послуги клієнтам та забезпечує обслуговування приміщень готелю і прилеглої території (прибирання, ремонт приміщень і обладнання та ін.). До обслуговуючого персоналу, що забезпечує обслуговування приміщень належить молодший обслуговуючий персонал — прибиральники, двірники, електрики, столярі та ін. Службовці здійснюють управління, вивчення виробничого процесу, моніторинг ринку, вдосконалюють технологію, здійснюють юридичні, фінансово-бухгалтерські та інші функції.

В організаційній структурі готелів можна виділити основні служби, типові для більшості готелів, допоміжні та додаткові. До основних служб належать — служба прийому і розміщення, служба бронювання, служба обслуговування номерів, служба громадського харчування, фінансова, комерційна служба, інженерно-експлуатаційна служба. Допоміжні служби забезпечують функціонування основних служб, урізноманітнюють готельні послуги. Серед допоміжних служб виділяються — пральня, хімчистка, майстерня з ремонту взуття, одягу та ін.

Додаткові служби надають платні послуги — бізнес-центр, спортивно-оздоровчий центр, перукарня, косметичний кабінет, торгові кіоски, відділення зв'язку, солярій та ін.

Необхідно зазначити, в сучасних умовах широкої спеціалізації, диверсифікації готельного продукту, різних розмірів та категорії готельних підприємств не існує ідеальної і єдиної моделі управління готелями. Вибір моделі організаційно-

функціональної структури управління визначається конкретними особливостями позиціонування на ринку готельного підприємства і повинен спрямовуватись згідно необхідності оптимального задоволення попиту клієнтів.

Організаційна структура у готельних підприємствах залежить від їхніх розмірів і типу. У великих готелях організаційна структура розгалужена і забезпечує можливість оптимального управління різними функціональними напрямками. У готелях низької та середньої місткості передбачений мінімальний набір служб, що забезпечують пропозицію основних готельних послуг. Наприклад, лише у структурі великих готельних комплексів служба бронювання, обслуговування, фінансово-бухгалтерська, комерційна, інженерно-експлуатаційна і маркетингова служба представлені окремими структурними підрозділами. У малих і середніх готелях функції бронювання і обслуговування клієнтів виконують окремі співробітники служби прийому та розміщення. Аналогічна ситуація у позиціонуванні інших служб.

Служби у готелях, в залежності від здійснення безпосередньої взаємодії з клієнтами умовно можна поділити на дві категорії — контактні служби, персонал яких має безпосередню взаємодію з клієнтами та безконтактні служби — служби, у функціонуванні яких не здійснюється безпосередня взаємодія з клієнтами. У готельній індустрії такий поділ служб має важливе значення оскільки визначає підходи в управлінні та організації роботи керівників служб та регламентує вимоги щодо персоналу. Зокрема, головними вимогами, що ставляться до персоналу контактних служб є:

- привабливий зовнішній вигляд, що забезпечується відповідною зачіскою, макіяжем, одягом, прикрасами та ін.;
- знання етики і психологи спілкування;
- комунікабельність;
- знання іноземних мов;
- обмеження у віці (для персоналу рецепції вік до 30 років).

Інституційний рівень управління готельним підприємством уособлює власник готелю, генеральний директор, або голова ради директорів (наглядова рада). Вище керівництво ділиться на два підрівні: загальне керівництво — представлене власником готелю і уповноваженим власником керівництвом. Форма власності у невеликих готелях найчастіше представлена одноосібним володінням, у великих готелях, готельних ланцюгах — акціонерною формою власності.

Вищий рівень приймає загальні рішення стратегічного характеру, координує роботу керівників відділів, менеджерів служб. Стратегічні завдання готельних підприємств, які визначають та вирішують їхні власники стосуються орієнтації підприємства на обслуговування певного сегмента ринку готельних послуг, модернізації та диверсифікації послуг, участі у корпоративних формах економічної діяльності, цінової політики та ін. Від вирішення категорії загальних питань залежить розташування готелю, його категорія, місткість, архітектура, обладнання, підбір персоналу.

Генеральний директор — особа, яка уповноважена власником готелю і делегує його завдання для управлінського рівня у конкретні управлінські рішення. Водночас, генеральний директор виконує функції посередника між власником — з одного боку, і гостями — з іншого. Окрім цього, він обґрунтовує загальні

напрямки політики готельного підприємства, фінансову політику відображену у визначенні лімітів витрат на утримання персоналу, адміністративні та господарські потреби, відповідальний за прийняття рішень щодо орієнтування закладу розміщення на обраний сегмент ринку. Генеральний директор вирішує питання закупівельної політики, визначає підприємства — постачальники ресурсів, визначає пріоритетних постачальників. Вище керівництво також вирішує питання запровадження системи розрахунків з клієнтами, політику тарифів, систему маркетингових досліджень ринку.

У великих готелях із значною кількістю персоналу управлінська структура вищою ланки може включати посаду *заступника генерального директора*. Заступник генерального директора відповідає за прийняття оперативних рішень, здійснює постійний контроль за технологічним процесом, тому зобов'язаний якнайдовше перебувати на підприємстві. Він має більш тісні стосунки з клієнтами, зобов'язаний вирішувати проблеми пов'язані з обслуговуванням гостей.

В окремих великих готелях для забезпечення цілодобового контролю адміністрації за функціонуванням підприємства виділяється посада *виконавчого директора*.

Управлінський рівень у закладах гостинності забезпечує реалізацію політики підприємства, розробленої керівниками вищого рівня управління, відповідають за надходження, уточнення, розподіл завдань у підрозділах, контролюють їхнє виконання. На менеджерів відділів покладено широкі обов'язки і велика відповідальність у прийнятті рішень. Окрім реалізації загальних поставлених завдань у конкретні управлінські рішення, менеджери відділів вирішують проблеми оптимізації технологічного процесу згідно новітніх методів роботи, кадрової роботи у відділі, матеріально-технічного забезпечення, взаємодії з іншими структурними підрозділами готелю. У великих готелях цей рівень може включати 5-6 заступників директора (менеджерів відділів) та 10-15 менеджерів служб. До керівників середнього рівня належать менеджери служби громадського харчування, розміщення, фінансового, технічного, комерційного відділів та ін.

Менеджер з питань громадського харчування здійснює управління рестораном та іншими формами гастрономічних закладів, що функціонують у готелі. Йому безпосередньо підпорядковується шеф-повар, метрдотель, менеджер банкетного обслуговування, старший офіціант.

Менеджеру з розміщення підпорядковуються менеджери основних готельних служб — бронювання, приймання та поселення, господарської служби.

Менеджер фінансового відділу управляє роботою головного бухгалтера, менеджера господарської служби, оператора комп'ютера, завідуючого відділу заробітної плати.

Менеджер технічного відділу очолює інженерно-експлуатаційний відділ. У готелях посада менеджера технічного відділу називається по-різному — головний інженер, директор з технічної експлуатації та ін. Йому підпорядковується старший майстер, завідувачі майстернями з ремонту обладнання, систем опалення, технічної безпеки, холодильних установок, меблів та ін.

Менеджеру комерційного відділу підпорядковується менеджер з питань матеріально-технічного постачання, менеджер обслуговування конгресів, менеджер з реклами та ін.

Технічний рівень управління представлений керівниками нижчої ланки управління, які здійснюють керування безпосередньо обслуговуючим персоналом. У готелях до цієї категорії належать керівники виробничих ланок, які відповідають за розподіл завдань серед виконавців, контролюють їхнє виконання, водночас самі приймають участь у виробничому процесі.

Керівники всіх відділів у готелях, окрім функції управління виконують функції виконання доручень керівників вищого рівня. Частка виконавчої функції зростає з пониженням рівня управління. Не виконує доручень лише власник готелю. Виконання доручень, згідно витраченого часу, як свідчить моніторинг, на вищому рівні займає близько 10 %, на середньому — 50 %, нижчому — близько 70 % загального часу менеджерів. Решта часу менеджери витрачають на прийняття рішень з управління.

Зв'язки забезпечують взаємодію і координацію дій між елементами структури управління готельним підприємством. Згідно характеру відносин елементів структури, зв'язки поділяються на вертикальні і горизонтальні.

Вертикальні зв'язки забезпечують процес управління і підпорядкування, наприклад, зв'язок між генеральним директором і менеджером певної служби. Ці зв'язки виникають при ієрархічній побудові системи управління, наявності чіткої організації рівнів управління готельним підприємством, кожен з яких характеризується власними цілями.

Горизонтальні зв'язки відображають стосунки з кооперації і узгодження дій між рівноправними елементами одного ієрархічного рівня управління. Наприклад, такий характер взаємодії здійснюється між менеджерами служб готельного підприємства з проблем узгодження сумісних дій у технологічному процесі.

У структурі управління готельними підприємствами згідно характеру управлінських рішень розрізняють лінійні та функціональні зв'язки.

Лінійні зв'язки відображають передачу управлінської інформації загального характеру необхідної для виконання із підпорядкуванням у всіх питаннях нижчих підрозділів вищим. Ця система проста і ефективна якщо проблеми нескладні і рішення можуть прийматись самостійно у підрозділах.

Функціональні зв'язки пов'язуються з підпорядкуванням нижчих підрозділів ряду функціональних підрозділів, які професійно вирішують окремі функції управління готелем, пов'язані з фінансами, плануванням, технологією та ін. Ці зв'язки забезпечують передачу змістовно обґрунтованої управлінської інформації. Оскільки джерел інформації одночасно може бути декілька виникають проблеми неузгодженості дій окремих функціональних підрозділів.

2. Форми управління у готельній сфері.

В умовах посилення конкуренції у готельній індустрії виникла необхідність урізноманітнення, поєднання різних організаційних форм управління, що зумовлює досягнення більшої ефективності економічного, фінансового, інформаційного потенціалу підприємств. Сучасний стан розвитку форм управління у готельній сфері характеризується одноособним управлінням на незалежній основі та різними формами корпоративного управління. Серед

найбільш поширених у міжнародному досвіді форм управління виділяються: управління за контрактом, управління згідно договору франчайзинга, оренда.

Управління за контрактом. Управління за контрактом передбачає письмову угоду, що укладається між власником готелю і компанією або менеджером, які спеціалізуються в управлінні такого типу підприємствами.

Управління за контрактом сьогодні є одна з основних форм у сфері гостинності, що набуває широкого поширення з 70-х років ХХ ст. і стала важливою передумовою високих темпів розвитку галузі в останні десятиріччя. Головна перевага цього методу зумовлена незначною часткою акціонерного капіталу у загальному фонді, можливістю обходитись без його участі у функціонуванні готельних підприємств. Суттєву роль у високій економічній ефективності підприємств також відіграє професіональне управління висококваліфікованих спеціалістів, які забезпечують менший ризик у конкурентних умовах середовища гостинності, мають досвід маркетингу і збуту, широкого використання сучасних інформаційних систем, зокрема централізованих систем бронювання. Важливим фактором укладання взаємовигідних угод між управлінською фірмою і власником підприємства гостинності є небажання або недостатні знання і досвід у власників підприємств для забезпечення ефективного управління, страхом перед ризиком.

Контракт між власником і управляючою компанією найчастіше укладається на термін п'ять, десять або двадцять років. За послуги з управління компанія отримує управлінську винагороду у відсотках від валового або чистого експлуатаційного доходу, найчастіше в межах 2-4,5 %. Сьогодні врегулювання частки винагороди для основної частки управлінських компаній становить 2 % з нарахуванням заохочувальної винагороди, розмір якої залежить від загальних доходів підприємства. Окремі контракти можуть визначатись згідно такого принципу: в перший рік компанія отримує 2 %, другого року — 2,5 %, у наступний 3,5 % експлуатаційного доходу. Тенденції посилення конкуренції між управлінськими компаніями в останні роки зумовлює зниження контрактної винагороди.

Компанії, що управляють за контрактом можуть поширювати управлінські функції на пакет інвестицій сформований із значної кількості готелів національної мережі, або окремого регіону держави. Найчастіше управління здійснюється готелями, що працюють в певному сегменті спеціалізації, управління закладами розміщення різного типу значно складніше.

У 1990-х роках у зв'язку із зниженням цін на нерухомість зменшуються надходження готівки у готельний бізнес, частково знижується рентабельність цієї галузі. Це зумовлює уточнення у контрактах на управління відповідальності управлінських фірм за надходження акціонерного капіталу. Окрім цього, сьогодні власники готелів намагаються здійснювати посилений контроль і вплив на прийняття важливих рішень, збільшити свої доходи з акціонерного капіталу, забезпечувати контролюючі функції над іншими акціонерами. Таким чином, спостерігаються тенденції постійного зростання вимог до управлінських компаній.

Сьогодні щодо управлінських фірм найчастіше ставляться такі основні вимоги:

— досвід і надійність, вміння успішно визначити сегмент ринку і вдало визначити стратегії збільшення доходів;

- забезпечити високу якість готельного продукту;
- вміння ефективно керувати персоналом;
- забезпечувати надходження акціонерного капіталу та ефективно його використання;
- укладання вигідних контрактів у співпраці з іншими підприємствами-партнерами в аналогічному та іншому бізнесі.

При укладанні контракту на управління регламентуються такі умови:

- позбавлення прав власника підприємства індустрії гостинності втручатись у процес управління на термін дії контракту;
- захист або звільнення від відповідальності управляючої компанії (фізичної особи) за будь-які дії, за виключенням навмисних дій внаслідок необережності в процесі управління;
- фінансова відповідальність власника готелю за усі витрати згідно здійснюваних операцій, а також всіх оперативних ризиків, що пов'язані з правом власності;
- контракт на управління укладається на конкретний термін — на період 5, 10 або 20 років;
- зазначається розмір управлінської винагороди згідно валового доходу або чистого прибутку;
- умови відновлення контракту;
- дострокове припинення дії контракту у випадку недотримання однією із сторін зазначених у ньому умов впродовж законодавчо встановленого часу з моменту повідомлення про виявлені порушення, здійснених протилежною стороною. Подібна ситуація виникає коли одна із сторін визнається банкрутом або передає статутний капітал кредиторам за борги. До розірвання контракту також призводить рішення державних органів влади про призупинення або відмова ліцензії на право здійснення готелем властивих йому функцій. Контракт розривається згідно двосторонньої згоди суб'єктів контракту.

Компанія, що здійснює управління по контракту, як правило, не отримує ніяких прав на майно готельного підприємства. Лише в окремих випадках, згідно умов укладеного контракту, можлива часткова участь управляючої компанії у власності. Такі випадки характерні насамперед для транснаціональних готельних компаній. Переваги та недоліки управління по контракту для власника готелю та для управлінської компанії наведено у табл. 17.1 і табл. 17.2.

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ УПРАВЛІННЯ ПО КОНТРАКТУ ДЛЯ ВЛАСНИКА
ГОТЕЛЮ

| Переваги | Недоліки |
|--|--|
| 1. Управляюча компанія головним чином не володіє часткою майна готельного підприємства; 2. Свобода вибору управляючої компанії або менеджера; 3. Інвестування підприємство незалежно від позиції управляючої компанії; 4. Максимальний прибуток з відрахуванням управлінської винагороди. | 1. Відсутність оперативного контролю; 2. Значний ризик і необхідність виплати управлінської винагороди; 3. Відсутність права втручання в процес управління; 4. Труднощі з достроковим розірванням договору. |

Таблиця 7.2

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ УПРАВЛІННЯ ПО
КОНТРАКТУ ДЛЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ КОМПАНІЇ

| Переваги | Недоліки |
|--|---|
| 1. Розширення сфери впливу; 2. Збільшення доходів з мінімальними затратами; 3. Відсутність необхідності виплат власнику. | 1. Обмеження доходів розмірами управлінської винагороди; 2. Залежність від фінансового стану власника; 3. Припинення діяльності, втрата роботи у випадку закінчення терміну контракту та його не відновлення. |

Управління згідно договору франчайзинга. Франчайзинг (франц. franchise — пільга, привілея) — це контрактне партнерство між власниками готельних компаній і незалежними готельними підприємствами, які купують право на виробництво і реалізацію від його імені і під торговою маркою компанії власника певного виду товарів і послуг. У сучасній юридичній та економічній літературі поряд з терміном «франчайзинг» використовуються терміни «франшизинг», «франчайз», «угода франшизи».

Найбільш повне визначення поняття «франчайзинг» дає Міжнародна асоціація франчайзингових організацій: «Франчайзинг — це тривалі у часі взаємовідносини згідно яких франчайзер (франшизодатель) надає захищене в

законному порядку право займатись певною підприємницькою діяльністю, а також допомогу в організації навчання, управління за винагороду від франчайзи (франшизоотримувача)».

У готельній сфері ця форма управління запроваджується у 1907 р. внаслідок купівлі компанією «Ritz Development Company» в нью-йоркської фірми торгової марки — право називатись «Ritz-Carlton».

Перший значний договір франчайзингу у готельному бізнесі був укладений у 1927 р. Хоурдом Джонсоном. Він зумів розширити свій бізнес на Східному узбережжі, згодом Середньому Заході і Каліфорнії. Сьогодні його мережа закладів гостинності охоплює понад 900 підприємств ресторанного та готельного бізнесу.

У 50-80 роках ХХ ст. франчайзинг стає системою підприємництва, що широко використовується у ресторанному та готельному бізнесі. В еволюції цієї форми управління виникають нові концепції готельного бізнесу: у боротьбі за ринок на першому етапі розвитку орієнтація здійснюється на сегмент з цінами не вище середніх із забезпеченням відповідного комфорту. Саме таким чином виникають бюджетні (найдешевші) готелі та мотелі, які розташовуються у вузлових пунктах дешевих кварталів міст та в передмісті. Згодом, із зростанням популярності та доходів, компанії диверсифікували виробництво, модернізували готелі у дорогі фешенебельні заклади, франчайзинг розглядається як головна стратегія розвитку і зростання готелів та мотелів. Ці тенденції зберігаються і понині.

Фактор укладання угод франчайзингу стає визначальним у становленні таких відомих компаній як «Холідей Корпорейшн», «Шератон», «Хітон». Сьогодні найбільшими компаніями, що працюють згідно договору франчайзинга у готельній сфері вважаються «Hospitality Franchise System» (3413 готелів, штат Нью-Джерсі), «Choice Hotels International» (2487 готелів, Нью-Йорк), «Holiday Inn Worldwide» та ін. У сфері ресторанного бізнесу — «Mc Donald's», «Burger King», «Kentucky Fried Chicken», «Pizza Hut» та ін.

Управління згідно договору франчайзингу здійснюється за такою схемою: франчайзер надає право франчайзи (франшизоотримувачу) використовувати свою торгову марку, технологію і методи роботи, систему резервування, напрацьовані маркетингові методи, систему знижок та ін. Фірма-франчайзи поряд з іншими пільгами приймає участь у ринковій стратегії франчайзера.

Для франчайзера надання права займатись підприємницькою діяльністю є своєрідною формою розвитку бізнесу, що зумовлює отримання додаткового джерела доходів, тому франчайзер зацікавлений у розширенні своєї ринкової мережі за рахунок нових членів. За рахунок збільшення загального капіталу та спільного вирішення актуальних та стратегічних завдань, знижується частка витрат на маркетингові дослідження ринку гостинності, просування готельного продукту на ринок, навчання персоналу, виникають переваги у зв'язку з розширенням сфери впливу на зовнішнє середовище сфери гостинності.

Готельні компанії зацікавлені у розширенні мережі за рахунок нових членів розробляють для зацікавлених осіб пакет інформаційних документів про умови вступу та співпраці, інформацію про компанію, сферу діяльності. Основним документом у цьому порядку є «Заявка про умови». У цьому документі окрім іншого подається характеристика кваліфікації керівників франчайзера, аналіз його фінансової стабільності, умови франчайзингу — суть відносин при

укладанні контракту, конкретні проекти, у яких франчайзер буде допомагати франчайзі, напрямки матеріально-технічної модернізації, які необхідно реалізувати франчайзі та ін. Перед прийняттям остаточного рішення укладання договору франчайзингу, доцільним для франчайзі є проведення зустрічі з членами або потенційними підприємствами для узгодження проблем перспективних взаємовідносин.

Після узгодження питань вступу між франчайзером і франчайзі укладається договір. Договір може регламентувати особливості роботи підприємства у конкретному географічних або ринкових умовах, кількість підприємств охоплених франчайзингом, термін дії договору та ін. У готельній сфері договір франчайзингу часто регламентує вимоги до зовнішнього вигляду будівлі, інтер'єр номерів та приміщень загального користування, кількість номерів, пропоновані послуги, рівень обслуговування, технічне забезпечення та ін., важливо, щоб у договорі узгоджувались різні аспекти, які можуть гарантувати встановлення стандартів якості.

Важливий елемент договору франчайзингу стосується узгодження форм оплати, яку вносять підприємства-франчайзі. У світовому досвіді використовуються такі форми оплати, як вступний внесок, відрахування або різні фіксовані виплати (роялті), плата за маркетингові послуги, плата за використання централізованої системи бронювання номерів.

Вступний внесок є одноразовою фіксованою виплатою за надання права франчайзи і надання послуг. У внесок включається вартість комплексу проектних документів, повний набір інструкцій по управлінню підприємством, підвищення кваліфікації вищої і середньої ланки управління, навчання обслуговуючого персоналу до відкриття готелю, а також вартість періодичної підготовки обслуговуючого персоналу впродовж терміну дії договору. Виплата вступного внеску здійснюється одразу після підписання договору франчайзингу або поділяється на дві частини: половина до навчання, друга половина в процесі навчання.

Окрім вступного внеску франчайзі зобов'язаний забезпечувати роялті (відрахування), які визначаються обсягами операцій. У готельній сфері вони становлять в середньому 3-4 % від доходу з кожного зданого номера.

Обсяг вступного внеску і роялті залежить від позицій певної торгової марки на ринку; із зміцненням позицій та широкої географічної популярності компанії-франчайзера ціна фірмової марки зростає.

З метою контролю та збільшення роялті франчайзер повинен здійснювати періодичний моніторинг підприємств, перевірку виробництва і надавати рекомендації щодо підвищення його продуктивності. Рекомендації можуть стосуватись впровадження нових видів обслуговування, використання нового обладнання, сучасних інформаційних технологій, зміни інтер'єру, та інших елементів диверсифікації з метою створення нового іміджу підприємства. Окремі компанії-франчайзери можуть надавати рекомендації про місце будівництва готелю, укладають угоди про поставки будівельних матеріалів та ін. У тому випадку, коли ці питання вирішує франчайзі, з боку франчайзера здійснюється контроль за дотриманням стандартів і норм узгоджених в угоді.

В окремих випадках, згідно договору між франчайзером і франчайзі здійснюється додатковий рекламний збір, розмір якого не перевищує 1-5 % валового доходу. На ці засоби проводяться рекламні компанії, здійснюється

стимулювання продаж і забезпечується реалізація спеціальних програм. При проведенні рекламних компаній підприємством-франчайзі найчастіше не вказується ступінь його зв'язку з підприємством франчайзером, воно виступає як підприємство-власність мережі франчайзера або є лише договірним членом. Такі заходи здійснюються з метою уникнення зловживань виділеними на рекламу франчайзі засобами, в інтересах підприємств франчайзера.

З метою управління франчайзингом, коригування взаємовідносин у його системі, при франчайзері створюється наглядова рада, яку очолює президент готельної компанії та група провідних менеджерів. Наглядова рада виконує функції контролю та коригування, згідно висновків її моніторингу приймаються рішення про прийом у мережу франчайзера нових членів та розірвання договору франчайзинга.

Типовими причинами розірвання договору франчайзингу можуть бути:

- неможливість досягнення рівня стандартів, встановлених франчайзером;
- значні відхилення від встановленої технології обслуговування, обсягу послуг;
- відсутність сплати платежів згідно договору;
- порушення принципу корпоративності у мережі франчайзера;
- принципова зміна стратегії розвитку компанії-франчайзера.

Згідно досвіду функціонування готельних підприємств, головною причиною розірвання договору франчайзингу були недотримання рівня стандартів та порушення якісних показників в обслуговуванні. Натомість серед підприємств громадського харчування розірвання договору зумовлювалось невиконанням фінансових зобов'язань.

Еволюція франчайзингу зумовила появу різних його варіантів. Окрім класичної моделі, у якій франчайзер здійснює безпосередній зв'язок з групою франчайзі, виділяється регіональний франчайзинг і франчайзинг, що розвивається.

Регіональний франчайзинг охоплює певний географічний регіон — в межах окремих адміністративних територій або загалом державу. Для поширення впливу на значний регіон франчайзер повинен володіти значними для цього фінансовими ресурсами і колективом спеціалістів. Відсутність у достатньому обсязі таких ресурсів спонукає його опиратись на підтримку головного франчайзі, який володіє для цього значною часткою ресурсів і взамін отримує право приєднати нових франчайзі, забезпечує необхідну до стандартів підготовку персоналу, рекламну підтримку, надає інші послуги, які зазвичай у компетенції франчайзера. Головний франчайзі користується значними пільгами, які надає франчайзинг, часто користується правом розподілу роялті, внесків у рекламний фонд, водночас, сам сплачує безпосередньо франчайзеру необхідні фіксовані відрахування.

Регламентування сфери відповідальності між франчайзером і головним франчайзі, термін дії саме таких правовідносин визначається контрактом. Тривала співпраця у договорі франчайзингу в перспективі зумовлює отримання від франчайзера роялті, розміри якого залежать від частки в загальному обсязі реалізації нових франчайзі, які залучені у франчайзингову систему.

У моделі франчайзингу, що розвивається функції головного франчайзі виконує група франчайзі, яка наділена виключними правами на розвиток регіону.

Переваги та недоліки управління згідно договору франчайзингу для франчайзера і для франчайзі наведено у табл. 17.3 і табл. 17.4.

Таблиця 17.3

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ УПРАВЛІННЯ ЗГІДНО ДОГОВОРУ
ФРАНЧАЙЗИНГУ ДЛЯ ФРАНЧАЙЗЕРА

| Переваги | Недоліки |
|---|---|
| <p>Можливість широкого проникнення на ринок, розширення виробництва з мінімальними інвестиціями;</p> <p>Монополізація ринку за рахунок підпорядкування готельних підприємств — потенційних конкурентів;</p> <p>Отримання додаткових доходів від виплат франчайзі.</p> | <p>Ймовірність втрати позитивного іміджу на ринку з випадку недотримання франчайзі встановлених стандартів якості;</p> <p>Доходи від договору франчайзингу обмежені фіксованими виплатами від франчайзі;</p> <p>Ускладнення процесу управління у зв'язку із значною кількістю франчайзі, які використовують свої моделі управління.</p> |

Таблиця 17.4

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ УПРАВЛІННЯ ЗГІДНО ДОГОВОРУ
ФРАНЧАЙЗИНГУ ДЛЯ ФРАНЧАЙЗІ

| Переваги | Недоліки |
|--|---|
| <p>Допомога в оформленні пакету документів та надання рекомендацій щодо розвитку діяльності у період становлення;</p> <p>Використання відомої готельної марки у рекламі в межах значного регіону;</p> <p>Вдосконалення технології і методів роботи згідно стандартів франчайзера;</p> <p>Доступ до централізованої системи бронювання;</p> <p>Отримання знижок при купівлі меблів, обладнання та інших товарів необхідних в обслуговуванні гостей.</p> | <p>Регламентований угодою характер стосунків з підприємствами, які не входять у договір франчайзинга;</p> <p>Необхідність здійснювати виплати вступного внеску франчайзеру, роялті та інші виплати;</p> <p>Необхідність дотримуватись стандартів визначених франчайзером;</p> <p>Ймовірність набуття негативного іміджу у випадку нераціонального функціонування франчайзера.</p> |

З метою захисту інтересів франчайзі перед франчайзерами і вирішення проблем мережі готельних підприємств часто створюються асоціації членів франчайзі. Вони підтримують якість готельного продукту, розвивають

маркетингові програми з метою отримання переваг для своїх членів в умовах конкуренції.

Управління через договір франчайзингу в індустрії гостинності сьогодні є однією з найбільш перспективних форм. Згідно досліджень, проведених у США, 50 % готельних підприємств припиняє діяльність впродовж 2-3 років після відкриття, через 5 років рівень банкрутства досягає 70 %. Серед компаній, які працюють у системі франчайзингу рівень банкрутства через 5 років становить 4 %. Згідно результатів дослідження Міжнародної організації франчайзингових компаній, серед її членів частка збанкрутілих підприємств становить менше 1 %.

Оренда. Оренда (лізинг) як форма управління у готельній сфері розвивається з середини ХХ ст., сьогодні вона майже не типова у готельному бізнесі. Окремі випадки лізингу пов'язуються з державними готелями, які для підвищення ефективності управління віддають їх в оренду більш досвідченим менеджерам; інший випадок пов'язується з економічною експансією великих готельних корпорацій, які послаблюють конкурентні позиції окремих підприємств та змушують їх укладати угоди оренди.

Оренда дозволяє орендару, який не позиціонує на ринку у готельному бізнесі, вийти на ринок і зміцнитись на ньому. Часто орендарами виступають компанії з недостатніми фінансовими ресурсами, які зміцнюють свої позиції і водночас забезпечують більш ефективне функціонування готельних підприємств.

Основою орендних відносин є договір у якому зазначені обов'язки сторін та термін дії оренди. Розмір плати за оренду готельного підприємства визначається як певний відсоток від надання основних і додаткових послуг готелем, його розміри можуть змінюватись в межах від 20 % до 50 %.

Аналіз форм управління у готельному бізнесі свідчить про зростання популярності лізингу в період економічного спаду у цьому сегменті ринку. Окрім чистого лізингу, сьогодні виникають його різні модифіковані форми. Зокрема, на готельному ринку США серед недофінансованих проектів розроблений новий тип оренди, який дає прибуток власникам готелів без початкових затрат капіталу. Орендар управляє готелем на основі договору побудованого на валовому доході з номерів. Він відповідає за страхування, наймання персоналу, постачання продуктів і маркетингові дослідження. За свою частку відповідальності орендар отримує більшу частину чистого доходу з проданих номерів і надання додаткових послуг.

Актуальна проблема укладання угоди з оренди стосується узгодження якомога більшої кількості пунктів взаємовідносин між орендарем і орендодавцем. Особливе значення відіграють питання плати по оренді, термін її дії, умови суборенди.

В більшості випадків умови відносин між сторонами оренди будуються на чистій оренді, згідно якої орендар сам платить за всі комерційні витрати, страховку, обладнання (облаштування прилеглої території, безпеку та ін.). Найбільш вигідною для оператора є довготермінова оренда з можливістю відновлення договору і уточнення умов угоди у вигляді суборенди. У готельному бізнесі умова суборенди особливо актуальна, оскільки орендна плата здійснюється згідно регламентованої ставки, незалежно від стану бізнесу. У випадку ситуативних економічних проблем, окремі приміщення готелю можна використовувати в іншому виді діяльності або передати іншому оператору. Пере-

ваги та недоліки управління згідно з договором оренди для орендодавця та для орендаря наведено у табл. 17.5 і табл. 17.6.

Таблиця 17.5

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ УПРАВЛІННЯ ЗГІДНО ДОГОВОРУ ОРЕНДИ ДЛЯ ОРЕНДОДАВЦЯ

| Переваги | Недоліки |
|---|---|
| 1. Можливість утриматись на ринку готельних послуг, розширити виробництво за рахунок нових методів управління орендатора; | 1. Ризик погіршення економічних параметрів функціонування підприємства у випадку нерационального менеджменту орендарів; |
| 2. Отримання доходів від надання орендованого майна; | 2. Втрата оперативного контролю над підприємством; |
| 3. Компанія-орендатор не володіє майном готельного підприємства; | 3. Труднощі дострокового розірвання договору; |
| 4. Можливість розірвати договір оренди у випадку недотримання умов оренди орендаром. | 4. Втрата значної частки доходів, яку отримує як винагороду орендар. |

Таблиця 17.6

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ УПРАВЛІННЯ ЗГІДНО ДОГОВОРУ ОРЕНДИ ДЛЯ ОРЕНДАРЯ

| Переваги | Недоліки |
|---|---|
| 1. Проникнення на ринок при мінімальних інвестиціях; | 1. Регламентований угодою характер та термін використання ресурсів підприємства; |
| 2. Отримання значної частки дивідендів від загальних доходів; | 2. Орендовані підприємства непри- вабливі для значної модернізації та диверсифікації виробництва; |
| 3. Значні повноваження у виборі управління, підборі кадрів, технології, обладнання; | 3. Припинення діяльності, та втрата роботи після закінчення договору оренди. |
| 4. Можливість приватизації підприємства після закінчення угоди оренди. | |

Корпоративні форми управління. Корпоративні форми управління в індустрії гостинності за кордоном широко поширені. Об'єднання готельних підприємств у великі корпорації пов'язується з різними цілями:

- зниження витрат виробництва в результаті спільної діяльності;
- отримання нових можливостей реалізації послуг гостинності;
- підвищення значення маркетингу і створення гнучкої цінової політики;
- оволодіння новими ринками збуту;
- зниження ризику при створенні нових виробничих потужностей;
- можливості уникнення сезонності у функціонуванні.

Серед корпоративних форм управління у готельній сфері виділяються готельні корпорації, об'єднання групи осіб для спільної діяльності і утворення самостійного суб'єкта — юридичної особи. Найчастіше корпорації виникають у формі акціонерного товариства. У приватній корпорації більшість акцій належить одному власнику, родині або вузькій групі акціонерів.

Корпорацією може бути об'єднання, акціонерна компанія з розгалуженою структурою, або форма міжнародних господарських зв'язків у сфері гостинності. Виділяються різні форми міжнародних корпорацій:

- спільні готельні підприємства утворені на основі спільного капіталу власників різних держав;
- володіння національною компанією контрольного пакета акцій іноземної готельної корпорації;
- злиття готельних підприємств декількох держав;
- об'єднання готельних підприємств декількох держав внаслідок обміну акціями або спільного створення компанії у формі холдингу.

Серед форм корпоративних об'єднань виділяються синдикат, концерн, асоціація.

Синдикат — форма об'єднання підприємств, метою якої є спільна організація комерційної діяльності. Ця форма понині залишається популярною у фінансуванні готелів у зв'язку із залученням капіталу інвесторів, які можуть бути у родинних стосунках з власником готелю. Утворення синдикатів насамперед передбачає об'єднання значного капіталу з великими інвестиціями, що зумовлює зменшення ризику для кожного учасника синдикату. Готельні підприємства, які входять у синдикат, зберігають економічну і юридичну самостійність.

Концерн — типова форма об'єднання підприємств і організацій різних галузей на основі спільних інтересів, що зумовлює зменшення ризику готельних підприємств. У концерн можуть входити фінансові установи, будівельні компанії, транспортні підприємства. У випадку загрози банкрутства фінансові ресурси у концерні можуть перекриватись з одного виду діяльності в інший. За формою господарювання концерн передбачає делегування частки прав членів концерну колегіальному органу управління, проведення єдиної економічної політики, централізацію частки фінансових ресурсів.

Асоціація — форма організації і управління, створена на добровільних засадах з підприємств різного профілю, які не ставлять перед собою отримання доходів, об'єднаних насамперед для вироблення стандартів діяльності, проведення ліцензування, реалізації навчальних програм та інших спільних інтересів.

3. Документація в роботі підприємства, її види.

Для організації діяльності готелів і туристичних комплексів, як і будь-якого підприємства, велике значення має її документальне забезпечення. За допомогою відповідної документації відбувається реалізація організаційних, розпорядчих, контрольних, облікових і довідкових функцій різних служб, забезпечується операційний зв'язок між ними та власне технологія виконання робочих процесів.

Всю документацію, що використовується у підприємствах розміщення туристів, можна розділити на адміністративну та спеціальну.

Адміністративна документація забезпечує організацію управління діяльністю підприємства. Вона ідентична управлінській документації, що використовується у будь-якому іншому підприємстві - це накази, договори, протоколи, заяви, доповідні та службові записки і т. ін. Оформлення подібної документації відбувається відповідно до форм, встановлених офіційним діловодством і документознавством.

Спеціальна документація використовується тільки на підприємстві певної галузі чи сфери діяльності і відповідає специфіці його роботи. Вона забезпечує технологію роботи служб підприємства. Під технологією взагалі розуміють послідовність процесів і операцій з виконання певної роботи. *Готельна технологія* - це сукупність виробничих процесів з прийому та обслуговування гостей готелю. Спеціальну документацію готельно-туристичного комплексу можна розділити на три групи: нормативну, експлуатаційно-технологічну та туристичну.

Нормативну документацію складають документи, що встановлюють певні норми та вимоги до організації діяльності служб, а також до виконання робіт з прийому та обслуговування в готелі в цілому та на окремих його ділянках. Сюди входять різні правила, положення, інструкції та інші документи, що встановлюють порядок виконання тих або інших робочих процесів. Вони видаються керівними органами - державними, галузевими, відомчими, муніципальними - або безпосередньо керівництвом підприємства і є обов'язковими для виконання.

Експлуатаційно-технологічна документація - це документи, що забезпечують правильну експлуатацію готелю, здійснюють документальне забезпечення всіх технологічних процесів та окремих операцій з прийому й обслуговування гостей у готелі. Експлуатаційно-технологічна документація складає найбільшу частину всієї документації готельного підприємства і в свою чергу має наступні види.

Типові форми - бланки, розроблені на основі типових форм первинних документів, рекомендованих державними статистичними органами, які мають, як правило, однаковий вигляд в усіх готелях з несуттєвими відмінностями, зумовленими відомчими вимогами або специфікою готельного підприємства. Це документація, що використовується при бронюванні місць, обліку руху номерного фонду, оформленні поселення, розрахунках з проживаючими, організації виїзду та роботи з багажем тощо. Типові форми відповідають державним стандартам технічної документації. Деякі з них мають характер бланків суворої звітності - наприклад, рахунок; робота з ними вимагає дотримання певних правил, установлених державою для такого роду документів: особлива чіткість в

оформленні, суворий облік та збереження, періодична звітність з їх використання тощо.

Журнали обліку встановленої або довільної форми для різного роду обліку. Так, наприклад, журнал обліку громадян, які проживають у готелі має встановлену форму, мусить бути зброшурованим, прошнурованим, пронумерованим, скріпленим печаткою і періодично перевірятись керівництвом. У той же час журнали ведення білизняного господарства, прийому-здачі зміни, обліку замовлень на послуги хоча й мають спільні реквізити, оформлюються на кожному конкретному підприємстві згідно специфіки його роботи.

Ці два види готельної документації складають перелік форм первинного обліку та суворої звітності в готелі. Вони мусять відповідати типовим зразкам таких документів, розробленим на відомчому або на державному рівні." Крім них

* Наприклад, нині діє «Порядок використання та заповнення форм документів суворої звітності та первинного обліку у готелях України», затверджений наказом Держбуду України № 230 від 30.10.2000 р. н готелях існує також інша *документація довільної форми*, що використовується тільки на конкретному підприємстві і відображає специфіку його роботи.

Туристичні документи забезпечують процес прийому та обслуговування в готелі вітчизняних та іноземних туристів. До них належать туристичні повідомлення, ваучери, путівки, обмінні та маршрутні ордери, списки туристів, направлення туристичних фірм, листи обслуговування, технологічні карти туристичних маршрутів і т. ін. Значна кількість туристичних документів є бланками суворої звітності.

Нині все більше готелів застосовують у своїй роботі так звані «безпаперові технології», засновані на використанні комп'ютерної техніки. Але опції меню готельних комп'ютерних програм подібні до реквізитів документів, що обслуговують відповідні операції. Крім того деякі документи потребують роздрукування з комп'ютера для видачі клієнту, звітності тощо. У готелях, де поки що не застосовується комп'ютерна техніка, робота служб повністю забезпечується відповідною документацією.

Лекція 18.

Тема. Організація і управління якістю послуг у готелях.

План лекції

1. Нормативно-правові та нормативно-експлуатаційні основи державного регулювання якістю послуг у готельній сфері України.
2. Стандартизація якості готельних послуг.
3. Сертифікація готельних послуг.

1. Нормативно-правові та нормативно-експлуатаційні основи державного регулювання якістю послуг у готельній сфері України.

У системі державного управління якістю обслуговування у готелях визначальну роль відіграють нормативно-правові методи контролю, які гарантують високу стабільність та стійкість якості послуг. Необхідність підвищення якості обслуговування у готелях сьогодні також зумовлена невідповідністю національних стандартів до світових. З цієї причини на державному рівні виникла необхідність гармонізації національної та світової нормативно-технічної документації відповідно до чинної законодавчої бази України.

Якість послуг у готелях України регулюється правовою та нормативною базою. Правову базу забезпечує Закон України «Про туризм», Декрет Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію і сертифікацію», Закон України «Про підтвердження відповідності» та «Перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні».

Оснovoю регулювання у туристичній сфері економіки України, зокрема щодо якості послуг у готелях, становить Закон України «Про туризм». Цей Закон діє з 15 вересня 1995 р. із змінами і доповненнями, внесеними Законом України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» 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

змiнами i доповненими, 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. Перелік нормативних документів із стандартизації відображений на рис.18.1.

У переліку державних категорій стандартів — національні стандарти, які затверджені Держкомстандартом України та містять обов'язкові і рекомендовані вимоги, яких необхідно дотримуватись. До обов'язкових вимог належать:

— вимоги що забезпечують безпеку продукції (послуг) для життя, здоров'я і майна громадян, її сумісність і взаємозамінність, охорону навколишнього природного середовища;

— вимоги техніки безпеки і гігієни праці з посиланням на відповідні санітарні норми і правила;

— метрологічні норми, правопис, вимоги та положення, що забезпечують достовірність і єдність вимірювань;

— положення, що забезпечують технічну єдність під час розробки, виготовлення та експлуатації продукції.

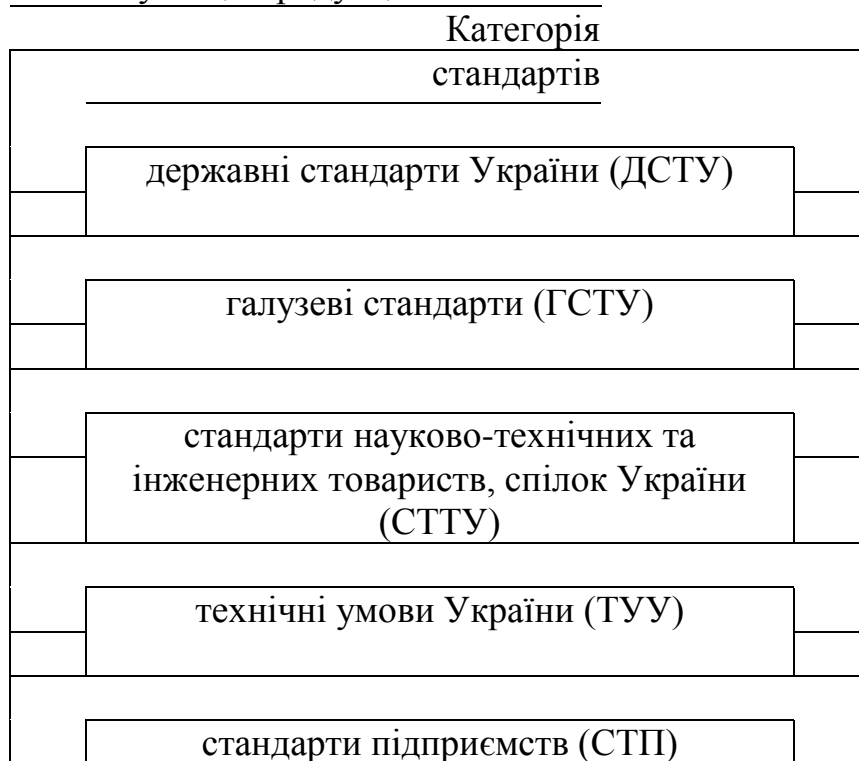


Рис. 18.1 Структура державних стандартів України

Галузеві стандарти розробляються на продукцію та послуги (зокрема туристичні) за відсутності державних стандартів України або у випадку необхідності встановлення вимог, які перевищують або доповнюють вимоги державних стандартів. Обов'язкові вимоги галузевих стандартів підлягають безумовному виконанню.

Стандарти науково-технічних та інженерних товариств, спілок, розробляються при необхідності поширення результатів фундаментальних та прикладних досліджень, отриманих в окремій сфері знань або професійних інтересів.

Технічні умови — це нормативний документ, який розробляють для встановлення вимог, що регулюють стосунки між постачальником (розробником, виробником) продукції (послуг), для яких відсутні державні або галузеві стандарти (необхідності конкретизації вимог зазначених документів).

Стандарти підприємств розробляються на продукцію (процеси, послуги), які виробляють і застосовують (надають) лише у конкретному підприємстві.

У Декреті Кабінету Міністрів України значна роль надається сертифікації продукції, яка здійснюється з метою:

- захисту прав та інтересів споживачів щодо якості та безпеки готельних послуг;

- констатування факту дотримання законодавства організацією щодо якості і безпеки готельних послуг;

- констатування відсутності суттєвих недоліків у наданні послуг та не дає права висунути проти готельного підприємства необґрунтовані претензії в умовах конкуренції;

- мотивацію керівників та персоналу підприємства на етапі до отримання сертифікату відповідності до вдосконалення показників якості обслуговування та на етапі після отримання сертифікату дотримуватись документального стандарту якості.

Державну систему сертифікації організовує державний комітет України з стандартизації, метрології та сертифікації — національний орган України з сертифікації, який проводить та координує роботу щодо забезпечення її функціонування. Він визначає основні принципи, структуру та правила системи сертифікації в Україні, затверджує перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації, призначає органи з сертифікації продукції та ін.

Сертифікація готельних послуг поділяється на обов'язкову та добровільну. Щодо обов'язкової сертифікації, в Декреті зазначено, що вона в усіх випадках повинна включати перевірку та випробування продукції для визначення її характеристик і технічний нагляд. Кошти, витрачені заявником на обов'язкову сертифікацію продукції, враховуються у собівартості. Водночас передбачено, що орган із сертифікації продукції при проведенні обов'язкової сертифікації відповідає за необґрунтовану чи неправильну видачу сертифіката відповідності, порушення правил сертифікації.

Закон України «Про підтвердження відповідності» діє від 17 травня 2001 р. із змінами і доповненнями від 21 жовтня 2004 р. Він визначає правові та організаційні засади підтвердження відповідності продукції, систем якості, систем управління якістю, систем управління довкіллям, персоналом та спрямований на забезпечення єдиної державної технічної політики у сфері підтвердження відповідності. Він регулює відносини, що виникають у процесі підтвердження відповідності продукції, систем якості, систем управління якістю, персоналу вимогам встановленим законодавством України.

Органами виконавчої влади у сфері підтвердження відповідності є Кабінет Міністрів України, спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері підтвердження відповідності, центральні органи виконавчої влади, на які покладені функції технічного регулювання та центральний орган виконавчої влади з питань економіки. Процедура підтвердження відповідності в законодавчо регульованій сфері, до якої відноситься і надання готельних послуг,

є обов'язковою для виробника (готелю) чи уповноваженого органу із сертифікації. Сертифікація готельних послуг є процедурою підтвердження відповідності. Готель підтверджує відповідність (не відповідність) своїх послуг усім зазначеним законодавством вимогам.

Інший документ, що регулює якість послуг у готелях України — «Перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації України», затверджений наказом Державного комітету стандартизації, метрології та сертифікації України від 30 серпня 2001 р. До переліку продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні належать готельні послуги та послуги харчування, що надаються суб'єктами туристичної діяльності. До готельних послуг належать послуги готелів з ресторанами і окремо без ресторанів щодо яких визначені ідентичні вимоги.

До іншої нормативної бази в Україні, згідно якої також регулюється якість послуг у готелях, належить два національні стандарти України: «Послуги туристичні. Класифікація готелів», «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги», а також «Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг».

Національний стандарт України, що стосується засобів розміщування поширюється на засоби розміщення, призначені для проживання туристів. Він встановлює їх класифікацію та загальні вимоги. Вимоги цього стандарту поширюється на суб'єкти господарювання, що надають послуги засобів розміщення.

Інший нормативний документ, який відіграє одну з найважливіших функцій у покращенні якості готельних послуг — «Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг», від 27 січня 1999 р. Сертифікація закладів розміщення та закладів харчування може здійснюватись за різними схемами, встановленими «Правилами обов'язкової сертифікації готельних послуг», де зазначений порядок їх проведення, права і обов'язки сторін.

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.

2. Стандартизація якості готельних послуг.

Одним з основних методів державного контролю якості послуг є їхня стандартизація. Стандартизація є найбільш вагомим способом управління, що встановлює норми і правила, сформульовані у вигляді нормативного документа з юридичною силою впливу.

Стандарт — це нормативно-технічний документ, що визначає комплекс норм, правил, вимог до якості готельних послуг, затверджений компетентним органом стандартизації.

Стандарти встановлюють порядок і методи планування підвищення якості обслуговування на всіх етапах гостьового циклу, визначають вимоги щодо засобів і методів контролю і оцінки якості обслуговування. Державний стандарт якості готельних послуг відображає міждержавні, галузеві стандарти, стандарти якості окремих готельних корпорацій.

Головна цільова установка систем якісного обслуговування спрямована на відповідність стандартам ISO 9000, які на міждержавному рівні визначають вимоги щодо якості. Згідно міждержавних стандартів ISO 9000, для забезпечення якості необхідна:

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

Матеріальна база і кваліфікований персонал формують основу високоякісних послуг, а організація і управління підприємством зумовлюють реалізацію можливостей матеріальної бази і людського фактору.

Норми міжнародної стандартизації відображені в ISO 9000 зумовили початок сертифікації систем якісного обслуговування — самостійний напрям управління якістю обслуговування. Стандарти ISO 9000 визначили єдиний міждержавний підхід до договірних умов за оцінкою систем якості і одночасно регламентували відносини між готельним підприємством і клієнтами. Норми міждержавного стандарту ISO 9000 забезпечують відвідувачу право активніше впливати на якість готельних послуг, забезпечують законодавчу базу, що передбачає активну роль клієнта в процесі обслуговування.

Норми міждержавних стандартів зумовлюють необхідність обґрунтування управлінських рішень, систем планування. Особливе значення надається якості обслуговування безпосередньо пов'язаної з виробництвом готельних послуг — контролю якісного обслуговування технологічних процесів, своєчасному виявленню порушень якості послуг.

Сьогодні для ефективного обслуговування у готелях, система якісного обслуговування відповідна стандартам ISO 9000 і сертифікат відповідності її вимогам — необхідна умова позиціонування на ринку готельного підприємства.

3. Сертифікація готельних послуг.

Сертифікація та ліцензування це — система заходів, що на завершальному етапі засвідчують і документально підтверджують відповідність послуг встановленим державним стандартам.

Сертифікація відповідності послуг — документ, що підтверджує якість готельних послуг та їхню відповідність конкретному стандарту, або іншому нормативному документу.

Ліцензування на здійснення діяльності пов'язаної з наданням послуг — спеціальний дозвіл, що підтверджує право його власника на здійснення відповідного виду або комплексу видів діяльності, визначених згідно законодавства.

Сертифікація готельних послуг здійснюється з метою:

- не допустити реалізацію послуг, товарів, окремих видів робіт, небезпечних для життя, здоров'я споживачів, їхнього майна і навколишнього середовища;
- сприяти споживачам у свідомому виборі послуг, товарів та видів робіт;
- забезпечення дотримання обов'язкових норм, правил, вимог з охорони навколишнього природного середовища, використання природних ресурсів і забезпечення екологічної безпеки;
- гармонізації стандартів, норм і правил з міжнародними стандартами, рекомендаціями, нормами і правилами, що стосуються вимог до об'єктів розміщення і туристичних послуг.

На території України згідно Переліку продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні, затверджені наказом Державного комітету стандартизації, метрології і сертифікації України від 30 серпня 2002 р. № 498, послуги готельних підприємств і підприємства громадського харчування підлягають обов'язковій сертифікації.

Об'єктами обов'язкової сертифікації є готельні послуги, що надаються суб'єктами туристичної діяльності — засоби розміщення (готелі, мотелі, туристичні бази, гірські притулки, кемпінги, заклади здоров'я, заклади відпочинку та ін.), а також процес надання послуг.

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

Органи, що проводять сертифікацію, детально поінформовані про вимоги і порядок проведення сертифікацію згідно довідника УкрСЕПРО, виданого Держкомстатом України у 1997 р. Цей довідник окрім фахівців органів з сертифікації послуг та випробовувальних (соціологічних) лабораторій призначений для суб'єктів підприємницької діяльності, пов'язаної з наданням туристичних та готельних послуг в Україні.

Порядок, методи проведення, схеми (моделі) сертифікації, сукупність характеристик, що підтверджуються під час обов'язкової сертифікації туристичних та готельних послуг та система нормативних документів, що регламентують ці показники, здійснюються у послідовності відображеній у вигляді рис. 18.2.

Для проведення обов'язкової сертифікації готельних послуг в УкрСЕПРО уповноважена готельного підприємства подає заявку на проведення обов'язкової сертифікації готельних послуг і надання категорії установленої форми у будь-який акредитований орган сертифікації готельних послуг, якщо відсутня інформація про його наявність — у Держстандарт України, який скеровує заявку в акредитований орган сертифікації готельних послуг. Акредитований орган сертифікації готельних послуг розглядає заявку і скеровує заявнику опитувальну анкету з пропозицією її заповнення для проведення попереднього аналізу (опитувальна анкета може надаватись одночасно із заявкою). Анкета для

попереднього аналізу оформляється як додаток до заявки і є додатковим матеріалом для прийняття рішення згідно заявки.

Після отримання заповненої опитувальної анкети орган сертифікації готельних послуг приймає рішення по заявці.

Рішення по заявці на проведення обов'язкової сертифікації готельних послуг згідно результатів попередньої оцінки приймається у термін, не більше одного місяця з моменту її отримання органом сертифікації.

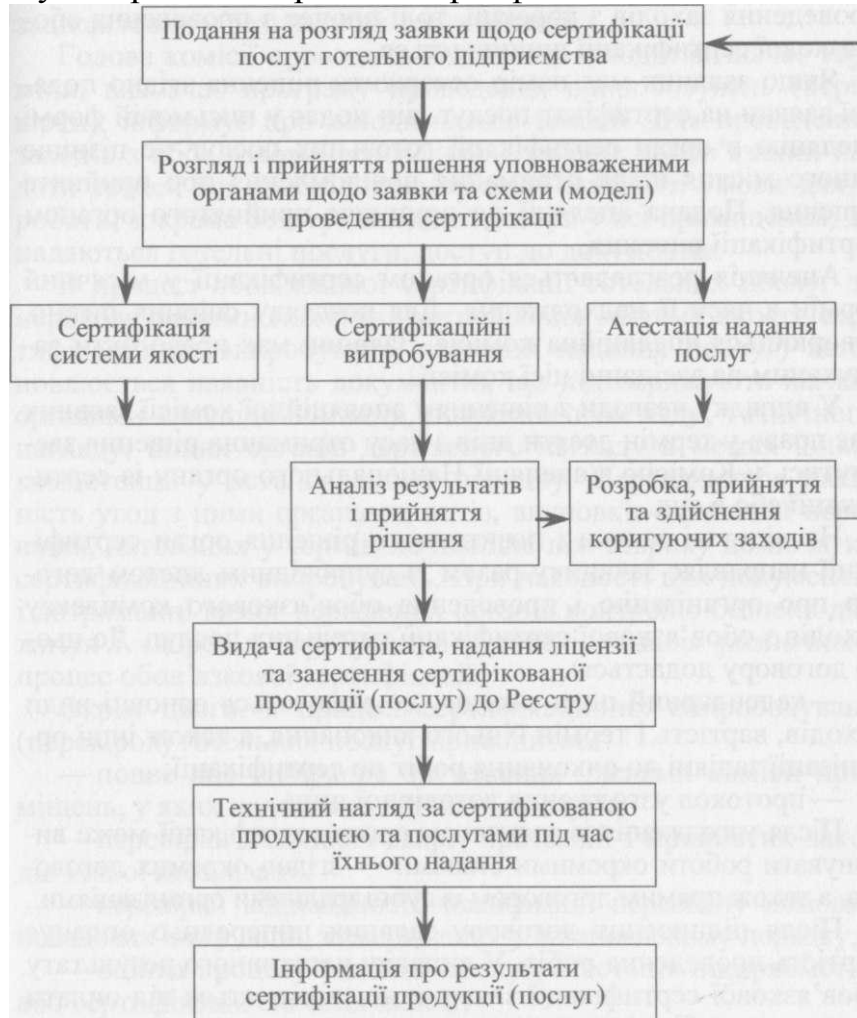


Рис. 18.2. Порядок проведення обов'язкової сертифікації готельних послуг у системі УкрСЕПРО

У випадку прийняття рішення про неможливість проведення сертифікації, заявки повертається заявнику з письмовою аргументацією прийнятого рішення. Якщо заявник у десятиденний термін після отримання рішення про відмову в обов'язковій сертифікації не повідомив про свої наміри проведення заходів з корекції, тоді процес з проведення обов'язкової сертифікації припиняється.

Якщо заявник має намір оскаржити рішення згідно поданої заявки на сертифікат послуг, він подає у письмовій формі апеляцію в орган сертифікації готельних послуг не пізніше одного місяця після отримання повідомлення про прийняте рішення. Подача апеляції не припиняє прийнятого органом сертифікації рішення.

Апеляція розглядається органом сертифікації у місячний термін з часу її надходження. Для розгляду спірних питань створюється апеляційна комісія. Заявник має право бути заслуханим на засіданні цієї комісії.

У випадку незгоди з рішенням апеляційної комісії заявник має право у термін десяти днів з часу отримання рішення звернутись у Комісію з апеляції Національного органу із сертифікації або в суд.

На підставі заявки і позитивного рішення орган сертифікації направляє заявнику разом із супровідним листом договір про організацію і проведення обов'язкового комплексу заходів з обов'язкової сертифікації готельних послуг. До цього договору додається:

— календарний план заходів, де вказуються основні види заходів, вартість і термін їхнього виконання, а також інші організації задіяні до виконання робіт по сертифікації; — протокол узгодження договірної ціни. Після узгодження із заявником орган сертифікації може виконувати роботи окремими етапами — згідно окремих договорів, а також прямим договором із субпідрядними організаціями.

Після підписання договору заявник попередньо оплачує вартість проведення робіт. У випадку негативного результату обов'язкової сертифікації заявник не звільняється від оплати виконаних робіт.

Орган сертифікації формує комісію з проведення сертифікації випробувань (перевірок). Головою комісії призначається атестований аудитор з сертифікації готельних послуг. Членами комісії можуть бути аудитори і кандидати в аудитори з сертифікації готельних послуг, аудитори з сертифікації системи якості, кваліфіковані спеціалісти з готельного господарства і захисту прав споживачів. Спеціалісти у складі комісії не повинні бути співробітниками підприємств і організацій, зацікавлених у результатах сертифікації.

Голова комісії проводить підготовчі заходи: визначає терміни, визначає програму проведення випробувань (перевірки), інформує про заходи членів комісії. Для проведення заходів з обов'язкової сертифікації заявник зобов'язаний надати комісії всі необхідні матеріали і створити умови для її роботи, зокрема безперешкодний доступ у всі приміщення, де надаються готельні послуги, доступ до документів.

В процесі обов'язкової сертифікації готельних послуг за передбачуваними схемами (сертифікація системи якості, сертифікаційних випробувань, атестації надання послуг) встановлюється наявність документів, що підтверджують нагляд органами санепідемнагляду, пожежного нагляду, технічного нагляду, інших органів державного нагляду в межах їхньої компетенції у встановленому порядку. Перевіряється наявність угод з цими органами, актів, висновків останньої перевірки, датованих у термін не пізніше ніж півроку до початку сертифікаційних випробувань. При наявності цих документів і дотриманні вимог державних органів контролю безпеки для життя і здоров'я перебування у готелі, комісія розпочинає процес обов'язкової сертифікації.

Окрім цього, в процесі сертифікаційних випробувань (перевірок) готельних послуг приводиться:

- повне або вибіркоче обстеження членами комісії приміщень, у яких надаються готельні послуги;
- перевірка наявності скарг, претензій і прийнятих заходів їхньої локалізації;
- перевірки відповідності кваліфікації персоналу вимогам посадових інструкцій, затверджених у встановленому порядку;

— оцінка процесу надання послуг, атестація підприємства або сертифікація системи якості;

— вибіркові випробовування послуги соціологічними (експертними) методами.

Схема обов'язкової сертифікації в Україні передбачає розвиток процесу за трьома моделями:

— сертифікаційні випробовування;

— сертифікація системи якості;

— атестація надання послуг.

Атестація надання послуг та сертифікація системи якості здійснюється лише при обов'язковій сертифікації, сертифікаційні випробовування — при добровільній сертифікації.

Сертифікаційні випробовування рекомендуються для готелів, що не відповідають вимогам найнижчої категорії (без зіркових готелів) та інших засобів короткотермінового розміщення. Сертифікат відповідності для зазначеної категорії засобів розміщення видається на термін не більше одного року.

Атестація надання послуг передбачена для засобів розміщення (готелів, мотелів), які планують присвоєння певної категорії.

Згідно процедури проведення обов'язкової сертифікації за цією схемою, заявник заповнює декларацію про відповідність готельного підприємства вимогам щодо присвоєння певної категорії (зірки). Після аналізу і позитивних результатах вивчення декларації орган сертифікації готельних послуг здійснює перевірку на відповідність вимогам безпеки, перевірку відповідності номенклатури і якості готельних послуг встановленому нормативними документами переліку вимог щодо готелів певної категорії (зірки) та інформації, що наведена у декларації. Сертифікат відповідності видається на термін не більше трьох років.

Сертифікація системи якості рекомендована для готелів, що мають присвоєну категорію і намагаються її підтвердити або здобути вищу категорію.

Сертифікація системи якості здійснюється з ініціативи заявника з метою підтвердження відповідності забезпечення якості системі стандартів, а також можливості у постійному режимі надавати послуги, які відповідають обов'язковим вимогам нормативних документів з безпеки і вимог щодо певної категорії (зірки). Сертифікат відповідності видається на термін до п'яти років.

В процесі проведення сертифікації згідно однієї з трьох моделей, комісія складає звіт за результатами оцінки процесу надання готельних послуг або протокол випробовувань (перевірки) на відповідність вимогам безпеки і протокол випробовувань на відповідність вимогам категорії, які є основою для складання акту і прийняття рішення.

Протокол випробовувань готельних послуг підписує голова і всі члени комісії, представник заявника. Якщо у проведенні випробовувань приймала участь випробовувана лабораторія, згідно результатів її роботи також складається протокол випробовувань і разом з протоколом комісії подається в орган сертифікації готельних послуг, копія протоколів — заявнику.

Після завершення випробовувань (перевірки) складається акт проведення обов'язкової сертифікації готельних послуг, який підписується головою і членами комісії. Один екземпляр акта передається заявнику.

Орган сертифікації готельних послуг аналізує всі отримані матеріали (звіт, протоколи, акт. Результати соціологічних досліджень та ін.) і при позитивних результатах розгляду видає сертифікат відповідності.

Якщо орган сертифікації приймає рішення про відмову видачі сертифіката відповідності, тоді рішення з обов'язковим викладом причин відмови скеровується заявнику у термін не більше десяти днів з дня підписання акта, а заявка анулюється. Повторне випробовування з метою сертифікації проводиться після подачі повної заявки в орган сертифікації і переконливих доказів заявника щодо проведення коригуючи заходів.

Видача сертифікату відповідності органом сертифікації і його реєстрація у Реєстрі Системи здійснюється у термін, що не перевищує десяти днів з дня видачі акта. Оригінал сертифіката відповідності і ліцензія на право використання сертифіката відповідності видається заявнику.

Якщо вимоги щодо показників (характеристик) сертифікованих готельних послуг змінюються, тоді дія сертифіката призупиняється з часу введення змін. У випадку змін в умовах подання або номенклатури готельних послуг, технологічної документації на їхнє надання, що може зумовити вплив на показники, підтверджені під час проходження сертифікації, заявник зобов'язаний попередити про це орган сертифікації.

На пізніше ніж за три місяці до закінчення дії сертифіката відповідності заявник подає нову заявку в орган сертифікації для отримання сертифіката на наступний період. Орган сертифікації визначає необхідний обсяг роботи згідно технічного нагляду.

Технічний нагляд сертифікованих готельних послуг під час їхнього надання здійснює орган сертифікації готельних послуг, що видав сертифікат відповідності. Технічний нагляд здійснюється упродовж всього терміну дії сертифіката у формі планових і позапланових перевірок.

Планові перевірки, їхня кількість і форма проведення передбачені умовами угоди на здійснення технічного нагляду між органом сертифікації і замовником. При проведенні технічного нагляду здійснюється:

- перевірка дотримання підприємством вимог до сертифікованих готельних послуг шляхом перевірки їхньої відповідності нормативній і технічній документації, відповідності змін у документації;

- оцінка процесу надання готельних послуг, атестація підприємства;

- перевірка дотримання умов ліцензійної угоди, що складається з перевірки правильності нанесення знаку відповідності категорії (зірки) на картці гостей, квитанції, рекламних матеріалах, вивісках.

Згідно результатів технічного нагляду органу сертифікації складається звіт, у якому вказуються можливі причини невідповідності готельних послуг встановленим вимогам і пропонуються коригуючи заходи. Один екземпляр звіту отримує заявник.

Позапланова перевірка готельного підприємства органом сертифікації здійснюється при надходженні скарг щодо сертифікованих послуг від клієнтів, органів, що здійснюють державний або громадський контроль готельних послуг згідно законодавчих актів. Додаткові перевірки можуть також проводитись при надходженні інформації про зміни технології, характеристик або номенклатури готельних послуг або умов обслуговування.

Дія сертифіката відповідності і ліцензійної угоди може бути призупинена у випадку:

—встановлення невідповідності готельних послуг вимогам нормативних документів щодо їхньої безпеки;

—невідповідності умов для забезпечення безпеки готельних послуг;

—виявлення невідповідності послуг вимогам нормативних документів стосовно наданої готелю категорії (зірки);

—встановлення змін, внесених у нормативну і технологічну документацію на готельні послуги без попередньої згоди з органом сертифікації;

— порушення правил використання сертифіката і знака відповідності;

— надходження скарг і претензій щодо сертифікованих готельних послуг;

— відмови заявника від оплати робіт з технічного нагляду. У випадку призупинення дії сертифіката відповідності орган сертифікації у трьохденний термін надає письмову інформацію про прийняте рішення стосовно призупинення або відміну дії виданого сертифіката відповідності в Держстандарт України, його територіальний орган, Держкомтуризму України і заявнику. Рішення про призупинення дії сертифіката відповідності може бути відмінено у випадку проведення коригуючи заходів заявником у визначені органом сертифікації готельних послуг термін. Після закінчення цього терміну проводиться технічний нагляд, який може проводитись згідно спрощеної процедури з урахуванням результатів попереднього технічного нагляду.

Рішення про відміну дії сертифіката відповідності може прийматись у випадку:

—недоліки неможливо усунути у відведений час; —коригуючи заходи не виконані або не мали наслідків у визначений рішенням про при зупинку дії сертифікату відповідності термін;

—не виконано умови ліцензійної угоди. Відміна сертифіката відповідності настає з моменту його вилучення з Реєстру Системи.

Готельні послуги, на які відмінено дію сертифіката відповідності можуть бути заявлені готельним підприємством на повторну обов'язкову сертифікацію після виконання засобом розміщення коригуючи заходів, скерованих на усунення порушень, виявлених в процесі технічного нагляду. У такій ситуації заходи із сертифікації проводяться без урахування результатів попередньої обов'язкової сертифікації певної послуги.

Якщо заявник намагається оскаржити рішення про відміну ліцензії на право використання сертифіката відповідності і маркування знака відповідності (зірок) готельних послуг, зазначених у сертифікаті і пропонованих заявником упродовж терміну дії ліцензії, подається апеляція в орган сертифікації готельних послуг не пізніше одного місяця після отримання повідомлення про прийняте рішення. Подача апеляції не призупиняє дії прийнятого органом сертифікації рішення.

Апеляція розглядається органом сертифікації у місячний термін з дня надходження. Для розгляду спірних питань створюється апеляційна комісія. Заявник має право виступу на засіданні комісії. У випадку незгоди з рішенням апеляційної комісії, заявник має право упродовж десяти днів з дня отримання рішення звернутись у Комісію з апеляцій Національного органу з сертифікації або у суд.

Готельні підприємства, які здійснюють господарську діяльність без сертифіката відповідності застосовуються заходи фінансового впливу у формі штрафних санкцій в обсягах, передбачених законом.

Ліцензування діяльності у готельній сфері, згідно законодавчої і нормативної бази України щодо засобів розміщення туристів, які надають послуги з тимчасового розміщення, харчування, екскурсійного обслуговування, розваг та інших туристичних послуг, проте не забезпечують розробку і комплексну пропозицію туристичних послуг (тур операторська діяльність) і не здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту або реалізацію супутніх послуг (турагентська діяльність) їхня діяльність не підлягає ліцензуванню.

Окрім обов'язкової сертифікації, готельні підприємства можуть проходити добровільну сертифікацію. Добровільна сертифікація готелів проводиться лише щодо системи якості послуг.

Питання для самоконтролю.

1. Назвати нормативно-правові та нормативно-експлуатаційні основи державного регулювання якістю послуг у готельній сфері України.
2. Поняття «Стандартизація якості готельних послуг».
3. Охарактеризувати процедуру проведення сертифікацій готельних послуг.

Лекція 19.

Тема. Додаткові готельні послуги як показники якості, конкурентоспроможності та культури обслуговування.

План лекції

1. Поняття та види додаткових послуг.
2. Форми надання додаткових послуг.
3. Комплексний продаж послуг.

1. Поняття та види додаткових послуг.

Сучасний готель уже вийшов за рамки поняття «тимчасового житла», нині він є тим центром в якому гість може отримати максимально повне задоволення потреб своєї життєдіяльності під час перебування за межами свого звичного місця проживання. Первісне значення слова «сервіс» - «обслуговування» (від англ. «service» - послуга, служба, обслуговування) у готельному господарстві теж переросло свої рамки і означає нині *систему заходів, що забезпечують гостю необхідний рівень задоволення його різноманітних побутових, господарських, культурних запитів в умовах швидкого, чіткого, ввічливого та послужливого обслуговування.*

У визначенні поняття «основних» та «додаткових» послуг і готелю у теоретиків та практиків готельної справи немає єдності. Багато з них пропонують вважати основними по слугами проживання та харчування. Таке трактування має сенс з огляду на спільний історичний розвиток цих видів послуг. Крім того, нині більшість великих готелів включають послугу харчування (сніданок) у вартість проживання як обов'язкову. Але поряд з тим існують готелі, де послуги харчування не пропонуються взагалі. Деякі дослідники та практики готельної справи вважають основними послугами готелю ті, які надаються в ньому безкоштовно, що найчастіше залежить від призначення конкретного готелю. Так, у туристичних готелях можуть безплатно надаватись деякі побутові послуги, у рекреаційних закладах - послуги прокату спортивнентаря, користування сауною, басейном тощо. Але таке трактування не дозволяє розробити єдиного підходу до класифікації послуг, залишаючи її на рівні кожного конкретного готельного підприємства. Тому найбільш доцільним є науковий підхід, який визначає основною послугою готелю проживання, а всі інші відносить до поняття додаткових.

Кількість додаткових послуг у готелі може бути дуже великою, а їх асортимент - різноманітним. Це залежить від комфорту готелю і водночас визначає його класність. Підвищення рівня готельного сервісу передбачає, з одного боку, розширення видів, асортименту послуг, з іншого - удосконалення форм їх надання.

Додаткові послуги готельного підприємства можна класифікувати за метою задоволення потреб гостя, частотою і попиту, економічною ознакою, за формою організації їх надання.

За метою задоволення потреб гостя на перше місце слід поставити *послуги харчування* - від звичайного буфету На поверсі та організації сніданків, до розвиненої системи закладів харчування, у тому числі - розважального (ресторани, кафе, бари, винні льохи, вар'єте тощо), що презентують європейську та національні кухні, різноманітні напої, організують банкети та дегустації, шоу та танцювальні програми, забезпечують обслуговування в номерах. На другому місці - *послуги побутового характеру*, яких у готелі існує велика кількість відповідно до потреб гостя. Вони включають прання та прасування, чищення та дрібний ремонт одягу гостя, зберігання його речей, прокат необхідного інвентаря, заміну постільної білизни тощо. Далі - *послуги культурного та спортивно-оздоровчого характеру, послуги зв'язку та інформації, транспортні, торговельні, медичні, банківські тощо*. Звичайно, такий поділ послуг є дещо умовним. Одні й ті самі послуги можна віднести до різних видів. Так, наприклад, виклик таксі - до послуг транспортних або побутових, подання їжі у номер - до послуг харчування або побутових тощо.

За частотою попиту можна виділити послуги стандартні, послуги розширеного попиту та унікальні. *Стандартні послуги* є практично у кожному готелі та не залежать від його призначення та класності. Це такі послуги як прання білизни гостя, Побудка, доставка кореспонденції, зберігання речей у камері схову тощо. *Послуги розширеного попиту* часто залежать від призначення готелю. Так, у туристичних готелях попитом можуть користуватись послуги екскурсійного характеру, у бізнес-готелях - прокат автомашини, послуги швидкого зв'язку тощо. *Унікальні послуги*

За економічною ознакою послуги поділяють на (платні та компліментарні. Перелік *безплатних послуг* визначається Правилами користування готелем. Практично в усіх готелях світу на безоплатній основі надаючи послуги побудки гостя на визначену годину, доставка йому кореспонденції, виклик швидкої допомоги та користування готельною аптечкою, надання у номер кип'ятку, ниток для дрібного ремонту тощо. У визначенні асортимент *платних* послуг готель керується існуючими стандартами зважаючи на призначення та клас підприємства. Перелік платних послуг повинен доводитися до відома гостя черг і рекламу готелю, вмішуватись у рекламно-інформаційних папках у номерах. *Компліментарні послуги* не входять до переліку безплатних послуг готелю, хоча й не оплачують і гостем. Такі послуги використовуються готелем для виявлення гостю підвищеної уваги і надаються з певною метою, найчастіше - зробити рекламу готелю, утримати гостя серед постійних клієнтів. Привітальні напої, цукерка чи шоколадки на ніч біля ліжка, анімаційна програма на зустріч-проводі гостя є проявом політики гедонізації відпочинку та сприяють створенню позитивного іміджу готелю в очах клієнта.

З метою підвищення якості та культури обслуговування клієнтів, а також конкурентоспроможності на світовому ринку готельних послуг, підприємства повинні мати не тільки високий рівень комфорту, але й широкий набір *додаткових послуг*. Сервіс готелів доцільно організувати не за принципом попиту, а за принципом пропозиції. Різноманітність й асортимент додаткових послуг постійно розширюються. Якщо раніше в переліку їх нараховувалося не більше десяти, то сьогодні вже понад шістьдесят (а в німецьких готелях найвищої категорії кількість додаткових послуг досягає майже 300).

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 туристів у готелі та туристичному районі:

- ✓ *інформаційні* (інформування про послуги, що їх надає готель, розваги в туристичному районі, транспортні зв'язки, можливості купівлі товарів, місцезнаходження історико-культурних пам'яток і закладів тощо);
- ✓ *комунально-побутові* (прання, чищення, прасування одягу, ремонт взуття, годинників, валіз, спортивного інвентарю тощо);
- ✓ *посередницькі* (резервування місць у культурно-розважальних установах, замовлення театральних квитків, резервування номерів в інших містах тощо);
- ✓ *послуги автотуристам* (забезпечення гаражем, стоянкою, дрібним ремонтом транспортних засобів);
- ✓ *надання друкованої продукції, настільних ігор;*
- ✓ *продаж* товарів;
- ✓ *прокат* спортивного, пляжного інвентарю, друкарських машинок, автомобілів, розмножувальної техніки та ін.;
- ✓ *зберігання* кореспонденції, цінностей.

2. *Збагачують знання туристів про район, країну* (організація екскурсій, зустрічей, перегляду фільмів, урочистостей з нагоди національних свят).

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

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

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.

За **способом надання** додаткові послуги можуть бути платними та безплатними. До *безкоштовних послуг* належать:

- ✓ 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.

Удосконалюючи систему вітчизняного сервісу, необхідно наближати її до загальноприйнятих світових норм і стандартів.

У сучасних готелях організація системи надання послуг досягла нової прогресивної технології обслуговування туристів. Так, великою зручністю для гостей готелю є запровадження пластик- вих карток. Закодовані картки містять дані, необхідні для готелю (вони можуть записуватись ще під час бронювання номеру), а електронний код слугує ключем для входу в номер.

Американські готельні фірми за допомогою такої картки забезпечують гостеві доступ до значної кількості послуг безпосередньо через телевізор у номері. Спеціальний пристрій, під'єднаний до телевізора, дозволяє туристові резервувати місця в ресторані, вибирати страви для подання їх у номер, порахувати баланс своїх витрат у готелі, забронювати авіаквитки, місця в готелях, взяти автомобіль напрокат тощо. Для ділового туриста готельні номери вже почали оснащувати автоматичними телефонами, комп'ютерами, машинами для передачі факсимільних зображень. Для отримання цих послуг туристові достатньо скористатися кредитною картою, за допомогою якої всі витрати автоматично фіксуються і записуються на його рахунок.

2. Форми надання додаткових послуг.

За економічною ознакою послуги поділяють на платні та компліментарні. Перелік *безплатних* послуг визначається Правилами користування готелем. в усіх готелях світу на безоплатній основі надаючи, і послуги побудки гостя на визначену годину, доставка кореспонденції, виклик швидкої допомоги та користун; готельною аптечкою, надання у номер кип'ятку, ниток для дрібного ремонту тощо. У визначенні асортимент *платних* послуг готель керується існуючими стандартами, зважаючи на призначення та клас підприємства. *Переди» платних послуг повинен доводитися до відома гостя черпії рекламу готелю, вмішуватись у рекламно-інформаційпи і папках у номерах. Компліментарні послуги не входять /т переліку безплатних послуг готелю, хоча й не оплачують» и гостем. Такі послуги використовуються готелем для гостю підвищеної уваги і надаються з певною метою, нам частіше - зробити рекламу готелю, утримати гостя серед по стійних клієнтів. Привітальні напої, цукерка чи шоколади.і на ніч біля ліжка, анімаційна програма на зустріч-проводи гостя є проявом політики гедонізації відпочинку та спріг,і ють створенню позитивного іміджу готелю в очах клієнта.*

За формою організації надання послуг у готелі ві і діляють послуги, що надаються безпосередньо готелем аби туристичним комплексом, послуги підприємств, що орендують приміщення та площі в готелі, та послуги підприємств і що надаються ними на основі договору, укладеного з готелем. У свою чергу послуги, що надаються готелем безпосередньо, включають такі, що надаються на основі самообслуговування, автоматики, власне працівниками

готелю (у тому числі - на житловому поверсі та у номерах, а також посередницькі послуги) та підприємствами, що входять у готельний комплекс.

Як правило, *послуги на основі самообслуговування* характерні для готелів середньої категорії та концентруються у спеціальному приміщенні - **кімнаті самообслуговуваннями (кімнаті побутового обслуговування)**. Така кімната обладнується на кожному поверсі або одна на 2-3 поверхи з підрахунку на 50 проживаючих. Вона повинна бути обладнана столом (дошкою) для прасування, вішалкою з плічка- для випрасуваного одягу, дзеркалом, шафою-стелажем з Набором галантерейної фурнітури (нитки щонайменше двох Шольорів - чорного та білого, голки, ножиці, набір гудзиків, шопок, гапликів з петельками, щітки та засоби для чищення одягу і взуття тощо), раковиною з гарячою та холодною водою. На прасувальному столі, крім праски, повинен бути флакон для збризкування білизни під час прасування та чистий шмат тканини для прасування одягу з вовни. У цьому немає потреби, якщо праска має відповідні функції.

Типовими підприємствами розміщення, в яких більшість послуг надається на основі самообслуговування, є кемпінги.

Все частіше у готелях упроваджуються *послуги, що надаються на основі автоматизації*: автоматизовані камери схову; автомати для продажу газет, листівок, цигарок, напоїв та кондитерських виробів, для * приготування кави, чаю та інших гарячих напоїв, соків; автоматичне чищення взуття; автоматизована система побудки гостя; автоматичні праски та прасувальні дошки та ін. Існують готелі, де автоматизовано всю (систему надання як основних, так і додаткових послуг. Але в готелях високих категорій надається перевага участі персоналу І в обслуговуванні гостя.

Останнім часом прослідковується і тенденція максимізації *обслуговування гостя на житловому поверсі та в номері*. Так, гість, не виходячи за межі свого номеру, може отримати велику кількість послуг як на основі самообслуговування - користування чайником та кавоваркою, холодильником, мікрохвильовою пічкою, телевізором, факсом, комп'ютером з виходом в Інтернет тощо, так посередництво персоналу - свіжа преса у номер, взуття, виставленого на ніч перед номером, і т. ін. Вартість більшості таких послуг входить у вартість номеру, але і є такі, що надаються на платній основі. Персонал поверху в основному забезпечує надання побутових послуг, такі як прокат білизни, посуду і дрібного інвентаря, прання і прасування білизни тощо. Технологія прийому замовлення, на прання, чищення, ремонт та прасування одягу та білизни гостя передбачає можливість зробити це без особистого контакту з обслуговуючим персоналом. Для цього у ванній кімнаті номера вивішують спеціальні пакети, а в рекламній папці вміщують прейскурант цін та бланки замовлені, і яких гість вказує вид послуги і бажаний термін виконання.

У деяких готелях невисоких категорій на поверсі можна замовити чай, каву, купити буфетну продукцію (персонал поверху отримує її з ресторану або складу під звіт і передає по зміні). Але такі послуги все частіше замінюються послугами «room-service» – подання їжі в номер з ресторану або буфету на поверсі із замовленням по телефону. У готелях високих категорій, де практикується подання сніданків у номер, на поверсі можуть бути спеціальні сервісні кімнати, їжу порціонують перед доставкою у номери. У номерах гостям надається послуга міні-бару. Міні-бар - невелика шафа холодильник з набором напоїв та буфетної

продукції у дрібній упаковці. Рух товару у міні-барах контролюється службою по верхів, оплата здійснюється через касу готелю. У рекламній папці номеру, в якому встановлено міні-бар, обов'язково має бути присутній преїскурант цін на його продукцію.

Послуги, що надаються персоналом готелю, мають широкий спектр - від побутових, у числі яких замовлення таксі, виклик швидкої допомоги, замовлення телефонних переговорів (якщо в готелі немає власної телефонної станції або автоматичного міжміського (міжнародного) зв'язку безпосередньо з номера), доставка ліків і дрібних товарів, квітів, доставка і відправлення кореспонденції, підноско багажу, зберігання речей та цінностей тощо, до послуг культурно розважального, ділового характеру, транспортних, медичних, організації дозвілля тощо. Велика кількість послуг готелю має *посередницький* характер - прийом, оформлення та контроль за виконанням замовлення гостя, яке виконується підприємствами, що мають угоду з готелем, орендують площі в ньому, або підприємствами, що входять до складу готельного (туристичного) комплексу. У цьому випадку преїскурантна вартість такої послуги є власне комісійною винагородою за посередництво, що стягується понад вартість замовлення.

Послуги підприємств, що входять у готельний комплекс, включають послуги закладів харчування, рекреаційних, спа- та фітнес-комплексів, конференц-залів та підприємств побутового обслуговування - перукарень, пралень, ремонтних та фотомайстерень, автостоянок та камер схову та ін. Подібні заклади можуть працювати в готелі також на умовах оренди площ і приміщень.

Послуги на умовах оренди приміщень і площ у готелі надають підприємства харчування, служби побуту, транспорту, торгівлі, зв'язку, банки, аптечні заклади та ін. Договір оренди укладається на підставі типового договору про оренду нежитлових приміщень у будинках місцевих органів самоврядування, державних, кооперативних та громадських організацій і включає такі розділи:

- загальні умови - термін оренди, характеристика приміщення, що орендується, його площ (основної та допоміжної);
- обов'язки сторін - взаємні обов'язки орендаря та орендодавця щодо утримання приміщення, його використання, проведення прибирань і ремонтів, забезпечення пожежної безпеки;
- платежі та розрахунки за договором - розмір та умови внесення орендної плати, розрахунок участі сторін в експлуатаційних витратах та витратах на утримання приміщення;
- відповідальність сторін - види та розміри матеріального відшкодування за порушення певних умов договору: несвоєчасне надання приміщення, прострочені платежі і т. ін.;
- умови припинення дії договору та його пролонгації - як правило, орендар має переважне право на поновлення дії договору оренди;
- інші (додаткові, особливі) умови.

Переваги такої форми організації обслуговування очевидні:

- розширюється асортимент послуг, підвищується комфорт без зусиль з боку готелю;
- готель отримує додаткові грошові-надходженням орендної плати. Але є й недоліки:

- при високих темпах інфляції у країні орендна та може відставати і оренда стає не вигідною;
- іноді готель може мати більші доходи, якщо у приміщенні своє структурне підприємстві, ніж отримуючи орендну плату;
- деякі види послуг можуть негативно впливати їм рівень комфорту готелю, знижуючи його (наприклад, ігрові автомати у вестибюлі над головами відпочиваючих гостей).

Тому керівництву готелю слід зважено підходити як до визначення послуг, що будуть надаватись орендарями, так і до самих орендарів, виходячи з існуючих у готелі умов.

Перелік *послуг, що надаються проживаючим у готелі місцевими підприємствами та організаціями на основі до говорів з готелем*, є практично невичерпним. Подібні до говори можуть заключатись з музеями і театрами, екскурсійними закладами, закладами побутового обслуговування. транспортними, спортивними, дозвіллево-розважальними та ін. Готель бере на себе обов'язки організувати відповідну рекламу, своєчасно подавати (або доставляти для виконання) замовлення та оплачувати його, забезпечує оформлення заявки, контролює отримання замовленого та якість виконання послуги. У свою чергу підприємство-виконавець зобов'язується виконувати замовлення якісно та вчасно надає необхідний рекламно-інформаційний матеріал. Таким чином, готель може значно розширити асортимент послуг, у тому числі - посередницьких, але важливо, щоби ці послуги користувалися попитом у гостей.

Сучасні готелі все частіше звертаються до ідеї комплексного продажу послуг, пропонуючи гостям як спеціально скомпоновані пакети додаткових послуг, так і цілі програми обслуговування, що включають як основну, так і додаткові послуги. Головними цілями, які в такому випадку переслідуються готелями, є примусити клієнта скористатися послугами і витратити якомога більше грошей у готелі, інтенсифікувати просування та продаж свого продукту, і вийти на певний споживчий сегмент на ринку готельних послуг, завоювати постійного клієнта тощо. Іноді такі програмні пакети стають основою клубного обслуговування.

Так, у готелях рекреаційного типу пропонуються пакети послуг спортивно-оздоровчого характеру, що включають певну кількість відвідань сауни, басейну та фітнес-центру. Подібні пакети користуються популярністю також у готелях ділового типу. Пакет послуг «Романтичний уїкенд» може включати, крім ночівлі, ранковий сніданок у номер, відвідання спа-центру, романтичну вечерю в ресторані.

3. Комплексний продаж послуг.

Сучасні готелі все частіше звертаються до ідеї комплексного продажу послуг, пропонуючи гостям як спеціально скомпоновані пакети додаткових послуг, так і цілі програми обслуговування, що включають як основну, так і додаткові послуги. Головними цілями, які в такому випадку переслідуються готелями, є примусити клієнта скористатися послугами і витратити якомога більше грошей у готелі, інтенсифікувати просування та продаж свого продукту, вийти на певний споживчий сегмент на ринку готельних послуг, завоювати постійного клієнта тощо. Іноді такі програмні пакети стають основою клубного обслуговування.

Так, у готелях рекреаційного типу пропонуються пакети послуг спортивно-оздоровчого характеру, що включають певну кількість відвідань сауни, басейну та фітнес-центру. Подібні пакети користуються популярністю також у готелях ділового типу. Пакет послуг «Романтичний уїкенд» може включати, крім ночівлі, ранковий сніданок у номер, відвідання спа-центру, романтичну вечерю в ресторані при свічках. Схожі пакети послуг пропонуються, наприклад і молодятим і можуть включати також лімузин на зустріч проводи, екскурсію, квіти та шампанське у номер.

Наприклад, готель «Опера», м. Київ пропонує гостям наступні види програмних пакетів.

Пакет вихідного дня «Люкс», який включає:

- проживання в номері категорії «Люкс»;
- трансфер «аеропорт - готель - аеропорт»;
- свіжі фрукти та шампанське в номер по приїзду;
- сніданок у ресторані «La Scala» або в номері;
- можливість раннього заїзду та пізнього виїзду;
- відвідування Spa-центру Diva (тренажерний зал, аквазона та сауна).

Пакет вихідного дня «Бізнес», до складу якого входять:

- проживання в номері категорії «King Superior»;
- свіжі фрукти в номер по приїзду;
- сніданок у ресторані «La Skala» або в номері;
- можливість раннього заїзду та пізнього виїзду;
- відвідування Spa-центру Diva (тренажерний зал, аквазона та сауна).

Пакет вихідного дня «Оптимальний», який включає:

- проживання в номері категорії «King Standard»;
- свіжі фрукти в номер по приїзду;
- сніданок у ресторані «La Skala»;
- можливість раннього заїзду та пізнього виїзду;
- відвідування Spa-центру Diva (тренажерний зал, аквазона та сауна).

Також своїм гостям готель «Опера» пропонує стати членами ексклюзивного клубу постійних клієнтів DP Club, що дає їм можливість отримати низку привілеїв, серед яких:

- спеціальні умови бронювання номеру (пріоритетне резервування, номер на категорію вище, ранній за їзд, пізній виїзд, подарунок при поселенні);
- день процедур в одному з центрів краси та здоров'я Diva у подарунок;
- ніч у номері «Люкс» у готелі «Опера» в Києві або «Донбас Палац» у Донецьку для двох осіб у подарунок;
- подарунки від фірми MONTBLANC - ювелірні прикраси або ексклюзивне канцелярське приладдя;
- оперативна інформація про всі заходи та спеціальні пропозиції в готелі.

При клубному обслуговуванні програми послуг оформлюються спеціальними клубними картками та, як правило, мають кілька рівнів, відповідно до підвищення яких збільшується й обсяг пільгових послуг. Основою для підвищення рівня клубної картки може бути кількість проведених у готелі ночей або витрачених на оплату його послуг грошей. Програми клубного обслуговування в готелях - це найчастіше клуби для ділових людей (бізнес-клієнти) або клуби постійних гостей, які існують при великих готелях високого класу або при

готельних ланцюгах - «Клуб шести континентів» (мережа «ІнтерКонтинентал»), «Hilton Club», програма постійного гостя мережі готелів «Premier Hotels International» та ін. У «Hilton Club» гостям надається безкоштовний трансфер, користування фітнес-центром. У готелі «Одеса» м. Одеса постійним гостям пропонується програма «Private Concierge», згідно якої такий гість може отримати не тільки певні пільги при поселенні (персональний «чек-ін» і ранній «чек-аут» - відповідно розміщення і виїзд, upgrade - розміщення в номері класом вище замовленого, безплатне додаткове місце), але й велику кількість додаткових послуг - газети в номер щоранку за вибором, один фільм у ніч безкоштовно, цілодобові послуги консьєржа, 15% знижки при замовленні напоїв та обслуговуванні у торговельних точках у готелі і навіть додаткову безплатну клубну картку для дружини. Приклади пакетів послуг та програм клубного обслуговування в готелі «Прем'єр Палац» м. Києва наведено в додатку 24.

Часто готелі пропонують постійним гостям бонусну систему для застосування подальших знижок на номери або надання безкоштовних ночівель. У київських готелях «Прем'єр Палац» та «Опера»- бонуси нараховуються на кількість ночівель у готелі, у мережі готелів «Маріотт» - на кожний витрачений у готелі долар. В обслуговуванні постійних гостей використовують компліментарні послуги привітальний чай або коктейль, подарунок у номер і т. ін.

Комплексне програмне обслуговування може бути також складовою політики концептуалізації в готельному підприємстві.

Питання для самоконтролю.

1. Дати визначення поняття та видів додаткових послуг.
2. Охарактеризуйте форми надання додаткових послуг.
3. Що передбачає комплексний продаж послуг.

Лекція 20.

Тема. Механізм та особливості формування тарифів на готельні послуги.

План лекції

1. Структура вартості послуг у готелях.
2. Цінова стратегія готельних підприємств.
3. Світовий досвід формування спеціальних тарифів на номери у готелях.

1. Структура вартості послуг у готелях.

Формування тарифів (вартості проживання) на готельні номери (місця), послуги — один із важливих напрямків 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 планується 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 ін. згідно від особливостей попиту клієнтів 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 в номер дорослої особи або дитини тощо. На основі цих та інших особливостей формування готельних тарифів, яким присвоєні спеціальні назви — «сімейний тариф», «родинний тариф», «європейський тариф», «американський тариф» та ін.

Згідно вітчизняного досвіду, в основу ціни будь-якої послуги готельного господарства включена її повна собівартість. Повна собівартість послуги розміщення у номері відповідної категорії охоплює сукупність трудових, матеріальних та фінансових витрат, відображених у грошовій формі в розрахунку на одиницю послуг. Вона відображає техніко-організаційний рівень експлуатаційної діяльності готелю, пов'язаної з виробництвом і реалізацією послуг.

Загальні поточні витрати готельного комплексу, окрім експлуатаційних, включають витрати в інших видах його господарської діяльності та при здійсненні господарських операцій. Поточні витрати — важливий якісний показник діяльності готелів, що впливає як на загальні результати господарської діяльності, та обсяг собівартості окремих видів послуг, їх прибутковість та рентабельність.

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

У готельних комплексах, що надають широкий обсяг послуг, поточні витрати поділяються, згідно видів послуг, на прямі (виробнича заробітна плата, комунальні послуги, сировина та ін.) 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. Наприклад, якщо у підпорядкуванні готелю є сауна, пральня, підприємство громадського харчування, частина загальних витрат готелю ділять на собівартість цих послуг пропорційно до суми прямих витрат. Якщо за калькуляційними даними, які прийняті при розрахунку собівартості послуг, проводять групування прямих поточних витрат, враховують місце їх виникнення та призначення.

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

У розподілі загальних експлуатаційних, адміністративних витрат, витрат на збут та інших загальних господарських витрат між підрозділами готельного комплексу необхідно враховувати особливості формування кожного виду витрат. Наприклад, при визначенні собівартості послуг розміщення, витрати на оплату праці адміністративно-управлінського персоналу розподіляються пропорційно до прямих витрат на оплату праці обслуговуючого персоналу.

Таким чином, середня відпускна вартість одиниці послуг (людино-добы розміщення) у готелях України є основним фактором формування готельних тарифів і цінової політики. В процесі формування тарифів на послуги

проживання у вітчизняних готелях економічно недостатньо обґрунтовується вартість готельного обслуговування, зокрема диференціація відпускної вартості послуг розміщення згідно категорії номерів готелю, недостатньо застосовуються результати маркетингових досліджень в процесі обґрунтування рекламних та відпускних тарифів.

У міжнародному досвіді країн Європи здійснюється 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.

З урахуванням стратегії ціноутворення готельного підприємства — максимального задоволення різноманітних потреб клієнтів, не менш важливим є вдосконалення механізму ціноутворення на додаткові послуги в готельних комплексах — послуги побутового характеру, згідно з побажаннями гостя, послуги спортивно-розважального характеру, послуги зв'язку та інформації, транспортні, торговельні, банківські, медичні та ін. Обсяг та асортимент додаткових послуг залежать від категорії готелю.

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 прибувають 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.

Додаткові послуги надаються з метою створення максимуму комфортності та задоволення потреб клієнтів, з урахуванням базової стратегії конкуренції готелю.

Технологія надання додаткових послуг має передбачати раціональне розташування служб у готелі для скорочення до мінімуму процедури оформлення замовлень на послуги й виключати повторне звернення клієнтів із замовленням на одну й ту ж саму послугу.

Наприклад, у столичних готелях України при обслуговуванні туристів, які прибувають з діловими цілями, передбачено надання таких додаткових послуг: надання приміщення для проведення протокольних та ділових переговорів, зустрічей, послуги перекладачів у ході ділових зустрічей, комп'ютерні послуги, безперебійний міжнародний зв'язок, цілодобове транспортне обслуговування та ін.

При визначенні рекламних цін на послуги підсобних підрозділів вартість одиниці послуги розраховують як базову або максимальну ціну послуги (наприклад, вартість прання за індивідуальним замовленням, вартість надання сніданку в номері тощо). Конкретна (ринкова) ціна встановлюється згідно стану ринку та цінової політики готелю. Певний перелік додаткових послуг готель надає не самостійно, а користується послугами фірм, які орендують його приміщення.

Процес ціноутворення та цінова стратегія щодо спеціальних, додаткових і супутних послуг необхідно розглядати як єдиний механізм формування

готельних тарифів. Це пояснюється тим, що попит на основні послуги неможливий без додаткових та навпаки. Одні й ті ж самі послуги відповідно базової стратегії конкуренції готелю можуть бути віднесені до спеціальних, додаткових чи супутних, тоді як до основного продукту завжди відноситься послуга розміщення в номері.

Продукт гостинності окрім основного, спеціального, супутнього й додаткового продукту, включає елементи та якісні характеристики, які створюють загальний імідж підприємства й комплексу його послуг — це загальна атмосфера обслуговування, форми пропозиції продукту, доступність інформації про ціни на послуги та систему цінових знижок тощо.

2. Цінова стратегія готельних підприємств.

Завдання цінової політики підприємств індустрії гостинності пов'язуються з розробкою стратегії й тактики ціноутворення на свої товари та послуги, зокрема визначення вихідних ринкових цін на нові продукти та послуги. Оптимізація механізму формування ринкових цін здійснюється через такі етапи розробки цінової політики:

- визначення цілей ціноутворення;
- аналіз факторів, що впливають на цінову політику підприємства;
- вибір цінової стратегії для окремих видів туристських послуг;
- визначення моделей формування вихідних ринкових цін;
- розрахунок рекламних ринкових цін;
- визначення методів тактичного регулювання ринкових цін.

На першому етапі формуються цілі ціноутворення, які визначаються загальною стратегією підприємства індустрії гостинності. Цілі можна класифікувати згідно таких критеріїв:

- забезпечення економічного виживання підприємства у конкурентному ринковому середовищі;
- збільшення частки ринку за рахунок встановлення низьких цін;
- завоювання лідерства на ринку за показником якості послуг;
- максимальне збільшення поточного прибутку;

З метою реалізації обраної цінової стратегії підприємство обирає один із методів ціноутворення:

- середні витрати і середній прибуток;
- забезпечення цільового прибутку;
- встановлення ціни на основі відчутної цінності готельної послуги;
- встановлення ціни на рівні поточних цін конкурентів;
- встановлення ціни на основі «закритих торгів».

Після визначення вихідної ринкової ціни необхідно з'ясувати, як саме повинна змінюватись ринкова ціна, як варіант бажаної зміни впливає на реалізацію цілей підприємства.

Таким чином, цінова політика готельного підприємства — це обгрунтоване передбачення ймовірної зміни вихідної ринкової ціни пропонованого продукту, що оптимально відповідає головній меті підприємства на ринку.

Розробка самостійної цінової стратегії й тактики управління ціною готельного продукту — це постійно відтворюваний процес. Неможливо обрати певну

політику одноразово і реалізовувати її впродовж тривалого часу. Цінова політика повинна постійно перевірятись та пристосовуватись до ситуації, що сформувалась на ринку. Насамперед, підприємство повинно представити на ринку свою послугу, вибрати оптимальну ціну та якість. На сучасному етапі готельні підприємства використовують різні стратегічні можливості.

Визначення цінової стратегії залежить від того, на яку послугу встановлюється ціна: на нову, чи вже запропоновану на ринку. Якщо продукт чи послуга перебувають на стадії впровадження на ринок, цінова стратегія буде принципово відрізнятися від стратегії для продуктів чи послуг, які перебувають на стадії зрілості чи старіння.

Вибір тієї чи іншої цінової стратегії підприємства індустрії гостинності залежить від ряду факторів, головними з яких є: стадія життєвого циклу послуги, характерні особливості послуги та їх відмінність від якісних параметрів інших послуг, стан розвитку конкуренції на ринку, характеристика споживчого попиту та його цінова еластичність, власні поточні витрати, норма прибутку підприємства та середня норма прибутку конкурентів, імідж підприємства на ринку.

Етап дослідження цінових факторів є найбільш трудомістким. Від того, наскільки ретельно здійснюється аналіз, залежить обґрунтованість стратегічних і тактичних рішень щодо цін. Ефективна цінова політика включає не лише встановлення вихідної ринкової ціни, але й способи оплати, види знижок, диференціацію цін за різними ознаками. Наприклад, у зв'язку з тим, що готельній сфері властиві суттєві коливання попиту, ціни на послуги можуть змінюватися не лише з урахуванням сезону, але й дня тижня.

Отже, ефективна цінова політика повинна бути пов'язана з перспективними цілями підприємства та загальним напрямом його розвитку, зокрема з формуванням постійних клієнтів, витіснення конкурентів, проникнення на новий ринок, отримання максимального прибутку тощо. Досвід свідчить, що найчастіше готелі поєднують декілька цінових стратегій.

Вибір оптимальних стратегій здійснюється на основі прогнозу менеджерів з маркетингу щодо цінової еластичності попиту, динаміки цін конкурентів, стадії життєвого циклу послуги, середнього обсягу маржинального доходу на аналогічні послуги.

Серед відомих цінових стратегій використовуються: стратегія «зняття вершків» (стратегія високих цін), стратегія проникнення на ринок або завоювання ринку (стратегія низьких цін), стратегія престижних (високих) цін, стратегія орієнтації на «цінового лідера» (ціни середнього рівня), стратегія диференційованих (гнучких) цін, стратегія пільгових (низьких) цін для окремих категорій клієнтів.

Стратегія «зняття вершків» (високих цін) передбачає стартовий продаж нової послуги за найвищою ціною. Це стає можливим лише за умови відсутності конкурентів, коли послуга є принципово новою на даному ринку. Застосування стратегії «зняття вершків», готельні підприємства можуть певний час користуватись своєю монополією, проте не тривалий час. В перспективі, на ринку з'являються аналогічні послуги і підприємства змушені знизити ціни. У вітчизняному досвіді типовими є стратегії «зняття вершків» та «проникнення на ринок».

Цінова стратегія «зняття вершків» на міжнародному ринку послуг гостинності нетипове явищем, оскільки важко винайти послуги, за які споживачі погодяться платити найвищі ціни. До того ж, конкуренти швидко дізнаються про такі послуги, і підприємство змушене розробляти нову стратегію, більш придатну для нової ситуації. Тому, у міжнародному досвіді стратегія «зняття вершків» більше використовується серед галузей виробничої сфери з високими витратами на дослідження та розробку нових товарів.

Стратегія «проникнення на ринок» базується на встановленні низького рівня цін з метою залучення значної кількості споживачів. Низька ціна в даному випадку є своєрідною платою за впровадження продукту (послуги) на ринок. Така стратегія застосовується новими підприємствами та підприємствами, які прагнуть захопити більшу частку ринку. Із зростанням обсягів реалізації та зміцненням позицій підприємства на ринку, ціна поступово підвищується до середнього рівня у галузі із збереженням попереднього попиту.

Стратегія «проникнення на ринок» особливо прийнятна у сучасному розвитку сфери послуг, витрати на надання яких поступово знижуються згідно до «ефекту масштабу». Цей ефект відображає емпіричну закономірність: при напрацюванні досвіду та збільшення обсягів реалізації, витрати на одиницю послуг зменшуються. Стратегія «проникнення на ринок» може бути використана для широкого розповсюдження готельного продукту на внутрішньому туристичному ринку України, але за таких умов:

- власні витрати підприємства повинні бути достатньо низькими, щоб навіть при низьких тарифах підприємство могло отримати необхідний прибуток;
- необхідно, щоб на ринку склалася така ситуація, коли конкуренти не встигнуть відреагувати на зниження ціни. Якщо до цієї «гри на зниження» приєднаються конкуренти, ступінь ризику банкрутства підприємства особливо висока.

Стратегія «престижних цін» передбачає встановлення надмірно високої ціни зорієнтованої на окрему категорію споживачів, ціна для них має несуттєве значення, для споживачів насамперед важлива якість послуг, імідж, унікальний статус підприємства на ринку. Наприклад, така стратегія використовується у найкращих в Європі номерах класу «люкс». Водночас, стратегія престижних цін є ефективною лише при незначній або відсутній конкуренції на ринку, коли використовуються такі заходи, як патентний захист, особливий престиж торгової марки та ін.

Стратегія орієнтації на цінового лідера передбачає розробку цінової політики підприємства на основі дослідження цінової політики лідера на ринку. Проте, це не передбачає встановлення ціни на послуги у строгій відповідності до рівня цін провідного підприємства на ринку, а лише запозичення певних елементів його цінової політики. Ціна на нову послугу, або товар може відхилитись від ціни підприємства-лідера, в межах, зумовлених якісними перевагами тих або інших послуг. Чим менше нові послуги чи товари відрізняються від пропонованих на ринку, тим ближчим буде їхній рівень цін до встановлених стандартів, визначених лідером. Подібний підхід ззовні є досить привабливим для підприємств, які не бажають, або не мають можливості самостійно розробляти цінову стратегію. Однак, він також є небезпечним, стримуючи цінову ініціативу підприємства, це може зумовити серйозні прорахунки (наприклад, якщо лідер

певний час проводив помилкову політику або використав відволікаючий маневр та ін). У міжнародному досвіді цінові стратегії застосовуються не відокремлено, в комплексі, згідно з конкретною ситуацією на ринку та загальною стратегією розвитку підприємства.

Стратегія диференційованих (гнучких) цін полягає у встановленні цін в поєднанні з усіма можливими знижками й надбавками до середнього рівня цін для різних ринків та їх сегментів. Ціни встановлюються згідно попиту та можуть змінюватись шляхом впровадження знижок та компенсацій.

Стратегія пільгових цін зорієнтована на клієнтів у яких зацікавлена фірма, пропонуючи їм послуги за пільговими цінами.

В цілому, чим більш специфічними, унікальними, якісними та цінними є послуги гостинності, тим більше свободи набувають підприємства при встановленні цін. Клієнтам надається цілий ряд основних та додаткових послуг. Але, як сам процес ціноутворення, так і цінову стратегію послуг не можна розглядати відокремлено, це зумовлено тим, що не існує попиту на основні послуги без додаткових та супутніх, і навпаки.

Згідно головної складової ціни готельного продукту — вартості обслуговування, у розробці стратегії і тактики ціноутворення вітчизняних готельних підприємств та у міжнародному досвіді виділяються певні особливості. Загальна економічна нестабільність та невизначеність факторів, що впливають на процес прийняття рішень, зумовлює необхідність для керівників вітчизняних готелів звертати значну увагу встановленню цін на послуги. Як правило, до планів включаються тимчасові преїскуранти цін, затверджується система цінових знижок, в якій головним чином визначається різниця в цінах між сезоном і несезоном. Суттєвим недоліком є те, що визначення цін у більшості вітчизняних готелів здійснюють не відділи маркетингу, а бухгалтерія та планово-економічний відділ. Згідно міжнародного досвіду у готельному бізнесі, саме менеджери з маркетингу повинні контролювати тарифну політику, вони повинні взаємодіяти з іншими внутрішніми відділами, відповідальними за визначення цін. Планово-економічний відділ, бухгалтерія і відділ маркетингу повинні постійно координувати свої дії щодо встановлення цін, узгоджувати стратегію ціноутворення. Від об'єктивності в обґрунтуванні цін залежить рентабельність підприємства, його конкурентоспроможність, обсяг наданих послуг та інші показники господарської діяльності.

Процес встановлення вихідних ринкових цін на послуги готелів включає кілька етапів. Після визначення вихідної ціни послуг необхідно розробити тактику ціноутворення, що повинна передбачити процес зміни цін. Вирішення цих питань досягається розробкою методів і прийомів тактичного регулювання цін.

Тактика ціноутворення — це вибір готельним підприємством можливої стратегії зміни вихідної ринкової ціни послуги, яка найкращим чином відповідає меті підприємства.

Встановлення стандартних цін на готельні послуги передбачає, що ціна не залежить від ринкових змін і залишається постійною з тією метою, щоб створити у споживача асоціацію конкретної послуги з конкретною ціною, що надає унікальності послугі. Проте, перелік таких послуг незначний з одночасним врахуванням високого рівня конкуренції на ринку готельних послуг.

Встановлення гнучких цін, що змінюються згідно стану ринку. В даному випадку ціна на будь-яку з послуг, що надається готелем, буде чітко реагувати на зміни стану ринку, співвідношення попиту та пропозиції. Це важлива проблема для керівництва, що передбачає постійний аналіз змін, які відбуваються в сфері гостинності та вплив зміни цін і тарифів на економічні результати діяльності готелю.

Для стимулювання обсягу реалізації основних і додаткових послуг вітчизняні готельні підприємства також використовують різні цінові знижки та диференціацію цін і тарифів.

У більшості вітчизняних готелів використовуються як сезонні, так і комерційні знижки, пов'язані з терміном перебування відвідувачів або ненаданням готелем певних видів обов'язкових послуг з об'єктивних причин. До сезонних можна віднести також знижки на час різдвяних та новорічних свят, великоддя та серпневих канікул. У готельних комплексах України існують «Положення про надання знижок проживаючим», розроблені відповідно до Закону України «Про підприємства в Україні» (ст. 23 п. 1) та «Правила користування готелями та надання готельних послуг в Україні» (затверджених наказом Державного комітету України по туризму від 10 вересня 1996 р. № 77/44).

Вітчизняні готелі найчастіше включають до «Положень» такі види цінових знижок:

—сезонні знижки — реалізацію послуг здійснюється у не- сезон, у святкові дні (різдвяні, великодні та інші релігійні свята) — вони становлять 25-50 %;

—за тимчасове зниження якості послуг проживання за будь-яких об'єктивних причин (ремонті роботи, тимчасова відсутність гарячої води, телефонного зв'язку, телевізора або холодильника у номерах, де вони повинні бути) — сума знижки визначається з врахуванням мінімальної добової вартості незабезпечених послуг;

— за розташування номерів у безпосередній близькості до душових та інших приміщень загального користування, а також приміщень, у яких проводяться ремонтні роботи — 5-10%;

— спеціальні знижки — для школярів та студентів під час канікул, при розміщенні в одному номері членів однієї родини (якщо не застосовується спеціальний «родинний тариф»);

— знижка якщо здійснюється оплата готівкою — до 2 %;

— функціональні знижки (дилерські) — при реалізації товарів і послуг за допомогою посередників (турагентів, дистриб'юторів, інших посередників). Знижка на відшкодування витрат посередників становить 3-25 % від собівартості послуг;

—знижки для постійних клієнтів готелю становлять 5-10 %. Значення цих знижок коригується згідно від часу проживання — кількості днів;

—дипломатичні знижки надаються при наявності дипломатичного паспорта та за умови обов'язкового попереднього бронювання (10-20 %);

— корпоративні знижки надаються співробітникам готелю на окремі послуги;

— спеціальні знижки, значення яких визначається окремим розрахунком;

— форс-мажорні знижки пов'язані з ненаданням обов'язкових послуг готелем, наприклад, тривала відсутність гарячої або холодної води, відключення електроенергії, ліфта, опалення в осінньо-зимовий період та ін.;

—знижки на нічне проживання у будні дні — надаються клієнтам, що поселяються у готелі з 22.00 до 8.00 год. наступного дня;

—знижки на проживання в неробочі (вихідні та святкові) дні — надаються з 12.00 п'ятниці до 12.00 неділі.

Знижки на обсяг реалізації послуг. Готель може застосовувати спеціальні розцінки для залучення клієнтів, які спроможні оплатити більшу кількість людино-днів впродовж визначеного періоду, пропонувати спеціальні, пільгові тарифи або надавати безплатні послуги для асоціацій та організаторів зустрічей, конференцій. Окрім знижок для груп клієнтів, готель може пропонувати спеціальні корпоративні ціни клієнтам, які гарантують готелю використання визначеної кількості місць щороку.

Знижки згідно сезону купівлі. Застосування сезонних знижок, тобто зниження ціни для споживачів, які користуються готельними послугами в несеzon, забезпечує готелю підтримування стійкого попиту впродовж року. Сезонність суттєво впливає на ціни, тому на ринку готельних послуг рекомендується формувати різні варіанти сезонних цін: ціни на послуги гостинності в головний сезон, ціни на послуги гостинності в період міжсезоння, ціни на послуги гостинності у несеzonний період.

Різниця між сезонними та несеzonними Цінами може відрізнятись у два і більше рази. Врахування фактора сезонності при формуванні цін на послуги гостинності дозволяє протидіяти обмеженим можливостям реалізації послуг шляхом стимулювання попиту.

У вітчизняних готелях поширена диференціація готельних тарифів згідно громадянства та форми надання послуг: тарифи для туристів та громадян України, для іноземних туристів та громадян, на оренду приміщень під офіси, на довгострокове проживання та ін. При визначенні вартості послуг проживання застосовують диференційований підхід до встановлення цін на номерний фонд згідно від виду й категорії номера. При цьому встановлюють такі види готельних тарифів:

— базовий тариф;

—тариф сімейного туру;

— тариф на вихідні дні;

—тариф сімейного туру на вихідні дні; — тариф на проживання понад 7 днів; — тариф на проживання понад 14 днів; —тарифи на оренду номерного фонду.

Порівняльний аналіз діяльності вітчизняних та іноземних готельних підприємств свідчить про неефективність дискримінаційної системи диференціації готельних тарифів згідно громадянства. Вітчизняним готелям необхідно ширше використовувати міжнародний досвід управління доходами та встановлення спеціальних тарифів, оскільки він дозволяє збільшити обсяг реалізації послуг, зберегти постійних та залучити додаткових клієнтів без зниження ціни для всіх інших відвідувачів, а якщо попит нееластичний за ціною — отримувати плату за проживання за повною вартістю без знижок, що забезпечує додатковий дохід та дозволяє оптимізувати витрати.

Диференціація цін згідно категорії номерів доцільно проводити за показником прямих експлуатаційних витрат, якщо в ціну кожної категорії закладається єдина норма прибутку, податок на додану вартість і готельний збір. Такий метод диференціації цін за категорією номерів дозволяє економічно обґрунтувати

собівартість послуг згідно різних якісних характеристик, дає можливість порівнювати динаміку експлуатаційних та інших витрат, враховувати їхній вплив на відпускні ціни послуг.

Ефективне впровадження цінової стратегії передбачає тактичну зміну цін під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів.

Головний фактор підвищення цін — інфляційні витрати. Під впливом інфляції обсяг підвищення цін, як правило, перевищує динаміку зростання витрат. Інший фактор, який зумовлює зростання тарифів, — надмірний попит. Наприклад, якщо передбачається прибуття значної кількості гостей, пов'язане з проведенням спортивних змагань, урочистих заходів, нарад, конференцій та ін., готелі підвищують ціну іноді в декілька разів порівняно з середньою вартістю номера. Водночас, при проведенні підвищенні тарифів готель не повинен закріпити за собою імідж «цінового хижака». Підвищувати ціни доцільно лише тоді, коли клієнти відчують обґрунтування таких заходів за умов, коли надмірний попит важко задовольнити.

Підвищення або зниження тарифів завжди стосується інтересів споживачів, конкурентів, дистриб'юторів та постачальників. Клієнти можуть не адекватно реагувати на зміну цін. Якщо ціна на готельні послуги низька — це зумовлює зменшення доходів готелю, якщо висока це може зумовити втрату клієнтів. У вирішенні проблем регулювання цін, готельне підприємство повинно ретельно вивчити можливе реагування окремих категорій споживачів та конкурентів. Реакція споживачів залежить від того, яку мету вони вбачають у зміні ціни. Реакція конкурентів буде або наслідком чітких установок реагування, або результатом конкретної оцінки кожної ситуації, що виникла. У випадку зміни цін конкурентами, підприємство повинно передбачити їхню стратегію та ймовірну тривалість цієї зміни. Щоб утриматись на ринку необхідно заздалегідь планувати свої відповідні дії на можливі цінові маневри конкурентів.

Готельне підприємство може ініціювати зниження ціни тоді, коли є можливість за допомогою низьких цін зайняти домінуюче положення на ринку. Для цього необхідно виходити на ринок з нижчими цінами, ніж у конкурентів, або першим знижувати ціни, сподіваючись охопити таку частку ринку, яка забезпечить зниження витрат виробництва за рахунок зростання його обсягу.

Для вітчизняних готелів доцільно враховувати міжнародний досвід тактичного регулювання тарифів на готельне обслуговування на основі застосування спеціальних сезонних та тимчасових тарифів.

Можна сформулювати такі загальні принципи ціноутворення у готельній сфері:

— у сфері гостинності об'єктивно необхідною є сезонна диференціація цін і тарифів. Зокрема, попит на більшість видів послуг, які не можна виробляти «про запас», а їхнє виробництво, реалізація, споживання збігаються у часі й мають виразний сезонний та часовий характер: взимку збільшується споживання електричної і, особливо, теплової енергії, газу, тоді як влітку - багатьох видів туристичних послуг, послуг пасажирського транспорту, автосервісу, у вихідні дні зменшується потреба у міському транспорті. Збільшення нерит- мічності споживання послуг у часі, зумовлює збільшення резервних потужностей необхідних для задоволення попиту у період його максимального значення;

— сезонна диференціація цін та тарифів на послуги індустрії гостинності, з одного боку, відображає зміни в обсязі попиту та суспільно-необхідних витрат праці у різні періоди року, тижня, доби, а з іншого — зумовлює необхідність спеціальних зусиль для стимулювання попиту та рівномірного розподілу послуг у часі. Окрім того, швидкість надання ряду послуг (пасажирські перевезення, виконання термінових замовлень, здійснення ремонту та ін) є одним з параметрів якості послуг, що враховується різними рівнями цін і тарифів на послуги;

— для багатьох видів послуг індустрії гостинності (побутових, комунальних, зв'язку, пасажирського транспорту та ін.) тарифи виконують одночасно функції оптових та роздрібних цін, що обумовлюють їхню диференціацію. Ціни й тарифи на послуги повинні забезпечувати як госпрозрахункові умови діяльності підприємств та галузей цієї сфери, так і реалізацію соціально-економічних функцій, притаманних роздрібним цінам;

— для сфери індустрії гостинності характерна значна диференціація рентабельності різних видів послуг та підприємств, які відрізняються рівнем концентрації виробництва послуг, спеціалізацією, технічним забезпеченням, продуктивністю праці та собівартістю послуг, що надаються;

— окремі види послуг (пасажирські перевезення, готельне обслуговування, туристичні подорожі) реалізуються як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. У зв'язку з цим при стандартизації та оцінці якості послуг, їхньої споживчої вартості необхідно враховувати міжнародні вимоги. Окрім того, до ряду послуг, що надаються одними і тими ж підприємствами, застосовуються два види (різні за рівнем) цін — внутрішні та зовнішньоторговельні, насамперед, про послуги повітряного, морського та залізничного транспорту;

— формуванні цін і тарифів на послуги індустрії гостинності значно більшу роль ніж у виробничих галузях відіграє географічний фактор, тому, територіальна диференціація цін і тарифів охоплює більшість видів послуг.

Диференціація цін і тарифів на послуги визначається різним соціальним статусом клієнтів, які прибувають з різних регіонів, рівнем суспільно-необхідних витрат праці, природно-кліматичними умовами регіону, рівнем концентрації готельних підприємств, технічним оснащенням підприємств та іншими чинниками.

3. Світовий досвід формування спеціальних тарифів на номери у готелях.

У формуванні тарифів на номери враховується два основних фактори: собівартість номера і прийнятність тарифа для клієнта. Готельний тариф повинен гарантувати відшкодування затрат на утримання готелю і повертати інвестований капітал, водночас, вартість номера не повинна відштовхувати потенційного клієнта. Згідно першого фактора, проблема вирішується на основі об'єктивного структуризованого і формалізованого підходу, зокрема використання нових методик і формул розрахунку широко використовуваних у сучасному готельному господарстві. Інший має більш суб'єктивний характер і не завжди піддається адекватній формалізації, оскільки тут не визначена ціна, за яку клієнт готовий купити послугу, необхідно враховувати значну кількість різних факторів, від конкретного конкурентного оточення на даному цільовому ринку до політичної та економічної стабільності держави, регіону. З урахуванням зазначеного, реальна ціна повинна бути не нижчою відшкодування затрат і не підніматись

вище прийнятної межі для різних категорій клієнтів. Саме із використанням системи спеціальних тарифів для конкретних категорій клієнтів та в залежності від конкретної ситуації, сьогодні функціонує абсолютна більшість готельних підприємств у світі.

Спеціальний тариф — це обґрунтовано зменшений стандартний ціновий тариф, який визначає найвищу ціну конкретного номера. Пропозиція скидок — це звичайний засіб використання будь-якої можливості привабити клієнта та розширити ринок збуту продукції у конкурентному середовищі готельного продукту. Тому, пільги і понижені тарифи у готелях — це звичайний метод конкурентної боротьби і засіб швидкого підвищення збуту готельного продукту, насамперед у випадку його низького збуту.

Серед основних виділяються такі типи спеціальних тарифів у готелях:

Сезонні і тимчасові тарифи. Сезонні і тимчасові тарифи характерні для готельних підприємств курортних зон, що офіційно оголошують два або декілька тимчасових тарифи — високого сезону, сезону та міжсезону. На розмір тарифів також впливають певні суб'єктивні фактори — профіль курорту (морський, гірський), розташування готелю в межах курортної зони, кліматичні умови та ін. Коливання тарифів на певний номер може досягати 100 % і більше.

Сезонні і тимчасові тарифи широко використовуються у міських готелях. Впродовж року, у сезон літніх відпусток або протягом тижня у вихідні дні, коли ділове життя у великих містах уповільнюється і на найбільш багатих клієнтів — ділових осіб, державних чиновників пропозиція ринку зменшується, готельні підприємства обслуговують за зниженими тарифами.

У період значного попиту на послуги гостинності — масових та популярних заходів — Олімпійських ігор, чемпіонатів з певних видів спорту, міжнародних виставок, ярмарок, культурних подій політика у формуванні тарифів має свої особливості. Різке зростання попиту на заклади розміщення провокує значну частку готелів до підвищення тарифів. Ціни на номери можуть зростати декілька разів і при цьому використовуватись різні прийоми. Насамперед, готелі оголошують про підвищення тарифів, реально до найвищих, згодом використовуються різні приховані прийоми підвищення вартості проживання. Зокрема, рішенням адміністрації клієнтам нав'язливо пропонується комплекс послуг — купівля номера мінімум на декілька днів або тиждень і клієнт повинен платити за весь термін незалежно від часу перебування.

Водночас, з метою приховування споживацьких заходів, у багатьох американських готелях значного поширення набула практика продажу номера на весь тиждень з певною скидкою оптового продажу (харчування входить у вартість проживання). Згідно таких тарифів, у розрахунку на окрему добу, вартість проживання для клієнта стає значно нижчою ніж у випадку звичайної купівлі номера на добу. У цьому випадку доходи від продажу готельних номерів стають нижчими, проте у курортних готелях дохід компенсується збільшенням надходжень від інших джерел — ресторанів, барів, басейнів, ігрових майданчиків. Клієнт, який залишається на тиждень, найчастіше з метою розваг часто користується додатковими послугами готелів.

У продажу номерів за зниженими тарифами прихований ще один важливий момент, який змушує клієнта залишатись до останнього дня «оптового» тижня. Зокрема, середня ціна на рецепції за проживання у номері курортного готелю ста-

новить 200 дол. Якщо клієнт купує номер щодобово, за тиждень проживання він повинен заплатити 1400 дол. У випадку купівлі номера наперед на тиждень, вартість проживання із знижкою обійдеться у 1225 дол., саме ця ціна буде зазначена у реєстраційній картці в остаточному розрахунку. Проте, реальна процедура нарахування оплати за послуги готелю наступна: за кожен день тижня клієнту нараховується стандартні 200 дол., і тільки за останню добу нараховують 25 дол. Якщо клієнту за кожен добу нараховували б середню ціну номера — 175 дол., тоді існувала б небезпека, що клієнт покине готель до закінчення повного тижня, що часто трапляється, і тоді готель не буде мати ніякої вигоди від знижки. Існують й інші варіанти, наприклад, якщо клієнт тривалий термін орендує готельний номер, він не отримує знижок на вартість номера, проте отримує дешевше або безплатно додаткові послуги — сауну, басейн, гольф, кабінет краси та ін.

Тарифи для особливих категорій клієнтів. Використання знижок у формі тарифів для особливих категорій клієнтів отримало широке поширення і охоплює всі категорії готелів. Клієнтів, які платять максимальні тарифи, залишається менше і менше. Водночас, для самого готельного бізнесу така ситуація не створює загрози. Вартість номера на рецепції кожен раз переглядається і коригується згідно динаміки ринку і поведінки конкурентів. Наприклад, якщо для даної ринкової кон'юнктури готельні тарифи виявились занадто високими, менеджер приймає рішення про їх зниження і навпаки. Такий механізм регулювання цін і тарифів є невід'ємною складовою маркетингової і конкурентної стратегії компанії, основним параметром оптимального управління доходами, максимального надходження валового доходу на будь-якому підприємстві.

Будь-які ціни і тарифи — це функції попиту і пропозиції, змінних спрямованих до рівноваги. Проте, базові або стандартні тарифи не можуть переглядатись щоденно на фоні широкого спектру різних категорій клієнтів.

Часто виникає ситуація, коли готельні підприємства не мають об'єктивної інформації про структуру платоспроможного попиту клієнтів, для яких призначений готельний комплекс або окремі його послуги. У такому випадку пільгові спеціальні тарифи для певних категорій потенційних клієнтів можуть стати ефективним механізмом моніторингу ринку. Якщо споживачі пільгових категорій активно залучаються до послуг, готель або послуга орієнтуються саме на цю категорію клієнтів, а пільгова ціна може стати основою тарифу на рецепції.

Наприклад, в окремих готельних ланцюгах існують пільгові тарифи для викладачів, в інших студентів та учнів, осіб пенсійного віку, військових, поліцейських та ін. Готельна компанія «Holiday Inn», зокрема, надає спеціальні тарифи для гравців професійних та любительських спортивних команд. Окремо необхідно відмітити особливу категорію клієнтів- пільговиків — турагентів, журналістів, письменників, які пропагують подорожі і можуть розрекламувати заклад гостинності, навколишні екзотичні місця, маршрути. В окремих випадках цій категорії клієнтів може надаватись взагалі безоплатне проживання на тривалий період. Часто рекламні поїздки організуються самими готелями, іншими туристичними підприємствами сумісно із готелями, ресторанами, розважальними комплексами, зацікавлених у напливі у певну місцевість туристів. Проте, навіть у випадку звичайних поїздок турагенти і журналісти можуть розраховувати на знижку до 50 % (за винятком сезону).

Спеціальні із знижками тарифи звичайне явище при впровадженні в експлуатацію нових готелів, коли необхідна ефективна реклама для широкого кола потенційних клієнтів. Тому, на початку функціонування тарифи у нових готелях можуть бути суттєво нижчими у порівнянні з аналогічними готелями, проте з досвідом роботи та добре відомих. Це звичайна тактика у розкручуванні нового готельного продукту.

Готельні компанії широко використовують пільгові тарифи для всіх працівників готелів, що входять у ланцюг або готельну марку. Працівники готельної мережі можуть користуватись пільговими тарифами в іншому регіоні, країні, у всіх готелях цієї мережі незалежно від їх розташування. Для міжнародних готельних компаній та ланцюгів свої працівники становлять значний ринок пільговиків, тому такі компанії та ланцюги зацікавлені, щоб їх працівники не проводили своєї відпустки у готелі компанії-конкурента. Готельні працівники, які відпочивають, отримують не тільки значну знижку від мінімального тарифу (вартості найбільш дешевого готельного номера), але можуть по цьому тарифу розміститись у більш дорогому номері, якщо такий вільний на момент прибуття у готель.

Теоретично цінові знижки і пільги у готелях розраховуються на розвиток нових ринків — максимальне розширення контингенту клієнтів. Із стабілізацією нових ринків, формуванням потенційних споживачів і швидкого використання резервів розширення ринку знижки та пільги необхідно звужувати. Проте, часто закладені початкові пільги і знижки не лише не переглядаються, а стають основою тривалої системи цін і тарифів.

Тарифи для чиновників державної та місцевої влади. Чиновники та військовослужбовці часто перебувають у відрядженнях, тому представляють значний сегмент загального ринку готельних послуг у всіх державах. Із державного та місцевого бюджету службовцям компенсуються витрати в межах установлених офіційних тарифів. Основні складові добових тарифів — витрати на проживання і харчування. Витрати на проживання у готелях повертаються по квитанціях або рахунках із відміткою витраченої суми, проте не вище визначеного максимуму. Витрати на харчування компенсуються із розрахунку добової норми і не передбачають пред'явлення квитанції або рахунку. Норми відшкодування витрат не завжди однокові у різних містах і регіонах. У великих містах, насамперед промислових та фінансових центрах, вартість проживання і харчування висока, отже норми відшкодування витрат значно вищі.

У США, Канаді, європейських державах, значна частка готельних компаній і ланцюгів тривалий час використовують спеціальні із знижками тарифи для державних службовців. Втрати у ціні за номер компенсуються гарантією отримати певний мінімум клієнтів від урядових та державних служб. Необхідно зазначити, адміністрація окремих готелів із ланцюга у період максимального заповнення може прийняти рішення відмінити пільги на деякий час. У період високого заповнення спеціальні тарифи можуть значно понижувати звичайні ціни. Спеціальні тарифи для осіб із відрядженням відповідно до інших пільгових тарифів діють згідно принципу розміщення на вільні не заброньовані у момент прибуття номери. У більшості централізованих систем бронювання номерів попереднє замовлення номера за пільговим тарифом не передбачене.

Корпоративні тарифи. Корпоративні тарифи — пільгові знижки, що надаються працівникам приватних фірм та корпорацій. В умовах глобалізації та інтеграції світової економіки, приватні компанії та фірми мають свої філіали та офіси у всьому світі. Їх працівники — керівники, менеджери, науково-технічний персонал та ін., часто здійснюють ділові поїздки та змушені зупинитись у готелях. Ринок ділового туризму у готельній сфері не співмірний із масштабами ринку державних чиновників, проте в еквіваленті обігу фінансів, що залишаються у готелях досить відчутний. Згідно аналізу Американської асоціації готелів та мотелів, щорічно лише в американських готелях представники приватного бізнесу залишають понад 100 млрд. дол. З огляду на зазначене, сьогодні спеціальні корпоративні тарифи активно впроваджуються майже всіма відомими готельними ланцюгами і марками; за темпами впровадження та масштабом їх економічний еквівалент співмірний із доходами від використання спеціальних тарифів для державних службовців.

Механізм співпраці готелів та приватних фірм полягає в укладанні договору, згідно з яким готельна мережа встановлює пільгові тарифи для фірм в обмін на гарантію певної кількості замовлень (найчастіше кількості ночей у рік). Загальноприйнята норма для отримання пільгових тарифів становить не менше 1000 ночей в рік, окремі готельні ланцюги надають знижку до 50 ночей. Для отримання знижок фірми із незначною кількістю персоналу, об'єднуються і разом забезпечують необхідний мінімум ночей. Уповноваження щодо укладання договору про пільги і обсяги використання номерів асоціацій дрібних підприємств найчастіше мають посередники-турагенти.

Комерційні тарифи. Комерційні тарифи мають тривалу історію використання у готельній сфері, вони відомі з часу появи дрібних підприємців — подорожуючих торговців. У випадку, коли готель, згідно встановлених тарифів відчуває дефіцит клієнтів, служба прийому і розміщення має право продати номер по ціні найдешевшого (за вартістю бронювання або відпускній ціні). В процесі продажу номера попереднє бронювання номера немає ніякого значення оскільки клієнт не погодиться купити вільний номер по ціні на рецепції.

Сьогодні комерційні тарифи найчастіше використовуються невеликими незалежними готелями і мотелями у боротьбі з корпоративними тарифами і знижками, що використовуються готельними ланцюгами. Невеликі придорожні готелі можуть обслуговувати за зниженими тарифами, згідно статистики, до десяти людино-днів у рік від одного підприємства. Це незначна кількість клієнтів, проте з врахуванням жорсткої конкуренції та кількості дрібних фірм, цей ринок заслуговує уваги.

Тарифи неповної доби. Тарифи неповної доби (тарифи світлового дня, тарифи короткотермінового використання номера) використовуються для клієнтів, які зупиняються без ночівлі, прибувають і від'їжджають в один день. Номери та місця, що орендують клієнти такої категорії, швидко прибираються і пропонуються іншим гостям. Використання тарифу неповної доби часто залежить від режиму роботи персоналу готелю; у його штаті необхідно передбачити резерв покоївок для прибирання номерів у вечірній та нічний час. Офіційно визначений максимальний термін тарифу неповної доби — 6 годин. У випадку відсутності клієнтів, доцільно продати номер за тарифною ціною і на більш тривалий час.

Використання неповних добових тарифів забезпечує середньодобове завантаження готелів більш ніж на 100 %.

Собівартість готельного номера для клієнта без ночівлі значно нижча у порівнянні з номером, що використовується впродовж доби. Водночас, згідно досвіду функціонування готелів ця форма не набула широкого використання. Об'єктивно найповніше неповні тарифи застосовуються готелями в аеропортах для транзитних авіапасажирів, а також щодо великих приватних компаній, що організовують у таких готелях зустрічі і наради впродовж світлового дня. Для організації подібних послуг готель повинен мати спеціальні приміщення, зали для нарад і конференцій, бізнес-центри, відеодемонстраційні приміщення та ін. Ринок неповних добових тарифів сьогодні перебуває у стадії формування і розвитку, тут постійно зароджуються нові цінові проекти і напрями реалізації готельних послуг.

Тарифи для пенсіонерів. Категорія туристів пенсійного віку та водночас споживачів готельних послуг охоплює значну частку ринку послуг гостинності. Особи пенсійного віку володіють значними заощадженнями, достатньо високим пенсійним забезпеченням та активно подорожують. Сьогодні ця категорія споживачів послуг гостинності представлена різними союзами, асоціаціями, регіональними та місцевими клубами для пенсіонерів, які виступають оптовими покупцями номерів, гарантують певний рівень заповнення в обмін на пільгові або із знижками тарифи. Тарифи із знижками для пенсіонерів іноді можуть сягати 50 % і відображатись у різних формах. Наприклад, готелі можуть пропонувати туристу-пенсіонеру номер, за який він платить згідно тарифу на рецепції тільки за першу добу, а друга доба надається безплатно. Асоціації, клуби пенсіонерів часто здійснюють оптову купівлю цілого пакета послуг. У таких випадках готелі надають знижки не тільки на проживання, а також на харчування, збереження і перевезення багажу, оплату послуг розваг та ін. Часто значні знижки у тарифах для пенсіонерів пропонуються у період міжсезону, із низьким заповненням готелю.

Молодіжні тарифи. В останні десятиріччя у Європі та США широкої популярності набув молодіжний туризм. Для заохочення проживання молоді віком до 26 років у повносервісних готелях використовують спеціальні тарифи. Знижка надається молодим особам, які можуть пред'явити талон студентської асоціації або молодіжного союзу. Оскільки для студентів та учнів, які подорожують існує розгалужена мережа молодіжних готелів (хоетелів), знижки надаються насамперед саме у цій категорії або у категорії готелів економ-класу. Прикладом всесвітньої системи, що надає цінові пільги для молоді є картка I8IC, яка діє у 97 країнах світу. У випадку проведення масових молодіжних заходів — з'їздів, конференцій та ін., організатори можуть отримувати знижки у готелях вищого класу.

Номери без тарифів. Пропозиція безплатних номерів у світовому досвіді сфери гостинності типове явище. Номери (місця) без тарифів пропонуються для осіб, які перебувають у спеціальній рекламній поїздці, зокрема для турагентів, журналістів, тариф розрахований на тривалий ефект реклами серед туристів на туристичних фірмах та у публікаціях журналістів.

Номери без тарифів можуть пропонуватись на одну або декілька діб у рекламних заходах новозбудованого готелю. Пропозиція безплатних номерів, як

елемент реклами готелю, використовується серед переможців широко відомих конкурсів і змагань (наприклад, мають високу популярність серед телеглядачів), які отримують разом із призами та нагородами право на безплатне проживання у готелі або готельної мережі певну кількість днів.

Ефективні послуги без тарифів серед «зірок» кіно, театру, спорту, відомих митців. В даному випадку рекламний ефект від раціонально спланованої акції може у десятки-сотні разів перевищити витрати готелю на пропозицію безплатного номера.

Номери без тарифів у готелях пропонуються для різних об'єднань, союзів, асоціацій, гостей, які знайомляться з можливостями готелю в організації масових заходів — конференцій, з'їздів, виставок та ін. Насамперед, такі тарифи запроваджені у конференц-готелях, курортних готелях, готелях в межах аеропортів, вокзалів, що спеціалізуються на проведенні різних публічних заходів.

У готелях-казино, де значну частку доходу становлять гроші від азартних ігор безплатними для клієнтів можуть бути не тільки проживання, водночас і харчування, напої, квитки на літак. Доба, проведена клієнтом за ігровим столом, компенсує всі витрати закладу та приносить значні доходи.

В окремих готелях клієнту можуть запропонувати безплатний номер в обмін на замовлення у ресторані готелю на певну суму. У цьому випадку готель може отримати значно вищий дохід від надання послуг з харчування ніж від продажу лише номера. Зазначену послугу часто пропонують молоді- джетні готелі.

Номери без тарифів можуть бути елементом корпоративних послуг між готельними ланцюгами. Адміністрації готельних ланцюгів обмінюються безплатними номерами і таким чином партнери отримують додаткові пільги та водночас, що особливо важливо у корпоративних умовах, імпульс до толерантних стосунків у готельному бізнесі. Пільги не поширюються на послуги із харчування, оскільки собівартість продуктів харчування та напоїв значно вища експлуатації готельного номера.

Питання для самоконтролю.

1. Охарактеризуйте структуру вартості послуг у готелях.
2. Яка цінова стратегія готельних підприємств.
3. Світовий досвід формування спеціальних тарифів на номери у готелях.

Лекція 21.

Тема. Сутність послуг гостинності в готельному господарстві

План лекції

1. Модель та основні концепції гостинності.
2. Сутність детермінант сфери послуг.
3. Сутність поняття готельний продукт.
4. Особливості готельних послуг.

1. Модель та основні концепції гостинності.

«Гостинність», «приймання гостя» — одне з основних понять суспільного розвитку, закладене у моральних принципах культури будь-якого народу, водночас фундаментальний принцип організації обслуговування у туристичній сфері, категорія наукового та професійного використання, важлива сфера економіки.

Гостинність — це комплексна послуга, що характеризується споживчими властивостями і зумовлює необхідність створення позитивного іміджу підприємства. Позитивна оцінка готельного підприємства є проявом вторинного попиту на послуги, ознакою раціонального підходу до організації та управління виробничим процесом. Створення позитивного іміджу у сфері гостинності необхідно вирішувати шляхом всебічного використання ресурсів гостинності, забезпечення високої якості послуг, вироблення стратегії і концепції гостинності. Сукупна взаємодія умов гостинності в єдиному технологічному процесі повинна координуватись розробкою «моделі гостинності».

Модель гостинності відображає призначення створюваної організації, її філософську концепцію, визначає пріоритети, цінності й принципи, згідно з якими організація здійснюватиме свою діяльність. У готельному бізнесі модель гостинності асоціюється з можливістю організації швидко реагувати на зміни як внутрішнього так і зовнішнього середовища, визначати суть існування та суттєві відмінності від інших організацій.

Модель гостинності включає чотири основні концепції: гуманітарну, технологічну, функціональну і комерційну, що виявляють взаємовідносини у системі гостинності між гостем (клієнтом) — послугою — середовищем гостинності.

Гуманітарна концепція включає вироблення позитивного іміджу готелю на морально-етичному рівні, створення емоційного задоволення клієнта від спілкування з персоналом підприємства. В цьому випадку споживчі властивості готельних послуг пов'язуються із вмінням персоналу проявити повагу, уважне ставлення, компетентність, загалом створення гармонійного комплексного позитивного іміджу готельного продукту. Для обслуговуючого персоналу гостинність виявляється у дотриманні етичних норм поведінки, споживач повинен бути впевненим у доброзичливості, комунікабельності персоналу. Обслуговуючий персонал повинен пам'ятати основні принципи у концепції

обслуговування: «клієнт завжди правий», «всі побажання клієнта мають бути по можливості виконані», «все для клієнта».

Технологічна концепція гостинності охоплює процес реалізації гуманітарних принципів обслуговування у поєднанні з комплексом особистих і професійно-кваліфікаційних характеристик обслуговуючого персоналу, матеріально-технічною базою готелю, архітектурно-планувальними особливостями споруди, забезпечення закладу розміщення інформаційними комунікаціями та інформаційною базою даних. Технологія — забезпечує взаємозв'язок і відображає ефективність процесів організації та управління готельним підприємством.

Функціональна концепція характеризує ефективність організації управління процесом обслуговування. Якість обслуговування визначається раціональністю побудови організаційної структури та реалізації принципів управління. Висока якість технології обслуговування не компенсує нераціональну організацію і структуру управління закладом розміщення.

Комерційна концепція пов'язується з отриманням доходів підприємством, визначається стратегією підприємства, побудованій на диверсифікації, інформатизації, екологізації середовища гостинності. Ця концепція безпосередньо залежить від реалізації попередніх принципів моделі гостинності.

2. Сутність детермінант сфери послуг.

Сфера гостинності це комплекс галузей головне завдання яких пов'язується з обслуговуванням туристів під час їхнього перебування поза місцем постійного проживання. До сфери гостинності, згідно визначень провідних спеціалістів у сфері економіки туризму, належать готельний та ресторанний бізнес, підприємства транспортного обслуговування, сфера розваг. Готельна сфера в структурі індустрії гостинності виконує ключові функції, оскільки пропонує відвідувачам комплекс послуг, у формуванні та реалізації яких беруть участь всі сектори й елементи індустрії гостинності. Таким чином, доцільно виділити готельну індустрію як найбільш комплексну складову індустрії гостинності та розглядати її самостійно.

Зміст понять «готельна справа», «готельний бізнес», «готельна індустрія» — пов'язується з економічною діяльністю спеціалізованих підприємств, що пропонують на комерційній основі власні послуги і забезпечують клієнтам, які подорожують необхідні умови для розміщення та харчування.

В умовах конкурентного ринку послуг гостинності, прагнення підприємств до отримання найбільшого прибутку та зростаюча платоспроможність споживачів послуг, спонукає підприємства готельного бізнесу забезпечити не лише проживання та харчування, зумовлює необхідність розширення обсягу додаткових і супутніх послуг. Це збагачує зміст поняття «готельний бізнес», розширює сферу діяльності готельних підприємств, що надають послуги не тільки власного виробництва, але й суміжних галузей.

Необхідно зазначити, історично поняття «готельне господарство» використовувалось лише для визначення діяльності готелів. Згодом, у зв'язку з урізноманітненням типів засобів розміщення, ця діяльність охоплює мотелі, кемпінги, туристські бази та інші підприємства. Таким чином, готель є основним типом засобів розміщення, що визначив назву цій сфері діяльності.

Готельне господарство — сукупність готельних підприємств різних типів, що здійснюють приймання і надання послуг з розміщення, харчування, додаткових і суміжних послуг.

Окрім готельних підприємств, виділяються заклади розміщення, що не входять до системи готельного господарства. До цієї категорії належать спеціалізовані установи лікувально-оздоровчого профілю та відпочинку, у яких розміщення не є їх основним видом діяльності, а ціни наближені до собівартості послуг.

Економічна сутність готельної індустрії полягає у нематеріальному характері її діяльності. Результатом виробничо-експлуатаційної діяльності готелів є головний продукт у формі особливого виду послуг — послуг гостинності, особливість яких пов'язується із тим, що вони створюються і реалізуються в межах одного підприємства. Виробництво продукту гостинності не може здійснюватись окремо від матеріального продукту, тобто виробничого використання матеріально-технічної бази (споруди, комунікацій, устаткування, інвентарю), є основою одночасного виробництва та реалізації послуг. Згідно особливостей обслуговування у готельному господарстві, де поєднуються виробництво та споживання послуг, цей процес визначається поняттям «надання послуг».

Готельна послуга — це дія (операція) підприємства з розміщення споживача шляхом пропозиції номера (місця) для тимчасового проживання у готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням і тимчасовим проживанням.

Готельна послуга складається з основних і додаткових послуг, що пропонуються споживачу при розміщенні і проживанні у готелі. Зокрема:

— *основні послуги* — це обсяг послуг готелю (проживання, харчування), які включені у ціну номера (місця) і надаються споживачу згідно укладеного договору;

— *додаткові послуги* — послуги, що не належать до основних послуг готелю, замовляються і оплачуються споживачем додатково згідно окремого договору (наприклад, послуги автостоянки, пральні, сауни та ін.).

Характерною особливістю сучасного готельного обслуговування є децентралізація реалізації послуг. Великі готельні об'єднання формують спеціалізовані ланки для реалізації основних послуг. Тому, частина операцій в процесі обслуговування туристів (попередній продаж, резервування місць та ін.) не належать до компетенції окремих ланок готельного підприємства та зосереджується у спеціалізованих бюро подорожей або самому підприємстві. Таким чином, на якість обслуговування у готелях впливає діяльність посередницьких ланок, що реалізують їхні основні послуги.

Обсяг, якість і асортимент послуг у готельній сфері зумовлені насамперед станом матеріально-технічної бази і рівнем та кваліфікацією персоналу закладу розміщення. Сьогодні спостерігається постійне розширення та урізноманітнення матеріально-технічної бази й структури персоналу готелів. Поряд з основними будівлями готелів створюються інші споруди — спортивні, медичні, розважальні тощо. Таким чином, процес обслуговування туристів ускладнюється, а послуги, що пропонуються мають комплексний характер.

Ключове поняття «готель» тісно пов'язане з категорією «гість», «гостинність», його традиційна дефініція, згідно словника В. Даля, пов'язується з постійним двором або будинком з прислугою, приміщенням для приїжджих з харчуванням.

У сучасній економічній літературі найбільш визнаним визначенням цього поняття є: *«Готель — це заклад гостинності у якому подорожуючі за винагороду можуть скористатись з послуг ночівлі, а також харчування»*.

Готель — це засіб розміщення, що надає особам, які перебувають поза місцем постійного проживання комплекс послуг, головними серед яких є послуги розміщення та харчування. Співвідношення цих двох складових може виражатись у таких формах:

— розміщення + сніданок (континентальний або англійський) у номерах або спеціалізованих закладах;

— розміщення + харчування у ресторані;

— розміщення + харчування у ресторані, барі, кафе;

— розміщення + харчування у ресторанах європейської і національної кухні, барах, цілодобовий сервіс на поверхах.

Зміст послуги розміщення стосується:

— надання у користування спеціалізованого приміщення — готельних номерів;

— пропозиції послуг професійно підготовленим персоналом — порт'є, з оформлення поселення гостей, покоївок з прибирання готельних номерів та ін. Готельні номери — це багатофункціональні приміщення, призначені для відпочинку, сну, роботи у процесі проживання гостей, які є основним елементом послуги розміщення. Внаслідок використання готельних номерів гостями в процесі їхнього перебування у готелі головним чином у вечірній і нічний час, найголовніша функція номера стосується забезпечення сну і відпочинку. Значення інших функцій готельних номерів залежить від функціонального призначення готелю і потреб гостей. Наприклад, у готелях ділового призначення найголовніша функція номерів пов'язується із забезпеченням гостей можливістю працювати, для цього у номерах необхідний письмовий стіл, телефон, факс, комп'ютер та інше забезпечення.

У готелях виділяються різні категорії номерів, що відрізняються площею, меблями, обладнанням, проте, незалежно від категорії, кожен номер у готелях повинен забезпечувати: ліжко, крісло у розрахунку на одне місце, нічний столик або тумбу у розрахунку на одне ліжко, шафу для одягу, загальне освітлення, кошик для сміття, у кожному номері повинна бути інформація про готель і план евакуації на випадок пожежі.

Послуги з пропозиції гостям їжі охоплюють поєднання процесів виробничого (приготування їжі на кухні), торгового (продаж готових до споживання продуктів, алкогольних і безалкогольних напоїв), і сервісного обслуговування гостей офіціантами у ресторані, барі, кафе, готельних номерах.

Додаткові послуги у готелях охоплюють пропозицію басейну, спортивної зали, конференц-зали, приміщень для ділових зустрічей, прокат автомобілів, послуги хімчистки, пральні, перукарні, кабінету для масажу та ін. Сьогодні додаткові послуги набувають все більшого значення у формуванні ринкової привабливості готельних закладів.

3. Сутність поняття готельний продукт.

В менеджменті готельного бізнесу широко використовується термін «готельний продукт» або продукт «готель», що підкреслює комплексний характер готельних послуг. У категорії «готельний продукт» відображається результат гос-

подарської діяльності, представлений у матеріальній формі (матеріальний продукт), духовній, інформаційній (інтелектуальний продукт) або у формі виконання роботи і послуг (рис. 21.1).

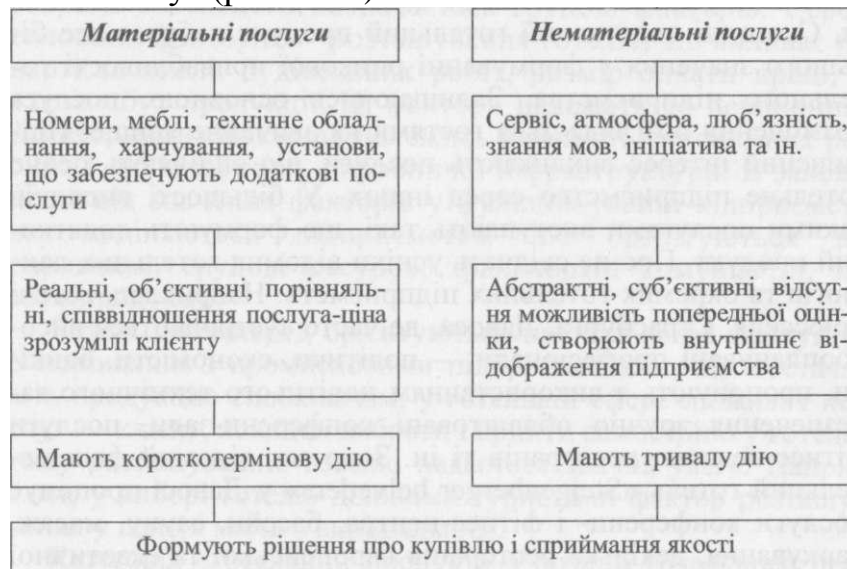


Рис. 21.1. Головні риси готельного продукту

У структурі комплексного готельного продукту розрізняють такі його типи: основний, спеціальний, супутній, додатковий.

Послуги надання готельного номера та готельного обслуговування формують *основний продукт*. Водночас кожен готель повинен надавати *спеціальний продукт* — складові обслуговування, що виділяють готель серед будь-якого іншого на ринку готельних послуг, наприклад, туристські послуги, послуги бізнес-центра, певний тип розваг, спортивних послуг та ін.

Супутний готельний продукт — це комплекс послуг і товарів, необхідних клієнтам для використання основного та спеціального продукту. Наприклад, надання у готелях послуг телефонного, поштового зв'язку, необхідних побутових послуг і товарів туристичного попиту.

Додатковий готельний продукт надає спеціальному продукту додаткові переваги й сприяє виділенню його серед конкурентних аналогічних продуктів. Це можуть бути оздоровчі послуги, послуги бізнес-центра, гральні атракціони та ін. Сьогодні додатковий готельний продукт набуває все більшого значення у формуванні ринкової привабливості готельного підприємства. Залишаючись основною, послуга розміщення розглядається гостями як звичайне явище. Підвищений інтерес викликають послуги, що виділяють певне готельне підприємство серед інших. У більшості випадків такими послугами виступають такі, що формують додатковий продукт. Про це свідчать успіхи відомих готельних ланцюгів та окремих готельних підприємств. Наприклад, готелі Брюсселя, Страсбурга, Давоса, де часто зустрічаються високооплачувані професіонали — політики, економісти, банкіри, пропонують з використанням новітнього технічного забезпечення зручно облаштовані конференц-зали, послуги фітнес-центрів, ресторанів та ін. Зокрема, відомий фешенебельний готель «Steigenberger belvedere» у Давосі пропонує послуги конференц- і фітнес-центра, басейн, сауну, масаж, паркування, декілька ресторанів європейської та екзотичної кухні, інші послуги.

У готелях послуги розміщення, харчування та додаткові послуги взаємодоповнюються і сприймаються клієнтами як єдине ціле. Водночас різниця між спеціальним і додатковим готельним продуктом не завжди очевидна. Послуги, що виступають спеціальним продуктом на одному ринку можуть бути додатковим на іншому. Досвід функціонування відомих готельних підприємств свідчить, що розробка комплексного готельного продукту повинна супроводжуватись ретельним вивченням головних тенденцій та визначальних характеристик споживчого ринку готельних послуг.

Комплексний готельний продукт, крім основного, спеціального й додаткового продуктів, включає такі його елементи та якісні характеристики, що створюють загальний імідж готельного підприємства, виражений у загальній атмосфері обслуговування, формі пропозиції, толерантності у спілкуванні обслуговуючого персоналу, професіональних характеристиках. Лише загальна атмосфера пропозиції готельного продукту може стати вирішальним фактором у виборі клієнтами готельного продукту.

Ефективність функціонування будь-якого підприємства, зокрема готельного визначається групою факторів. Серед головних факторів — розташування готелю, що впливає на вартість землі, будівельних робіт, розмір оплати праці, а також збут продукції. Ці фактори належать до первинних. До вторинних факторів належить наявність сировинних ресурсів, робочої сили, виробничої інфраструктури. В залежності від значення факторів у функціонуванні підприємства, виділяються підприємства, що орієнтуються на сировинні, трудові ресурси, транспортні комунікації, на збут продукції.

Готелі насамперед орієнтуються на збут свого продукту. У порівнянні з промисловими підприємствами, що постачають продукцію споживачам, у готельній сфері споживач послуг — клієнт, повинен вибрати і прийти самостійно у готель, тому розташуванню готелю надається значна увага. Наприклад, у виборі готелю діловими туристами фактор розташування у центрі міста є вирішальним.

Категорія «готельний продукт» з позиції готельного підприємства включає три рівні послуг: окремі послуги, продукт «готель» як комплекс послуг, розширений продукт «готель» (рис. 21.2).

Окремі готельні послуги — це широкий обсяг послуг, що можуть надавати заклади розміщення незалежно від категорії і типу. Наприклад, до таких належать послуги швейцара, порт'є, покоївок, офіціантів та ін., які формують внутрішній рівень послуги «готель». Продукт «готель» як комплекс послуг, утворює середній рівень і охоплює всі послуги, що надаються у певному типі готельного закладу, які взаємозалежні, доповнюють один одного і сприймаються клієнтами як єдине ціле. Середній рівень продукту «готель» у поєднанні з можливостями пропозиції навколишньої до готелю території утворює розширений продукт «готель» — третій (зовнішній) рівень. Серед компонентів навколишньої території істотно значення має розташування готелю, історико-культурні, соціальні атракції, природний ландшафт.

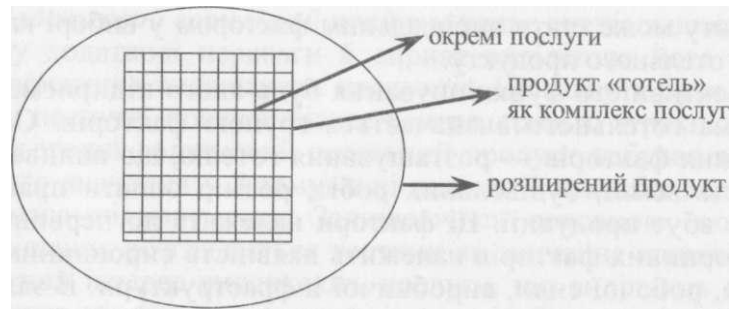


Рис. 21.2. Рівні готельного продукту пропоновані засобами розміщення

З точки зору очікувань клієнтів у продукті «готель» можна виділити чотири рівні послуг: родовий продукт, очікуваний продукт, розширений продукт, потенційний продукт (рис. 21.3.).



Рис. 21.3. Рівні готельного продукту згідно очікувань клієнтів

Родовий продукт охоплює широкий перелік професійних характеристик працівників готелю щодо виконання службових обов'язків та матеріальні ресурси готельного підприємства необхідні для його успішної участі у ринковому процесі. Для готельного підприємства функції «родового» продукту виконують окремі послуги.

Очікуваний готельний продукт — відображає послуги, що здатні задовольняти очікування клієнтів. Він включає супутні обставини споживання родового продукту — час, умови, обслуговування, інтер'єр номерів, вестибюля та інших приміщень, зовнішній вигляд персоналу, ціну тощо.

Основу *розширеного продукту* становлять додаткові переваги, пов'язані з його купівлею і споживанням, відрізняють цей продукт від ринкових аналогів. Для готельного продукту додатковими перевагами насамперед є риси розташування, транспортна доступність, характеристики прилеглої території, зручне планування будівель та ін., що з часом перестають розглядатись як додаткові і стають частиною «очікуваного продукту».

Потенційний продукт охоплює ймовірні і досяжні для підприємства напрямки діяльності, що зумовляють переваги у ринковому позиціонуванні над конкурентами, зможуть утримати та залучити нових клієнтів. Провідні готельні підприємства шляхом проведення стратегічних маркетингових досліджень здійснюють пошук нових концепцій, методів обслуговування, і типів послуг.

4. Особливості готельних послуг.

Серед особливостей готельних послуг, що відрізняють їх від товару можна виділити такі:

- нематеріальний характер в основній складовій послуг;
- обмежені можливості зберігання;
- терміновий характер послуг;
- періодичний (сезонний) характер попиту на готельні послуги;
- неоднорідність якості обслуговування.

Нематеріальний характер в основній складовій послуг.

Специфіка надання готельних послуг у порівнянні з продажем товару, пов'язується з невідчутністю, неможливістю клієнтами одразу в повному обсязі охопити їхні споживчі особливості. Споживачам послуг важко оцінити послугу до моменту придбання, іноді навіть після купівлі. Клієнти готелів, які не можуть виявити якісні характеристики готельних послуг, відображені у ціновому еквіваленті, є проблемною категорією споживачів готельних послуг.

Водночас, невідчутність послуг ускладнює управління процесом їхнього виробництва і продажу. Готельним підприємствам складно презентувати клієнтові свій товар, ще складніше обґрунтувати встановлення різних цін на послуги. Підприємство може лише описати переваги певної послуги, а послуги як такі клієнт може оцінити лише після їхньої купівлі.

Серед заходів, що підвищують довіру клієнтів до готельного підприємства виділяють такі:

- підкреслити значення послуги і вигоди від її придбання;
- підвищити відчутність послуги;
- широке використання маркетингових досліджень, зокрема відображених у рекламі;
- проведення акцій зі зміни тарифів, залучення у готель відомих у суспільстві клієнтів (артистів, політиків, спортсменів та ін.).

Обмежені можливості зберігання. Комплекс готельних послуг у зв'язку з їхнім нематеріальним характером має обмежений термін зберігання і не може бути збережений для подальшого продажу. Надати послугу можна лише тоді, коли надходить замовлення від клієнта. Якщо за поточну добу готельний номер залишився непроданим, його неможливо продати додатково. Навіть матеріальні послуги, наприклад транспортні, закладів харчування (страви, напої), які мають певний термін зберігання, тоді як сервіс, пов'язаний з їхньою реалізацією буде не задіяний і не оплачений. Згідно тверджень ряду спеціалістів, нероздільний характер процесів виробництва і споживання є основною ознакою відмінності послуги від товару.

Терміновий характер використання готельних послуг зумовлює необхідність розробки стратегії, що забезпечить оптимальне співвідношення попиту та пропозиції послуг. Зокрема, стимулювати попит на готельні послуги можна на основі ефективною ціновою політики, системи тарифів. Встановленням диференційованих тарифів і цін, знижок, оптимізуючи асортимент додаткових послуг та інші стимули, можна змістити частину попиту з пікового періоду на період затишку.

Іншим важливим засобом управління обсягом попиту є введення системи попередніх замовлень на послуги та збільшення швидкості обслуговування, в тому числі за рахунок автоматизації окремих процесів. У системі сучасних інформаційних технологій збільшення попиту можна забезпечити шляхом широкого

використання реклами, особливо за участю телекомунікаційних систем, зокрема мережі Інтернет.

Терміновий характер готельних послуг. Суть цієї особливості зумовлена суттєвою проблемою в обслуговуванні готелів — надання послуг повинно здійснюватись у найкоротший термін. Цей фактор поряд з розташуванням має визначальний вплив на вибір клієнтами готелів. Час пропозиції окремих послуг, зокрема поселення, бронювання, прибирання вимірюються хвилинами, навіть секундами. Найшвидше обслуговування сьогодні пропонують в одному з готелів Токіо. Тут комплекс послуг з поселення — документальне оформлення поселення, оплата, отримання ключів та інші послуги здійснюються за 45 сек. В більшості готелів норма часу, що відводиться на послуги поселення в середньому становить 10-15 хв.

Періодичний (сезонний) характер попиту на готельні послуги. Для ринку готельних послуг, особливо для окремих типів готелів характерне сезонне та упродовж тижня коливання попиту на послуги. У великих ділових центрах найвища заповнюваність готелів характерна в осінній та весняний періоди, тоді як у курортних готелях головним чином літом. Водночас, впродовж тижня, у більшості готелів найвище завантаження спостерігається у будні дні.

Неоднорідність якості обслуговування. Важлива особливість готельних послуг, що відрізняє їх від виробничого процесу на промисловому підприємстві, де насамперед використовуються машини й автомати, стосується використання праці людей. Людський фактор суттєво впливає на неоднорідність, мінливість якості, недотримання стандартів готельних послуг. Якість послуг суттєво залежить від рівня кваліфікації працівників, організації виробничого процесу — колективу та виробничих комунікацій, контролю за якістю роботи персоналу, психофізичних особливостей кожного працівника.

Водночас, важливим джерелом мінливості якості надання послуг є клієнт. Особистість потреб кожного клієнта, його унікальність, зумовлює необхідність високого ступеня індивідуалізації послуг, унеможлиблює масовий характер виробництва послуг. Індивідуалізація послуг породжує проблему управління поведінкою споживачів, дослідження факторів впливу на їхню поведінку в процесі обслуговування. Для зниження неоднорідності виробничої якості послуг у багатьох готельних підприємствах розроблені стандарти обслуговування.

Стандарт обслуговування — це комплекс обов'язкових для виконання правил обслуговування клієнтів, що повинні гарантувати встановлений рівень якості всіх виробничих операцій. Стандарт обслуговування визначає формальні критерії оцінювання якісного рівня обслуговування клієнтів та діяльності будь-якого співробітника готельного підприємства. Для прикладу стандарт якості технології обслуговування у готелях охоплює:

— надання окремих послуг повинно здійснюватись не більше встановленого часу: документальне оформлення поселення на рецепції, видача ключів і поселення в номер незалежно від масовості заїзду повинно тривати не більше 5-15 хв., прання і прасування особистих речей — не більше доби, доставка багажу в номер не більше 3 хв., відповідь на телефонний дзвінок 10-30 сек. та ін.;

— формений одяг і взуття повинні відповідати прийнятому у готельному підприємстві зразку;

— знання іноземних мов обслуговуючим персоналом відповідно до категорії готелю та ін.

В процесі розробки системи стандартів діяльності підприємств індустрії гостинності необхідно враховувати ряд специфічних факторів, характерних для цієї сфери послуг, зокрема:

— визначення еталону та вимірювання якості послуг є складним завданням, що зумовлює необхідність комплексного підходу;

— якість послуг визначається насамперед людським фактором виробництва, тому ефективна організація та управління трудовим колективом зумовить дотримання визначених стандартів якості;

— у розробці стандартів якості необхідно враховувати потреби та побажання споживачів, які завжди є визначальними у формуванні економічних стандартів функціонування підприємства;

— економічна ефективність роботи підприємства визначається не тільки якістю послуг — суттєвий вплив має коливання попиту споживачів;

— якість послуг має індивідуальний характер і визначається психофізичним, етнічним, релігійним, соціальним статусом та іншими характеристиками клієнта (карта індивідуальної оцінки якості обслуговування);

— якість послуг і маркетинг у сфері послуг гостинності необхідно розглядати як нероздільний процес.

Зазначені типові особливості надання послуг гостинності зумовлюють перетворення організації та управління у цій сфері у складний процес у порівнянні з галузями матеріального виробництва, з точки зору забезпечення ефективності механізму обслуговування, ціноутворення, стратегічного планування визначають специфіку управління та застосування маркетингу у цій сфері.

Питання.

1. Охарактеризувати модель та основні концепції гостинності.
2. Сутність детермінант сфери послуг.
3. Сутність поняття «готельний продукт».
4. Особливості готельних послуг.

Лекція 22.

Тема. Особливості діяльності готельних служб.

План лекції

1. Підходи до класифікації служб і відділів готельних комплексів.
2. Склад і функції готельних служб.
3. Організація та функції адміністративно-управлінської служби.
4. Організація і функції фінансово-комерційної служби.

1. Підходи до класифікації служб і відділів готельних комплексів.

Служби і відділи готелів можуть бути класифіковані відповідно до різних методів роботи. Згідно з одним методом, служби і відділи готелів поділяються на ті, що приносять *прямі і непрямі прибутки*. Служби, що дають *прямий прибуток*, продають гостям безпосередньо послуги і товари. Це такі служби як: прийому і розміщення гостей, організації харчування, магазини та кіоски роздрібною торгівлі, сауни тощо. Господарський відділ, бухгалтерія, плановий відділ, відділ кадрів, інженерно-технічна служба є підрозділами, що приносять *непрямі прибутки*.

Для класифікації структурних підрозділів готелів можуть використовуватися й такі терміни, як *зовнішні і внутрішні служби*. *Зовнішні служби* - це служби, де працівники мають безпосередній (прямий) контакт із гостями готелю (служба прийому та розміщення, служба громадського харчування). *Внутрішні служби* - це служби, працівники яких практично не мають прямого контакту із гостями (інженерно-технічна служба, бухгалтерія, відділ кадрів).

Крім того, підрозділи можуть бути зорієнтовані:

- ◆ на виробництво продукції (*пральня, кухня*);
- ◆ на надання послуг (служба покоївок, ресторан);
- ◆ на інформаційне обслуговування (відділ бронювання, відділ порт'є).

Готельні служби залежно від близькості контакту з гостем розташовані на **двох рівнях** (див. рис. 22.1). На *першому рівні* - служби, персонал яких безпосередньо контактує з гостем (контактні служби), на *другому* - служби, персонал яких практично не контактує з гостем (неконтактні служби).

В готельній індустрії таке розмежування служб дуже важливе, оскільки впливає на **вимоги**, що ставляться до персоналу. Найважливішими із них до працівників контактних служб є:

- ◆ охайний і привабливий зовнішній вигляд (відповідна зачіска, манікюр, макіяж, одяг, прикраси та ін.);
- ◆ бездоганна манера поведінки;
- ◆ знання етики і психології спілкування;
- ◆ комунікабельність;
- ◆ знання іноземних мов;
- ◆ обмеження віку (наприклад, для порт'є з прийому - вік до 30 років).



Рис. 22.1. Розподіл готельних служб залежно від ступеня контакту з клієнтом

Найважливішими вимогами, які ставляться до персоналу *неконтактних* служб, є наявність спеціальної освіти і досвід роботи у даній сфері.

2. Склад і функції готельних служб.

Організація управління готельним підприємством, склад служб, їх структурне співвідношення залежать від призначення і розмірів готелю, його місцезнаходження, рівня технічної оснащеності, класа обслуговування, що пропонується, відомчого підпорядкування.

У відповідності з основними функціями, що виконуватиме готельне підприємство, до його складу входять такі підрозділи: служба прийому та обслуговування, служба безпеки, інженерно-технічна, комерційна та адміністративні управлінські служби. Ці підрозділи є функціональними ланками, кожна з яких використовує свою специфічну технологію, але всі разом вони мають єдину мету - задоволення потреб клієнтів. Функціональна структура готелю спирається на управлінську ієрархію або лінійну структуру управління готелем: вища керівна ланка, керівники служб і структурних підрозділів, середня ланка, молодший обслуговуючий персонал, технічний і допоміжний персонал. Тобто для готелів найбільш характерною є лінійно-функціональна структура управління.

Служба прийому та обслуговування є однією з головних ланок готелю, де безпосередньо здійснюються прийом і обслуговування гостей, тому її функції будуть розглянуті окремо нижче.

Служба безпеки, яка існує в готелі, також може входити до СПО (швейцарсько-охоронці) або мати окреме управління та окремий штат охоронців.

Інженерно-технічна служба забезпечує належний технічний стан будівлі готелю, її інженерного обладнання, їх справність та своєчасний ремонт. Її завданням є забезпечення нормального функціонування санітарно-технічного обладнання, електротехнічних устаткувань та систем, ліній, систем телебачення і зв'язку, служб ремонту і будівництва, а також зовнішнього благоустрою (упорядкування) території. Очолює службу головний технік, головний інженер або технічний директор, до її складу входять слюсарі сантехники, електрики, столяри, працівники ремонтних служб і будівельних професій.

Комерційна служба має за головну мету забезпечення рентабельності, прибуткової роботи підприємства в цілому. Вона займається аналізом результатів

господарської та фінансової діяльності підприємства, питаннями нормування оперативного та перспективного планування, використання фінансових коштів, маркетингом. Цю роботу може здійснювати планово-економічний відділ на чолі зі старшим економістом або спеціальна служба комерції та маркетингу на чолі з комерційним або фінансовим директором або менеджером з фінансово-економічних питань.

Адміністративно-управлінська служба забезпечує управління та роботу всіх інших служб підприємства. Сюди входять вища управлінська ланка готельного підприємства, бухгалтерія, відділ кадрів, може входити також канцелярія або управління справами.

Вищу управлінську ланку готельного підприємства складають директор та його заступники.

У залежності від розмірів підприємства, обсягів і специфіки його діяльності, числа працівників директор може мати одного, двох або більше заступників. Управлінська структура типового туристсько-готельного комплексу включає, як правило, посади заступника директора з експлуатації та заступника директора з розміщення.

До обов'язків *заступника директора з експлуатації* входить забезпечення належного санітарного стану терп торії та приміщень готелю, їх обладнання і оснащення, організація надання платних і безплатних послуг побутового характеру. У його віданні є служба експлуатації номерів, додаткові та допоміжні служби.

Заступнику директора з розміщення підпорядковується служба прийому та обслуговування. До його обов'язків входить планування та забезпеченням завантаженості готелю, контроль за бронюванням, підготовкою номерів, розміщенням клієнтів, наданням їм комплексного обслуговування, оплатою послуг.,

Директор готелю може мати також заступників з інших напрямів діяльності - з загальних питань, з кадрів, з фінансів та економіки, з маркетингу та комерційної діяльності,

У невеликих туристичних комплексах у інспектора може бути один заступник із загальних питань у ранзі заступника директора може виступати керівник харчоблоку.

У великих туристичних комплексах вища управлінська ланка очолюється генеральним директором, який може мати кілька заступників або спиратися на раду директорів.

Бухгалтерія, яку очолює головний бухгалтер, забезпечують вирішення фінансових питань підприємства в цілому: собівартість і визначає ціну готельних послуг, веде облік використання основних фондів та руху обігових коштів підприємства, облік результатів його фінансової діяльності, складає баланс за її підсумками.

До компетенції інспекторів *кадрової служби*, яку очолює старший інспектор або менеджер з персоналу, входить підбір і розміщення кадрів, ведення особових справ співробітників, питання підвищення їх кваліфікації.

Допоміжні служби представлені персоналом пральні, камери схову, білизняної, кравецької, внутрішньої телефонної станції, служби матеріального постачання, розмножувальної служби, служби секретарів-друкарів; **додаткові** - працівниками перукарні, косметичного салону, ремонтних майстерень, сауни,

басейну, рекреаційного комплексу та інших підрозділів, що входять до комплексу. Більшість працівників допоміжних та додаткових служб входять до складу так званої **господарської служби** готелю.

Готельне підприємство в разі необхідності може доручати виконання функцій окремих служб стороннім організаціям за договором. Це може стосуватися служби безпеки, прибирання приміщень, виконання ремонтних робіт та ін.

Організаційну структуру служб готелю подають у вигляді схеми, яка ілюструє місце кожної служби у загальній організації готелю.

Взаємовідносини адміністрації та співробітників підприємства регулюють «Правила внутрішнього трудового розпорядку». Вони визначають порядок найму та звільнені і і робітників і службовців, надання їм відпусток, тривалі 11, робочого часу та його використання, заходи заохочення і покарання працівників, основні обов'язки працівників чи адміністрації, а також розглядають питання взаємовідпсин працівників з адміністрацією підприємства у проім і виробництва.

Основою для розробки правил внутрішнього трудовою розпорядку підприємства можуть служити типові правила, розроблені на рівні відомства або галузі.

3. Організація та функції адміністративно-управлінської служби.

Адміністративно-управлінська служба у готелях забезпечує організацію управління всіма структурними ланками готельного комплексу, приймає загальні рішення щодо його функціонування — вирішення проблеми фінансового і кадрового забезпечення, модернізації підприємства, корпоративних стосунків, визначення напрямків діяльності та ін.

Управління готельним підприємством здійснює група керівників, які наділені різними повноваженнями. Найвищими повноваженнями наділений керівник підприємства, він координує роботу менеджерів окремих напрямків, які у свою чергу координують роботу менеджерів окремих служб (відділів), менеджери служб контролюють виробничий процес не управлінських кадрів — обслуговуючого персоналу. Таким чином, у ієрархічній піраміді управління від вищого рівня до нижчого кількість управлінського персоналу збільшується, водночас зменшуються і повноваження з управління і зростають виконавські функції.

Вищий рівень управління підприємством представлений його власником і генеральним директором, які приймають рішення загального стратегічного характеру. Власником готелю може бути приватна особа або корпорація. У готелях — акціонерних товариствах, генеральний директор обирається загальними зборами акціонерів.

Власник готелю або генеральний директор здійснює:

- управління всією господарською діяльністю готельного підприємства;
- несе відповідальність за затвердження бюджету готелю;
- визначає стратегічні напрямки діяльності, які передбачають орієнтацію на певний сегмент туристичного ринку;
- впроваджує і дотримується єдиної політики організації праці та інших функцій, зокрема експлуатації, збуту, дотримання норм і правил з охорони праці, підвищення кваліфікації кадрів, дотримання стандартів якості та ін.;

- періодично здійснює перевірку і оцінку технічного стану готельного підприємства;

— користується всіма видами банківських послуг, зокрема кредитами, відкриває та розпоряджається рахунками, підписує чеки на отримання готівки та ін.;

— має право позову і відповіді на суді, а також представляє готель в усіх адміністративних установах;

— підписує угоди, зобов'язання, доручення;

— приймає рішення щодо системи тарифів, розрахунків із клієнтами.

У великих готельних підприємствах, що характеризуються складним технологічним процесом, виникає необхідність постійного контролю з боку адміністрації, тому виділяється посада виконавчого директора, який здійснює управління за відсутності власника або генерального директора.

У готельних комплексах, насамперед із значною часткою іноземного капіталу, управління може здійснюватись через виконавчий комітет. У виконавчий комітет входять керівники головних функціональних підрозділів — служби прийому та розміщення, комерційної, обслуговування номерів та інших, які вирішують загальні завдання, згідно їхнього функціонального профілю.

У структурі управління великих готелів може виділятися 5-6 заступників генерального директора — директор з розміщення, директор з маркетингу, директор ресторану, фінансовий і технічний директор. Ці керівники представляють середній рівень управління і забезпечують реалізацію політики готелю, розробленої вищими керівниками, відповідають за виконання завдань у функціональних підрозділах, заступники директора у готелях наділені значними повноваженнями, мають широке коло обов'язків, окрім загальних технологічних завдань вирішують проблеми обслуговування і задоволення потреб гостей.

Директор з розміщення координує роботу менеджерів служби бронювання, прийому та розміщення, обслуговування номерів, менеджера з обслуговування. Він забезпечує:

— необхідний рівень обслуговування і утримання приміщень згідно з категорією готелю;

— приймає необхідні заходи з максимального збільшення доходів від використання номерів;

— здійснює контроль за витратами на виробничі потреби підпорядкованих служб;

— забезпечує відповідність згідно стандартів зовнішнього вигляду і вимог особистої гігієни всього обслуговуючого персоналу;

— здійснює регулярну перевірку стану номерів готелю, коридорів, холів та інших приміщень, що використовуються гостями, з метою дотримання належного стану згідно виробничих вимог;

— щоквартальну інвентаризацію і складає замовлення на необхідні у використанні ресурси;

— реагує на скарги гостей стосовно функціонування підпорядкованих служб, приймає заходи щодо локалізації конфліктних ситуацій з гостями та серед персоналу;

— відповідальність за впровадження і програму підвищення кваліфікації у контрольованих службах;

— здійснює управління черговими денної і нічної зміни, щоденно аналізує їхню звітну документацію.

Технічний директор забезпечує контроль роботи інженерно-технічної служби. Головна функція пов'язана з коригуванням заходів забезпечення експлуатації будівлі і обладнання згідно із встановленими стандартами.

Фінансовий директор контролює роботу фінансової і комерційної служби готелю. Функції управління фінансового директора пов'язані з:

— розробкою фінансової стратегії готельного підприємства на довготривалій період — важливої складової загальної стратегії економічного розвитку підприємства;

— створенням організаційних структур, що забезпечують прийняття і реалізацію управлінських рішень у різних напрямках фінансової діяльності готельного підприємства;

— здійсненням аналізу різних аспектів фінансової діяльності готелю з поглибленим аналізом окремих фінансових операцій і фінансових результатів діяльності філіалів та відокремлених підрозділів готелю, узагальнення результатів діяльності готелю в цілому і в розрізі окремих напрямків;

— забезпеченням планування фінансової і комерційної діяльності готелю згідно основних напрямків діяльності різними структурними підрозділами;

— здійсненням ефективного контролю за реалізацією прийнятих управлінських рішень.

Директор з маркетингу здійснює управління відділом конгресового обслуговування, відділу реклами. Його основні функції пов'язані з:

— аналізом стану ринку готельних послуг;

— пошуком можливостей виходу на нові ринки, пошук і відпрацювання каналів просування готельних послуг;

— оцінка потенціалу основних ринкових сегментів;

— дослідження споживчого попиту з метою виявлення найбільш перспективних готельних послуг;

— отримання, обробка і систематизація інформації про клієнтів готелю;

формування бази даних про клієнтів згідно демографічних даних, характеристик соціального стану, географічної ознаки;

— аналіз діяльності готелю і його основних конкурентів згідно рівня середньорічного, сезонного заповнення, середніх цін, якості послуг;

— робота зі створення та підтримки електронного сайту, електронної реклами й засобів бронювання;

— планування маркетингової діяльності, складання рекламних програм.

4. Організація і функції фінансово-комерційної служби.

Фінансово-комерційна служба забезпечує облік, контроль обігу фінансових ресурсів, несе відповідальність за забезпечення готелю матеріально-технічними та виробничими ресурсами. У структурі служба складається з бухгалтерії і планово-комерційного відділу, в окремих готелях ці структурні ланки можуть функціонувати окремо. Очолює службу головний бухгалтер, який підпорядковується директору готелю.

Бухгалтерія у готелях здійснює аналіз фінансово-господарської діяльності, організовує складання бухгалтерських звітів згідно нормативних документів, несе

відповідальність за дотримання фінансової і договірної дисципліни, організовує складання бізнес-планів, фінансово-господарських планів та кошториси згідно встановленої форми, несе відповідальність за своєчасне складання звітів, балансів і рахунків, прибутків і збитків, виконує роботу з обліку, введення в експлуатацію і списання матеріальних цінностей і обліку коштів у встановленому порядку, несе відповідальність за дотримання ціноутворення і визначення тарифів, здійснює облік надходження і вибуття виробничих запасів відповідно до стандартів бухгалтерського обліку, організовує роботу з отримання ліцензій та ін.

У технологічному процесі бухгалтерія здійснює постійний зв'язок із всіма службами, відділами і персоналом готелю. Фінансова служба забезпечує грошові перекази, підготовку фінансових звітів від касирів кожного структурного торгового підрозділу готелю, насамперед служби прийому і розміщення, громадського харчування, спортивно-розважальних закладів; облік і контроль первинної документації, своєчасне інформування адміністрації про фінансові результати діяльності готелю. Бухгалтерія також забезпечує нарахування заробітної плати, отримання інших різних рахунків і виплату по них, контроль і облік витрат.

Фінансова служба у готелях функціонує згідно установчих документів, умов і методів формування капіталу, форми управління, що визначає фінансові відносини з державою, акціонерами, пайовиками, управляючою компанією, асоціацією та ін. Структура і розміри фінансової служби у готелях також визначаються місткістю, категорією, участю іноземного капіталу у роботі закладу.

Організаційно-функціональна схема управління фінансовою службою у малих готелях спрощена. Вона складається з двох відділів — відділу поточної діяльності і відділу інвестицій, роботу яких контролює менеджер, якому підпорядковується 1-2 бухгалтери і касир. У готелях значної місткості бухгалтерія складається з фінансового менеджера (директора), головного бухгалтера, заступника головного бухгалтера, бухгалтерів різної категорії і касира, весь персонал становить з 10-15 осіб (рис. 22.2.)

Професійні обов'язки фінансового менеджера пов'язуються з:

— контролем ефективності фінансових потоків у готелі, забезпечення оптимальних витрат і відрахувань;

— складанням річного плану фінансових потоків з урахуванням перспективного планування економічного стану готелю — обсягу збуту, прибутку і рівня раціональної організації праці. Фінансовий менеджер також забезпечує поточне і довготермінове прогнозування, аналіз отриманих даних;

— розробки кошторису для працівників, здійснює контроль за рівнем витрат;

— розробкою і впровадженням виробничого обліку, складає детальний звіт про витрати готельного підприємства, вводить нові методики, керує інвентаризацією матеріально-технічної бази і визначає її вартість. Здійснює реєстрацію записів матеріально-технічного постачання і забезпечує необхідні коректування. Готує для власника, керівників підприємства звітно-фінансову інформацію про витрати готельного підприємства;



Рис. 22.2. Організаційно-функціональна структура фінансово-комерційної служби у готелях значної місткості

—здійснення контролю за використанням бланків оперативного обліку, їхнього збереження;

—комплектування служби кадрами, визначає обсяг роботи для працівників, забезпечує підвищення кваліфікації підлеглих;

— підтримки тісних зв'язків з менеджерами інших служб, приймає участь у нарадах керівників закладу.

Кваліфікаційна характеристика менеджера фінансової служби пов'язується з необхідністю знати:

—теоретичні основи управління і управління фінансовою діяльністю підприємства;

—теорію фінансів, кредиту, бухгалтерського обліку;

— економічну статистику, систему статистичної звітності;

— чинне законодавство у сфері фінансової, кредитної, валютної, банківської діяльності і діяльності у сфері гостинності;

—нормативно-законодавчі акти з міжнародних розрахунків і зовнішньоекономічної діяльності;

— основи здійснення операцій на міжнародному фінансовому ринку;

—основи економіки готельних підприємств;

— види цінних паперів і порядок їх обігу, особливості обігу цінних паперів за кордоном;

— правила і порядок проведення операцій на внутрішньому фінансовому ринку;

— основи діловодства.

Планово-комерційний відділ забезпечує готельні підприємства матеріально-технічними та виробничими ресурсами. Очолює відділ старший менеджер, якому підпорядковується у великих готелях 3-4 менеджери з різних напрямків діяльності. Менеджер відділу підпорядковується менеджеру служби. В окремих готелях цей відділ виділяється як самостійна структурно-функціональна й управлінська ланка.

Головне завдання відділу полягає у проведенні моніторингу ринку товарів та послуг, виявляти оптимальні умови забезпечення матеріально-технічними ресурсами та послугами закладу гостинності у співвідношенні ціни і якості, укладання угод з постачальниками продукції.

Дослідження ринку товарів і послуг, що використовуються у готельній сфері повинно проводитись постійно з метою своєчасного реагування на зміни, що відбуваються на ньому. Важливу роль відіграє комп'ютеризація та використання телекомунікаційних інформаційних систем при моніторингу, виконанні комерційних операцій, пов'язаних з управлінням товарними запасами, контролем виконання договорів та ін.

У професійній діяльності працівники планово-комерційно-го відділу повинні досконало знати:

— основи здійснення комерційних операцій на внутрішньому та міжнародному ринку товарів і послуг;

— закони і нормативні акти, що регламентують комерційну діяльність;

— основи економіки готельних підприємств;

— форми документів, що використовуються для здійснення комерційних операцій.

У роботі комерційний відділ повинен тісно співпрацювати із всіма структурними ланками готелю, володіти повною інформацією про необхідне забезпечення готелю матеріально-технічними ресурсами. У структуру відділу доцільно включати менеджерів маркетингових досліджень, організації обслуговування у номерах, гастрономічних закладах.

Питання.

1. Визначити підходи до класифікації служб і відділів готельних комплексів.
2. Охарактеризуйте склад і функції готельних служб.
3. Суть організації та функцій адміністративно-управлінської служби.
4. Процес організації фінансово-комерційної служби.

Лекція 23.

Тема. Організація і технологія функціонування служби прийому і розміщення.

План лекції

1. Організація і технологія обслуговування гостей службою бронювання.
2. Організація і технологія обслуговування гостей службою прийому і розміщення.
 - 2.1. Технологія обслуговування гостей службою прийому та розміщення.

1. Організація і технологія обслуговування гостей службою бронювання.

Служба бронювання (резервування) виконує функції безпосереднього збуту готельного продукту, тому ефективність управління процесом бронювання відображається на рентабельності готелю. Процес бронювання — це налагодження співпраці між уповноваженими працівниками готелю й гостями, процес замовлення місць і номерів у готелі, саме з бронювання починається обслуговування гостей. Цей процес може здійснюватись різними технічними засобами — по телефону, Інтернету, поштою, факсом тощо, проте саме від ефективної його організації залежить враження клієнта про готель, тому оператор з бронювання обов'язково повинен мати професійну підготовку, телемаркетингові навички спілкування по телефону, проявити вищий професіоналізм гостинності. В процесі пошуку клієнт знайомиться з декількома готелями, вибирає кращий, тому агент з бронювання повинен вплинути на його вибір, наголосити на перевагах в обслуговуванні саме цього готелю серед конкурентів.

Відділ бронювання номерів (місць) у готелях функціонує як окрема структурна ланка управління, проте найчастіше у структурі служби прийому та розміщення. Очолює відділ менеджер, який у більшості готелів знаходиться на одному службовому рівні з головним адміністратором і підпорядковується директору відділу обслуговування або директору відділу збуту. Цей факт підкреслює, що резервування функціонально пов'язане із збутом і має вплив на управління доходами готелю.

Відділ бронювання найчастіше працює у період найвищої активності клієнтів — з 8 до 18 год. Кількість службовців залежить від розмірів готелю і становить 3-5 осіб. Основне завдання службовців полягає у реалізації найбільшої кількості номерів готелю за максимально високу ціну. Окрім цього відділ бронювання здійснює маркетингові дослідження ринку — вивчає динаміку попиту на готельні послуги, аналізує заповнення номерів, програму заходів, які будуть відбуватись у регіоні (спортивні змагання, фестивалі, конференції та ін.) та разом із службою маркетингу прогнозує діяльність готелю.

У період проведення масових заходів попит на готельні послуги збільшується у декілька разів. Для готелів вигідно бронювати місця для заходів із значною кількістю учасників, оскільки у таких випадках попереднє замовлення здійснюється заздалегідь до події і ризик його анулювання незначний.

Серед основних посадових та професійних обов'язків персоналу відділу резервування виділяються:

- комунікабельність у стосунках із клієнтами, швидке та чітке реагування на замовлення з розміщення;

- професіональне знання процесу бронювання, оперативна систематизація інформації, що поступає від клієнтів та інформації про стан заповнення номерного фонду;

- знання тарифів на послуги розміщення, додаткові послуги, цінові пільги та сезонні зміни цін;

- вміння орієнтуватись у темпераменті клієнта та прогнозувати його реальні наміри, впливати на клієнта з метою досягнення максимального ефекту від співпраці з ним;

- вміння працювати з технічними системами резервування, насамперед із телекомунікаційними.

Для резервування використовуються різні технічні засоби та організаційні форми. Серед технічних засобів типовими є:

- телефон;

- інформаційна система Інтернет;

- факс;

- телеграма;

- лист.

Серед організаційних форм бронювання розрізняють:

- централізоване бронювання;

- бронювання міжготельними агентствами;

- центральний офіс із бронювання;

- бронювання туристичними підприємствами;

- бронювання транспортними агентствами;

- бронювання організаторами конференцій і нарад;

- бронювання безпосередньо у готелі.

Використання телефону та Інтернету сьогодні найбільш поширені способи бронювання. Бронювання по телефону має певні переваги у порівнянні з іншими видами, оскільки забезпечується «живе» спілкування, що має важливе значення для клієнта та оператора з бронювання. Клієнт у спілкуванні із службовцем отримує перші враження про готель, тому службовець повинен проявити найвищу майстерність та вплинути на вибір клієнта, підкреслити переваги готелю серед інших. Водночас, оператор з бронювання має можливість отримати значно повнішу інформацію про клієнта, запропонувати йому окрім основних додаткові послуги готелю.

У готелях, що приймають замовлення на резервування номерів по телефону, використовуються спеціальні бланки з графами, де проставляються відмітки про бронювання. При бронюванні по телефону необхідне підтвердження у письмовій формі.

Бронювання номерів із використанням мережі Інтернет набуває значної популярності у вітчизняних готелях, у країнах Європи, у США та ін. — найбільш поширений спосіб резервування. Його переваги пов'язуються з:

— оперативністю зв'язку — здійснюється з різними регіонами світу в режимі on-line за лічені секунди, переадресовуються замовлення у готельній мережі від одного до іншого готелю, що розташовані в одному місті;

— повнотою інформації — набором послуг і візуальним її сприйняттям на моніторі комп'ютера;

— зручністю формулювання замовлень на резервування, простотою програмного забезпечення, доступністю для клієнта;

— розміром оплати за користування інформаційними послугами;

— надійністю технічного забезпечення та зв'язку.

Резервування із використанням системи Інтернет можна здійснювати декількома варіантами:

— готель володіє власною Інтернет-сторінкою; — готель входить у систему Інтернет-бронювання (Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre, Nota Bene та ін.);

— замовити місця в готелі через комп'ютерну мережу по телефону.

Доступ готелю до системи електронного бронювання дозволяє внести власну інформацію у довідкову систему, що доступна всім потенційним клієнтам, операторам, зайнятих реалізацією послуг цього готелю. Безпосередній вихід на ринок послуг дозволяє уникнути перекручування інформації та оперативно її коригувати у випадку змін. Робота у системі бронювання полегшує організацію процесу бронювання, оскільки готель отримує єдину довідкову систему, побудовану за єдиною схемою. Сучасні системи бронювання представляють широкий спектр засобів надання інформації — використання фотографій, детальний опис готельних номерів. Деякі готельні комплекси використовують тривимірну графіку — клієнт може здійснити віртуальне ознайомлення з готелем.

Співпраця із глобальною системою резервування дає готелю можливість пропонувати клієнтам широкий асортимент послуг — окрім послуг розміщення, низку додаткових послуг, що розширює можливості організації цього підприємства. Комп'ютерні системи резервування у найкоротший час — декілька хвилин-секунд підбирають згідно замовлення номери, надають інформацію про місто, регіон, важливі туристичні атракції.

Глобальні комп'ютерні системи резервування активно використовуються в організації управління та плануванні діяльності регіональними туристичними агентствами. Комплексний характер комп'ютерних систем забезпечує не тільки бронювання номерів у готелях, авіапослуги, оренду автомобілів, круїзні поїздки, а також інформацію про курси валют, погоду, роботу місцевого транспортного сполучення. Сьогодні великі готельні комплекси мають власний веб-сайт у мережі Інтернет на якому розміщують власну сторінку для online бронювання.

Для резервування послуг готелю, клієнт повинен мати навички роботи з персональним комп'ютером. Клієнт заходить на веб-сайт системи Інтернет-бронювання і знайомиться із правилами бронювання, обирає готель, вивчає замовлення номерного фонду, тарифи. Після вибору номера, клієнт заповнює необхідні інформаційні поля і відправляє замовлення у систему електронною поштою.

Система резервування автоматично опрацьовує замовлення і відправляє попереднє підтвердження з умовою внесення клієнтом передоплати, клієнт вноситься до листа очікування. Після отримання гарантії передоплати, гарантійного листа та інших гарантій від клієнта, оператор із бронювання

відсилає клієнту остаточне підтвердження броні. У готелі інформація з бронювання вноситься у комп'ютер до графіка завантаження з поступовою автоматичною зміною. У випадку бронювання по телефону та іншими неавтоматизованими формами, оператор з бронювання вносить інформацію у Журнал для заявок на бронювання (форма № 7-Г).

Заявка на бронювання повинна містити таку інформацію:

- прізвище, ім'я осіб, що прибувають;
- дату прибуття, термін перебування та дату від'їзду;
- категорія номера, кількість номерів;
- форма оплати (готівкова, безготівкова, реквізити організації, що оплачує послуги).

Згідно заявок відділ бронювання складає перспективний план заселення готелю на певний період — добу, тиждень, місяць, рік. Важливий аспект процесу бронювання полягає у своєчасній реєстрації замовлення та прискіпливому веденні бази даних.

Функціонування відділу бронювання безпосередньо пов'язане із службою прийому і розміщення, між якими постійно повинен здійснюватись обмін інформацією про заповнення номерів у поточний час. Недостовірна інформація про номерний фонд та стан резервування зумовить зниження доходів від нереалізації номерів та втрату довіри у клієнтів у випадку подвійного бронювання.

Типи бронювання. У готелях розрізняють два види бронювання: гарантоване і негарантоване.

Гарантоване бронювання підтверджується гарантією забезпечити клієнту номер до настання розрахункового часу у наступний після прибуття день (12.00 год). Актуальність цього бронювання для клієнта полягає у можливості скористатись послугами готелю у випадку запізнення, але не більше ніж до розрахункового часу наступного дня. Водночас, готель забезпечує гарантію використання номера, отримавши передоплату від клієнта. У випадку, якщо клієнт не скористається послугами готелю до розрахункового часу наступного дня, готель отримує передоплату та використовує номер згідно власного розпорядку. В окремих випадках гарантоване бронювання може діяти на весь термін перебування клієнта у готелі.

Підтвердження бронювання клієнтом номера може забезпечуватись у декількох варіантах. У багатьох країнах сьогодні широко використовуються кредитні картки. Службовець з бронювання фіксує номер кредитної картки клієнта, здійснює зв'язок із компанією, що її обслуговує і перевіряє дієздатність. Якщо бронювання не було анульоване до визначеного часу, готель виставляє рахунок на кредитну картку клієнта і компанія, що обслуговує кредитні картки, знімає зазначену суму і перераховує на рахунок готелю.

Окремі готелі, згідно рішення адміністрації, встановлюють внесення передоплати за надання готельних послуг при бронюванні номера. Передоплата повинна повністю вноситись до дати прибуття і зараховується в оплату готельних послуг при остаточному розрахунку. Форма гарантованого бронювання із передоплатою не типова, має епізодичний характер і зумовлена значним попитом на готельні послуги у період важливих подій (олімпіада, самміт, форум, визначні

культурні події та ін.). Ця форма бронювання найбільш бажана для готельних підприємств.

У готелях використовується також неповна передоплата до прибуття клієнта (авансовий внесок), що становить 50 % вартості номера. Якщо поселення здійснюється у двомісний номер та номери більшої місткості, оплата за бронювання більше одного місця не здійснюється.

У випадку запізнення клієнта або групи осіб, окрім оплати за бронювання нараховується оплата за фактичний простій номера, проте не більше ніж за одну добу. Якщо запізнення відбулось більше однієї доби бронь анулюється.

Договір з гарантованого бронювання, що укладається із юридичними особами (підприємствами, організаціями, в т. ч. тур- агентами) зобов'язує їх до фінансової відповідальності за простій номерів у випадку відсутності клієнтів.

Важливо зазначити, згідно «Правил користування готелями», якщо готель не забезпечує належну підготовку номера до заселення, оплата за його бронювання не здійснюється.

Ціна послуги з бронювання номера встановлюється готелем, форма оплати визначається договором між клієнтом (замовником) і готелем. Найчастіше для індивідуальних туристів розмір плати за послугу бронювання становить 50 % від тарифу на номер за добу. Для туристичної групи визначені знижки, розмір оплати коливається в межах 25-35 % від тарифу. Обсяг знижки залежить від кількості осіб у групі, терміну проживання.

Негарантоване бронювання — це форма бронювання, згідно якої готель пропонує номер клієнту до настання часу ануляції — 18.00, у день прибуття. Якщо клієнт не прибуде до настання часу ануляції, готель пропонує номер згідно інших замовлень. Запізнення клієнта і прибуття у час після ануляції бронювання і номер залишається не проданим, готель може запропонувати його клієнту. Оплата за послуги негарантованого бронювання не здійснюється.

Організаційні форми бронювання. *Централізоване бронювання* — типова форма у світовій готельній практиці, широко використовується провідними корпораціями. Відомі готельні ланцюги вносять інформацію у довідкову систему централізованого резервування, яка стає доступною потенційним клієнтам та операторам, які зайняті реалізацією послуг готелів цього ланцюга, розташованих у різних регіонах світу. Корпоративні стосунки у готельних ланцюгах сприяють прискоренню процесу бронювання і зниженню загальних витрат. Витрати у системі централізованого бронювання незначні, доступні навіть невеликим готелям. Водночас, централізовані системи використовуються готелями, що не входять у її структуру. Ці готелі можуть отримати замовлення на бронювання тільки після заповнення всіх номерів у готелях із контрактними угодами.

Різновидом централізованого бронювання виступає система бронювання, що об'єднує на основі угоди незалежні готелі.

Ця система часто функціонує на зразок першої, проте сформована із окремих компаній зайнятих обслуговуванням готелів невеликого регіону.

Центральний офіс для бронювання безпосередньо працює з потенційними клієнтами, використовуючи безплатний телефонний номер. В асоціаціях із значною кількістю готельних підприємств система централізованого бронювання підтримується двома чи більшою кількістю центрів, які найчастіше функціонують цілодобово.

З метою ефективнішого функціонування, центральні офіси обмінюються інформацією про наявність вільних номерів та проводять резервування у готелях, що входять у мережу через певні проміжки часу згідно з графіком. Використання у готельній сфері автоматизованих комп'ютерних систем сприяє механічному скеруванню телефонних дзвінків у певний готель згідно змісту замовлень. Центральні системи з бронювання забезпечують функціонування філій мережі необхідним технічним обладнанням для зв'язку та отримують певний відсоток з операцій з бронювання. Водночас, кожен готель повинен регулярно надавати у центральний офіс з резервування чітку інформацію про заповнення номерного фонду.

Міжготельні агентства — це централізовані системи бронювання, що укладають угоду із співпраці з більш ніж однією виробничою лінією. У роботі міжготельні агентства найчастіше переадресовують замовлення на бронювання номерів у централізовану систему або з'єднуються безпосередньо з готелями. Окрім резервування місць у готелях ці агентства часто надають послуги з бронювання для авіакомпаній.

Бронювання безпосередньо у готелі. Найчастіше бронювання номерів у готелях здійснюється саме відділом бронювання у готелях, та характерне насамперед для малих незалежних підприємств.

Бронювання туроператорами та іншими організаціями. В окремих випадках туроператори виконують функцію з бронювання місць у курортних готелях. Аналогічні функції виконують організатори конференцій і нарад у спеціалізованих конференц-готелях. У зазначених випадках туроператори стають основним джерелом резервування.

Технологія бронювання номерів (місць) у готелях. Процес бронювання складається з таких етапів:

- заявки на бронювання;
- визначення вільних номерів для бронювання;
- реєстрація замовлення;
- підтвердження бронювання;
- складання звіту із бронювання.

Заявка на бронювання. Із заявки на бронювання починається процес співпраці клієнта і готелю. Заявка надходить по мережі Інтернет, телефону, пошті та іншим шляхом особисто від клієнта або посередника — фізичної чи юридичної особи. Кожна заявка на бронювання повинна реєструватись відділом бронювання. У заявці (рис. 23.1) клієнт повинен повідомити прізвище, ім'я, по-батькові, дату прибуття, термін перебування і дату від'їзду, категорію і кількість номерів, форму оплати.

Директор готелю «Гранд-Готель»

Туристична фірма «Укртур» Київ, вул. Галицька, 5 Рахунок
000000001 в X банку

Заявка

Просимо забронювати для працівників нашої фірми Петренка А.М., Іваненка Т.І. два одномісних номера з 1.03. 2007 по 4.03.2007, прибуття о 10—

Оплату гарантуємо згідно договору 17-А від 1.07. 2005 р. Просимо підтвердити бронювання по факсу 228-00-07.

Директор
Головний бухгалтер Т.П. Ведмідь 25.02.07 р.

Рис. 23.1. Лист-замовлення на бронювання номера

Визначення вільних номерів для бронювання. Після отримання замовлення незалежно від системи бронювання оперативно здійснюється аналіз номерного фонду. Цей етап особливо важливий для іміджу та ефективності функціонування готелю. Ретельний аналіз замовлення номерного фонду необхідний для уникнення прийому попередніх замовлень на кількість номерів, що перевищує кількість вільних. Контроль вільних місць здійснюється в процесі резервування шляхом використання різних технологічних методів:

- комп'ютерної системи у випадку бронювання через мережу Інтернет;
- книги контролю бронювання;
- настінного графіка.

Комп'ютерні системи бронювання в автономному режимі відслідковують попередні замовлення, кількість зайнятих і вільних номерів, кількість номерів, що звільнились та дохід від замовлення щоденно. Аналіз проводиться згідно категорії номерів, категорії гостей та інших характеристик.

Сучасні інформаційні технології управління дозволяють програмувати функціонування комп'ютерних систем повністю в автономному режимі. Програми блокують замовлення у випадку заповнення готелю чи окремих категорій номерів, водночас можуть пропонувати альтернативні номери із відповідними розцінками або інші найближчі готелі певної категорії, спеціалізації та ін.

Використання комп'ютерних систем бронювання водночас зумовлює необхідну періодичну перевірку систем, особливо у період їх інтенсивного використання. Навіть у системах що раціонально запрограмовані виникають збої.

Книга контролю бронювання використовується у некомп'ютеризованих готелях. Ця книга представлена стандартним скорозшивачем, що дає можливість проводити заміну листків. На кожній сторінці номери поділені на типи і кожному номеру присвоєне певне число. При отриманні попереднього замовлення на певний тип номера на невідміченому числі присвоєного номера ставиться хрестик у день прибуття. У випадку бронювання номера на декілька днів на наступних сторінках відповідні номери обводяться колом. Певні труднощі використання книги контролю бронювання пов'язуються з ануляцією замовлень або зі зміною у попередніх замовленнях. З метою уникнення технічних труднощів книги контролю бронювання регулярно необхідно замінювати.

Настінний графік для контролю бронювання використовується у некомп'ютеризованих готелях. Настінний графік побудований наступним чином: номери готелю розташовані вертикально, дні і місяці горизонтально, також зазначені розцінки. Для різних типів номерів використовуються різні кольори. При поступленні замовлення перевіряється наявність вільних місць по графіку на основі дати прибуття клієнта, тривалість перебування і тип номера. Якщо виявлено вакантне місце службовець з бронювання виділяє клієнту певний номер, закріпивши стрічку над лінією, що відповідає цьому номеру. Стрічка протягується від дати прибуття до дати від'їзду. На стрічці часто зазначається прізвище клієнта. Якщо виникає необхідність внесення змін у датах настінного

графіка, службовець пересуває стрічку в інше місце; при анулюванні замовлення стрічка вилучається із графіка.

Після використання автоматизованої системи контролю або системи контролю ручного режиму, здійснюється прийом попереднього замовлення у відповідності із заявкою, якщо номер згідно заявки зайнятий — клієнту пропонується номер альтернативного типу і ціни. У випадку відсутності альтернативного номера або клієнт не погоджується на пропозиції, відділ бронювання пропонує альтернативний готель. Корпоративні стосунки між готелями дозволяють швидко компенсувати тимчасові незручності у бронюванні.

Реєстрація замовлення з бронювання. Після надходження заявки на бронювання та перевірки наявності згідно заповнень номерів у готелі оператор із бронювання здійснює реєстраційний запис. Із реєстраційним записом працівник служби бронювання отримує важливу інформацію про клієнта: прізвище, ім'я, по-батькові клієнта або дані про організацію-замовника, форму оплати, кількість і категорію номерів, термін перебування та побажання щодо умов проживання, інформацію із передоплати. Отримана інформація може стати основою побудови індивідуального підходу в обслуговуванні клієнта та перевірки його платоспроможності. Після внесення необхідної інформації, відділ бронювання присвоює клієнту номер для підтвердження бронювання.

Реєстрація заявок на бронювання номерів (місць) здійснюється у журналі єдиного зразка, затвердженого до використання як форми документів строгої звітності і первинного обліку (форма №7-г).

У випадку гарантованого бронювання відділ бронювання повинен отримати від клієнта інформацію про форму оплати послуг готелю. Якщо оплата буде здійснюватись кредитною картою, необхідно визначити її тип, номер, термін дії та власника, а також перевірити через комп'ютерну службу дієздатність кредитної карти. Для перевірки кредитної картки сьогодні використовуються комп'ютеризовані системи, які забезпечують цей процес автоматизовано.

Якщо розрахунок здійснюється по передоплаті або по попередньому внеску, готель повинен отримати від клієнта гарантії внести грошову суму до узгодженої дати. Перед настанням дати попереднього внеску або передоплати службовець з бронювання повинен перевірити виконання зобов'язань клієнта. Якщо необхідна сума не внесена згідно рішення відділу бронювання, гарантоване бронювання переводиться у категорію негарантованого.

У бронюванні, що здійснюється за дорученням клієнта турагентом, організаторами конференцій, нарад, підприємствами або має інше джерело, необхідно з'ясувати назву, адресу організації-замовника, реквізити уповноваженої особи, рахунок організації.

У ході реєстрації замовлення із бронювання працівник відділу повинен узгодити важливі аспекти гарантії бронювання. Клієнт повинен мати переконання, що номер буде зберігатись до настання розрахункового часу у день, наступний після прибуття згідно узгодженого графіка. А також, якщо клієнт не анулює бронювання до встановленого часу, це може призвести до втрати авансованого грошового внеску або виставлення рахунку на організацію-замовника броні.

Важливий аспект функціонування відділу бронювання у ході реєстрації замовлення із резервування полягає у наданні тарифів на послуги готелю, а також клієнт повинен отримати інформацію такого змісту:

- додаткові послуги надаються за додаткову плату;
- вимоги щодо мінімального терміну проживання, що діють на дату подачі заявки з бронювання (якщо запроваджені у готелі);
- пільгові умови, що діють на дату бронювання (якщо запроваджені у готелі);
- курс обміну іноземної валюти при визначенні рахунку для іноземних туристів;
- відсоток податку на номер.

Для позитивного іміджу готельного підприємства, довіри з боку клієнтів, важливо дотримуватись тарифів задекларованих у ході бронювання.

— *Підтвердження бронювання.* У технології бронювання етап підтвердження узгоджує готовність готелю надати послуги із розміщення, а клієнту підтвердити наміри скористатись послугами з проживання. Бронювання, підтверджене спеціальним повідомленням (рис. 23.2), надісланим готелем клієнту, називається підтвердженням. При цьому на заявку отриману в усній формі або по телефону, підтвердження у письмовій формі направляється впродовж одного дня. На заявці, що надійшла поштою, підтвердження відсилається у письмовій формі на протязі однієї-двох діб. У повідомленні- підтвердженні, що надсилається факсом або листом вказується:

- номер реєстрації заявки;
- дата і час передбачуваного прибуття і від'їзду клієнта;
- термін перебування у готелі;
- ціна і тип замовленого номера;
- кількість осіб, що прибуває та кількість місць;
- тип бронювання: з гарантією, без гарантії;
- додаткові побажання, що спеціально обумовлюються;
- інформація про можливість зміни дати прибуття, відмі ну бронювання.

Готель «Гранд-Готель»

У відповідь на Ваш факс від 25.02.07 підтверджуємо бронювання двох номерів з 1.03.2007 по 4. 03. 2007 р. Вартість номерів за добу 240 грн.

У випадку зміни Ваших намірів просимо відмінити бронювання до 18 год. 28.02.07 для уникнення нарахування рахунку за простій номера. Розрахунковий час у нашому готелі 12 год. дня.

З повагою

Директор

Головний бухгалтер

25.02.07р.

В С. Богданов

М.В. Грошова

Рис. 23.2. Лист-підтвердження на бронювання номера

При прибутті у готель клієнта підтвердження із бронювання у друкованому варіанті може використовуватись у випадку певних непередбачуваних ситуацій при поселенні.

У досвіді бронювання в періоди перевищення попиту над пропозицією номерів (конференції, спортивні події та ін.), готелі часто проводять подвійне бронювання. При подвійному бронюванні, готель підтверджує розміщення

окремим особам або групам навіть у випадку повного резервування номерів (місць). Ризик подвійного бронювання зумовлений завжди ймовірними відмовами у бронюванні, тому подвійне бронювання у кінцевому рахунку найчастіше призводить до рівноваги попиту і пропозиції на готельні номери.

Проблема подвійного бронювання завжди виникає перед менеджерами готелю: відсутність анулювання з бронювання та прибуття усіх клієнтів, зобов'язує готель компенсувати відмову у вже підтвердженому розміщенні, водночас бронювання тотожне кількості місць та анулювання резервування зумовлює втрату максимальних прибутків.

З метою уникнення проблеми подвійного бронювання готельні підприємства повинні постійно проводити маркетингові дослідження споживчого ринку. Оскільки найбільший інтерес для готелів представляють ділові туристи та державні службовці, які становлять в цілому понад 60 % споживачів готельних послуг, необхідно проводити аналіз привабливості поселення, регіону саме для цієї категорії клієнтів.

Широкий розвиток готельних ланцюгів зумовив появу нової системи централізованого бронювання, в результаті якої значну частку готельної квоти (60-70 %) контролює централізована система бронювання компаній. Кількість номерів, що залишається безпосередньо бронюється готелем. Така система надає значні переваги готелю, оскільки страхує його від значного зниження прибутку у несприятливі періоди. Проте, вона одночасно створює для адміністрації труднощі в періоди значного підвищення попиту, коли існує можливість більш гнучкого маневрування цінами.

Зміна заявки негарантованого бронювання. У резервуванні номерів (місць) у готелях клієнти надають перевагу негарантованому бронюванню — клієнти намагаються прибувати у зазначену у заявці дату прибуття або до настання часу відміни бронювання. Проте, в окремих випадках у зв'язку із запізненням з незалежних від клієнта обставин (погодні умови, затримка транспорту та ін.), клієнт змушений змінювати бронювання на гарантоване. У такому випадку оператор із бронювання повинен отримати:

- заявку від клієнта на зміну бронювання;
- інформацію про клієнта та дані негарантованого бронювання;
- інформацію по кредитній картці — номер, термін дії, перевірити інформацію у компанії з обслуговування кредитних карток;
- надати клієнту новий номер підтвердження бронювання;
- заповнити форму із зміни статусу бронювання із дотриманням всіх майнових норм у такому випадку, що прийняті у готелі (табл.23.1).

Таблиця 23.1

ФОРМА ЗМІНИ РЕЖИМУ БРОНЮВАННЯ У ГОТЕЛЯХ

| Дата відміни | Джерело відміни | Дата прогнозованого прибуття | Гість | Номер відміни бронювання |
|--------------|-----------------|------------------------------|-------|--------------------------|
| | | | | |

Відміна бронювання. У випадку зміни намірів потенційного клієнта зупинитись у готелі, він повинен заздалегідь повідомити про це відділ

бронювання. Відділ бронювання ліквідує статус броні на номер (місце) та пропонує його іншому клієнту.

Для відміни негарантованого бронювання оператор із бронювання повинен мати інформацію про клієнта, його прізвище, ім'я, адресу, кількість замовлених номерів, дату передбачуваного прибуття і від'їзду. Ця інформація має формальний характер і необхідна для процедурної відміни броні. Факт відміни бронювання вноситься у реєстраційний журнал, комп'ютер, водночас оператор повинен дізнатись у клієнта чи не бажає він змінити дату резервування.

Якщо здійснювалось гарантоване бронювання, що забезпечувалось кредитною картою, внесенням авансу або передоплати, а також бронювання підприємствами, туристичними агентствами чи іншими організаціями, оператор із бронювання повинен отримати інформацію про клієнта, кількість замовлених номерів (місць), дату приїзду і від'їзду. У журналі реєстрації бронювання зробити відмітку про відміну бронювання і вказати номер відміни. Якщо відміна бронювання здійснюється уповноваженою від клієнта особою, необхідно відмітити дані про особу. Після цього здійснюється запис у журналі обліку відміни бронювання із зазначенням його номера. Якщо відміна бронювання виконується із внесеним авансом або передоплати до прибуття у готель, гроші повертаються клієнту.

Звіт із бронювання. В організації та ефективному управлінні діяльністю готелю важливе значення мають маркетингові дослідження побудовані на обліку кількості нереалізованих номерів (місць), що дає можливість прогнозувати доходи під їх бронювання. Звіт із бронювання складається з таких пунктів:

— звіт про угоду, тобто вказується інформація про щоденне бронювання, а саме кількість заброньованих номерів, зміни у термінах, відміна бронювання, можливі зміни у кількості зайнятих номерів, неприбулих клієнтах та ін.;

— звіти по відмовах, що містять інформацію про кількість відмов клієнтам з причини зайнятих номерів згідно попереднього замовлення;

— звіт з прогнозування доходів. У звіті подається розрахунок можливого доходу від бронювання із вказівкою суми, отриманої шляхом множення заброньованих номерів на їх вартість.

У звітах із бронювання зазначається інформація про кількість осіб, поселених у номері, джерело бронювання, кількість неприбулих клієнтів, кількість продовжених візитів і дострокових від'їздів узгоджених з готелем.

2. Організація і технологія обслуговування гостей службою прийому і розміщення.

В організаційній структурі будь-якого готельного підприємства головним функціональним підрозділом в обслуговуванні клієнтів є служба прийому і розміщення. В процесі обслуговування клієнти найбільше взаємодіють з персоналом цієї служби — отримують інформацію про готель, здійснюють бронювання місць (за умови відсутності служби бронювання як окремої структурної ланки), забезпечується поселення, оплата послуг, послуги під час перебування у готелі. Водночас, служба прийому і розміщення коригує роботу інших служб, пов'язану з безпосереднім обслуговуванням клієнтів — служби бронювання, обслуговування номерного фонду, громадського харчування, здійснює аналіз заповнюваності номерів за поточну добу, контролює оплату

клієнтами послуг готелю, забезпечує ведення технічної документації, пов'язаної з обслуговуванням гостей та ін.

Поряд із службою бронювання, персонал служби прийому і розміщення є першим з яким контактує клієнт, тому від професіоналізму його роботи залежить перше враження про готель в цілому. У цьому зв'язку до служби ставляться такі вимоги:

- служба прийому і розміщення (рецепція) повинна розташовуватись у безпосередній близькості до входу у готель. У випадку значних розмірів вестибюля, його планування та інтер'єр повинні зорієнтувати гостей у напрямку стійки рецепції;

- рецепція повинна мати оригінальне естетично привабливе оформлення з елементами світлового, необхідне технічне (телефон, факс, комп'ютер) та інформаційне забезпечення (рекламні буклети, прайси, візитки та ін.);

- стійка рецепції повинна бути чистою, технічна документація упорядкованою, без зайвих предметів;

- обслуговуючий персонал повинен мати бездоганний зовнішній вигляд та поведінку, оперативно забезпечувати процес прийому і поселення гостей.

Службу прийому і розміщення очолює головний адміністратор (менеджер служби прийому і розміщення). Головному адміністратору підпорядковуються чергові адміністратори, портье, касир служби прийому і розміщення. У невеликих готелях значну частину функцій може виконувати один спеціаліст — черговий адміністратор, який підпорядковується безпосередньо генеральному директору. У великих готелях із значним потоком туристів та значним персоналом у кожній категорії спеціалістів можуть виділятися декілька співробітників з окремих напрямків (наприклад, у групі портье: з прийому клієнтів, від'їзду, портье відповідальний за ключі).

Головний адміністратор. Окрім функції управління службою прийому і розміщення, функціональні обов'язки головного адміністратора стосуються контролю за якістю обслуговування у готелі, постійного вдосконалення функціонування служби з метою покращення обслуговування гостей.

У технологічному процесі головний адміністратор здійснює:

- керівництво збутом номерів;

- балансові розрахунки витрат гостей у готелі;

- надає інформацію щодо роботи різних служб у готелі;

- вирішує конфліктні ситуації, що виникають між обслуговуючим персоналом та клієнтами готелю.

В управлінні процесом збуту номерів головний адміністратор повинен володіти інформацією щодо їхнього заповнення, уточнювати замовлення, насамперед колективні на найближчий місяць, виявляти особливі випадки у прийому гостей, аналізувати список гостей, в тому числі VIP-гостей та постійних клієнтів готелю. Головний адміністратор повинен бути зацікавленим у збуті всіх вільних номерів, що пов'язується з постійним режимом бронювання місць, розпродажу дефіциту і управління процентними доходами. Розпродаж дефіциту стосується демонстративного виділення переваг незайнятого номера — місця розташування, огляду території з вікон, інтер'єру, обладнання та ін., спонукаючи клієнта до його купівлі. Інший метод, управління процентним доходом, пов'язується з продажем незайнятих номерів за пільговими тарифами.

Водночас, головний адміністратор повинен забезпечити рентабельність готельного підприємства шляхом досягнення оптимальної середньодобової ціни номера. Оптимальна середньодобова ціна номера визначається як ділення вирученої суми за добу від продажу всіх номерів на кількість проданих номерів.

Проведення балансових розрахунків витрат гостей у готелі забезпечує закладу розміщення постійне, своєчасне надходження коштів достатнє для виконання фінансових зобов'язань по іпотечних кредитах і виплаті зарплати своїм працівникам. Головний адміністратор повинен володіти інформацією про внесення авансової плати клієнтом, перелік всіх витрат гостей на послуги, що надходять від різних служб та відділів. Оптимізувати балансові розрахунки сьогодні дозволяє використання автоматизованих систем управління, що передають інформацію зафіксовану у пунктах продажу в офіс головного адміністратора. Витрати гостей, зафіксовані у різних торгових пунктах готелю безпосередньо передаються на рахунок гостей і оплачуються при їхньому в'їзді з готелю або передаються у «міський гробсбук» (для гостей з фірм для яких відкритий кредит). Для гостей, які користуються кредитом, рахунок оплачується у визначений термін (упродовж 30 днів, або у пільговий період — до 60 днів). Досвід свідчить, що компанії найчастіше оплачують кредитні рахунки не пізніше 15-20 днів. Таким чином, надходження інформації про балансові рахунки клієнтів до головного адміністратора забезпечує фінансовий контроль дохідної частини діяльності закладу розміщення.

Використання автоматизованих телекомунікаційних систем управління в окремих готелях США та Західної Європи дає можливість здійснювати *дистанційний контроль рахунків*. Згідно цієї системи, гість має можливість перевірити свої витрати через телеекран, встановлений у номері, водночас, ця система спонукає клієнта до оплати витрат. Сума витрат може бути перенесена на кредитну картку, а копія рахунку надсилається клієнту або на рахунок фірми клієнта. У готелях, що не використовують систему дистанційного контролю рахунку, рахунок може надсилатись клієнту в номер в останній вечір його перебування у готелі, що дає можливість клієнту перевірити всі свої витрати до від'їзду. Гість може подзвонити в офіс головного адміністратора і поінформувати касира про можливість надіслати рахунок.

Адміністратор виконує функції важливого інформаційного джерела, пропонує послуги, що надаються різними службами у готелі — послуги служби прийому і розміщення: доставку пошти, факсів, інформації зовнішнього характеру — про місцевий туристичний колорит, комунальну інфраструктуру та ін.

Обов'язок головного адміністратора стосується вирішення конфліктних ситуацій, що виникають між клієнтами і обслуговуючим персоналом, надання психологічної допомоги клієнтам у вирішенні проблем особистого характеру. Важливим аспектом прояву гостинності головного адміністратора щодо відомих персон, постійних клієнтів готелю є особиста зустріч при прибутті і проводи гостя при від'їзді.

Окрім професійного знання психології, головний адміністратор повинен бути авторитетною особистістю у готелі, бездоганно знати нормативну документацію та технологію прийому і обслуговування гостей, володіти 2-3 іноземними мовами, знати категорії і прейскуранти цін на номери та послуги, володіти практичними знаннями забезпечення безпеки у готелях.

Черговий адміністратор служби прийому і розміщення. Виконує функції безпосереднього представника головного адміністратора у службі прийому і розміщення, коригує роботу цієї служби, постійно перебуває у взаємодії з клієнтами. Після закінчення зміни звітується про роботу служби головному адміністратору.

Черговий адміністратор працює по змінах, одночасно у невеликих та середніх готелях на зміні працює один, у великих готельних комплексах два чергових адміністратори. В процесі роботи йому підпорядковуються працівники рецепції — портьє, касир, паспортист.

Основні професійно-кваліфікаційні та особисті вимоги щодо посади чергового адміністратора стосуються:

- мати професійну підготовку у спеціалізованих профілю діяльності навчальних установах, пройти стажування у готельному закладі не менше 1 року;
- знати нормативну документацію щодо прийому й обслуговування гостей;
- досконало знати 2 — 3 іноземні мови;
- володіти практичними знаннями забезпечення безпеки у готелі;
- бездоганного зовнішнього вигляду та поведінки;
- здатності легко вступати у діалог з підлеглими та клієнтами.

Основними функціональними обов'язками чергового адміністратора є:

- забезпечити підготовку номера до поселення та виконання інших підготовчих заходів згідно побажань клієнта перед прибуттям у готель;
- аналіз стану зайнятості номерного фонду, прогноз щодо його заповнення;
- підбір номерів для бронювання;
- контроль фіксації в електронному вигляді таблиці або окремого журналу заповнення номерів;
- перевірка документів при реєстрації, виявлення терміну їхньої дії;
- перевірка інформації щодо гостей, які від'їжджають, насамперед оплати клієнтами послуг;
- постійна співпраця з суміжними службами в обслуговуванні клієнтів з метою найефективнішого процесу обслуговування;
- відповідальність за збереження ключів від номерів;
- відповідальність за обладнання служби приймання та розміщення;
- доставка пошти та посилок проживаючим;
- толерантна співпраця з клієнтами;
- вирішення питань експлуатації готельного підприємства у нічний та ранковий час — період відсутності вищого керівництва;
- вживати заходи щодо ліквідації конфліктних ситуацій.

Портьє — службовець служби прийому і розміщення, який працює за стійкою рецепції. Головні функціональні обов'язки стосуються: оформлення необхідної документації при поселенні та від'їзді клієнтів, надання інформації про готель, його структурні ланки та послуги, ведення картотеки зайнятості номерів, проведення розрахунку гостей, бронювання номерів. Обсяг обов'язків портьє залежить від розмірів готелю і його функціональної структури. У структурі управлінської ієрархії портьє підпорядковується черговому адміністратору.

Щодо посади портьє важливе значення мають вимоги індивідуального характеру пов'язані з його фізичними характеристиками: вік, медичні

характеристики, комунікабельність. Професійно-кваліфікаційні вимоги стосуються з професійною підготовкою у спеціалізованому навчальному закладі, необхідністю мати досвід роботи, знання технологічної документації, іноземних мов, психології спілкування.

Касир служби прийому і розміщення працює у рецепції поряд з порт'є та забезпечує операції з прийому, збереження і здачі за касовим звітом грошей у бухгалтерію, а також повертає гроші клієнтам, які від'їжджають з готелю раніше встановленого терміну. Окрім цього обов'язки касира стосуються:

- внесення повної суми рахунку клієнта;
- отримання оплати від клієнта при від'їзді;
- узгодження оплати рахунків кредитними картками та чеками з бухгалтерією;
- підрахунок загальної суми виторгу в кінці кожної зміни;
- відповідальність за грошову суму, що перебуває в обігу впродовж зміни.

Професійно-кваліфікаційні вимоги щодо посади касира служби прийому і розміщення стосуються необхідності мати кваліфікаційні знання, знати правила прийому й обслуговування клієнтів, прейскуранти цін на номери і місця та систему розрахунків при бронюванні й оплаті проживання, володіти інформацією про додаткові послуги, вміти використовувати технічні засоби у роботі, насамперед телекомунікаційні. Операції із значними грошовими рахунками зумовлюють необхідність ведення розрахункової документації. У структурі управління посада касира підпорядковується черговому адміністратору стосовно технології обслуговування та головному бухгалтеру щодо технологічної документації грошових рахунків.

2.1. Технологія обслуговування гостей службою прийому та розміщення.

Технологія обслуговування гостей службою прийому та розміщення. При прибутті гостей у готель привітання гостя персоналом служби прийому і розміщення на рецепції є важливим моментом прояву гостинності та початком процесу реєстрації гостей.

Черговий адміністратор повинен з'ясувати реєстраційний статус клієнта, наголосити на особливостях додаткових послуг готелю. У європейських готелях поширений досвід зустрічі відомих гостей (політиків, банкірів, діячів культури, спорту та ін.) власником закладу або уповноваженими особами адміністрації. Подібна увага може надаватись постійним клієнтам закладу.

Процес реєстрації, згідно процедури, умовно можна поділити на декілька етапів: передреєстраційний, оформлення реєстраційного запису, визначення номера і тарифів, оплата готельних послуг, видача ключів від номера, супровід гостя у номер.

Етап передреєстрації пов'язується з клієнтами, які здійснили бронювання номерів (місць) у готелі. У випадку, якщо клієнт здійснив бронювання номера (місця) внесений запис у журналі реєстрації заявок номерів (місць) (форма № 7-Г) є інформаційною основою реєстрації і спрощує її процес. Клієнт, який резервував номер (місце), надає необхідну інформацію для процесу реєстрації, тому з метою уникнення очікування клієнта та підвищення ефективності роботи рецепції, особливо у піковий період, черговий адміністратор або порт'є можуть спростити реєстрацію, гості можуть не заповнювати анкети проживаючого та реєстраційної картки. Необхідні дані у зазначені документи можуть вносити службовці

рецепції, використовуючи інформацію отриману на етапі передреєстрації, а при прибутті клієнта, він лише перевіряє та засвідчує своїм підписом правильність поданої інформації. Окрім заповнення форм первинної технологічної документації — анкети проживаючого та реєстраційної картки для категорії гостей із заброньованими номерами (місцями), персонал рецепції до поселення визначає номер для поселення, тарифи, оформляє бухгалтерські бланки клієнта, а також згідно замовлення узгоджуються умови надання додаткових послуг іншими службами готелю.

Водночас, широка передреєстраційна діяльність служби прийому і розміщення повинна регламентуватись індивідуальним підходом кожного закладу розміщення, що зумовлено ймовірністю анулювання або зміни умов бронювання. У цій ситуації важливу роль відіграє оперативність роботи служби рецепції. Як правило передреєстраційний етап стосується лише виконання головних підготовчих заходів — заповнення реєстраційної документації, підготовки номерів і визначення тарифів, інші функції заздалегідь погоджуються із службами і активізується робота з підготовки до прибуття клієнта і його підтвердження своїх намірів скористатись послугами.

Передреєстраційну підготовку поселення клієнта сьогодні суттєво активізує використання у готелях комп'ютеризованих систем. Лише окремі, неавтоматизовані або напівавтоматизовані готелі забезпечують процес реєстрації механічним (ручним) способом. Особливо активізує передреєстраційну роботу служби прийому і розміщення використання телекомунікаційних систем (Інтернету) та автоматизованих систем управління у готелях.

Використання комплексу передреєстраційних заходів у провідних готельних корпораціях зумовило поширення досвіду реєстрації клієнта безпосередньо у номері, оминаючи цей процес у рецепції.

Оформлення реєстрації гостей у готелях має певні особливості для категорії клієнтів з передреєстраційним статусом і гостей, які прибувають у готель без резервування номерів. Клієнти без реєстраційного статусу, громадяни України, повинні заповнити анкету проживаючого (форма № 1-Г) на основі документа, що підтверджує особу.

Анкета проживаючого заповнюється в одному екземплярі на основі паспорта, свідоцтва про народження, водійських прав та інших документів підтвердження особи.

Після заповнення анкета і документ підтвердження особи передаються черговому адміністратору для реєстрації у журналі обліку громадян, які проживають у готелі (форма № 5-Г). Після реєстрації документ повертається власнику, а анкета вноситься у картотеку. Анкета проживаючого зберігається у службі прийому і розміщення в період проживання клієнта у готелі та впродовж місяця з моменту його вибуття з готелю. Після цього анкета передається в архів і зберігається на протязі року, а потім знищується згідно акта. У картотеці анкети систематизуються в алфавітному порядку. У рецепції прийнято використовувати дві картотеки — одну для осіб, які проживають у готелі, другу — для вибулих.

Наприклад, Шварц Наталія Львівна прибула у готель «Гранд-Готель» 10 вересня 2006 р. о 11.00. Клієнтка попередньо зарезервувала номер 207 категорії «люкс», оплата проведена у цей же день готівкою за дві доби перебування у готелі — до 12.00 12 вересня 2006 р. у сумі 1772 грн.

Упродовж терміну перебування у готелі клієнтці надано додаткові послуги з прання білизни, масажного кабінету, прокату фена з додатковою оплатою. 12 вересня 2006 р. Шварц Н.Л. вибула з готелю.

Журнал обліку громадян, які проживають у готелі (форма № 5-Г) використовується для обліку всіх гостей — громадян України та іноземних громадян. Журнал заповнюється в одному екземплярі черговим адміністратором.

Іноземні громадяни або особи без громадянства заповнюють реєстраційну картку (форма № 2-Г) на основі паспорта або іншого документа, що посвідчує їхню особу і передається черговому адміністратору разом з документом для реєстрації. Реєстраційна картка відображає інформацію про клієнта на українській і англійській мовах. У готелях реєстраційна картка зберігається впродовж двох років, після цього разом з журналом обліку іноземців (форма № 6-Г) знищується на основі акта.

Наприклад, Мішель Анрі прибув у готель «Дністер» 13 травня 2006 р. о 7.45. Після пред'явлення паспорта, візи і даних про реєстрацію на нього оформлена реєстраційна картка. Йому надано номер 305 категорії «люкс», після цього Мішель Анрі оплатив своє перебування у готелі до 20 травня 2006 р. включно готівкою у сумі 4880 грн. Додатковими послугами готелю впродовж перебування клієнт не користувався. 20 травня 2006 р. о 19.20 Мішель Анрі вибув з готелю.

Журнал обліку іноземців, які проживають у готелі (форма № 6-Г) заповнюється черговим адміністратором на основі реєстраційної картки (форма № 2-Г), паспорта і візи. Журнал заповнюється в одному екземплярі згідно форми, затвердженої МВС України. Після повного заповнення журнал передається на зберігання в архів готелю.

Для гостей, які поселяються згідно заброньованих номерів (місць) реєстраційний запис в анкету проживаючого і журнал обліку проживаючих громадян України та іноземних громадян підтверджується інформацією, що отримана під час бронювання.

У готелях, що використовують неавтоматизовані системи реєстрації клієнтів при поселенні заповнюється анкета, реєстраційна картка та журнал обліку гостей. Готелі, у яких використовуються автоматизовані системи у роботі рецепції інформація необхідна для реєстрації отримується в усній формі і вноситься в електронному варіанті анкети та реєстраційної картки і видруковується.

У бланку анкети та реєстраційної картки вказується: прізвище, ім'я, по-батькові, дата народження, місце народження, серія, номер паспорта, коли і ким виданий, адреса постійного місця проживання, мета приїзду, тривалість проживання. Черговий адміністратор вказує ідентифікаційний код та код за ДКУД, назву готелю, номер кімнати та дату прибуття і від'їзду. У реєстраційній картці інформація заповнюється українською та англійською мовами. Після заповнення анкети проживаючого та реєстраційної картки клієнт обов'язково повинен поставити підпис.

Визначення номера і тарифів. У технології обслуговування клієнта при поселенні визначення номера і тарифів — суттєвий етап, що може суттєво вплинути на клієнта у виборі готелю, термін його перебування. Номер і тариф повинні відповідати очікуванням клієнта. У випадку, коли побажання клієнта важко задовольнити, черговий адміністратор повинен використати альтернативні варіанти — інші номери аналогічні у розмірах, плануванні, умеблюванні,

забезпеченні обладнанням, проте іншого розташування у готелі, з іншою оглядовістю з вікон та підкреслити позитивні переваги тих номерів, переконати клієнта у доцільності розміщення саме у тих номерах.

Вагомим фактором впливу на вибір клієнтом номера пов'язується із зниженням тарифів. Комерційно обґрунтоване зниження тарифів на окремі номери однакової місткості, проте різних розмірів, стану меблів, забезпечення обладнанням, розташування, як свідчить міжнародний досвід переконливо впливає на вибір клієнта. В цьому випадку професійний обов'язок чергового адміністратора і порт'є стосується необхідності володіти всією інформацією, особливо поточною, про стан кожного номера. Актуальна проблема у готельному бізнесі стосується співпраці окремих служб і категорій персоналу, насамперед служби бронювання, прийому і розміщення, обслуговування номерного фонду. Агент з бронювання, черговий адміністратор і черговий на поверсі або покоївка повинні постійно обмінюватись інформацією щодо стану номерів. Повна інформація про зміну стану номерів терміново повинна передаватись черговим на поверсі у службу бронювання і службу прийому і розміщення. У роботі чергового адміністратора важливо індивідуально перед початком і в кінці зміни регулярно відвідувати незайняті номери і ретельно цікавитись їхнім станом. Окрім особистого вивчення стану номерів, черговий адміністратор використовує механічні та комп'ютеризовані системи зв'язку з службою обслуговування номерного фонду, бронювання, технічною службою.

При визначенні номера черговий адміністратор або порт'є, якщо наявні особливо помітні недоліки у матеріально-технічному забезпеченні номера, обов'язково повинен повідомити про це клієнта. Невідповідність номера його статусу може зумовити вагомі труднощі, збої у роботі служби прийому і розміщення, погіршення якості обслуговування, зрештою втрату іміджу готелем.

Механічні системи зв'язку використовуються у некомп'ютеризованих готелях і пов'язуються з усним повідомленням, письмовим зв'язком або зв'язком по пневмопошті. В усній формі зв'язок здійснюється по внутрішньому телефону, він забезпечує швидку передачу інформації або здійснюється безпосередньо вербальний контакт персоналу готелю. Недоліком цього зв'язку є відсутність підтверджуючого свідчення зв'язку. У випадку невідповідності номера своєму статусу важко підтвердити невиконання обов'язків персоналом відповідальних за поселення і обслуговування номерів служб.

Письмовий зв'язок, у порівнянні з усним, забезпечує підтвердження інформації, проте суттєвим недоліком є значна втрата часу на формулювання та необхідності особистої доставки звіту.

Традиційним, проте найменш типовим способом передачі інформації у готелях залишається пневмопошта. Цей зв'язок не вимагає обов'язкової присутності отримувача інформації на місці, інформація може надходити в процесі виконання інших завдань персоналом служб обслуговування.

Комп'ютеризована система визначення стану номерів сьогодні найбільш ефективна, використовується майже у всіх закладах розміщення. Доступність телекомунікаційних систем управління і зв'язку зумовлює оперативний обмін інформацією між службами та персоналом. Черговий адміністратор і черговий на поверхах, покоївки мають швидкий доступ до інформації про стан номерів, відображений на моніторі комп'ютера. Інформація про звільнення клієнтом

номера вводиться черговим адміністратором у комп'ютер, а покоївка з монітора у своєму відділі дізнається про необхідність прибирання у номері. Після прибирання покоївка повідомляє чергового на поверсі про готовність номера до прийому нових гостей, черговий на поверсі вводить цю інформацію у комп'ютер. Черговий адміністратор, агент з бронювання отримавши інформацію про готовність до прийому номера, використовують його у подальшій роботі.

Відсутність інформації про стан номерів є найголовнішою проблемою у службах прийому і розміщення, бронювання, обслуговування номерів та технічній службі. Ця проблема виникає у зв'язку із несвоєчасним внесенням інформації у систему зв'язку готелю персоналом служб. В процесі поселення гостей, черговий адміністратор повинен мати переконання про можливість поселення клієнта у певний номер. Навіть якщо клієнту необхідно почекати — це найкраще вирішення проблеми ніж запропонувати йому номер з якого нещодавно вибув попередній клієнт.

Інша вагома проблема у визначенні статусу номера при поселенні стосується клієнтів, які бажають продовжити термін перебування у номері більше зазначеного терміну в анкеті проживаючого чи реєстраційній картці. Служба бронювання здійснила резервування цього номера для інших клієнтів і клієнт прибуває чітко у термін згідно умов бронювання. Водночас, попередній клієнт відмовляється покидати номер і перейти в інший, запропонований черговим адміністратором. Вирішення цієї проблеми пов'язується з ретельним вивченням службою прийому і розміщення намірів клієнта при реєстрації, увагою до клієнта в процесі його перебування у готелі. Постійний контроль за станом номерів службою прийому і розміщення відіграє важливу роль у налагодженні ефективної роботи готелю.

Після визначення категорії номера черговий адміністратор з'ясовує з клієнтом розмір плати за послуги проживання впродовж доби у номері — тарифи. У випадку бронювання клієнтом номера (місяця) у готелі, тариф може з'ясуватись на цьому етапі готельного циклу обслуговування.

Професійний обов'язок чергового адміністратора і порт'є стосується чіткого знання системи тарифів та їхньої зміни впродовж року. В окремих готелях розроблені графіки сезонної зміни тарифів. Про зміну тарифів готелі повинні заздалегідь повідомляти клієнтів та відображати тарифну політику у маркетингових дослідженнях.

Рівень тарифів залежить від кількості гостей у номері, рівня обслуговування, розташування номера, його характеристики та ін. Тарифи можуть визначатись згідно соціальної категорії гостей, готель повинен надавати пільги тим категоріям клієнтів, для яких пільги передбачені у порядку і на умовах, що визначені діючим законодавством. Зокрема, при розміщенні дітей у віці до 5 років з батьками в одному номері плата за проживання дітей не здійснюється.

Готелі визначають плату лише за послуги визначені клієнтом при поселенні, без узгодження з гостем готель не має права надавати додаткові послуги. Клієнт має право відмовитись від оплати таких послуг, а у випадку їхньої оплати, готель повинен повернути оплачену суму.

Згідно Вимог, якщо клієнт бажає поселитись у номер на два і більше місця з оплатою вартості номера, готель зобов'язаний визначити тариф на номер і надати таку послугу. Готелі зобов'язані надавати гостям без додаткової оплати послуги з

виклику швидкої допомоги, доставки в номер кореспонденції, послугу з побудки в нічний час, надання необхідного інвентаря в залежності від категорії готелю. Швидке визначення тарифу на послуги готелю службою прийому і розміщення з урахуванням загальноприйнятих вимог та особливостей цінової політики готелю з ефектом задоволення клієнта є ознакою професіоналізму менеджерів та обслуговуючого персоналу служб готелю.

Відповідно до «Правил користування готелями і аналогічними засобами розміщення і надання готельних послуг», затверджених Наказом Державної туристичної адміністрації України від 16 березня 2004 р., готелі зобов'язані надавати клієнту необхідну, об'єктивну, доступну і своєчасну інформацію про готельні послуги. Саме на етапі реєстрації клієнта інформація доводиться до його відома у доступній і наочній формі і повинна розміщуватись у рецепції у зручному для огляду місці і повинна містити:

- нормативні документи, згідно вимог яких повинні надаватись готельні послуги;

- правила користування готелями і аналогічними засобами розміщення і надання готельних послуг;

- свідоцтво про присвоєння готелю категорії;

- копію сертифіката на послуги, що підлягають обов'язковій сертифікації;

- копію ліцензії, якщо даний вид діяльності підлягає ліцензуванню;

- преїскурант на номери (місця);

- перелік основних послуг, що включені у ціну номера (місця);

- перелік і ціну додаткових послуг, що надаються за додаткову плату;

- інформацію про форму і порядок оплати послуг;

- перелік категорій осіб, які мають право на пільги, а також перелік пільг, що надаються при наданні послуг у відповідності із законодавством;

- інформацію про роботу закладів громадського харчування, торгівлі, зв'язку, побутового обслуговування та інших, розташованих у готелі. Якщо вони відсутні

- інформацію про розташування і режим роботи найближчих до готелю підприємств харчування, зв'язку і побутового обслуговування;

- інформацію про органи, що здійснюють захист прав споживачів.

Після визначення тарифу клієнт здійснює передоплату послуг, форма якої узгоджується з черговим адміністратором чи портьє. Передоплата зараховується в оплату готельних послуг при остаточному розрахунку, коли клієнт вибуває з готелю. Готелі можуть приймати повну передоплату послуг, а також подовбу або погодинну згідно прийнятого закладом гостинності порядку. Заклад розміщення повинен визначити перелік основних послуг, що входять у ціну номера (місця).

Плата за надання готельних послуг здійснюється відповідно з єдиним розрахунковим часом — 12 год. поточної доби за місцевим часом. Водночас, з урахуванням місцевих особливостей готелі можуть змінювати єдиний розрахунковий час. Якщо проживання у готелі становить менше доби, а також у випадку раннього заїзду або пізнього від'їзду готель самостійно визначає розмір оплати за надання готельних послуг.

Оплата готельних послуг. Прийом оплати клієнтами готельних послуг забезпечує касир служби прийому та розміщення. Посада касира служби прийому та розміщення одночасно перебуває у підпорядкуванні чергового адміністратора та фінансового менеджера. Оскільки касир служби прийому та розміщення

водночас представляє дві служби перед клієнтами, є останнім службовцем з яким спілкується клієнт при вибутті з готелю, особливо важливо, щоб його враження були позитивні.

Обов'язки касира стосуються:

— проведення реєстрації всіх рахунків у журнал реєстрації одразу після оплати рахунків;

— реєстрація зміни у розподілі номерів у зв'язку з повідомленням портьє;

— оформлення від'їзду клієнта і реєстрація всіх отриманих оплат;

— опрацювання готівки;

— швидке інформування чергового адміністратора або портьє про від'їзд клієнта;

— надання інформації клієнтам щодо їхніх рахунків;

— надання клієнтам сейфів для зберігання цінностей.

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

Касир служби прийому і розміщення несе відповідальність за внесення будь-якої оплати за номер у рахунок клієнта (форма № 4-г). Єдиний виняток становлять клієнти, які зупиняються на неповну добу. Реєстрація оплати для таких клієнтів вноситься в окремий список із зазначенням прізвища, імені, по-батькові клієнта, номера кімнати та номера анкети проживаючого, розмір оплати. Всі записи клієнтів повинні бути проштамповані із зазначенням часу на момент отримання оплати.

Внесення клієнтом авансової оплати. Після реєстрації клієнта у готелі, клієнт повинен оплатити авансом номер. Портьє здійснює запис про цю операцію і скеровує клієнта до касира для обслуговування оплати. Якщо на час вибуття клієнт бажає продовжити термін перебування, йому необхідно внести передоплату, а також з'ясувати проблеми, пов'язані з витратами, що виникають з цієї причини.

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

— помилкового визначення вартості номера;

— зміни оплати номера у зв'язку з виїздом одного або декількох клієнтів, якщо один або декілька з групи залишаються у номері;

— переходом клієнта з одного номера в інший;

— поселення іншого клієнта в номер;

— виправлення у написанні прізвища, імені, по-батькові;

— термінові від'їзди, що неочікувані для касира служби прийому і розміщення, наприклад членів авіаекіпажу.

Відмітки про зміни у рахунку здійснюються у двох екземплярах. У першому екземплярі (білого кольору) реєструються прості зміни, він заповнюється портьє і відразу передається касиру. Якщо клієнт бажає перейти в інший номер, портьє повинен повідомити про це носія багажу, оператора телефонного зв'язку, пральню і покоївку.

Другий екземпляр (жовтого кольору) залишається у порт'є для внесення виправлень реєстраційних анкет або внесення у файл при наявності комп'ютерної системи в управлінні процесом прийому і розміщення. З метою реєстрації всіх змін та уникнення збоїв у роботі, всі зміни необхідно вносити після їхньої появи. Незаповнені номери повинні вноситись у баланс служби прийому і розміщення. Кожного ранку черговий адміністратор аналізує зміни у реєстрації та тарифи на номери за попередню добу для перевірки правильності їхнього оформлення. Якщо виникають будь-які відхилення у порядку оформлення про це необхідно повідомити головного адміністратора.

Оформлення від "їзду і запис оплати клієнта. Головні стосунки клієнта з касиром служби прийому і розміщення відбуваються в період оформлення розрахунку перед від'їздом. Оформлення від'їзду повинно здійснюватись швидко, не викликати незадоволення у клієнта. Це один з головних етапів у готельному циклі обслуговування, який повинен продемонструвати рівень гостинності закладу розміщення.

Технологія оформлення від'їзду клієнта пов'язується з такими діями касира:

— якщо клієнт повідомляє про від'їзд, необхідно дізнатись про номер проживання;

— касир повинен отримати особисті дані про клієнта і перевірити його анкету (при наявності комп'ютерної системи перевірити файл);

— касир повинен перевірити отримання клієнтом додаткових послуг у готелі, насамперед безпосередньо перед від'їздом (наприклад, клієнти перед від'їздом часто відвідують ресторан і рахунок ще не поступив у рецепцію і не внесений у рахунок клієнта);

— касир повинен вказати суму оплати;

— касир повинен прийняти оплату згідно рахунку, зареєструвати її, вказати час реєстрації у журналі обліку громадян, які проживають у готелі і в анкеті проживаючого або у реєстраційній картці.

Касир служби прийому і розміщення забезпечує переведення грошового рахунку одного клієнта на рахунок іншого без письмового дозволу головного бухгалтера або його помічника. Технологія переведення рахунку здійснюється таким чином, наприклад, клієнт Іванченко І.І., номер 335, просить перевести його рахунок на рахунок клієнта Петренка П.П., номер 725. У цьому випадку касир повинен повідомити клієнта Петренка П.П. про необхідність звернутись у рецепцію і власноручно засвідчити в анкеті клієнта Іванченка І.І., свій дозвіл на переведення рахунку.

Робота касира з готівкою. Касир служби прийому і розміщення несе відповідальність за збереження грошової суми на рецепції, в тому числі за сейф. Перед початком зміни касир повинен забрати з спеціального сейфа для збереження грошей наявну суму, у цьому сейфі водночас можуть зберігатись гроші та коштовні речі клієнтів. Ключі від сейфа у двох примірниках зберігаються — один у касира, другий у заступника директора з обслуговування.

При отриманні грошової суми на початку зміни, касир підписує квитанцію, що передається головному директору. Касир також повинен використовувати інструкцію, яку розробляє фінансовий менеджер з користування готівкою. Грошова сума у касира може перевірятись у будь-який момент фінансовим

менеджером, іншим уповноваженим фінансово- економічної служби, або зовнішніми інспекторами.

Після закінчення зміни касир служби прийому і розміщення повинен на основі квитанції підрахувати баланс готівки за зміну. Конверт з квитанціями і отриманою готівкою зберігається з іншою наявною грошовою сумою. Касир також повинен з підрахунком балансу грошової суми в кінці зміни, передбачити на наступний день достатню кількість банкнот різного номіналу з метою уникнення труднощів під час роботи з клієнтами.

У випадку відсутності касира з причини хвороби, відпустки та іншої причини, грошова сума, що перебуває у його розпорядженні, передається головному касиру згідно акта про прийом грошей. Необхідно зазначити, для кожного касира визначений особистий код (файл у комп'ютері), який дозволяє ідентифікувати доступ до рахунків та позбавляє відповідальності за помилки іншого персоналу служби.

Після закінчення зміни касир повинен звірити рахунки клієнтів з даними чеків касових апаратів. Всі рахунки повинні бути акуратно упаковані і залишені для перевірки нічному аудиту.

Анкети та реєстраційні картки клієнтів, які вибули пропечатується із зазначенням часу від'їзду і передається порт'є, вони є основним засобом інформації для служби прийому і розміщення про звільнення номерів.

Обов'язком касира є надання сейфа для зберігання цінних речей. Він зобов'язаний оформити зберігання цінних речей у сейфі, дотримання регламентованої процедури передачі або отримання коштовностей, а також належний контроль за ключами.

У роботі касира служби прийому і розміщення важливу роль відіграє відповідальне ведення первинної технічної документації черговим адміністратором. Складена згідно реального стану номерного фонду у готелі «Відомість руху номерів у готелі» (форма № 9-Г) сприяє отриманню касиром необхідної інформації, пов'язаної з оплатою за послуги.

Відомість руху номерів (форма № 9-Г) у готелі заповнюється черговим адміністратором щоденно станом на 9.00 год. і використовується для оперативного обліку звільнених і заселення номерів, проведення ремонтних робіт у номерах.

Касир служби прийому і розміщення незалежно від вибору форми оплати послуг клієнтом, повинен виписати рахунок (форма № 4-Г) у трьох екземплярах, якщо у готелі використовується комп'ютеризована система опрацювання даних — у двох екземплярах. Перший екземпляр видається клієнту, другий разом з «Касовим звітом» (форма № 8-Г) впродовж дня передається у бухгалтерію, третій екземпляр залишається у касира і зберігається до вибуття клієнта з готелю.

Касовий звіт заповнюється касиром (порт'є, який здійснює розрахунок) згідно даних використаних за звітний період розрахунків (форма № 4-Г) в одному екземплярі. В графі «Вид платежу» перераховуються послуги готелю, що надаються клієнтам за звітний період. Форма щоденно передається у бухгалтерію разом з іншими екземплярами рахунків (форма № 4-Г), контрольною касовою стрічкою і контрольною стрічкою терміналу кредитних карток (якщо використовується механізований розрахунок).

Візитна картка (форма № 3-Г) дає право гостям, які проживають у готелі на отримання ключів від номерів і на обслуговування службами готелю. На картці вказуються обов'язкові дані про клієнта — прізвище, ім'я, по- батькові, номер кімнати і термін перебування у готелі, інші необхідні дані можуть бути внесені додатково згідно рішення адміністрації готелю. Візитна картка заповнюється адміністратором на основі анкети (форма № 1-Г) або реєстраційної картки (форма № 2-Г). Візитна картка відображає інформацію на українській і англійській мовах.

Рахунок заповнюється при оформленні розрахунків з клієнтами на основні і додаткові послуги, отримані у готелі. Форма документів використовується при будь-якому опрацюванні документів (електронній, ручній) і при будь-якому виді розрахунку (готівкою, безготівковому). Рахунок виписується у двох екземплярах. Перший екземпляр видається проживаючому, другий передається у бухгалтерію. У графі «Послуга» перераховуються основні і додаткові послуги готелю, що надаються клієнту у звітний період і податок на ці послуги. Сума до оплати розраховується щодобово згідно переліку фактично отриманих послуг, включаючи суму ПДВ і всього до оплати. Рахунок є формою первинних документів строгої звітності.

Серед методів розрахунку у готелях використовується:

- готівка;
- пластикові картки;
- дорожні чеки;
- автоматизована система Інтернет.

Рішення про метод розрахунку приймає адміністрація готелю.

Використання пластикових карток. Згідно темпів запровадження пластикових карток у фінансових розрахунках Україна в останні роки займає провідні позиції у Європі. Сьогодні досить широко практикується отримання по пластикових картках заробітної плати, стипендій в тому числі розрахунків за товари та послуги. У готелях високої категорії в Україні запровадження розрахунків пластиковими картками стає звичайним явищем.

Використання кредитних пластикових карток у готелях зумовлює необхідність підтвердження їхньої платоспроможності. З метою забезпечення фінансової безпеки функціонування готелів розроблений чіткий порядок обслуговування клієнтів, які оплачують послуги кредитною пластиковою картою.

Насамперед, інструкцію оплати кредитними картками повинен розробити планово-економічний відділ готелю та довести її до відома служб, окремих працівників, які здійснюють приймання розрахунків таким способом. Фінансово-економічна служба повинна тісно співпрацювати з банками для отримання комплексної інформації щодо використання електронних засобів у розрахунках. У службі прийому і розміщення методами розрахунку пластиковими картками повинні досконало володіти касир, черговий адміністратор та порт'є.

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

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

Персонал, який забезпечує обслуговування кредитних карток у готелях, зобов'язаний враховувати обмеження у максимальній сумі витрат по кредитній картці, яку готель може приймати від власника кредитної картки без спеціального дозволу фінансових установ. Якщо сума на рахунку близька або вища межі обмежень (Floor limits), персонал служби прийому і розміщення повинен зв'язатись з фінансовою компанією, що обслуговує кредитні картки для коригування сумісних наступних дій. В окремих випадках накладання значного штрафу на готель за неотримання додаткового дозволу зумовлює втрату закладом гостинності не тільки суми вищої за межу обмежень, водночас значної суми до межі обмежень.

Державний комітет будівництва, архітектури та житлової політики України затвердив форми документів первинного обліку та Інструкції про порядок ведення документообігу при наданні готельних послуг.

Головним обліковим документом експлуатації номерного фонду є щодобова карта руху номерів і місць готелю (форма № 9-Г).

Рахунок на оплату готельних послуг складається у двох примірниках: перший — для гостей, другий для бухгалтерії готелю.

Звіт про проживання по безготівковому розрахунку у готелі складається у двох екземплярах. Перший — разом з картою на бронь номерів передається у бухгалтерію для складання рахунку на оплату, другий — залишається у розрахунковій частині.

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

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

Використання касових чеків. Іншою безготівковою формою оплати послуг готелю можуть бути касові чеки, що оцінюються банками як еквівалент розрахунку готівкою. Готелі, у яких приймають розрахунок чеками повинні здійснювати підтвердження особи власника чеків. Касир служби прийому і розміщення або черговий адміністратор повинен зіставити фотографію і підпис клієнта на чеках з його зовнішністю і підписом. Якщо виникає сумнів у приналежності касового чека, чек перевіряється банківською установою.

Для забезпечення підтвердження чека, готелі приймають розрахунки чеками у період роботи банків. Найчастіше оплата чеками забезпечується за основні послуги, додаткові послуги оплачуються готівкою або кредитними картками.

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

— підпис чеків персоналом готелю як свідчення платоспроможності здійснюється після остаточної перевірки банківською установою;

— на чеках повинна проставлятися дата здійснення платежу;

— чеки повинні виписуватись на готель, але не на пред'явника.

Розрахункові системи в Інтернеті. Розрахунки за послуги готелів з використанням глобальної телекомунікаційної системи Інтернет — явище аналогічне використанню цієї електронної системи в інших галузях суспільно-економічного життя.

Оплата готельних послуг здійснюється у формі кредитних, дебетних схем і електронних грошей. Кредитні розрахунки згідно методів здійснення аналогічні використанню кредитних карток. При покупці послуг у готелях клієнт пересилає у готель номер своєї кредитної картки, з якої знімається обумовлена сума.

Дебетна схема працює з використанням дебетних карток. Розрахунок здійснюється шляхом введення клієнтом номера картки і ЧП-кода у електронну комунікаційну мережу.

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

Видача ключів. Видача ключів від номера завершує процес реєстрації гостей у готелях. Здійснює цей процес портье.

Водночас, в обов'язки портье входить дотримання строгого контролю за збереженням ключів. Дотримання регламентованих у готелі інструкцій щодо руху ключів — важливий пункт забезпечення безпеки перебування клієнтів та їхнього майна, іміджу готелю.

У деяких готелях після видачі ключів, клієнта у номер, за його згодою, може супроводжувати посильний. Окрім допомоги у перенесенні багажу, посильний може охарактеризувати номер, надати інформацію загального характеру про обслуговування у готелі — розташування, режим роботи підприємств, що надають додаткові послуги, місцевий колорит поселення. Після прибуття у номер посильний згідно побажання гостей може надати інструкцію про функціональну структуру приміщень номера, особливості роботи побутової техніки, норми безпеки у користуванні обладнанням номера та ін.

У технології обслуговування гостей при поселенні у готель службою прийому і розміщення важливе значення має поведінка персоналу, який повинен толерантно, завжди з усмішкою вести розмову, дотримуватись постійного візуального контакту з клієнтами, бути акуратним, чітким у процедурі обслуговування, підтримувати належний вигляд та стан одягу, взуття, бути тактовним, досконало знати професійні обов'язки.

Ключовим моментом у реалізації готельного продукту службою прийому і розміщення при поселенні — пропозиція вибору номера. Обслуговуючий персонал повинен успішно продати номер, водночас створити афект задоволення у клієнта. Для цього черговий адміністратор і порт'є повинні знати готельний продукт і вміти його ефективно представити. Доцільно запропонувати клієнту на вибір декілька номерів і допомогти вибрати оптимальний варіант згідно його побажань. Після вибору номера необхідно схвалити вибір, підкреслити переваги над альтернативними аналогами. Після прибуття клієнта у номер черговому адміністратору чи порт'є доцільно подзвонити клієнту і поцікавитись чи задоволений він від вибору номера.

В окремих випадках служба прийому і розміщення може відмовити у поселенні клієнта в готель. Відмова у поселенні може пов'язуватись:

- з відсутністю місць або номера у готелі, згідно вибору клієнта;
- непередбачуваними обставинами (пожежа, природні стихії та ін.);
- неадекватною поведінкою клієнта;
- неплатоспроможністю клієнта.

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

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

Питання.

1. Процес організації і технології обслуговування гостей службою бронювання.
2. Технологія обслуговування гостей службою прийому і розміщення.

Лекція 24.

Тема. Організація роботи служби номерного фонду.

План лекції

1. Організаційно-функціональна структура номерного фонду.
2. Персонал служби номерного фонду.
3. Організація роботи білизняної.

1. Організаційно-функціональна структура номерного фонду.

В організаційній функціональній структурі готельних підприємств служба обслуговування номерів поряд з службою прийому і розміщення, бронювання, обслуговування гостей у приміщеннях вестибульної групи є одним з найголовніших підрозділів. Чистота і порядок, згідно очікувань клієнта, є найголовнішою ознакою комфорту готельних підприємств. Головна функція служби стосується надання послуг у номерах, забезпечення необхідного санітарно-гігієнічного стану і комфорту номерів, приміщень загального користування (вестибюль, хол, коридор, сходові, ліфтова зона та ін), контроль за станом обладнання номерів, постільною білизною, форменим одягом працівників готелю. За кількістю працівників у готелі служба обслуговування номерів найбільш чисельна — охоплює до 50 % всього обслуговуючого персоналу.

Персонал служби обслуговування номерів — один з основних у формуванні доходів готелю. Продаж номерів приносить основну частину доходів всього підприємства: на кожні 100 дол., що платить клієнт за номер — 60 дол. становить чистий дохід, решта, 40 дол. компенсують витрати на утримання номера. Тоді, як в іншому важливому підрозділі готельного комплексу — ресторані, дохід на кожні 100 дол. оплачених клієнтом за харчування — лише 20 дол. становить чистий дохід — решта 80 дол. витрачаються на купівлю продуктів харчування, інвентаря, оплату праці персоналу та ін.

Для ефективного виконання виробничих обов'язків персоналом, утримання у належному стані значної за розмірами площі готельних підприємств, персонал повинен бути відповідальним, комунікабельним, пунктуальним у стосунках з клієнтами необхідно проявляти ввічливість, виконувати згідно професійних обов'язків їхні побажання, бажано у час відсутності клієнта у номері.

У роботі служби обслуговування номерів гостинність засобу розміщення повинна підкреслюватись не менше інших контактних служб. Гість у готелі найбільше перебуває у номері. Покидаючи свій дім він намагається отримати умови проживання не гірші домашніх, забути проблеми і отримати насолоду від нових вражень. Тому у роботі персоналу служби необхідно виявляти повагу, майстерність в обслуговуванні. Обслуговуючий персонал завжди повинен з усмішкою зустрічати гостей, підтримувати розмову (за бажанням гостя), дати відчуття готовності допомогти. У фінансовому плані ці послуги не мають ціни, проте такі дрібниці сприяють зростанню авторитету закладу.

Суттєву роль у функціонуванні служби обслуговування номерного фонду відіграють моральні якості персоналу — чесність, не зваблівість до чужих речей.

Клієнти довіряють персоналу і персонал повинен виправдовувати цю довіру. Постійний контакт з особистими речами гостей, в тому числі з коштовними речами, не повинен вводити у спокусу до зловживань. У європейських готелях функціонують бюро або стіл знахідок у які персонал передає всі залишені гостями речі.

Служба обслуговування номерів не здійснює продажу номерів, закупівлю обладнання, проте несе відповідальність за поповнення і оновлення інвентаря, обладнання у номерах та нежитловій частині готелю. В обов'язки цієї служби входить планування своїх витрат, які повинні узгоджуватись із загальними витратами і представлятись окремим бюджетним планом відділу планування.

Службу обслуговування номерів очолює менеджер, у готелях значних розмірів — заступник директора готелю з обслуговування. Менеджеру служби підпорядковуються чергові на поверхах, старша покоївка, завідувач білизняною, покоївки, кастелянша, супервайзер, стюард, швачка, прибиральниці (рис. 24.1).



Рис. 24.1. Організаційно-функціональна структура служби номерного фонду у готелях значної місткості

Менеджер служби номерного фонду. Функціональні обов'язки керівника служби пов'язані з:

— контролем якості обслуговування, станом обладнання і комфорту у номерах, приміщеннях громадського та службового призначення;

— прийманням необхідних заходів із максимального збільшення доходів від сплати за проживання у готелі, підвищення зайнятості готельних номерів;

— проведення моніторингу системи тарифів на послуги у номерах, визначення у співпраці з економічним відділом та комерційною службою оптимального тарифу;

— ефективним використанням підпорядкованого персоналу та контроль з метою своєчасного виконання обов'язків;

— організацією контролю і управління роботою систем безпеки у готелі для забезпечення безпеки гостей і персоналу, їхнього майна;

— підбором персоналу здатного ефективно виконувати функціональні обов'язки у службі;

— підготовкою і аналізом звітів про перевірку і прогнозування використання номерного фонду впродовж 3 днів, 10 днів, 3 місяців і 12 місяців, які охоплюють аналіз бронювання, неприбуття, блоки номерів, люкси, спеціальні пропозиції, з метою здійснення постійного контролю за номерами, що забезпечує найвищу частку їхньої зайнятості при найвищій середній вартості номера;

—ретельним контролем за витратними матеріалами (миючі засоби, постільна білизна, посуд та ін.), моніторинг ринку витратних матеріалів, укладання угод щодо їх поставок;

— контролем і управління роботою готельної пральні для забезпечення ефективної підготовки чистої білизни, необхідної для утримування на високому рівні номерів і ресторану;

—координацією роботи з іншими службами (службою прийому і розміщення, бронювання, інженерно-експлуатаційною, комерційною);

—забезпеченням підвищення професійно-кваліфікаційного рівня підлеглих;

—регулярним проведенням інвентаризації;

— підтримуванням у колективі принципів високої культури і моралі.

Професійно-кваліфікаційні та особисті вимоги щодо посади менеджера служби обслуговування номерів стосуються:

—необхідності мати професійну підготовку у спеціалізованих профілю діяльності навчальних закладах, пройти стажування у готельному закладі не менше 1 року;

— знання іноземних мов міжнародного спілкування;

—користуватись авторитетом у колективі, бути вимогливим у стосунках з підлеглими;

—досконало знати технологію обслуговування у номерах, громадських приміщеннях готелю, нормативи виконання функціональних обов'язків персоналом служби;

— володіння практичними навиками забезпечення безпеки у готелі.

Робочий день менеджера служби найчастіше триває з 7.45 до 18.00. Початок робочого дня починається з перевірки із старшими нічної зміни прибиральниць чистоти вестибюля, зон рекреації, коридорів; необхідно поцікавитись у старших на поверхах станом готовності вільних номерів до прийому гостей. Після перевірки приміщень готелю менеджер служби повинен перевірити технологічну документацію — записи у журналі служби, звіти за попередню добу, проаналізувати прогноз заповнення номерів готелю і уточнити кількість гостей, які вибувають, прибули нещодавно, поцікавитись про прибуття VIP-гостей з метою забезпечення необхідного приготування до прийому. У ранішній час менеджер служби повинен провести нараду за участю старших на поверхах, завідувача білизняною, кастелянші, іншого персоналу служби, визначити проблеми служби, надати розпорядження. Після наради керівник служби повинен перевірити бюджет служби, узгодити замовлення на придбання необхідних виробничих матеріалів, обладнання, скоригувати з інженерно-експлуатаційною службою проведення ремонтних робіт. Керівник служби повинен перевірити стан інвентаря вільних номерів, перевірити наряди, що поступають від експлуатаційних служб. Менеджер служби повинен дбати про освітньо-кваліфікаційний рівень підлеглих, приймати участь у навчанні персоналу, що поступив на роботу організувати програми з підготовки керівників окремих виробничих ланок служби, зустрітись з претендентами влаштуватись на роботу у службу. У процесі робочого часу керівник служби постійно повинен підтримувати зв'язок із службою прийому і розміщення, службою бронювання для узгодження проблем із заповнення і звільнення номерів, комерційним відділом, пральною — від яких залежить комфорт у номерах.

Менеджер служби контролює ведення значного обсягу технічної документації пов'язаної з обігом білизни, хімічних засобів догляду за приміщеннями та засобів гігієни, інвентаря, технологічної побутової техніки. Він координує роботу працівників служби, оцінює їхню працю, складає графіки роботи, відповідає за стан меблів, обладнання у номерах, громадських та службових приміщеннях, дбає про естетичну привабливість номерів, комфортне згідно ціни перебування гостей у готелі.

Керівник служби зобов'язаний забезпечити у роботі служби необхідні заходи для уникнення крадіжок. В окремих готелях покоївки дають підписку про контроль за клієнтами і не допускають їхнього проникнення у чужі номери. Згідно підписки, порушення цієї норми загрожує покоївці терміновим звільненням.

Старша покоївка — делегує виробничі завдання керівника служби, координує роботу колективу покоївок, здійснює контроль за станом приміщень. В обов'язки старшої покоївки входить:

- розподіл виробничих завдань згідно професійних обов'язків;
- організація прибирання номерів, приміщень загального користування та службових приміщень, утримання їх у чистоті та порядку;
- прийом номерів при від'їзді клієнта;
- контроль за цілістю майна та інвентаря у номерах та приміщеннях загального користування закріплених за старшою покоївкою;
- контроль за зберіганням білизни, її станом;
- контроль за технічним станом обладнання у номерах і службових приміщеннях;
- співпраця з черговим персоналом інженерно-технічної служби для усунення технічних неполадок;
- строгий контроль за станом заповнення номерів, оперативне інформування служби прийому і розміщення, бронювання;
- прийом замовлень на додаткові платні послуги;
- регулярне проведення інвентаризації майна та інвентаря (не менше 2-ох разів у рік) у закріплених приміщеннях;
- ведення технічної документації щодо контролю та оцінювання роботи підпорядкованого персоналу та обліку матеріально-технічних ресурсів в обсязі закріплених приміщень.

Старша покоївка повинна мати значний досвід роботи у готелі, бездоганно знати технологію обслуговування. У європейських готелях із сформованими власними стандартами обслуговування авторитет старшої покоївки надзвичайно високий, вона навчає, передає досвід новим поколінням покоївок.

Професійний обов'язок старшої покоївки забезпечити найвищий рівень комфорту у номерах. В окремих випадках в обов'язки покоївки входить вирішення конфліктних ситуацій підлеглих з клієнтами. В особливих випадках, обслуговування VIP-персон може здійснюватись лише старшою покоївкою.

Покоївка. Колектив покоївок найбільш чисельний у структурі готелів. Покоївка здійснює прибирання, провітрювання номерів, санвузлів, зміну постільної білизни, контролює наявність у санвузлах необхідних засобів гігієни, перевіряє стан меблів, технічний стан побутової техніки та ін. Головний обов'язок

покоївок стосується прибирання номерів незалежно від їхнього статусу — зайняті вони чи вільні.

Професійно-кваліфікаційні обов'язки покоївки стосуються:

— досконалого знання технології прибирання з дотриманням інструкцій і встановленого порядку заміни білизни;

— вміння користуватись технічними засобами прибирання, знати хімічні засоби та порядок їхнього використання для миття і чищення;

— у стосунках з клієнтами повинна бути толерантною, люб'язною, чесною;

— покоївка повинна бути комунікабельною і акуратною, не завдавати шкоди обладнанню номерів і технічним засобам, що використовуються у роботі;

— виконувати доручення керівника служби, чергового на поверсі, гостей відповідно до переліку послуг, що надаються;

— у готелях категорії чотири — п'ять зірок повинен знати одну іноземну мову міжнародного спілкування;

— здійснювати контроль за матеріально-технічним забезпеченням у номерах, терміново повідомляти старшу покоївку або керівника служби про конфліктні стосунки з гостями (крадіжки, нанесення шкоди обладнанню, неадекватна поведінка гостей в номері та ін.);

— повідомляти старшу покоївку або керівника служби про технічні несправності в номері, що можуть загрожувати життю, здоров'ю, майну гостей;

— здійснювати контроль за використанням платних послуг у номері, реєструвати їх і повідомляти старшу покоївку або рецепцію для оформлення рахунку;

— здійснювати контроль за заповненням номерів і терміново повідомляти службу прийому і розміщення про зміни в статусі номера.

Вимоги щодо індивідуальних характеристик покоївки:

— бездоганний зовнішній вигляд (покоївка повинна мати прийнятий до використання в готелі формений одяг. Одяг повинен бути завжди чистим, попросованим, необхідно використовувати ідентифікатор особи із зазначенням прізвища, імені, посади, повинна бути привабливою — із зачіскою, макіяжем та ін.);

— вік (значні фізичні навантаження та обсяг роботи зумовлюють вікові обмеження 20 — 50 р.; середній вік у європейських готелях 20 — 40 р.);

— фізичні дані — регулярно повинна проходити медичний огляд, бути здоровою, у випадку інфекційних захворювань покоївка до роботи не допускається);

— психофізичні дані — повинна бути врівноваженою, лагідною, акуратною, швидко виконувати професійні доручення гостей.

У Європі, США для роботи у готелі покоївка повинна пройти навчання на курсах підготовки покоївок. В окремих державах — Великобританії, Швейцарії та ін. підготовка покоївок здійснюється у спеціалізованих навчальних закладах. При влаштуванні у готель покоївка повинна пройти обов'язкове стажування упродовж 6 місяців. У фешенебельні готелі прийом на роботу здійснюється згідно рекомендації з попереднього місця роботи.

В залежності від типу та класу готельного закладу, кожна покоївка прибирає впродовж робочої зміни від 16 до 20 номерів. Кількість номерів та час на прибирання номера визначається стандартами країни, професіонального союзу чи

окремими готельними корпораціями, готелями. Наприклад, у США норма прибирання на одну покоївку становить 17 номерів на добу, Греції— 14 номерів. Згідно нормативів Швейцарського союзу власників готелів на прибирання номера, у якому проживає гість становить 20 хв., вільного номера 30 хв.

Суттєво впливає на нормативи у роботі покоївки тип будівлі, категорія, обладнання номера. Прибирання у номері- апартаменті зумовлює вдвічі більші затрати зусиль, часу, тому норма у прибиранні таких номерів удвічі нижча. Більших витрат часу покоївки вимагає прибирання номерів у старих готелях, номерів категорії «люкс».

З метою економії фонду зарплати і заохочення персоналу, в окремих готельних корпораціях за кращими покоївками закріплюються постійні номери. При такому підході до організації технологічного процесу персонал має можливість краще вивчити номери, ефективніше організує обслуговування, адміністрація зменшує кількість контролюючого персоналу.

Обов'язок покоївок стосується забезпечення безпеки перебування гостей та їхнього майна у номерах. Безпека життя пов'язується з постійним контролем за станом систем життєзабезпечення та побутових приладів, що використовуються у номерах. Для уникнення крадіжок коштовних речей у номерах (ювелірних виробів, грошей, творів мистецтва та ін.) готелі пропонують гостям спеціальні сейфи. Про ймовірність збереження коштовностей за необхідності повинна повідомити покоївка. Водночас, покоївка повинна контролювати перебування гостей у номері для уникнення у випадку неадекватної їхньої поведінки загрози майну готельного підприємства та для життя і здоров'я інших гостей.

Робочий день покоївки починається о 8.00 і триває 8 год. Перед початком робочої зміни покоївка повинна зареєструватись у менеджера служби або його заступника. Покоївка отримує сектор у готелі, ключі від кімнат за отримання яких вона повинна прозвітуватись у журналі обліку ключів і в кінці робочого дня повинна повернути ключі.

Згідно сучасних трудових норм, робочий день покоївки триває 8 год. упродовж 5-денного робочого тижня. Покоївки працюють у три зміни і мають щорічну місячну відпустку. У нормах обслуговування номерів різними змінами покоївок можуть бути значні відхилення. Покоївки, які працюють у вечірню зміну, забезпечують підготовку номерів до сну, виконують значно менший обсяг роботи і можуть обслуговувати у 2-3 рази більше приміщень у порівнянні з ранішньою зміною, яка більше зосереджується на поточному прибиранні. Нічна зміна за кількістю обслуговуючого персоналу найменш чисельна і забезпечує прибирання службових приміщень та приміщень загального користування. Функції нічної зміни пов'язуються з прибиранням і чистотою килимового покриття, гардин, витирання порошу, протирання меблів, дверей, підвіконників, перил та ін.

У структурі управління службою покоївки підпорядковується безпосередньо старшій покоївці, загалом менеджеру служби.

Прибиральниця. Забезпечує дотримання у належному санітарному стані приміщень загального користування — вестибюль, холли, коридори, сходові зони, ліфти, санвузли, службові приміщення, прилеглої до готелю території. В обов'язки прибиральниць також входить миття стін, вікон, дверей, чищення і дизенфікація обладнання санітарних вузлів загального користування.

Прибиральниці не повинні створювати незручностей для гостей, їхня присутність повинна бути малопомітною, прибирання приміщень загального користування повинно здійснюватись з найменшим порушенням спокою гостей. У режимі прибирання оптимальним вважається ранішній та вечірній час.

У структурі господарської служби в окремих великих готелях виділяються окремі структурні ланки — спеціалізовані бригади прибиральниць, які здійснюють окремі функції у догляді за приміщеннями загального користування — чищення килимового покриття, догляд за гардинами, інколи такі спеціалізовані бригади здійснюють чищення виробів з тканин, меблів та ін.

У структурі управління службою прибиральниці підпорядковуються старшій покоївці та черговому на поверсі.

Завідувач білизняною відповідає за збереження білизни, форменого одягу та інших виробів з тканин, що використовуються у готелі, здійснює обмін білизни — видає чисту білизну покоївкам і приймає використану, перевіряє стан білизни, забезпечує її ремонт, поновлення, здає білизну у пральню і приймає її після прання.

Завідувач білизняною особа матеріально відповідальна. Важливе значення у її роботі відіграє контроль за обіговими ресурсами. У роботі повинен використовуватись журнал обліку основних обігових ресурсів — білизни номерів, форменого одягу, білизни ресторанів та ін. Стосовно роботи завідувача білизняною у готелях повинні проводитись періодичні перевірки, які здійснює директор з обслуговування.

Технологічний процес обслуговування завідувача білизняною зумовлює необхідність постійного зв'язку з комерційною службою, що забезпечує готель витратними ресурсами, підрозділами сервісного обслуговування — пральнею, хімчисткою, майстернею пошиття та ремонту білизни.

Кастелянша підпорядковується завідувачу білизняною, здійснює приготування використаної білизни до прання, обмін білизни при здачі та отриманні з пральні, веде облік типу та якості білизни.

Швачка здійснює ремонт, штопання і маркірування білизни. У структурі управління підпорядковується старшій білизняній, при необхідності допомагає кастелянші у підготовці білизни до прання, сортуванні і видачі покоївкам.

Супервайзер. В окремих європейських готелях у структурі служби обслуговування номерів виділяється посада супер-вайзера, який здійснює контроль за дотриманням покоївками стандартів прибирання. В обов'язки супервайзера також входить передача у службу прийому і розміщення інформації про стан номерного фонду. Підпорядковується керівнику служби.

Стюард. Посада стюарда зустрічається в окремих готелях США високої категорії (категорії «люкс», бізнес-готелях). Обов'язок стюарда стосується забезпечення номерів свіжими рушниками, надання охайного вигляду постелі, заміна живих квітів, надання приміщенню привабливого естетичного вигляду. Часто посаду стюарда займають спеціалісти з дизайну, проектування інтер'єру. Стюарди починають працювати у другій половині дня.

3. Організація роботи білизняної.

Пральня і хімчистка. Готелі середніх та великих розмірів у функціональній структурі обов'язково мають сучасні пральні і хімчистки, у яких

використовуються комп'ютеризовані машини для прання, хімчистки, сушіння і прасування білизни та одягу. Управління цією ланкою здійснює директор пральні, який найчастіше підпорядковується менеджеру служби обслуговування номерів.

У малих готелях утримування пральні та хімчистки економічно неефективне. Необхідність спеціального приміщення, або переобладнання приміщення у пральню — фінансово затратні заходи. Часто у готелі приміщення вигідніше використовувати для проведення конференцій, розважальних заходів та ін. Укладання контракту з пральнею про співпрацю водночас обумовлює і прокат постільної білизни окремими партіями чи поштучно. Проте, досвід прокату білизни не завжди виправдовується: пральні часто постачають білизну низької якості. Оптимальний варіант для невеликих готельних підприємств самостійно купляти білизну і укласти договір на її прання і прасування. У будь-якому випадку обов'язок менеджера служби обслуговування номерів стосується суворого контролю за готельною постільною білизною.

Контролю за якістю постільної білизни у готельній сфері надається значної уваги. Провідні готельні корпорації використовують з цією метою автоматизовані системи. Економічний ефект від їхнього використання полягає у значній економії фінансових ресурсів, механізації важкої фізичної праці, поліфункціональному характері функцій. Наприклад, американський готель «Chicago Hilton and Towers» (у готелі 1620 номерів) використовує напівавтоматизовану систему контролю за якістю постільної білизни, здійснює її сортування, інвентаризацію. Щорічно ця система економить від 70 тис. до 100 тис. дол. Якщо раніше у пральні готелю працювало 47 осіб персоналу, сьогодні у зв'язку з використанням автоматизованих машин лише — 17.

Функції і місце пральні і хімчистки у технологічній інфраструктурі готельного підприємства згідно загальних рис подібні. Наприклад, для функціонування цих структурних ланок необхідні просторі приміщення, спеціальне обладнання: пральні, сушильні та прасувальні машини, спеціальне обладнання для автоматизованого сортування, складання, комп'ютеризованого обліку та ін.

Ускладнення технології виробничих процесів внаслідок використання складних автоматизованих систем, хімічних засобів, підвищує вимоги щодо посади керівника цієї ланки у готелях. Він повинен мати знання з побутової хімії, знати про типові неполадки обладнання і вміти їх локалізувати. Аналогічними знаннями повинен володіти персонал пральні і хімчистки.

У хімчистках готелів сьогодні використовується спеціальне обладнання для маркування одягу, що пришвидшує процес сортування та уникає непорозумінь з клієнтами. Гість кладе свою білизну у спеціальний пакет, що знаходиться у номері разом із заповненою формою бланка з переліком всіх речей, що віддаються у хімчистку.

Бланк переліку речей, що передаються у пральню або хімчистку — важливий документ реєстрації одягу, згідно якого працівник пральні чи хімчистки звіряє список із вмістом пакета. Окрім цього у хімчистках часто до речей прикріплюють інформатор з кодом клієнта. У великих готелях виділяється спеціальна категорія працівників, які отримують і реєструють замовлення, забезпечують доставку, визначають рахунок та ін. Керівник пральні та хімчистки завжди повинен ініціювати пропозиції щодо підвищення ефективності роботи цих підрозділів для

збільшення прибутку підприємства. Зокрема, новації можуть стосуватись введення нових послуг — експрес-прання за додаткову плату, підкрохмалювання одягу та ін.

В організаційній структурі готелю пральня та хімчистка займають важливе місце, тісно взаємопов'язані з іншими службами і підрозділами підприємства. В організації технологічного процесу ці виробничі ланки підпорядковуються службі обслуговування номерів, у фінансових операціях — фінансово-економічній службі. Технологічна взаємодія здійснюється із службою прийому та розміщення у яку передаються рахунки клієнтів.

Питання.

1. Яка організаційно-функціональна структура номерного фонду.
2. Охарактеризуйте вимоги до персоналу служби номерного фонду.
3. Основні завдання та організація роботи білизняної.

Лекція 25.

Тема. Матеріальна база і стандарти обслуговування гостей в номерах.

План лекції

1. Матеріальна база номерного фонду.
2. Обслуговування іноземних гостей та VIP персон.
3. Використання електронних замкових систем у готелях.

1. Матеріальна база номерного фонду.

У структурі службових приміщень готелю служба обслуговування номерів повинна володіти приміщеннями виробничого використання, що характеризується достатніми розмірами для організації та проведення керівником служби координаційної роботи, проведення навчання, тренінгів, відзначення корпоративних заходів та ін. У загальному службовому приміщенні покоївки отримують завдання і звітуються про виконання роботи, обговорюються завдання для виконання роботи за секторами готелю, проведення телефонних розмов персоналом, інформація по підготовці номерів до прийому гостей, всі розпорядження по видачі засобів та інвентаря, зберігаються і контролюються ключі службового використання.

Окрім загального службового приміщення, на кожному поверсі у готелях повинні бути технологічні приміщення для обслуговуючого персоналу. Ці невеликі службові приміщення використовуються для зберігання інвентаря, засобів догляду за приміщеннями, перевдягання і зберігання особистих речей, відпочинку.

У функціональній структурі служби виділяються окремі підрозділи, які здійснюють ремонт, прання уніформи співробітників готелю. В особливо великих готелях організується окрема структурна ланка нянь для догляду за дітьми, яка працює епізодично, у її роботі задіяний персонал інших служб, який у вільний час має можливість додаткового заробітку. Гості у таких ситуаціях оплачують послуги безпосередньо персоналу.

Обсяг роботи і розподіл обов'язків серед персоналу господарської служби суттєво залежить від розмірів готелю, місця його розташування, наявності прилеглої території, що знаходиться у структурі готельного комплексу. Зокрема, якщо готелю належить прилегла зелена зона, у функції цієї служби може входити підтримка порядку і чистоти її території.

Для обліку обладнання у кожному номері передбачений спеціальний опис у вигляді окремої картки, у якій зазначені дані про стан номера — структура інвентаря, несправності, зниклі речі та ін. У європейських готелях поширений досвід двічі на рік — посеред і в кінці року проводити інвентаризацію. В процесі інвентаризації здійснюється облік постільної білизни, одіял, рушників, халатів інших виробів з тканин, білизни, що використовується в ресторані, на збереженні кас- телянші, у пральні. Аналогічний облік здійснюється посуду, предметів інтер'єра та ін. Мета інвентаризації стосується з'ясування забезпечення служби інвентарем, необхідність його заміни, витрати на заміну у бюджеті. Згідно

досвіду функціонування служби обслуговування номерів у готелях, щорічно необхідно замінити або поновити до 10 % всього інвентаря.

Матеріальна база і стандарти обслуговування у номерах. Матеріальна база номерів повинна відповідати потребам клієнтів і категорії готелю у якій він позиціонує.

У європейських готелях стандартний набір інвентаря у житловій кімнаті повинен включати: ліжко, стіл, 2 крісла, диван, стіл під каву, торшер, 2 тумбочки, 2 лампи біля ліжка (настільні або настінні), телевізор, телефон (факс), шафу для одягу (комод з висувними шухлядами), мінібар з випивкою і легкою закускою. У ванній кімнаті повинна бути: ванна (ванна-джакузі — у номерах «люкс» готелів вищої категорії) і/або душова кабіна, біде і унітаз, світильник, дзеркало. Додатково у номері можуть пропонуватись супутні матеріали: сірники (одна коробка у житловій кімнаті і одна у ванній, 15 вішалок (6 звичайних, 6 для спідниць, 3 із затискачем для штанів), поліетиленовий пакет для брудної білизни або одягу з вкладеними у нього інформаційним листком і розцінками пральні та хімчистки, пакети покупок з відображеною на них логотипом готелю, мішечки з тканини з лавандою проти молі і для ароматизації одягу у шафі, сейф, якщо у готелі відсутні спеціальні для зберігання коштовних речей приміщення, письмовий набір, конверти, папір для факсових повідомлень, ручка, олівець, швидкозшивач та інше канцелярське приладдя, відкритки із світлинами готелю, міста чи країни, довідник телефонів основних служб готелю, довідник телефонів додаткових послуг готелю, біля телефону записна книжка з ручкою. У ванній кімнати на одну особу повинно бути: 2 банних рушники, 2 рушники для обличчя, 2 невеликих рушники для тіла, килимок, халат, тапочки, шампунь для тіла і волосся, мило для тіла і для рук, лосьйон для натирання тіла після приймання ванни, кондиціонер для волосся, банна шапочка, палички для чищення вух, тампони для знімання макіяжу, набір для шиття, крем для взуття, зубна паста, зубна щітка, крем для гоління, станок для гоління, туалетна вода після гоління.

Перерахований перелік інвентаря у головних функціональних приміщеннях номера — це довільний мінімум, що коригується готельним закладом. Готельний заклад може збільшити обсяг супутніх послуг, що зумовлюють додаткові витрати, водночас вони приваблюють більше гостей і спонукають до користування більшим обсягом послуг. Наприклад, в окремих готелях і номерах пропонують кавоварку, безплатну каву і чай, в інших прасувальні дошки і праски. Остання послуга широко пропонуються у США, проте у Європі надається з обережністю з огляду на пожежну небезпеку.

3. Обслуговування іноземних гостей та VIP персон.

Окремої уваги заслуговує обслуговування у номерах VIP- персон. Гості цієї категорії надають перевагу особливо комфортним номерам категорії «люкс» («президентський люкс»). Окрім сейфа у номері, мінібара з широким вибором спиртних напоїв і закусок, холодильника та ін., обслуговування забезпечує декілька осіб, найчастіше покоївка під наглядом чергового на поверсі.

В обслуговуванні покоївкою номерів важливо вчасно поповнити і замінити супутні матеріали (канцелярське приладдя, засоби індивідуальної гігієни, засоби догляду за взуттям, одягом та ін.). У використанні супутніх засобів у готелях загальноприйнятті підходи, наприклад, на одну особу для миття тіла виділяється

одне мило масою 80 гр., для рук — 20 гр. Перед прибуттям клієнта все мило повинно поновлюватись. Водночас, важливо вчасно здійснювати заміну засобів, якщо клієнт проживає у номері тривалий час і часто їх використовує.

У випадку аварійного відключення електроструму, у ванній кімнаті повинна бути свічка з підсвічником. У структурі інвентаря обов'язково повинен бути план евакуації при пожежі, важливо, щоб він був на декількох мовах і розміщувався у доступному для огляду місці. У дорогих готелях у номерах вищого класу використовується аудіоапаратура. Її використання підкреслює розкішні умови проживання, водночас вимагає дотримання визначених у готелі умов комфорту. Іноді у загальній структурі інвентаря передбачені запасні подушки і одне запасне одягло. Подушки у готелях використовуються з пір'я, у випадку алергії у гостя, повинні бути у резерві поролонові подушки.

Мінібар у номерах перед використанням номера гостями повинен бути зачиненими. При поселенні у номер клієнт отримує разом з ключами від кімнати, ключ від мінібара. У мінібарі повинен бути прайс-лист на продукти. Сьогодні послуга надання у користування бара, складання рахунків за використання мінібара головним чином комп'ютеризована. В окремих готелях контроль за асортиментом напоїв у барі у всіх номерах здійснюється окремим відповідальним працівником, який одночасно визначає рахунок.

Використання миючих засобів і засобів чищення. У функціонуванні служби обслуговування номерів сьогодні використовується значний асортимент миючих засобів та засобів для чищення, перелік їхніх типів повинен бути достатнім для різних видів робіт з прибирання. Розрізняють такі типи миючих засобів:

- універсальні;
- для чищення підлоги (окремі для чищення мармуру, бетону, керамічної плитки);
- освіжувачі повітря;
- дезинфікуючі;
- для чищення металічних поверхонь;
- спирт (білий (медичний) для натирання металічних поверхонь, надання блиску; синій (технічний) для чищення і де-зинфікування різних поверхонь, в тому числі підлоги);
- поліроль для меблів, підлоги, для натирання мідних поверхонь;
- шампуні для чищення килимових покриттів;
- для чищення холодильників;
- для чищення керамічної плитки;
- для чищення поліетиленових виробів.

На поверххах з номерами використовуються спеціальні білизняні кімнати у яких зберігаються всі витратні матеріали, побутова техніка, допоміжне обладнання та ін.

Візок покоївки важливий елемент в процесі прибирання, має спеціальну конструкцію пристосовану для руху у приміщеннях незначних розмірів і перевезення необхідних засобів у роботі покоївки. Візок складається з двох ярусів — на верхньому перевозиться чиста білизна, інвентар, який необхідно замінити чи поновити у номерах, на нижній — засоби та інвентар, що покоївка використовує в процесі роботи.

3. Використання електронних замкових систем у готелях.

У готелях високої категорії сьогодні часто використовується електронна система замків. Використання цієї системи насамперед пов'язується із комплексом заходів безпеки у готелі, забезпеченням вищої ефективності технологічного процесу (насамперед служби прийому та розміщення), зручністю користування приміщеннями готелю його клієнтами і персоналом.

Електронний замок складається з двох частин — механічної й електронної. Механічна частина представлена подібним до типового врізного замка механізмом з двома — зовнішньою і внутрішньою накладками, що мають окрім функціонального і декоративне значення. Електронна складова пов'язується з вмонтованим мікрокомп'ютером та годинниковим механізмом для корекції роботи в часі з електронною карткою. Інша електронна складова — електронна пластикова магнітна картка з індивідуальним кодом виконує функцію ключа. Електронна ключ-картка виготовляється згідно спеціальної технології, що гарантує абсолютну точність і сумісність з пристроєм ідентифікації інформації з кожного замка. Речовина, з якої виготовляються електронні ключі не нагромаджує статичний струм, не піддається впливу вологи, пилу, стійка до механічного впливу. Контроль використання електронної картки здійснюється з центрального пульта, розташованого у рецепції.

На електронній картці клієнта записується так зване «часове вікно» — час його перебування і користування послугами готелю. Після закінчення терміну перебування або при несплаті послуг, клієнт не має змоги без втручання персоналу готелю потрапити у номер. Сумісно з електронною карткою сьогодні у готелях використовуються замки з одночасним відкриванням дверей механічним ключем.

Кожен електронний замок зберігає інформацію про всі відкривання дверей карткою або механічним ключем, більшість електронних замкових систем запам'ятовує інформацію про всі невдалі спроби користування замком. Замки сучасних виробників зберігають інформацію в середньому про 250-5900 використань замка (5900 — остання версія замків компанії Saflok).

Замки можуть працювати в автономному режимі (off-line), або бути об'єднаними в мережу загального живлення (online). У будь-якому випадку при вимкненні електропостачання вони працюють в автономному режимі, отримуючи заряд від пальчикових елементів живлення.

Окрім функції електронного замка, електронна картка використовується у безготівкових розрахунках в межах готелю. У всіх пунктах продажу (POS — Point of Sale) встановлюються спеціальні пристрої для ідентифікації інформації на картці. Зокрема, такі пристрої використовуються у торгових залах ресторану, бару, фітнес-центру та ін. Інформація, внесена на картку захищена нестандартними методами запису, які не доступні для інших систем, зокрема касових і POS-терміналів.

Водночас, сьогодні у системах готельних замків використовуються смарт-картки. На смарт-картках можна записувати на порядок більший обсяг інформації, вони забезпечують вищу ступінь безпеки. Головний недолік смарт-карток — значно вища вартість, що зменшує їхнє використання у готелях. Нові моделі електронних замків провідних виробників дозволяють сумісно використовувати магнітні та смарт-картки. У такому варіанті магнітні картки

використовуються клієнтами, водночас смарт-картки — персоналом готелю або UР-гостями. Для нанесення інформації на магнітні, смарт-картки використовується спеціальний прилад — *енкодер*.

Управління системою електронних замків здійснюється з рецепції. Для цього використовується таке спеціальне обладнання:

- міні-термінал — забезпечує оперативне виготовлення електронних ключів-карток будь-якого рівня захисту особистим кодом;

- пристрій кодування електронного ключа — записує заново створений код на новий електронний ключ;

- пристрій передачі інформації — використовується як інтерфейс між пристроєм кодування і дверним замком у випадку якщо коди співпадають;

- система підтвердження електронного ключа — використовується для перевірки дійсності ключів.

Нова електронна картка, виготовлена у рецепції, з першим використанням у певному замку автоматично змінює код попередньої картки. Таким чином, вкрадені або загублені ключі не можуть використовуватись якщо клієнт своєчасно зробив заявку про цей випадок.

Електронні ключі можуть використовуватись у різних режимах роботи: клієнт, покоївка, комплексне обслуговування, міні-бар, інженерна служба, адміністрація, аварія, запасний ключ, одноразовий ключ.

Клієнт отримує ключ в режимі «клієнт», код якого сумісний тільки із замком його номера. У покоївок, персоналу з обслуговування номерів з міні-баром, ключі-картки закодовані для доступу тільки у ці приміщення, які закріплені за цим персоналом. Для працівників інженерно-технічної служби спеціально кодується ключ цього номера, на який поступила заявка. Директор та інші представники адміністрації використовують ключ з кодом, що надає доступ у будь-яке приміщення готелю. У надзвичайних ситуаціях використовується режим роботи «аварія», при якому блокуються замки в межах поверха, корпусу, або всього готелю.

В аварійній ситуації, пов'язаній з перебоями електропостачання у готель, профілактикою технічного стану комп'ютерної мережі тощо, для гостей, які прибули у готель, використовуються заздалегідь виготовлені ключі-картки. Ці ключі зберігаються у сейфі адміністрації готелю. Для одноразового доступу у номер видаються ключі-картки одноразового використання.

Управління системою інформації електронних замків здійснюється з використанням спеціального програмного забезпечення. Програмне забезпечення у комп'ютері рецепції передбачає різні рівні доступу, особистий пароль та інші системи захисту. Відповідно до рівня доступу та посадових обов'язків, портє тільки видає гостюві електронні картки, менеджер з персоналу виробляє картки та ін. Водночас всі дії оператора вносяться у протокол з метою отримання у будь-який момент інформації про електронний замок-картку, номер, оператора.

Типовим у готелях є використання замкових систем у приміщеннях загального користування — конференц-залі, басейні, фітнес-центрі, автостоянках та ін. Параметри доступу задаються програмним забезпеченням, яке дозволяє встановлювати для певного користувача список пунктів доступу, а також фіксує час, упродовж якого може здійснюватись доступ.

Питання.

1. Охарактеризуйте матеріальну базу номерного фонду.
2. Процес обслуговування іноземних гостей та VIP персон.
3. Використання електронних замкових систем у готелях.
4. Управління системою інформації електронних замків.
5. Використання спеціального приладу – енкодеру.

Лекція 26.

Тема. Організація служби обслуговування приміщень і кадрової служби.

План лекції

1. Організація і технологія функціонування служби обслуговування приміщень вестибюльної групи.
2. Організація та функції інженерно-експлуатаційної служби у готелях.
3. Організація та функції кадрової служби у готелях.

1. Організація і технологія функціонування служби обслуговування приміщень вестибюльної групи.

Служба обслуговування приміщень вестибюльної групи — одна з основних у готелі, персонал якої здійснює постійну взаємодію з клієнтами і відвідувачами, виконує функції пов'язані з їхнім безпосереднім обслуговуванням. З урахуванням важливості перших вражень клієнта про готель, особлива відповідальність покладається на професійні і кваліфікаційні якості обслуговуючого персоналу, який здійснює перший візуальний контакт з гостями.

Серед основних функцій служби обслуговування вестибюлі виділяються: зустріч гостей, супровід гостей у номер, доставка особистих речей гостя, надання інформації загального характеру про особливості колориту місцевого центра, допомога у надзвичайних ситуаціях, паркування автотранспорту та ін.

Професійно-кваліфікаційні вимоги щодо персоналу служби обслуговування стосуються:

- досконалого знання технології обслуговування гостей згідно професійних обов'язків;
- знання іноземної мови відповідно категорії готелю;
- дотримання бездоганного зовнішнього вигляду (формений одяг завжди повинен бути чистим, поправленим з атрибутами готелю — назва, логотип, категорія; ідентифікатором посади та особистих даних персоналу);
- дотримання правил внутрішнього розпорядку, інструкцій і розпоряджень;
- завжди поважного ставлення до гостей і відвідувачів, виявляти професіоналізм у гостинності, комунікабельність;
- володіння інформацією про функціональні можливості готелю, комунікації місцевого центра.

Очолює службу обслуговування приміщень вестибюльної групи менеджер (старший коридорний), йому підпорядковуються швейцари, коридорні, посильні, ліфтери, носії багажу, водії-паркувальники, консьєржі (рис. 26.1). Структура цієї служби залежить від розмірів і категорії готелю. У готелях значної місткості та високої категорії у структурі служби передбачені всі зазначені категорії посад. У невеликих готелях низької категорії ця служба не передбачена, персонал характерний для її структури функціонує у структурі служби прийому розміщення.



Рис. 26.1. Організаційно-функціональна структура служби обслуговування приміщень вестибюльної групи у готелях значної місткості

Менеджер служби підпорядковується заступнику директора готелю з обслуговування. Він організовує, координує і контролює роботу підпорядкованого персоналу. Обов'язок менеджера стосується:

- забезпечення зкоординованої роботи всього персоналу відповідно обов'язків;
- проведення поточного інструктажу для підлеглого персоналу з метою підвищення якості виконання функцій;
- контроль за дотриманням режиму внутрішнього розпорядку, діючих розпоряджень та інструкцій;
- розробка місячних графіків роботи персоналу служби, контроль виробничої дисципліни;
- розробка і передача у відділ кадрів пропозицій щодо прийому, звільнення, покарання, нагороди і преміювання працівників служби.

Швейцар — категорія обслуговуючого персоналу характерна насамперед для фешенебельних готелів, що підкреслює престиж закладу розміщення. У готелях низької категорії ця посада не обов'язкова.

Швейцар першим зустрічає гостей біля входу у готель, відкриває двері. Він повинен привітатись з гостями, допомогти вийти з автомобіля, викликати таксі, надати інформацію про готель. У стосунках з клієнтами швейцар повинен поважно відповідати на запитання гостей, володіти повним обсягом інформації про послуги готелю, структуру приміщень у закладі розміщення. Швейцар одягнений у помітно виражену серед обслуговуючого персоналу уніформу, завжди зобов'язаний мати бездоганний зовнішній вигляд — форма повинна бути чистою, попросованою. В обов'язки швейцара входить:

- дотримання порядку і чистоти біля входу у готель, холі, телефонних кабінках та інших приміщеннях біля входу;
- повинен стежити за порядком біля під'їзду у готель, автомобілі, що під'їжджають не повинні зупинятись на тривалий час, перешкоджати вільному під'їзду до готелю, інформувати гостей про послуги автостоянки, пропоновані готелем;
- здійснювати контроль за проникненням у готель осіб, які можуть порушити безпеку, спокій у готелі;
- зобов'язаний піднести речі гостей від автомобіля в хол, номер, винести речі при від'їзді, оформленні поселення клієнта, стерегти речі гостей.

Коридорні підпорядковуються старшому коридорному, без його дозволу не можуть покидати своє робоче місце. Коридорний перебуває на чергуванні згідно затвердженого менеджером служби місячного графіка роботи.

Основні обов'язки коридорного стосуються:

- супроводження гостей у номер при прибутті у готель і з номера при від'їзді;
- доставляти у номер, камеру зберігання багаж гостей;
- допомагати гостям розміститись у номері, надати інформацію про обладнання номера — освітлення, телевізор, кондиціонер, телефон, про додаткові послуги у готелі — обслуговування в номерах, плавальний басейн, пральню, хімчистку та ін;
- розбудити гостей у наперед узгоджений час;
- збереження аптечки першої допомоги, поновлювати аптечку при необхідності;
- контроль за порядком та дотриманням чистоти на поверсі.

Посильний (готельний кур'єр) — виконує різні дрібні послуги згідно доручення керівника служби або безпосередньо гостей зі згоди старшого коридорного, допомагає черговому адміністратору у прийомі і видачі ключів, веденні технологічної документації з доручення і контролю чергового адміністратора, насамперед при поселенні груп гостей, отримання зі складу бланків звітної документації і канцелярського приладдя для служби прийому і розміщення, фінансово-економічної, адміністративної та інших служб, допомагає доставляти багаж гостей у номер, доставляє в номер та від гостей касиру служби прийому і розміщення рахунки про оплату, виклик гостей до телефону, допомагає в обслуговуванні номера та ін. Особливість посади посильного пов'язується з необхідністю виконувати різні професійні обов'язки, які забезпечує у готелі обслуговуючий персонал.

Ліфтер. У зв'язку з використанням автоматизованих систем управління у готелях, посада ліфтера сьогодні нетипова у структурі служби обслуговування у вестибюлі. Ця посада зустрічається лише у висококатегорійних готелях, що надають значного значення в обслуговуванні людському чиннику.

Обов'язки ліфтера стосуються:

- обслуговування ліфта згідно з інструкцією, дотримання правил безпеки при його роботі. Ліфтер несе відповідальність за безпеку пасажирів, які обслуговуються ліфтом;
- дотримання порядку і чистоти у кабіні ліфта;
- повідомлення інженерно-експлуатаційної служби про недоліки і пошкодження ліфта, зупинка експлуатації ліфта;
- передача менеджеру служби зауважень і побажань гостей про роботу ліфта;
- догляд за багажем гостей, що перевозиться без носія багажу.

Носій багажу. Функції носія багажу близькі до функцій посильного, проте менші за обсягом. Основні обов'язки стосуються:

- перенесення багажу гостей при прибутті і від'їзді;
- доставки повідомлення (посилки) у номер;
- опрацювання поштових надходжень і відправлення пошти на замовлення гостей;
- догляд за багажем гостей при оформленні поселення у готель;
- контроль за камерами зберігання багажа, прийом та видача багажа гостей згідно з діючими положеннями про зберігання багажа;
- чистить взуття, виставлене гостями ввечері для чищення;
- зберігання і видачі речей, загублених гостями у готелі згідно з інструкцією.

Водій-паркувальник забезпечує обслуговування гостей, які прибувають у готель на приватному автотранспорті. Посада водія-паркувальника у закладах розміщення зустрічається не часто, пов'язується з великими фешенебельними готелями зорієнтованими на обслуговування бізнес-клієнтів.

Обов'язки водія-паркувальника стосуються:

- паркування автомобіля на автостоянці або у гаражі після прибуття клієнта і підвезення автомобіля до входу готелю при від'їзді гостя;
- забезпечення автосервісу автомобіля у спеціалізованій ремонтній майстерні, мийку, чищення автомобіля та ін.;
- забезпечення порядку біля під'їзду готелю: автомобілі, що зупиняються біля під'їзду не повинні затримуватись на тривалій термін і перешкоджали вільному під'їзду до входу у готель;
- надавати інформацію гостям про можливість паркування автомобіля на стоянці, гаражі готелю, найближчу стоянку;
- перевезення гостей автотранспортом готелю з аеропорта, залізничного, автовокзалу у готель і відвезення у зворотному напрямку при від'їзді гостей;
- знання технічних характеристик різних типів автомобілів.

Консьєрж — персонал служби обслуговування, який працює у вестибюлі за спеціальним столом або на поверхах готелю. Посада характерна насамперед для фешенебельних готелів значних розмірів, у готелях низької категорії ця посада зустрічається рідше. У великих готелях може працювати декілька осіб цієї посади, наприклад у готелі «Plaza Hotel» (Нью-Йорк), у якому 800 номерів, обслуговування забезпечує 10 консьєржів. Структура послуг консьєржа у порівнянні з іншими посадами у готелі характеризується надзвичайно широким спектром і головним чином пов'язується із встановленням зв'язків за межами готелю, тип послуг не обмежується службовими інструкціями.

Серед найбільш типових послуг консьєржа виділяються:

- замовлення і доставка квитка у театр;
- бронювання місць на літак, поїзд, інші транспортні засоби, доставка квитка, довідка про роботу міжнародного, внутрішнього транспорту;
- інформація про місцеві туристично-презентативні історико-культурні, архітектурні об'єкти;
- інформація про заклади торгівлі, харчування, розваг та ін., резервування місць;
- допомога у надзвичайних ситуаціях (виклик лікаря, юриста, нотаріуса);
- оформлення віз у консульстві, посольстві;
- виконання послуг кур'єра;
- виконання особистих доручень гостей (покупки, оплата рахунків, вигулювання тварин, догляд за дитиною та ін.).

Перелічені послуги консьєржа незначна частка від ймовірних. В окремих випадках побажання клієнта може дивувати незвичайністю його фантазії. Наприклад, група японських туристів, які зупинились у готелі «Place Hotel» (Мадрид), після відвідання кориди вирішили організувати подібне видовище у Японії. Консьєрж купив для них декілька биків, найняв тореадора і організував їхню відправку у Токіо.

Посада консьєржа у готелях доволі високооплачувана. Водночас, високооплачуваний консьєрж повинен бути професіоналом, знати в деталях

функціонування готелю, розмовляти на декількох іноземних мовах, бути комунікабельним, легко вступати у контакт з клієнтами, добре знати місцеву інфраструктуру. Консьєрж повинен вміти працювати у колективі, демонструвати дипломатичну тактовність, терпеливість, завжди перебувати у хорошому емоційному стані.

В окремих готельних корпораціях організовується власна підготовка консьєржів. Наприклад, у готелях ланцюга «Ritz- Carlton», відомих бездоганним обслуговуванням, всі консьєржі повинні проходити трьохмісячні курси, в програму яких включені лекції з організації готельного бізнесу, історії компанії «Ritz-Carlton», історії міста, його інфраструктуру.

З метою обміну досвідом, професійної солідарності створена професіональна організація консьєржів — UPPGH (Union Professional[^] des Portiers des Grand Hotels), яку водночас називають Clefs d'Or (Золоті ключі), оскільки використовує емблему двох схрещених золотих ключів. Сьогодні ця організація охоплює близько 4000 членів у 24 країнах.

2. Організація та функції інженерно-експлуатаційної служби у готелях.

Готелі — це великі за розмірами підприємства, що мають складне інженерно-технічне обладнання — комплекс систем, що функціонують у постійному режимі і забезпечують задоволення культурно-побутових потреб гостей та персоналу закладу розміщення. Обладнання готелю включає систему водопостачання, центральне опалення, електромережу, каналізацію, протипожежну систему, вентиляцію, телефон, телевізійне, радіоустаткування, автоматичні системи охорони та ін. У будівлі готелю знаходяться технічні приміщення з обладнанням, що забезпечує роботу персоналу служби. Експлуатація інженерного обладнання повинна здійснюватись згідно технічної документації і технічного паспорта будівлі, плану кожного поверху, системи опалення, каналізації, водопроводу, електроосвітлення, паспорта ліфта.

Інженерно-експлуатаційна служба у готелях забезпечує необхідні умови для функціонування будівлі і обладнання згідно із встановлених стандартів. З метою ефективної реалізації своїх функцій персонал служби повинен здійснювати регулярне, згідно затверджених інструкцій, проведення обстеження санітарного і технічного стану готелю і території, що прилягає до нього, об'єктів комунального призначення і благоустрою території, що обслуговується цією службою, оцінку якості виконання проведених службою робіт і надання послуг, складання і перевірку за результатами обстеження актів.

У функції служби входить розробка та впровадження ресурсозберігаючих технологій, обладнання, що дозволяє значно зменшити загальний обсяг споживання ресурсів, насамперед енергоресурсів, води та ін. Сучасні готельні підприємства управляють інженерно-технічними системами шляхом використання автоматизованих систем управління, які забезпечують взаємопов'язану роботу всіх служб та систем готелю.

У структурі управління очолює інженерно-експлуатаційну службу головний інженер, йому підпорядковується заступник, інженер-програміст, майстер. У функціональній структурі служби виділяються два відділи — чергова технічна служба і ремонтна служба. У системі зв'язків з управлінням, головний інженер

підпорядковується генеральному директору, у великих готелях заступнику генерального директора, технічному директору.

Головний інженер коригує роботу технічного персоналу і контролює результати його роботи, зокрема:

- забезпечує розподіл щоденних замовлень, що надходять від служб та персоналу готелю на виконання робіт і їх завершення у термін під контролем заступника головного інженера;

- складає графіки проведення робіт з профілактики і ремонту, розподіляє згідно графіка функції у виконанні робіт;

- несе відповідальність за використання згідно експлуатаційних вимог технічного обладнання — опалювальних систем, водопостачання, засобів зв'язку та ін.;

- контролює дотримання правил охорони праці та техніки безпеки працівниками;

- реєструє дані і готує місячний звіт по роботі служби для керівників закладу розміщення;

- забезпечує контроль за ефективним використанням необхідних у технологічному процесі ресурсів;

- проводить інструктаж щодо безпеки у випадку виникнення пожежі, виходу газу та інших непередбачуваних технологічних процесів;

- складає бюджет служби, забезпечує контроль його виконання і витрати в процесі функціонування служби;

- забезпечує навчання і практичну підготовку інженерно-технічного персоналу;

- вирішує сумісно з директором готелю або менеджером кадрової служби проблему кадрового забезпечення служби;

- розробляє плани поточного і перспективного технічного переобладнання закладу розміщення;

- забезпечує контроль за раціональним використанням енергоресурсів, їхню економію.

Кваліфікаційні характеристики головного інженера пов'язані з необхідністю досконало знати:

- теоретичні основи функціонування інженерно-технічних систем у готелях;

- основи техніки безпеки у роботі з інженерно-технічними системами у готелях;

- основи організації і технології готельних послуг;

- теоретичні основи управління;

- систему статистичної звітності та діловодство;

- основи складання бюджету організації.

Високопрофесійна діяльність головного інженера пов'язується з необхідністю мати вищу професійну освіту в сфері інженерних наук, досвід управління, високі вольові та організаційні характеристики.

Заступник головного інженера забезпечує координацію, контроль у роботі персоналу служби, допомагає головному інженеру у виконанні його обов'язків згідно функціонування служби. Зокрема, він забезпечує:

- складання розкладу чергування і організовує позмінну роботу технічного персоналу;

- трудову дисципліну персоналу служби;
- облік виходу на роботу персоналу і складає платіжну відомість;
- навчання персоналу;
- розподіл виробничих завдань і забезпечує контроль їхнього виконання;
- контроль стану та безпеку функціонування основних інженерно-технічних систем;
- контролює використання комунальних послуг з метою економії і контролю витрат.

Старший електрик *забезпечує*:

- безперебійну роботу згідно технічної інструкції енергетичного і сантехнічного обладнання, електричних і теплових мереж, повітропроводів, водопроводу і каналізації;
- нагляд за технічним обслуговуванням електроустаткування і електричних мереж;
- відповідальність за дотримання протипожежних норм безпеки.

Електромонтер *забезпечує*:

- безперебійне функціонування електрообладнання у готелі;
- усуває аварії електроосвітлення і відновлює функції світлових і силових точок;
- відновлення роботи внутрішньої електропроводки, вимикачів, телевізійних установок, освітлювальної арматури, люстр, електричних ламп;
- ремонт електронагрівального обладнання;
- інформування головного інженера щодо необхідності проведення ремонтних робіт або змін в електросистемі;
- вивчає заходи протипожежної безпеки зумовлених електрообладнанням закладу розміщення.

Слюсар-сантехнік контролює справність санітарно-технічного обладнання, систем водозабезпечення і подачі гарячої води, системи опалення, каналізації, побутових приладів, здійснює профілактичний ремонт санітарно-технічного обладнання.

Столяр забезпечує справність столярного обладнання — дверей, вікон, дерев'яного покриття підлоги, ремонтує і замінює дверні замки та ін.

3. Організація та функції кадрової служби у готелях.

Функції цієї служби пов'язані з:

- підбором, прийманням на роботу, оцінюванням якості персоналу, навчанням персоналу готелю;
- улагодженням конфліктів, формування корпоративної свідомості;
- розробкою посадових інструкцій і функціональних технологій для персоналу;
- оцінкою і допомогою у поліпшенні умов праці працівників;
- допомогою керівникам підрозділів готелю у роботі з персоналом;
- підвищенням кваліфікації співробітників;
- заохоченням і мотивацією персоналу та ін.

Функції служби також пов'язані із веденням особистих справ усіх працівників готелю, укладанням угод для проведення навчання, підвищення кваліфікації

персоналу. У структурі кадрова служба найчастіше складається з відділу кадрів, відділу охорони праці, учбово-тренінгового центра.

Відділ кадрів здійснює набір обслуговуючого персоналу, узгоджує професійні проблеми праці, трудової дисципліни та винагороди працівників. Відділ охорони праці забезпечує інструктаж з техніки безпеки, контроль за виплатою грошової допомоги з непрацездатності, пов'язаної з виробничими травмами, контроль за кошторисом витрат. Учбово-тренінговий центр забезпечує підвищення кваліфікації, перепідготовку та стажування фахівців і обслуговуючого персоналу, навчання працівників управління якістю послуг.

Структура кадрової служби у готелях залежить від розмірів підприємства. Очолює службу менеджер у підпорядкуванні якого перебуває декілька менеджерів, які відповідають за окремі напрямки роботи. Головний менеджер підпорядковується директору закладу розміщення.

Питання.

1. Організація і технологія функціонування служби обслуговування приміщень вестибюльної групи.
2. Організація та функції інженерно-експлуатаційної служби у готелях.
3. Організація та функції кадрової служби у готелях.

Лекція 27.

Тема. Організаційні форми обслуговування в підприємствах ресторанного господарства при засобах розміщення

План лекції

1. Характеристика методів і форм обслуговування.
2. Обслуговування споживачів у підприємствах ресторанного господарства при готельних комплексах.
3. Організація обслуговування споживачів у формі кейтерингу.

1. Характеристика методів і форм обслуговування.

Методи обслуговування споживачів - це спосіб реалізації продукції закладів ресторанного господарства. Розрізняють два методи обслуговування: обслуговування офіціантом, барменом, буфетником і самообслуговування.

Форма обслуговування споживачів: - організаційний прийом, який є різновидом або поєднанням методів обслуговування.

Приклади форм обслуговування: реалізація кулінарної продукції через торгівельні автомати, за типом «шведського столу», відпуск скомплектованих обідів та ін.

Види, методи і форми обслуговування на підприємствах залежать від місця вживання їжі, способу її отримання і доставки споживачам, ступеня участі персоналу в обслуговуванні та ін. Вибір найбільш раціональних видів обслуговування сприяє більш повному задоволенню попиту споживачів.

Основними видами обслуговування в закладах ресторанного господарства є:

- реалізація продукції в залах закладів відкритого типу (ресторанів, барів, їдалень, кафе, закусточних), а також в їдальнях при промислових підприємствах та навчальних закладах;
- обслуговування пасажирів у дорозі, на транспорті;
- реалізація кулінарної продукції через магазини (відділи) кулінарії;
- організація обслуговування офіціантом (барменом) вдома.

На підприємствах ресторанного господарства застосовуються такі *методи обслуговування*:

- самообслуговування;
- обслуговування офіціантами, барменами;
- комбінований метод.

При масовому обслуговуванні, при порівняно невеликому асортименті страв для прискорення обслуговування застосовується *самообслуговування*, в процесі якого споживачі самостійно беруть з роздавальної холодної страви і напої, борошняні кондитерські вироби. Гарячі страви роздавальники порціонують безпосередньо перед відпуском.

Обслуговування офіціантами застосовується в ресторанах, барах, інколи в кафе, в яких створення комфорту відіграє визначальну роль. Ці підприємства призначені не лише для виконання послуги харчування, але й для організації відпочинку споживачів.

При комбінованому методі передбачається поєднання двох вказаних методів обслуговування. Наприклад, підприємство працює вдень за методом самообслуговування (загальнодоступна їдальня, кафе), а ввечері - обслуговування офіціантами. У таких підприємствах також повинні створюватися умови для організації відпочинку споживачів.

Залежно від участі персоналу в обслуговуванні розрізняють повне і часткове самообслуговування.

При повному самообслуговуванні споживач виконує всі операції, пов'язані з отриманням страв, доставкою їх до обіднього столу і прибиранням посуду.

При частковому самообслуговуванні більшість цих операцій виконує персонал ресторанного закладу для прискорення обслуговування. Прикладом часткового самообслуговування є попереднє накриття столів у їдальнях при виробничих підприємствах і навчальних закладах, де встановлена єдина обідня перерва і харчування організоване через комплексні сніданки та, обіди. При цьому споживачі лише розливають у тарілки перші страви із супниць, заздалегідь виставлених на столи та відносять використаний посуд.

За способом розрахунку зі споживачами розрізняють самообслуговування з попереднім, подальшим, безпосереднім розрахунком та оплатою після вживання їжі.

При самообслуговуванні з попереднім розрахунком споживачі, ознайомившись з меню, отримують чек і розраховуються в касі, а потім по цих чеках отримують вибрані страви на роздачі. Такий вид самообслуговування уповільнює процес обслуговування. Значне прискорення при застосуванні цієї форми обслуговування досягається при відпуску комплексних обідів по заздалегідь придбаних талонах або абонементів.

Самообслуговування з подальшим розрахунком - це розрахунок за вибрані страви в кінці роздавальної зони. Перевагами цієї форми обслуговування є можливість безпосереднього вибору страв споживачами, звільнення роздавальників від розбору чеків, що прискорює процес обслуговування.

Самообслуговування з безпосереднім розрахунком забезпечує одночасність вибору страв, отримання і оплати їх вартості. В цьому випадку відпускання продукції і розрахунок зі споживачем здійснюється одним працівником. Така форма обслуговування застосовується в буфетах, закусочних, при обслуговуванні через барну стійку в барах.

При самообслуговуванні з оплатою після вживання їжі споживач, вибравши страви і напої, отримує чек у касира в кінці роздавальної зони, який оплачує при виході із залу. Застосування такої форми обслуговування сприяє посиленню контролю за веденням розрахункових операцій. При цьому пропускна спроможність залу збільшується у півтора рази порівняно із самообслуговуванням з попередньою оплатою.

2. Обслуговування споживачів у підприємствах ресторанного господарства при готельних комплексах.

При готелях організовуються підприємства ресторанного господарства для обслуговування гостей, які там мешкають.

У міських готелях працюють ресторани, бари, буфети, а в готелях при аеропортах, залізничних, морських та річкових вокзалах - кафе, закусочні, буфети.

Будівельними нормами і правилами передбачено, що в готелях кількість місць у ресторані та кафе має відповідати місткості готелів, а в буфетах складати не менше 10% місткості готелю.

Заклади ресторанного господарства при готелях повинні відкриватися не пізніше 8-ї години, щоб проживаючі в ній могли отримати сніданок. У кожному конкретному випадку вирішується питання про необхідність відкриття в ранкові години ресторану повністю або частково (одного залу або кількох столиків). Якщо в готелі кілька буфетів, то години їх роботи встановлюють індивідуально, а перерви не повинні збігатися.

У приготельних ресторанах в ранкові години, як правило, пропонують обмежений асортимент страв нескладного приготування, можна також організувати обслуговування комплексними сніданками. На сніданок пропонують кисломолочну продукцію, яйця, вершкове масло, ковбасу, сир та іншу гастрономічну продукцію, салати, соки, страви з яєць, каші, сосиски, гарячі напої. Якщо в меню є скомплектовані сніданки, то страви, що входять до їх складу, не повинні повторюватися протягом тижня.

Як правило, харчування в приготельних ресторанах здійснюється по типу «шведський стіл» і сніданок включається у вартість проживання.

Порядок обслуговування в таких ресторанах такий самий, як і в інших.

У кожному готелі є *лобі-бар*, який розміщується в холі і призначений для обслуговування ділових зустрічей, відпочинку перед обідом або вечерею. Тут можна спокійно насолодитися десертом, коктейлем, випити кави або чаю.

У *барі готелю* добре обговорювати справи. Готелю вигідно утримувати бар, тому що продаж напоїв дає додатковий прибуток. Для підвищення ефективності роботи бару і контролю за напоями, які відпускаються, використовують автоматичний розлив, що забезпечує точне їх дозування. Автомати унеможливають недолив або перелив напою, заощаджують живу працю, тому що для обслуговування автоматичної системи потрібно менше працівників.

Поетажні буфети, як правило, починають роботу з 7-ї ранку і закінчують о 22-23-й годині з перервою. Для кожного буфету встановлюють асортимент страв і напоїв. Він не повинен бути широким, але різноманітним.

Кожний буфет складається із залу, підсобного приміщення і мийної. Він має бути обладнаний прилавком, пристінною вітриною для товарів, охолоджуваною вітриною, для приготування кави - експрес-кавоваркою. У торговельному залі встановлюють кілька столів зі стільцями або високі столи. Підсобне приміщення обладнується електроплитою, електрокип'ятильником, холодильною шафою. До штату працівників входить буфетник, прибиральниця (вона ж миє посуд), а в деяких випадках - кухар. Працює буфет за методом самообслуговування.

У великих готелях на кожному поверсі можуть організуватися кафетерії з лінією самообслуговування, яка складається з охолоджуваного прилавка для холодної, кисломолочної продукції і прилавка для відпуску гарячих страв. Частина готової продукції буфет одержує з кухні ресторану, частина страв готується на місці: сосиски, яйця, яєчня, бутерброди.

Обслуговування в номерах здійснюється за замовленнями проживаючих у готелях за додаткову оплату.

Приймання замовлень на обслуговування в номерах здійснюється:

- в поетажних буфетах, де встановлюється телефон або сигналізація для виклику в номер чергового офіціанта;
- безпосередньо в ресторанах через чергового адміністратора або метрдотеля (за телефоном або особисто);
- у спеціальних диспетчерських пунктах по обслуговуванню в номерах. Вибір форми приймання замовлень залежить від місцевих умов (місткість готелю, розташування номерів, зв'язок з поверхами). Залежно від розташування номерів, можливостей швидкого зв'язку з поверхами можуть виділятися спеціальні приміщення для офіціантів, які обслуговують у номерах готелю. Вони обладнують шафами або сервантами для зберігання посуду, столових наборів, білизни, виробничими столами, електрокип'ятильниками, настільними електроплитами, на яких варять яйця, готують яечню. Холодильні шафи призначені для зберігання мінеральної і фруктових вод, соків, молочнокислої продукції.

Приймання замовлень у невеликих готелях найчастіше здійснюється безпосередньо в ресторані; їх приймає метрдотель або адміністратор. У великих готелях організують спеціальні диспетчерські пункти, де чергують офіціанти. У цьому випадку посуд, столові набори, білизну для сервіровки офіціанти підбирають у сервізній, холодні закуски, гарячі страви подають з кухні, кондитерські вироби й інші покупні товари - з буфету ресторану.

Замовлення фіксуються у книзі попередніх замовлень.

У разі виклику по телефону або шляхом сигналізації черговий, взявши меню, приходить у номер, допомагає у виборі страв і напоїв, уточнює час обслуговування, приймає замовлення. Потім передає його на кухню та у буфет ресторану.

Санітарно-гігієнічні правила вимагають, щоб страви і продукти подавали в номери у посуді з кришкою або накритому серветкою. Для доставки використовують візки невеликих розмірів, що входять у кабінку ліфта.

Спочатку офіціант приносить у номер посуд, скатерку, серветки, мінеральну воду, фрукти і сервірує стіл. Потім приносить або привозить страви в порядку, прийнятому при обслуговуванні. За бажанням замовника офіціант обслуговує його в номері (розкладає страви в тарілки, наливає напої) або йде, повертаючись у визначений час чи по виклику, що забрати посуд і зробити розрахунок.

Процес обслуговування проходить найбільш ефективно, якщо цю роботу виконують два офіціанти. При цьому один підбирає предмети сервіровки, одержує і доставляє замовлення, другий сервірує стіл і обслуговує.

3. Організація обслуговування споживачів у формі кейтерингу.

Для розширення послуг ресторанного господарства в містах існують **ресторан за спеціальними замовленнями (cafégin Кейтерінг**— дії підприємства ресторанного господарства, що поставляє готові блюда, напої, посуд і все необхідне для організації прийому, банкету і спеціальних заходів.

Види кейтерингу: у приміщенні, поза рестораном, соціальний, виїзний (за договором на постачання продукції), роздрібний продаж готової кулінарної продукції, VIP-кейтеринг.

Кейтерінг в приміщенні організують шляхом надання замовнику обладнаних приміщень для проведення різних заходів. Це можуть бути зали, виробничі приміщення з торгово-технологічним і холодильним устаткуванням, мийною їдальнею посуду, приміщення для зберігання продуктів, напоїв.

Кейтерінг поза рестораном передбачає обслуговування на території замовника. Особливість цього виду кейтерінгу пов'язана з тим, що більшість ресторанів мають невеликі зали і не можуть обслуговувати велику кількість відвідувачів. Приготування страв здійснюється в ресторані, після чого замовлення доставляють до місця проведення заходу. Ресторан відповідає за якість приготування і доставку блюд, сервіровку, професійне обслуговування, прибирання приміщень і повний розрахунок із замовником.

Соціальний кейтерінг— це надання послуг підприємством ресторанного господарства на території замовника з використанням його обладнання. Замовник і ресторан, що надає послугу соціального кейтерінгу, наперед обумовлюють дату, меню, особливості сервіровки і обслуговування. В обов'язки підприємства входить також прибирання приміщення після проведення заходу. Послугами соціального кейтерінгу користується замовник при організації сімейного торжества. При цьому ресторан може надати йому, згідно з договором, окремі предмети для сервіровки столу і аксесуари.

Виїзний кейтерінг здійснюється шляхом укладення договору на постачання напівфабрикатів, готових страв в офіси, на будівельні і знімальні майданчики для забезпечення харчування певної групи людей.

Роздрібний продаж готової кулінарної продукції— це торгівля продуктами харчування (бутербродами, борошняними кондитерськими виробами, упакованими в целофанову плівку), а також прохолодними напоями під час проведення спортивних змагань, фестивалів, карнавалів.

VIP-кейтерінг— передбачає виїзне ресторанне обслуговування із залученням висококваліфікованих кухарів, офіціантів. У приміщенні замовника і під його спостереженням здійснюються обробка продуктів і приготування страв. Ці працівники можуть супроводжувати замовника в його тривалих турне.

Виїзне обслуговування — найширший спектр послуг, починаючи з презентації нової продукції до організації барбекю на попі природи або вишуканої вечері при свічках.

Питання для самоконтролю.

1. Дайте характеристику методів і форм обслуговування харчування.
2. Процес обслуговування споживачів у підприємствах ресторанного господарства при готельних комплексах.
3. Організація обслуговування споживачів у формі кейтерінгу.
4. Поняття «VIP-кейтерінгу».

Лекція 28.

Тема. Організація обслуговування в підприємствах ресторанного господарства при засобах розміщенням.

План лекції

1. Загальні вимоги до підприємств харчування в туризмі.
2. Характеристика приміщень ресторанного господарства при засобах розміщення.
3. Служба організації харчування.

1. Загальні вимоги до підприємств харчування в туризмі.

Усі вимоги до підприємств харчування поділяють на загальні та додаткові.

Загальні вимоги містять такий регламент.

1. Планування території, що прилягає до підприємства, має забезпечувати зручний прохід і під'їзд для відвідувачів на автотранспорті.
2. Вхід до підприємства мусить забезпечувати одночасний рух у двох зустрічних напрямках: на вхід і на вихід. Двері повинні відчинятися без особливих зусиль і автоматично зачинятися за відвідувачем, не змушуючи його повертатись.
3. Приміщення для відвідувачів туристичних підприємств харчування повинні відповідати загальним санітарно-гігієнічним, протипожежним і технічним вимогам до громадських приміщень, гарантувати безпечні й комфортні умови за такими параметрами, як температура і вологість. Обов'язковою умовою є відсутність сторонніх запахів, особливо з кухні і туалетів.
4. Усі приміщення мають бути обладнані вказівниками (піктограмами), що допомагають відвідувачам орієнтуватися.
5. У вестибюлі має бути вивішена копія сертифіката підприємства, що свідчить про присвоєння йому певної категорії з відповідною кількістю зірок.
6. Обладнання приміщень для відвідувачів повинно передбачати можливість приймати інвалідів та туристів з дітьми, якщо готель (туристичний комплекс, база, кемпінг), при якому розташоване туристичне підприємство харчування, передбачає проживання цієї категорії відпочиваючих відповідного віку або воно обслуговує відвідувачів, які не проживають у готелі.
7. Ресторани, кафе та бари, що використовують для сервірування столів скатертини та індивідуальні серветки, повинні мати в достатній кількості не менше двох видів комплектів столової білизни: білі скатертини та серветки для обслуговування банкетів, ювілеїв, прийомів та інших заходів, кольорові скатертини й серветки, що відповідають оформленню інтер'єру підприємства. Комплект кольорової білизни можна замінити білим для повсякденного обслуговування, якщо це дозволено стилем підприємства. Не можна користуватися столовою білизною зі слідами забруднення та пошкодження, що залишилися після прання та ремонту.
8. У сервіруванні столів слід використовувати столовий та сортовий посуд, а також столові прибори єдиного гатунку. Обов'язковою умовою є однаковий стиль сервірування. Різні комплекти столового посуду, скла та столових засобів можна використовувати для сервірування столів лише тоді, коли особливості художнього

оформлення залу передбачає локальні зони, що виокремлюються особливим кольором столової білизни, меблів, сервірування. Не можна використовувати пошкоджений столовий посуд, скло та столові засоби.

9. В обслуговуванні організованих туристичних груп за безготівковим розрахунком рекомендують на сніданок, обід та вечерю пропонувати скомплектовані раціони харчування, складені з урахуванням вікового та національного складу туристичної групи, енергетичних затрат на маршруті. Повторність раціону харчування для такої групи допускають не раніше ніж за 10 днів, а страви, що були в раціоні, не менше, ніж за 4 дні. Меню має бути узгоджене з керівником групи.

10. Продукти для приготування страв повинні мати сертифікат, що підтверджує відсутність шкідливих для здоров'я речовин (нітритів, нітратів, пестицидів тощо), а також радіаційних та хімічних забруднень, що перевищують встановлені норми. Якщо він відсутній, то проводиться лабораторний аналіз продуктів.

11. На обкладинці меню та карти вин обов'язково має бути назва туристичного підприємства харчування і товарний знак з кількістю зірок, що відповідає категорії закладу на основі виданого йому сертифіката.

12. Метрдотель, офіціанти та бармени повинні знати не менше однієї з європейських мов. У бригаді мають бути працівники, які володіють різними мовами.

13. Усі працівники туристичного підприємства харчування мають бути одягнені у формений, спеціальний чи санітарний одяг та взуття встановленого для цього підприємства зразка в хорошому стані, без видимих пошкоджень та забруднення. Одяг мусить мати фірмові знаки із зазначенням категорії підприємства та відповідної кількості зірок.

Також на форменому одязі має бути ідентифікатор з емблемою підприємства та ознаками професійної приналежності працівника і місця, яке він займає у службовій ієрархії.

14. Формений одяг метрдотеля має відрізнятися від одягу офіціантів строгішим стилем виконання, до комплекту може входити фрак або смокінг.

15. Обслуговуючий персонал повинен бути ввічливим, уважним та передбачливим (але не нав'язливим) до відвідувачів. Працівник мусить виконати прохання відвідувача, якщо це не відволікає його від виконання прямих обов'язків. Якщо ж виникла конфліктна ситуація, він має відразу ж запросити чергового адміністратора, метрдотеля або директора підприємства.

Харчування туристів

Схема харчування туристів залежить від виду туру, категорії туристів, співвідношення місць розміщення до місць харчування та багатьох інших чинників.

Система харчування вказана у путівці, договорі, ваучері.

Зазвичай сніданок надається за схемою "шведський стіл" із самообслуговуванням та вибором страв із наданого асортименту, за бажанням. У готелях високих категорій він може бути замовлений у кафе, ресторані чи у номер. У номерах, обладнаних кухнями та міні-барами, турист готує сніданок самостійно.

У схемі харчування "напівпансіон" туристу надаються або суміщені обід-вечеря, або вечеря у встановлений час. "Повний пансіон" забезпечує три-, чотириразове харчування.

Зрозуміло, що схема харчування спортивних, мисливських, альпіністських та інших самодіяльних турів з активними способами пересування базується на самостійному приготуванні їжі зі спеціальних напівфабрикатів та концентратів.

Особливими є вимоги до харчування для так званих гастрономічних турів, де переважає певна національна кухня з відомими вишуканими (у деяких випадках - екзотичними) стравами та напоями.

Залежно від категорії підприємства харчування якість обслуговування як комплексна послуга реалізується основними, додатковими та супутніми послугами. Поряд з якісно приготовленими та естетично оформленими стравами важливу роль відіграє загальне композиційне сервірування столу, підбір посуду та столових приборів, кольорова гама скатертин, серветок з фірмовим знаком підприємства, квіти, кваліфікація офіціантів, барменів, метрдотелів, бездоганна чистота, гарно оформлене меню декількома мовами, загальний інтер'єр залу, затишок, звукоізоляція, м'яке регульоване освітлення та ін.

До переліку додаткових та супутніх послуг входять: вар'єте, оркестр, музичний супровід без оркестру, телевізор (за бажанням клієнтів), танцювальний майданчик, можливість замовити таксі, купити сувеніри.

Харчуються туристи відповідно до умов, зазначених у путівці, ваучері, договорі - у ресторанах, кафе, барах та інших пристосованих для цього місцях.

2. Характеристика приміщень ресторанного господарства при засобах розміщення.

До складу сучасних готельних комплексів, особливо великої місткості і високого рівня комфорту, включають широкий набір різних типів закладів ресторанного господарства: ресторани, банкетні зали, різноманітні кафе - з прискореним обслуговуванням («екс- прес-кафе»), з показом естради («кафе-шоу»), бари (молочні, винні, пивні, нічні), коктейль-холи, буфети, їдальні тощо.

Функціональна організація цієї групи приміщень вирішується із врахуванням категорійності готелів. В однозіркових готелях харчування гостей не передбачається. У дво-тризіркових повинні бути ресторани чи кафе, в 4 і 5-зіркових - ресторани, банкетні зали, бари, а в 5-зіркових - і нічні клуби, розраховані на показ видовищних програм і будуються переважно за типом вар'єте з можливістю розміщення посадочних місць у вигляді амфітеатру, із танцювальним майданчиком, артистичними, приміщеннями для реквізиту, світлотехніки тощо.

Тенденція розглядати ресторанну групу приміщень у курортних і туристичних готелях як одне із місць можливого проведення дозвілля зумовила появу у складі цієї групи таких нових типів ресторанів, як ресторани національної кухні, гриль-ресторани, вар'єте, винні і пивні погребки, танц-бари, бари-дискотеки тощо. Такі заклади харчування отримали назву «розважального» і «цікавого» харчування. Їхній розвиток у туристичних і курортних готелях сьогодні є досить перспективним.

Заклади ресторанного господарства в готельних комплексах складаються з групи торгових приміщень (зали для відвідувачів, роздавальні, магазини кулінарії), виробничих приміщень (заготівельний, гарячий і холодні цехи, посудомийні, сервізна тощо), адміністративних приміщень, побутових приміщень персоналу,

складів. Весь обслуговуючий групу харчування персонал повинен мати окремий вхід у готель із своїм вестибюлем, роздягальнями, душовими, санвузлами.

Детальний склад цих приміщень та їхні площі приймаються за нормами для підприємства ресторанного господарства. За діючими нормативами, в готельних комплексах усіх типів і категорій число місць у ресторанах має складати 45-68 %, в кафе - 13-28%, в буфетах - 7-9 %, в барах - 13-24 % від загальної кількості посадочних місць закладів ресторанного господарства, призначених для клієнтури готельного комплексу.

Зазвичай ресторани та кафе розраховують на обслуговування не тільки клієнтів готелів, але й на сторонніх відвідувачів. Тому вони в більшості випадків мають окремий від готельного комплексу вхід, вестибюль, гардероб. Готель з'єднується з рестораном і кафе через вестибюль готельного комплексу і через вітальні холи, розташовані на тому ж поверсі, що й основні торгові зали закладів ресторанного господарства.

Готельні комплекси невеликої місткості мають із рестораном спільний вхід, вестибюль, гардероб і санітарні вузли. Це дозволяє скоротити площі цих приміщень і частково - обслуговуючий персонал, проте не ізолює їх від сторонніх відвідувачів ресторану.

Торгові зали найчастіше розташовують у межах перших двох- трьох поверхів споруди. Іноді основні заклади ресторанного господарства виділяють у самостійну будівлю, що прилягає до житлового корпусу готельного комплексу, або в окремому приміщенні влаштовують виробничі та обслуговуючі приміщення. При розміщенні основних торгових залів на нижніх поверхах полегшується і спрощується їх зв'язок із вестибюлем, легше забезпечується ізоляція житлової частини.

У деяких готельних комплексах торгові зали ресторанів підвищеної комфортності нерідко розташовують на верхніх поверхах будівель. Видова панорама, яка відкривається з вікон цих ресторанів, є додатковим засобом залучення відвідувачів. Проте це розміщення ускладнює конструктивно-планувальне рішення споруди, а також санітарно-технічне устаткування готельного комплексу у ряді випадків потребує встановлення додаткових ліфтів для відвідувачів ресторану і доставки продуктів.

Заклади ресторанного господарства з нічним режимом роботи (нічні бари та нічні клуби, іноді банкетні зали) нерідко розміщують у підвальному або цокольному поверсі. Денні бари розташовуються у вітальнях, холах, ресторанах при вестибулях (скспрес-бари).

Особливий вид закладів ресторанного господарства в готельних комплексах - ресторани та бари типу «гриль», де їжу (м'ясо чи рибу) готують на очах у клієнтів, для чого в торговому залі передбачають спеціальні пристрої - рашпери, які працюють на електроенергії, вугіллі чи газі. Такі зали мало залежать від кухні ресторану і найчастіше розташовуються окремо від неї. Поруч із рашпером звичайно є підсобні приміщення для приготування інших страв, холодильники для зберігання м'яса і риби, шафи для посуду. Велика увага тут приділяється вентиляції - влаштовуються витяжки над рашпером і по периметру всього приміщення.

Архітектурно-планувальне рішення, розміри, пропорції, місткість залів для відвідувачів у межах закладів ресторанного господарства, що функціонують при

готельних комплексах, індивідуальні. Крім своєї основної функції, вони служать для відпочинку, зустрічей, бесід, особливо у вечірній час, тому їхня архітектурно-просторова організація і планування інтер'єру повинні забезпечувати необхідні для цього умови. Практика будівництва готельних комплексів і їх експлуатації показала, що зали великих розмірів прагнуть розчленувати на окремі зони, зорозв скоротивши їхні розміри, що сприяє створенню у відвідувачів відчуття відособленості та затишку. Для цього використовують різні типи розсувних перегородок, штор, різноманітні варіанти розташування меблів, у ряді випадків інтенсивніше освітлення столів, порівняно із загальним освітленням залу, невисокі стаціонарні перегородки та квітники, що виділяють окремі кабінки, перепади в рівнях підлоги та стелі та інші прийоми. У всіх випадках поділу залу на окремі зони ніщо не повинно заважати рухові клієнтів і обслуговуючого персоналу.

Досить часто заклади ресторанного господарства при готелях застосовують систему самообслуговування. Для торгових залів, які працюють за цією системою, характерне створення просторів, що вільно проглядаються. Якщо зал складається з кількох частин, то їх об'єднують отворами або зашклененими дверима. Зазвичай у залах ресторанів передбачають місце для оркестру, майданчик для танців, іноді невелику естраду і приміщення для артистів. Майданчик для танців часто акцентують іншим характером освітлення або більш концентрованим їхнім розміщенням, іншим рішенням стелі, піднімають або опускають підлогу майданчика по відношенню до рівня підлоги всього залу та ін. засобами.

При залах ресторанів, як правило, є банкетні зали, які розташовують або окремо, або виділяють із загальної площі за допомогою розсувних перегородок, що дозволяє використовувати ці приміщення за різними варіантами. Іноді за допомогою перегородок банкетні зали розділяють на дрібніші приміщення, які можуть експлуатуватися разом або окремо.

При розташуванні виробничих приміщень у ресторані (як і в інших закладах ресторанного господарства) дотримуються принципу послідовного здійснення стадій технологічного процесу виробництва власної продукції, що забезпечує їх раціоналізацію.

3. Служба організації харчування.

Служба організації харчування охоплює кухню, ресторан, бари, кафе, секцію прибирання внутрішніх приміщень і миття посуду, відділ обслуговування масових заходів.

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.

Буфетне або *барне обслуговування* зазвичай полягає у забезпеченні клієнтів спиртними напоями. У барах можуть також готуватися напої для їхнього вживання в ресторані. Такий бар має назву сервісного.

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.

Питання для самоконтролю.

1. Які загальні вимоги до підприємств харчування в туризмі.
2. Дайте характеристику приміщень ресторанного господарства при засобах розміщення.
3. Охарактеризуйте організацію роботи служби харчування.
4. Поняття «Буфетне або барне обслуговування».

Лекція 29.

Тема. Технологія обслуговування клієнтів у підприємствах ресторанного господарства.

План лекції

1. Особливості організації повсякденного обслуговування туристів у підприємствах ресторанного господарства.
2. Види меню та їх характеристика.
3. Порядок та основні правила подавання страв.

1. Особливості організації повсякденного обслуговування туристів у підприємствах ресторанного господарства.

При готелях організовуються підприємства ресторанного господарства для обслуговування гостей, які там мешкають.

У міських готелях працюють ресторани, бари, буфети, а в готелях при аеропортах, залізничних, морських та річкових вокзалах - кафе, закусочні, буфети.

Будівельними нормами і правилами передбачено, що в готелях кількість місць у ресторані та кафе має відповідати місткості готелів, а в буфетах складати не менше 10% місткості готелю.

Заклади ресторанного господарства при готелях повинні відкриватися не пізніше 8-ї години, щоб проживаючі в ній могли отримати сніданок. У кожному конкретному випадку вирішується питання про необхідність відкриття в ранкові години ресторану повністю або частково (одного залу або кількох столиків). Якщо в готелі кілька буфетів, то години їх роботи встановлюють індивідуально, а перерви не повинні збігатися.

У приготельних ресторанах в ранкові години, як правило, пропонують обмежений асортимент страв нескладного приготування, можна також організувати обслуговування комплексними сніданками. На сніданок пропонують кисломолочну продукцію, яйця, вершкове масло, ковбасу, сир та іншу гастрономічну продукцію, салати, соки, страви з яєць, каші, сосиски, гарячі напої. Якщо в меню є скомплектовані сніданки, то страви, що входять до їх складу, не повинні повторюватися протягом тижня.

Як правило, харчування в приготельних ресторанах здійснюється по типу «шведський стіл» і сніданок включається у вартість проживання.

Порядок обслуговування в таких ресторанах такий самий, як і в інших.

У кожному готелі є *лобі-бар*, який розміщується в холі і призначений для обслуговування ділових зустрічей, відпочинку перед обідом або вечерею. Тут можна спокійно насолодитися десертом, коктейлем, випити кави або чаю.

У *барі готелю* добре обговорювати справи. Готелю вигідно утримувати бар, тому що продаж напоїв дає додатковий прибуток. Для підвищення ефективності роботи бару і контролю за напоями, які відпускаються, використовують автоматичний розлив, що забезпечує точне їх дозування. Автомати унеможливають недолив або перелив напою, заощаджують живу працю, тому що для обслуговування автоматичної системи потрібно менше працівників.

Поєтажні буфети, як правило, починають роботу з 7-ї ранку і закінчують о 22-23-й годині з перервою. Для кожного буфету встановлюють асортимент страв і напоїв. Він не повинен бути широким, але різноманітним. Кожний буфет складається із залу, підсобного приміщення і мийної. Він має бути обладнаний прилавком, пристінною вітриною для товарів, охолоджуваною вітриною, для приготування кави - експрес - кавоваркою. У торговельному залі встановлюють кілька столів зі стільцями або високі столи. Підсобне приміщення обладнується електроплитою, електрокип'ятильником, холодильною шафою. До штату працівників входить буфетник, прибиральниця (вона ж миє посуд), а в деяких випадках - кухар. Працює буфет за методом самообслуговування.

У великих готелях на кожному поверсі можуть організовуватися кафетерії з лінією самообслуговування, яка складається з охолоджуваного прилавка для холодної, кисломолочної продукції і прилавка для відпуску гарячих страв. Частина готової продукції буфет одержує з кухні ресторану, частина страв готується на місці: сосиски, яйця, яєчня, бутерброди.

Обслуговування в номерах здійснюється за замовленнями проживаючих у готелях за додаткову оплату.

Приймання замовлень на обслуговування в номерах здійснюється:

- в поєтажних буфетах, де встановлюється телефон або сигналізація для виклику в номер чергового офіціанта;
- безпосередньо в ресторанах через чергового адміністратора або метрдотеля (за телефоном або особисто);
- у спеціальних диспетчерських пунктах по обслуговуванню в номерах.

Вибір форми приймання замовлень залежить від місцевих умов (місткість готелю, розташування номерів, зв'язок з поверхами). Залежно від розташування номерів, можливостей швидкого зв'язку з

поверхами можуть виділятися спеціальні приміщення для офіціантів, які обслуговують у номерах готелю. Вони обладнують шафами або сервантами для зберігання посуду, столових наборів, білизни, виробничими столами, електрокип'ятильниками, настільними електроплитами, на яких варять яйця, готують яєчню. Холодильні шафи призначені для зберігання мінеральної і фруктові води, соків, молочнокислої продукції.

Приймання замовлень у невеликих готелях найчастіше здійснюється безпосередньо в ресторані; їх приймає метрдотель або адміністратор. У великих готелях організовують спеціальні диспетчерські пункти, де чергують офіціанти. У цьому випадку посуд, столові набори, білизну для сервіровки офіціанти підбирають у сервізній, холодні закуски, гарячі страви подають з кухні, кондитерські вироби й інші покупні товари - з буфету ресторану.

Замовлення фіксуються у книзі попередніх замовлень.

У разі виклику по телефону або шляхом сигналізації черговий, взявши меню, приходить у номер, допомагає у виборі страв і напоїв, уточнює час обслуговування, приймає замовлення. Потім передає його на кухню та у буфет ресторану.

Санітарно-гігієнічні правила вимагають, щоб страви і продукти подавали в номери у посуді з кришкою або накритому серветкою. Для доставки використовують візки невеликих розмірів, що входять у кабінку ліфта.

Спочатку офіціант приносить у номер посуд, скатерку, серветки, мінеральну воду, фрукти і сервірує стіл. Потім приносить або привозить страви в порядку, прийнятому при обслуговуванні. За бажанням замовника офіціант обслуговує його в номері (розкладає страви в тарілки, наливає напої) або йде, повертаючись у визначений час чи по виклику, що забрати посуд і зробити розрахунок.

Процес обслуговування проходить найбільш ефективно, якщо цю роботу виконують два офіціанти. При цьому один підбирає предмети сервіровки, одержує і доставляє замовлення, другий сервірує стіл і обслуговує.

2. Види меню та їх характеристика.

Залежно від контингенту споживачів, типу підприємства і форм обслуговування меню поділяють на такі види: з вільнішим вибором страв; скомплектованих обідів (сніданків, вечерь); денного раціону; дієтичне; дитячого харчування; банкетне; спеціальних видів обслуговування.

Меню з вільним вибором страв застосовують у загальнодоступних підприємствах громадського харчування (ресторанах, їдальнях, кафе, закусочних). У ресторанах, барах та кафе з обслуговуванням офіціантами різновидом меню з вільним вибором є *меню замовлених страв*, що складається відповідно до прейскуранта. До нього включають різноманітний асортимент фірмових та холодних страв, закусок, перших, других та солодких страв, напоїв, кондитерських виробів із зазначенням їхньої ціни і виходу. Всі страви, що включаються в замовлене меню, готують за індивідуальними замовленнями і подають через 15-20 хвилин.

Меню скомплектованих обідів рекомендується застосовувати при масовому обслуговуванні в їдальнях при промислових підприємствах, у студентських і шкільних. Воно складається з урахуванням контингенту, споживачів та збалансованого харчування. При складанні комплексних обідів, сніданків або вечерь враховують вартість раціону, різноманітність і правильний підбір продуктів, що входять у страви, забезпечення їх смакового поєднання. Меню комплексних обідів рекомендується складати на 7-10 днів, що дозволяє урізноманітнити асортимент страв по тижнях.

У денні години в ресторанах також можна застосовувати меню комплексних обідів, що прискорює обслуговування.

Меню денного раціону складається для учасників з'їздів, конференцій, туристів та ін. Харчування може бути три- або чотириразовим. При складанні цього виду меню враховують вартість раціону, особливості контингенту споживачів (вікові, національні, рід занять). Виходячи з вимог раціонального харчування в меню сніданку, наприклад, входять натуральні соки, кисломолочна продукція, масло вершкове, гастрономічні продукти (сир, ковбаса, шинка та ін.), холодна закуска, страва із яєць і страва нескладного готування (сосиски, сардельки та ін.), гарячі напої.

Обід, як правило, містить закуску, першу і другу страви, десерт, хліб. При підборі страв необхідно враховувати калорійність, вміст білків, жирів та вуглеводів. Вечеря має включати закуску, гарячі страви, напій, хліб. На вечерю не слід пропонувати смажені, гострі та жирні страви, страви із грибів.

Меню чергових страв у ресторані складається для швидкого обслуговування відвідувачів. До нього включаються страви, готові до відпуску. Важливо, щоб їх асортимент був досить широким.

Меню банкету складається в кожному конкретному випадку при прийомі замовлення, з урахуванням характеру свята та побажань замовника. До нього включають кілька холодних закусок (для розширення асортименту їх можна замовляти з розрахунку 1/2 і 1/3 порції на людину), одну гарячу закуску, для банкету-обіду - суп, другі гарячі страви з риби, м'яса, птиці, десертні страви, фрукти та напої. Так само, як і при складанні меню інших видів, тут дотримуються певного порядку розміщення закусок і страв.

Меню для спеціальних видів обслуговування складається, наприклад, для зустрічі Нового року, святкування весілля, дня народження, торжеств у дні традиційних свят. Тут має враховуватися характер свята. Меню для спеціальних форм обслуговування характеризується різноманітністю холодних закусок; із гарячих страв зазвичай включаються два-три види - рибна, м'ясна, із птиці, на десерт - фрукти, морозиво, кондитерські вироби, гарячі напої, вина. У меню зазначається не тільки асортимент закусок і страв, а й кількість порцій, тому що деякі закуски готують з розрахунку 1/2 або 1/3 порції на людину.

У сучасних ресторанах часто використовуються меню, прийняті в міжнародній практиці:

- *а-ля карт (a la carte)* - із карти-меню страв і напоїв гості вибирають те, що їм більше до вподоби, після чого замовлення передається на кухню і відразу ж починається готування і сервірування замовлених страв і напоїв. Офіціант активно допомагає гостям їх вибирати;
- *а парт (a part)* - гості роблять замовлення, обслуговування здійснюється в сурого визначений час;
- *табльдом (table d'hote)* - відрізняється від попереднього тим, що всі гості обслуговуються в один і той же час і по тому самому меню;
- *«шведський стіл»* - гості самі вибирають із великого асортименту страв ті, котрі їм сподобалися;
- *буфетне обслуговування* - засноване на самообслуговуванні. Асортимент страв і закусок поповнюється офіціантом або буфетником, який також виконує ряд інших функцій: відкриває пляшки з напоями, готує чай або каву, прибирає використаний посуд та столові набори.

Меню ресторану та інших підприємств громадського харчування - це не просто перерахування страв. Це візитна картка підприємства, один із засобів реклами. Тому його зовнішній вигляд повинен справляти гарне враження.

Оформлення меню визначається характером підприємства. У підприємствах «люкс» і вищого класу меню і прейскурант повинні мати емблему або фірмовий знак підприємства, друкуватися типографським способом; обкладинка меню виготовляється з крейдованого паперу, картону або кожзамінника. Художнє оформлення папки меню має відображати стиль і тематичну спрямованість роботи ресторану, бару чи кафе. Так, при оформленні меню в ресторанах з національною кухнею використовують національний орнамент. У верхній частині розкритого меню рекомендується дати коротку інформацію про роботу підприємства. Меню має також містити інформацію про фірмові страви, напої, яку доцільно доповнити відповідними малюнками, фотографіями, цікавою іс-

торичною довідкою про ту або іншу страву, щоб привернути до неї увагу. Кількість папок меню повинна відповідати кількості столів у залі; меню має бути в належному стані.

На бланках преїскурантів порціонних страв і винно-горілчаних виробів при перерахуванні страв і напоїв залишають незаповненими кілька рядків, щоб мати можливість включити деякі вироби додатково. Ціни на страви проставляють машинописом. Якщо в преїскуранті на конкретний день відсутні якісь страви, зазначені в переліку, ціни напроти них не проставляються.

Для зручності обслуговування іноземних туристів меню і преїскуранти друкуються українською, російською, англійською, французькою та німецькою мовами.

3. Порядок та основні правила подавання страв.

Послідовність подачі страв і напоїв

Дотримання правил подачі страв є показником високої культури обслуговування. При цьому важливо також дотримуватися послідовності при подачі страв.

I. Холодні страви і закуски:

1. Ікра зерниста осетрових риб, паюсна, лососевих риб; масло вершкове; овочі свіжі; риба малосолена, відварна, заливна, під майонезом, під маринадом; рибна гастрономія і консерви в олії; оселедець натуральний та з гарніром; нерибні продукти моря; салати рибні.

2. М'ясо відварне, холодець, копченості, м'ясна гастрономія, м'ясо смажене, асорті м'ясне, салати м'ясні.

3. Птиця відварна, птиця і дичина заливні, фаршировані, смажені, асорті та салати з птиці і дичини.

3. Салати з овочів, вінегрети, соління і маринади, грибні закуски, сир.

II. Гарячі закуски:

1. Рибні

2. М'ясні

3. З птиці і дичини

4. З овочів, грибів

5. Ячні

6. Борошняні

III. Супи:

1. Прозорі

2. Пюре

3. Заправні

4. Молочні

5. Холодні

6. Солодкі

IV. Другі гарячі страви:

1. Риба відварна, припущена, фарширована, смажена, запечена.

2. М'ясо відварне, припущене, смажене в соусі, смажене натуральне, тушковане, запечене.

3. Птиця і дичина: птиця відварна, припущена, фарширована, птиця і дичина смажені, тушковані.
4. Овочі відварні, припущені, смажені, тушковані, запечені.
5. Страви із круп, бобових, макаронних виробів, борошняні, з яєць і сиру.
- V. Солодкі страви:
 1. Гарячі
 2. Холодні
- VI. Фрукти
- VII. Гарячі напої

Питання для самоконтролю.

1. Які особливості організації повсякденного обслуговування туристів у підприємствах ресторанного господарства.
2. Охарактеризуйте види меню.
3. Порядок та основні правила подавання страв.

Лекція 30.

Тема. Банкети і прийоми. Спеціальні види послуг і форм обслуговування.

План лекції

1. Організація і види банкетів.
2. Організація обслуговування за типом «шведський стіл».
3. Послуги з організації харчування учасників з'їздів, конференцій, фестивалів, форумів та нарад.

1. Організація і види банкетів.

Банкети залежно від форми обслуговування можна поділити на кілька видів: банкет-прийом за столом з повним обслуговуванням офіціантами; банкет-прийом за столом з частковим обслуговуванням офіціантами; фуриєт; коктейль; банкет-прийом зі змішаним обслуговуванням; банкет - чай. Перші два з них, у свою чергу, можуть бути сніданком, обідом або вечерею.

Організація будь-якого банкету включає прийом і оформлення замовлення, підготовку до проведення та обслуговування. Організована і чітка робота з підготовки й обслуговування банкету залежить від того, наскільки докладно і вчасно обумовлені і погоджені всі деталі між замовником і адміністрацією ресторану. Тому бажано, щоб той, хто буде безпосередньо керувати підготовкою банкету й обслуговуванням гостей, був докладно поінформований про особливості цього замовлення.

Замовлення на обслуговування весіль, ювілеїв та інших торжеств приймає директор, метрдотель або адміністратор, а на великому підприємстві ресторанного господарства, де є стіл замовлень, - черговий адміністратор столу замовлень. При оформленні замовлення із замовником погоджуються дата обслуговування торжества, кількість учасників, вид обслуговування, привід для влаштування банкету (ювілей, зустріч, проводи або весілля і т.ін.), місце проведення (найменування або номер залу, кабінету), час початку і закінчення обслуговування, зразкове меню і попередня вартість замовлення з націнками на продукцію, встановленими для даного підприємства.

При прийомі замовлення замовнику пропонують ознайомитися з приміщенням для банкету, погоджують з ним план розміщення столів, місця для почесних гостей (якщо це банкет за столом, то план розміщення гостей за кожним столом окремо, виходячи з норми 60-80 см на одну людину), зразкове оформлення банкетного залу. Уточнюється, чи буде поданий гостям коктейль-аперитив, чи потрібні квіти для прикрашання залу, музика і місце для танців. У замовленні вказуються номер телефону, адреса відповідального замовника, його прізвище, дата і час початку банкету, кількість учасників та спосіб розрахунку. При виїзних прийомах- банкетах варто передбачити оплату витрат, пов'язаних з виїздом, боєм і втратою посуду, понаднормовою роботою обслуговуючого персоналу. Замовлення на банкет може бути прийняте задовго до його проведення. Однак меню страв, які будуть подаватися, і преїскурант вин зазвичай погоджують із замовником за 2-4 дні до призначеної дати, виходячи з наявності продуктів у

ресторані і передбачуваного їх надходження. Індивідуальний замовник при попередньому оформленні замовлення повинен внести в касу підприємства аванс у розмірі не менше 50% вартості замовлення на підставі виписаного бухгалтерією прибуткового касового ордера.

Замовлення на обслуговування торжества від підприємства (організації, установи) приймається за наявності гарантійного листа, в якому вказуються дата і час обслуговування, кількість учасників, вартість замовлення, прізвище особи, уповноваженої на його оформлення, номер розрахункового рахунка підприємства (організації, установи). Вартість погодженого замовлення оплачується повністю не пізніше ніж за три дні до його виконання по безготівковому розрахунку.

При підготовці до банкету слід визначити кількість офіціантів та інших працівників, необхідних для його обслуговування. Кількість офіціантів розраховують залежно від складності меню, частоти зміни столових наборів; віддаленості банкетного столу від роздачі, сервізної, посудомийної, буфетів, розміщення підсобних столів, забезпеченості посудом, столовими наборами і т.ін. Банкети за столом з повним обслуговуванням офіціантами найчастіше влаштовуються на дипломатичних та офіційних прийомах, де гостей розсаджують за столом відповідно до протоколу. Але це не означає, що цей вид обслуговування не застосовується при обслуговуванні банкетів, які мають товариський характер, з довільним розміщенням гостей. Кількість учасників таких банкетів звичайно коливається від 8 до 50 осіб і лише в рідких випадках вона може складати понад сто осіб.

У меню банкету включається порівняно невелика кількість холодних закусок, одна гаряча, для банкету-обіду - обов'язково суп, другі гарячі і десертні страви, фрукти, напої. Необхідно дотримуватися певного порядку подачі страв і закусок. На початку банкету подається холодна рибна закуска і свіжі овочі, потім закуски із м'яса, птиці, дичини. Після холодних подають гарячу закуску, за нею - суп, після супу - гарячі страви із риби, м'яса, птиці, дичини та овочів. Закінчується банкет подачею десерту, фруктів і гарячих напоїв - кави, чаю.

Банкет-прийм з частковим обслуговуванням офіціантами

Банкети з такою формою обслуговування зазвичай організують у випадку, якщо вони мають товариський або сімейний характер. Це може бути сніданок, обід, вечеря або просто частування на честь якої-небудь знаменної дати, зустрічі, проводів, весілля і т.ін. Розміщення гостей за столом на таких банкетах довільне, але для почесних гостей і хазяїна виділяють місця в центрі столу, а при влаштуванні банкету на велику кількість учасників з кількома столами - окремий центральний стіл.

На відміну від банкету за столом з подачею всіх закусок, страв і напоїв офіціантами, де асортимент холодних закусок порівняно обмежений, в меню цього банкету можуть бути включені найрізноманітніші холодні закуски, соління, маринади і т.ін. Щоб урізноманітнити асортимент закусок, рекомендується на кожного учасника банкету замовляти по одній порції, а деяких і того менше. Те саме стосується і напоїв. Крім холодних закусок, можна запропонувати гарячі, одну або кілька гарячих страв, десерт, фрукти. На закінчення банкету за цим же столом або в окремому залі рекомендується подавати гарячі напої - каву, чай, а також тістечка, торт, рулет і т.ін.

Розрахунок посуду, столових наборів та білизни, необхідних для обслуговування банкету, в основному той самий, що й при обслуговуванні банкету з подачею всіх закусок, страв і напоїв офіціантами. Однак слід зазначити, що розрахунок кількості блюд, салатників, ваз і т.ін. та їх ємності для холодних закусок здійснюється не залежно від кількості офіціантів, які подають закуски і страви, а від кількості учасників банкету, загального розміру банкетного столу і кількості порцій замовлених закусок. Вважається нормою, якщо блюдо, салатник, ваза з однією і тією ж закускою будуть, повторюючись, розставлені для 6-10 осіб, які сидять за столом. Це дасть можливість кожному самому або за допомогою сусіда взяти будь-яку закуску, яка сподобалася, без допомоги офіціанта. Що стосується посуду індивідуального користування для других гарячих страв і десерту, порядок розрахунку залишається таким же.

Визначаючи кількість офіціантів, необхідних для обслуговування такого банкету, слід виходити з того, що кожний офіціант виконує всі роботи по обслуговуванню гостей у закріпленому за ним секторі. Практично прийнятна норма на одного офіціанта - 9-12 гостей. Банкети з такою формою обслуговування найбільш поширені порівняно з іншими.

Організація фуршетів

Останнім часом все частіше влаштовуються прийоми-банкети, на яких гості їдять і п'ють стоячи. Такі банкети мають ряд переваг. По-перше, на тій самій площі банкетного залу можна обслужити значно більшу кількість гостей. По-друге кожний учасник в ході банкету має можливість підійти для бесіди до будь-кого з гостей, вибрати будь-яке місце в залі, самостійно взяти закуски, які йому сподобалися, напої і т.ін. До того ж, запрошені можуть піти з банкету в будь-який час (банкет триває 1,5-2 години). Слід зазначити, що витрати в розрахунку на одного гостя при організації фуршету значно менші порівняно зі звичайним банкетом.

Банкет-коктейль

Різновидом банкету-фуршету є банкет-коктейль. Він більш економічний, не потребує великої різноманітності і кількості меблів, посуду, столових наборів і білизни. Вимоги до приміщення, в якому проводиться банкет-коктейль, і підготовка його такі самі, як і при організації банкетів, описаних раніше.

Основними відмінностями банкету-коктейлю є асортимент закусок і своєрідне обслуговування. У залі банкетних столів не ставлять, а обмежуються невеликими окремими столиками, розставленими в зручних місцях: попід стінами, біля колон, у нішах і т.ін. До початку банкету на них кладуть сигарети, сірники, попільниці, паперові серветки. Ні тарілки, ні набори індивідуального користування на банкеті-коктейлі не застосовуються.

Всі закуски, викладені на блюдах, а також напої в чарках і келихах на підносах пропонують гостям офіціанти, замість виделок гості користуються спеціальними банкетними шпажками.

Банкет чай

Банкет-чай зазвичай організовується жінкою для жінок, але не виключена можливість запрошення і чоловіків. Кількість гостей на таких банкетах, як

правило, невелика. Час для його проведення найчастіше призначають від 16-ї до 18-ї години, тривалість - не більше двох годин.

Меблі, рекомендовані для банкету-чаю: невеликі круглі або овальні столи (за їх відсутності можна використовувати столи квадратної або прямокутної форм), стільці, крісла, напівкрісла, дивани. Скатертини і серветки мають бути кольорові, ніжних відтінків.

Іноді столи з полірованими, мармуровими, скляними та інкрустованими поверхнями скатертинами не застеляють. Якщо кількість гостей більша восьми, можна накрити кілька окремих столиків (по 4-10 осіб за кожним).

До чайного столу подають: калачі, пироги, сухарі, торти, тістечка, бісквіти, кекси, печиво, цукерки, солодкі горішки, мигдаль, яблука в слойці, усіякі фрукти і ягоди, суфле, креми і т.ін. Зі спиртних напоїв - десертні, напівсолодкі і напівсухі вина, лікери, коньяки. На банкеті, влаштованому на честь якого-небудь ювілею, можна подавати шампанське. Холодні закуски на чайний стіл подавати не рекомендується. Окремим гостям на їхнє прохання замість чаю може бути подана кава.

Банкет-прийом „шведський стіл"

Така форма обслуговування, як «шведський стіл», при якому гості їдять і п'ють стоячи, цілком прийнятна і при організації банкетів. Для обслуговування банкету-прийому з кількістю учасників понад 50 він найбільш зручним варіантом. Цей вид банкету має такі переваги: для підготовки й обслуговування гостей потрібно значно менше висококваліфікованих офіціантів, кухарів та інших працівників; для приготування закусок і страв у тому ж асортименті й кількості, що й для звичайного банкету-прийому, треба менше виробничої площі; значно скорочується потреба в банкетному посуді як за кількістю, так і асортиментом; страви в багатопорціонному посуді не втрачають привабливості при доборі певної кількості порцій; за допомогою нескладних нагріваючих засобів легко підтримувати потрібну температуру протягом прийому (безпосередньо в залі); учасникам банкету надається можливість вибрати не тільки холодні, а й гарячі страви та десерт.

Організація й обслуговування учасників банкету-прийому «шведський стіл», по суті, аналогічні звичайному банкету-прийому. У меню, як звичайно, включаються холодні закуски, гарячі і десертні страви в кількості 10-15 найменувань, фрукти, спиртні та прохолодні напої, соки. Для найбільшої зручності на кожен банкетний стіл у розрахунку на 50-100 осіб виставляють по 2-4 страви одного найменування. Закуси і страви викладають у посуд великих розмірів: багатопорціонні блюда порцелянові і металеві, великі салатники і вази, які ставлять на дерев'яні (краще торцеві) дошки. Фрукти викладають у великі декоративні неглибокі кошики. Готові продукти, такі як окіст, язик відварний, ростбіф, тушки або шматки риби, викладені ланцюжком, на банкетний стіл краще ставити цілими. їх укладають на дерев'яні дошки і нарізають частково (не більше половини викладеного продукту). Можливість відрізати порцію надають гостям. Для цього до страви кладуть добре заточений ніж.

2. Організація обслуговування за типом «шведський стіл».

У багатьох ресторанах, особливо приготельних, широко застосовуються форма обслуговування, яка отримала назву «шведський стіл».

У ресторанах і кафе, в яких постійно снідає, обідає і вечеряє велика кількість відвідувачів, а також гіри організації харчування цільових груп ця форма обслуговування має ряд переваг: вона збільшує пропускну спроможність торгівельного залу, прискорює обслуговування та потребує меншої кількості кваліфікованого персоналу.

Сьогодні на ринку пропонується великий асортимент професіонального ресторанного обладнання для цієї форми обслуговування. Це пересувне устаткування з лампами для освітлення і підігрівання страв, набором ємностей (лотків, контейнерів) для зберігання їжі; для холодних страв встановлюють охолоджувані секції. Асортимент продукції, який пропонується відвідувачам, достатньо різноманітний.

Сніданок - масло вершкове, ковбаса, шинка, сир, салати, овочі, млинчики, сирники, каші, м'ясні, овочеві, молочні, ячні страви, кисломолочна продукція, соки; борошняні кондитерські вироби.

Обід - різноманітні салати зі свіжих овочів, вінегрет, оселедець, риба під маринадом, масло вершкове, сир, сметана; з перших страв - бульйон з грінками та пиріжками, пюре, борщі; із других страв - риба смажена, м'ясо відварне, голубці, котлети картопляні, морквяні; гарніри - картопля смажена, каші розсипчасті, капуста тушкована; на десерт - компот, кисіль, желе і гарячі напої (кава, чай).

Вечеря - масло вершкове, сир, ростбіф, буженина, кисломолочна продукція, гарячі страви з риби та натурального м'яса, овочі тушковані, запіканки, страви із сиру, випічка в асортименті, чай, фрукти, соки.

Важливо, щоб асортимент страв і напоїв був різноманітним. Споживач повинен мати можливість спробувати потроху кілька страв - це одна з переваг «шведського столу». Асортимент продукції необхідно змінювати по днях тижня.

Нижче наводиться докладний опис організації обслуговування за типом «шведський стіл». Особливих вимог до торгівельних залів по цьому методу не існує. Вони мають бути світлими, добре вентиляльованими і, звичайно, достатньо просторими, щоб створити для відвідувачів необхідні зручності. Для підвищення продуктивності праці обслуговуючого персоналу використовуються сервіровочні візки. Тому важливо, щоб торгівельний зал, виробництво, сервізна і мийна були розміщені на одному рівні.

3. Послуги з організації харчування учасників з'їздів, конференцій, фестивалів, форумів та нарад.

Учасників з'їздів, форумів, нарад, що мешкають у готелі, забезпечують триразовим харчуванням - сніданком, обідом та вечерею. Обіди і вечері можуть бути організовані в інших ресторанах. Для своєчасної організації харчування адміністрація ресторану має бути заздалегідь повідомлена про терміни і режим роботи з'їзду (конференції та ін.) та чисельності учасників. Визначається час відвідання ресторану, вартість денного раціону і порядок розрахунку. Меню для учасників таких заходів складається заздалегідь і погоджується із замовником. Можуть бути запропоновані варіанти комплексних сніданків, обідів та вечері.

Необхідність одночасного обслуговування великої кількості людей, які мають обмаль часу, потребує швидкості і чіткості роботи офіціантів. З цією метою уточнюється графік виходу на роботу, щоб забезпечити максимальну присутність

працівників у період сніданку та обіду. Чисельність обслуговуючого персоналу розраховують, виходячи з норми обслуговування: один офіціант може обслужити одночасно не більше восьми відвідувачів. Для збирання посуду виділяють підсобних працівників, надаючи таким чином можливість офіціантам займатися тільки подачею страв і розрахунком. Для прискорення обслуговування столи сервірують заздалегідь. До сніданку, наприклад, відповідно до меню ставлять чашки для чаю або кави, підставки для яєць, розетки з джемом, цукор, молочнокислі продукти. Чай можна подавати у чайниках, каву в кавниках, щоб відвідувачі могли самі налити напої. Хліб також нарізають завчасно і викладають на тарілки або в хлібниці, ставлять на столи і накривають серветками.

Заздалегідь сервірують столи і до обіду. На них ставлять пляшки (охолоджені і протерті) з мінеральною та фруктовую водою, фрукти, хліб, закуски на тарілках або в салатниках, солодкі страви (компот, кисіль, мус, желе).

Прискоренню обслуговування сприяє пристрій для додаткової роздачі у залі. Це можуть бути мармити для перших страв, охолоджені вітрини для напоїв.

Харчування може бути організоване як за готівку, так і за безготівковим розрахунком (талонах). Офіціант здає касиру талон як гроші. З кухнею і буфетами він розраховується за відпущені страви касовими чеками. Якщо харчування організовується за готівку, то офіціант робить розрахунок у звичайному порядку, тобто представляє рахунок і одержує гроші.

У перервах між засіданнями може працювати спеціально організований буфет-фуршет або влаштовуються кава-брейки та бізнес-брейки.

Залежно від кількості відвідувачів, площі і форми приміщення ставлять один або кілька столів завдовжки 2-6 м, використовуючи фуршетні столи. За їх відсутності столи складають із квадратних або прямокутних столів. Їх накривають скатерттинами, як на банкет-фуршет, виставляють холодні закуски невеликими порціями (у салатниках), хліб, на великих блюдах - порціонні гастрономічні вироби, бутерброди, у вазах - фрукти, тістечка, пиріжки. На торцях столів ставлять термоси з кавою, бульйонами, чашки для бульйону і кави, глечики з соком.

Біля фуршетних столів на допоміжних столиках розміщують закусочні і пиріжкові тарілки, закусочні виделки і ножі групами, фужери та склянки. Невеликими купками кладуть паперові серветки.

Кожний стіл обслуговують не менше трьох офіціантів: один слідкує за поповненням продукції, другий збирає використаний посуд, третій робить розрахунок.

Для прискорення обслуговування практикують організацію окремих столів по відпуску бульйонів і пиріжків, продаж гарячих сосисок, закусок в однопорційних сковорідках та кокотницях. У цих випадках їжу відпускає кухар, а розрахунок робить офіціант. Додатково організовують чайні столи та продаж морозива.

Типові меню при обслуговуванні учасників з "іздів, конференцій, фестивалів, форумів та нарад

КАВА-БРЕЙК

Напої під час перерви або заходу

Мінеральна вода або сік

Кава з вершками або чай з лимоном

Ранкова пауза (з 8.00 до 10.00)

Круасани

Мінеральна вода або сік

Кава з вершками або чай з лимоном

Варіант 2.1

Здобне печиво

Мінеральна вода або сік

Кава з вершками або чай з лимоном

Варіант 2.2

Здобні борошняні вироби на вибір (булочка з маком, родзинками, корицею)

Мінеральна вода або сік

Кава з вершками або чай з лимоном

Варіант 2.3

Тістечко

Мінеральна вода або сік

Кава з вершками або чай з лимоном

Варіант 3.1

Свіжі сезонні фрукти

Здобні борошняні вироби на вибір (булочка з маком, родзинками, корицею)

Мінеральна вода або сік

Кава з вершками або чай з лимоном

Варіант 3.2

Свіжі сезонні фрукти Тістечка

Мінеральна вода або сік

Кава з вершками або чай з лимоном

Варіант 3.3

Свіжі сезонні фрукти

Здобне печиво

Мінеральна вода або сік

Кава з вершками або чай з лимоном

БІЗНЕС-БРЕЙК

Варіант 5.1

Канане з лососевою ікрою або сьомгою х\к Бутерброд з шинкою або ковбасою з\к

Бутерброд з сиром Свіжі сезонні фрукти

Пиріжки в асортименті (з м'ясом, фруктами, джемом)

Здобне печиво

Мінеральна вода або сік

Кава з вершками або чай з лимоном

Варіант 5.2

Канане з лососевою ікрою або сьомгою х\к Бутерброд з шинкою або ковбасою с\к

Бутерброд з сиром Свіжі сезонні фрукти

Пиріжки на вибір (з м'ясом, фруктами, джемом)

Тістечка

Мінеральна вода або сік

Кава з вершками або чай з лимоном

Варіант 4.1

Бутерброд з шинкою або ковбасою

Бутерброд з сиром

Фрукти по сезону

Тістечка

Мінеральна вода або сік

Кава з вершками або чай з лимоном

Варіант 4.2

Бутерброд з шинкою або ковбасою с\к Бутерброд з сиром Свіжі сезонні фрукти

Здобні борошняні вироби на вибір (булочка з маком, родзинками, корицею)

Мінеральна вода або сік

Кава з вершками або чай з лимоном

Варіант 4.3

Бутерброд з шинкою або ковбасою с\к

Бутерброд з сиром

Фрукти по сезону

Здобне печиво

Мінеральна вода або сік

Кава з вершками або чай з лимоном

Харчування спортсменів - учасників змагань організовується по безготівковому розрахунку (талонах), як правило, за місцем проживання в залах, де встановлені лінії самообслуговування. Харчування глядачів спортивних заходів організовують у буфетах і кафетеріях, через широко організовану роздрібну мережу з продажу бутербродів, булочок, кондитерських виробів, гарячих сосисок і напоїв.

Питання для самоконтролю.

1. Охарактеризуйте організацію і види банкетів.
2. Процес організації обслуговування за типом «шведський стіл».
3. Які існують послуги з організації харчування учасників з'їздів, конференцій, фестивалів, форумів та нарад.

Лекція 31.

Тема. Культура обслуговування в готельному господарстві.

План лекції

1. Суть та значення культури обслуговування.
2. Сутність якості обслуговування.
3. Фактори впливу якості обслуговування в готельних комплексах.

1. Суть та значення культури обслуговування.

Культура обслуговування — це організаційна культура, спрямована на обслуговування клієнтів на основі вироблення певних правил, процедур, практичних навичок і вмінь. Вона диктується політикою підприємства, підтримується системою заохочень персоналу обслуговування поряд з іншими заходами.

Нині поширене розуміння культури обслуговування у вузькому змісті як сукупності правил ввічливості (етики поведінки). Однак це поняття варто розглядати значно ширше, в усіх проявах складових його елементів.

Слово «культура» в перекладі з латинського означає «обробка, оброблення, удосконалювання, виховання, утворення». Культура характеризує ступінь розвитку тієї чи іншої сфери життєдіяльності людини та самої людини.

Культура обслуговування — це невід'ємна частина загальної культури суспільства. Її варто розглядати як певний рівень розвитку (ступінь досконалості) процесу обслуговування, що одержує вираження в психологічних, етичних, естетичних, організаційно-технічних та інших аспектах. На підприємствах харчування всі ці аспекти взаємозалежні і взаємозумовлені.

Культура обслуговування виробляється кожним підприємством. На одному підприємстві вона може бути дуже низькою, на іншому ж — досить високою. Прояв високої культури обслуговування визначається через поведінку персоналу, що чітко знає, як діяти в будь-якій ситуації і що від нього очікують клієнти, а також тим, що висока культура робить усіх працівників цілеспрямованими і змушує з повагою ставитися до свого підприємства.

Культура обслуговування — це складне комплексне поняття. Його складові:

- ✓ безпека та екологічність при обслуговуванні;
- ✓ естетика інтер'єру, створення комфортних умов обслуговування;
- ✓ наявність достатньої кількості столового посуду, приладів і столової білизни;
- ✓ знання психологічних особливостей особистості і процесу обслуговування;
- ✓ знання і дотримання персоналом етичних норм обслуговування;
- ✓ знання і дотримання правил, що встановлюють порядок і черговість обслуговування гостей;
- ✓ знання спеціальних правил пропозиції і відпустки різних блюд і напоїв, а також технічних навичок і прийомів їхньої подачі;
- ✓ знання основних правил сервіровки столу.

2. Сутність якості обслуговування.

Якість обслуговування туристів у готелях - важливий чинник розвитку туризму

Поняття якості послуг

У наданні готельних послуг найважливішу роль відіграють питання якості. Без якісного обслуговування готель не здатний досягти своїх основних цілей. Світова практика розвитку різних готельних корпорацій і ланцюгів, як правило, свідчить, що отримання прибутку є результатом високої якості обслуговування.

Дослідження показують, що головним чинником вибору клієнтом готелю ще раз є якість наданого йому обслуговування. Якщо привабити нового клієнта можна якісною рекламою чи розкішним інтер'єром, то вдруге він прийде тільки завдяки професійній роботі персоналу і високій якості обслуговування.

Готельні послуги мають ряд особливостей, які дозволяють маневрувати їхньою якістю, знижуючи або підвищуючи їх рівень для різних категорій споживачів з огляду на їхні потреби і купівельну спроможність. Якість послуг неможливо перевірити заздалегідь, оскільки її надання і споживання відбуваються одночасно;

послуги неможливо зберігати, вони характеризуються мінливістю, невідчутністю, невіддільністю об'єкта і суб'єкта (клієнт бере участь у процесі надання послуги) тощо. Отже, якість послуги - це вся сукупність її особливостей, ознак і характеристик, що спираються на її здатність задовольняти заявлену або очікувану потребу клієнта.

Якість обслуговування - це сукупність властивостей і ступеня корисності послуг, що зумовлює здатність якнайповніше задовольняти потреби туристів. Іншими словами, це - відповідність наданих послуг очікуванню або встановленим стандартам. Тому стандарти, їхня реальна форма і зміст є критерієм якості обслуговування у готелі. Критерій оцінки якості наданої послуги для споживача - це ступінь його задоволення, тобто відповідність між отриманим і очікуваним. А критерієм ступеня задоволення клієнта виступає його бажання повернутися ще раз і порадити обраний ним готель своїм друзям і знайомим.

Отже, якість обслуговування в готельному господарстві - поняття комплексне, тісно пов'язане зі споживанням двох видів благ (товарів і послуг) і з двома видами відносин (матеріальних і нематеріальних). Нематеріальний елемент готельних послуг - це атмосфера, привабливість оточення, естетика, комфорт, відчуття, теплота обслуговування, доброзичливість, спокій і висока культура міжособистісного спілкування. До матеріальних належать номерний фонд, товарно-матеріальні ресурси та технологія надання послуг. Фізичні характеристики створюють контактну зону, в якій у процесі обслуговування взаємодіють той, хто надає, і той, хто споживає послуги. Тому правильне визначення критеріїв і показників якості обслуговування є досить складним. З **критерієм** пов'язана найзагальніша якісна характеристика та перспективні напрямки розвитку готельного господарства. Водночас він може виражатися системою показників, що дозволяють визначити якість обслуговування в окремих підприємствах готельного господарства, порівняти їх та виділити передові та відстаючі підприємства. Такими **показниками** для засобів розміщення можуть бути:

- > забезпечення якнайшвидшого розміщення туристів у готелях, мотелях, кемпінгах тощо;
 - > надання організованим туристам, заздалегідь обумовленого (заброньованого) номера;
 - > забезпечення рівня обслуговування, що відповідає вимогам до даної категорії готелю та номера;
 - > дотримання санітарно-гігієнічного порядку в готелях (мотелях), що відповідає високим сучасним вимогам;
 - > наявність необхідної кваліфікації, знання іноземних мов, висока культура спілкування обслуговуючого персоналу з туристами; дотримання зовнішньої території та інтер'єру готелів у належному стані;
 - > надання широкого спектра додаткових туристичних послуг, пов'язаних із перебуванням туриста; створення умов для розваг з урахуванням особливостей контингенту туристів; забезпечення побутовими послугами та ін.

Світовий досвід свідчить, що необхідним інструментом гарантії відповідності якості послуг вимогам нормативно-технічної документації є **сертифікація**. У загальноприйнятій міжнародній термінології сертифікація - це комплекс заходів, що проводяться з метою підтвердження відповідності послуг готелю вимогам або стандартам, технічним умовам.

Розвиток сертифікації в економічному просторі різних держав має на меті забезпечення взаємного визнання результатів сертифікації продукції або послуг, що ґрунтується на гармонізації законодавчої бази, використанні єдиних стандартів і взаємно визнаних механізмів встановлення відповідності. При цьому виробник повинен забезпечити стабільне дотримання необхідних параметрів у допустимих межах і контролювати всі види своєї діяльності на всіх етапах виробництва (надання) послуг.

Конкурентоспроможність готельних послуг визначається рівнем їхньої *якості* і *ціни*. Якість впливає на кінцевий результат (прибуток) і збільшує обсяг продажів. Але підвищення якості пов'язане зі збільшенням витрат на надання послуг. Додаткові витрати, у свою чергу, збільшують собівартість, але з цього впливає і зростання продажів. При цьому збільшується загальна ефективність, що отримується від підвищення якості послуг.

Оптимальне співвідношення критерію «ціна/якість» готельних послуг є визначальним у забезпеченні високого іміджу і підвищенні конкурентного статусу готелю на ринку. Чинники формування якості обслуговування

Комплексний підхід до визначення якості туристичних послуг викликає необхідність класифікувати послуги за вищезначеними кількома **групами**: інформаційні послуги, послуги транспортних перевезень, послуги розміщення, послуги харчування, культурно- масові, фізкультурно-оздоровчі послуги, додаткові послуги. Якість цих послуг залишає в пам'яті туриста найстійкіше враження, оскільки саме вони щоденно задовольняють його першочергові потреби.

Якість обслуговування в готельному господарстві - динамічний показник, що постійно розвивається й удосконалюється. Його рівень різний не тільки в окремих готелях, але й в окремі роки та місяці в одному і тому ж готелі. Це свідчення того, що якість обслуговування формується під впливом багатьох і різних **чинників**. Виокремимо основні з них.

1. Державна політика в туристичній галузі. Одним із завдань державної політики в туристичній галузі є розробка та реалізація загальнонаціональної та регіональних програм стимулювання розвитку різних видів туризму. Це дозволяє кожному регіону визначати свій напрям розвитку туризму й створювати відповідну мережу засобів розміщення, ресторанного сервісу та іншу інфраструктуру туристичної індустрії.

Закон України «Про туризм» визначає державну політику розвитку туризму, спрямовану на раціональне використання та збереження туристичних ресурсів, становлення туризму як високорентабельної галузі економіки.

Так, Карпати, що мають досить цінні рекреаційні та бальнеологічні ресурси, можуть розвиватися як оздоровчий і культурно-туристичний комплекс не тільки українського, але й європейського та світового значення. Значні бальнеологічні та рекреаційні ресурси має Чорноморське-Азовське узбережжя. Однак складна економічна ситуація в цих регіонах гальмує сьогодні розвиток рекреаційного туризму і ставить лише перспективні завдання щодо використання потенційних можливостей таких курортних комплексів, як Одеський, Бердянський та ін. На сьогодні в Одеському регіоні є реальні можливості для розвитку ділового та конгресового туризму. А це потребує створення могутньої, сучасної готельної індустрії та всієї інфраструктури туристичної галузі, що відповідають світовим стандартам.

У Законі України «Про туризм» визначені основні напрямки, форми та методи державної політики в галузі туризму; система, функції та конкретні повноваження відповідних органів виконавчої влади; головні принципи та правила туристичної діяльності. Закон дозволяє перейти від соціально-небезпечного хаотичного стану справ у туристичній сфері до впорядкованої та врегульованої

системи відносин суб'єктів підприємництва, туристів, держави та її органів, і Цей закон сприятиме зацікавленості вкладання як вітчизняного, так і зарубіжного капіталу в будівництво готельних комплексів, і забезпечить атестацію якості послуг туристичних підприємств відповідно до розробленої катетеризації та стандартів якості. Особлива увага звертається на атестацію якості готельних послуг і ресторанного сервісу, Отже, сучасна державна політика спрямована на прискорений розвиток туризму як однієї з найбільш високорентабельних галузей діяльності в світі.

2. Науково-технічний прогрес у готельному господарстві.

Від рівня запровадження досягнень НТП залежить і якість системи управління, планування, аналізу попиту на готельні послуги, підготовки кадрів, технічної оснащеності, експлуатаційного процесу та, можливо, найголовніше розвиток матеріальної бази готельного господарства.

Об'єктивна оцінка готельного будівництва в нашій країні свідчить про значне відставання від світових стандартів у цій сфері. Готелі, збудовані у 80-х роках, морально застаріли ще на стадії будівництва. Тому в таких готелях відсутні великі зали для проведення дискотек, концертних програм, бізнес-центри, не кажучи вже про басейни, гаражі, казино та іншу технічну оснащеність, що дозволяє надавати весь комплекс основних і додаткових послуг. Крім того, терміни будівництва готелів в Україні майже в п'ять разів довші, ніж за кордоном.

Світова готельна індустрія вийшла на сучасний, вищий рівень розвитку, тоді як наше вітчизняне готельне господарство розв'язувало «проблему», пов'язану з рівнем забезпеченості готельними місцями, що називалися «ліжко-місцями». Для її вирішення вже недостатньо дооснащення чи додаткового благоустрою готельного господарства. Потрібні заходи, спрямовані на комплексне переобладнання багатьох готельних підприємств та оснащення їх сучасними меблями, технологічним обладнанням, засобами автоматики та телемеханіки, електронною апаратурою управління, а також туристичним, спортивним інвентарем найновіших зразків. Тільки той туристичний комплекс може розраховувати на успіх і популярність серед населення і зарубіжних туристів, до схеми благоустрою якого входить широкий набір новітніх засобів для занять у будь-яку пору року спортом, оздоровчими процедурами, для творчої й ефективної роботи ділових людей, змістовного дозвілля та культурного відпочинку. І все це - тільки за високого рівня технічного й естетичного стану.

Науково-технічна політика в готельній галузі має бути спрямована на випереджальну схему формування своєї нормативно- правової бази та підвищені вимоги до її рівня порівняно з досягнутими. Причому розробка норм, показників, технічних умов та інших вимог має здійснюватись на основі наукових знань, винаходів, проектних рішень кращого вітчизняного і зарубіжного досвіду, досягнень науки та техніки і в інших галузях.

Отже, тільки впровадження результатів НТП дозволить у най- коротші терміни вивести готельне господарство на міжнародний рівень і за масштабами, і за рівнем його класності, і за якістю обслуговування.

3. Структура засобів розміщення за видами. Різноманітність готелів дозволяє туристам зробити вибір, порівняти умови проживання, рівень послуг і якнайповніше задовольнити попит відповідно до власних доходів, індивідуальних особливостей і виду туризму.

Кожна країна, згідно з умовами і можливостями розвитку туризму, надає перевагу основним або додатковим засобам розміщення. Наприклад, в Іспанії та Австрії пріоритет надано готелям і мотелям, у Греції майже однакова кількість основних і додаткових засобів, а в Італії та Югославії переважають додаткові, тобто кемпінги, приватні квартири. У Болгарії переважають готелі та кемпінги, а в останні роки широко почав використовуватись житловий фонд населення, однак мало інших видів засобів розміщення, таких як мотелі, туристичні селища тощо. В Україні найпоширенішими видами засобів розміщення є готелі, туристичні бази, кемпінги (див. додаток Г, таблиці 1, 2).

Істотно впливає на якість обслуговування катетеризація готелів (мотелів) та номерного фонду.

4. Територіальний розподіл засобів розміщення. Готелі, мотелі, кемпінги, розташовані на морському узбережжі, функціонують упродовж короткого часу, тобто їхня діяльність характеризується яскраво вираженою сезонністю, що негативно позначається на якості обслуговування. Нерівномірне навантаження на працівників знижує їхню кваліфікацію, а коливання в завантаженні готелів, мотелів, кемпінгів призводять до морального та фізичного зносу матеріальної бази. Щорічна консервація цих підприємств спричиняє пошкодження обладнання, устаткування, оснащення, а ремонт проводиться не завжди якісно та своєчасно. Отже, збільшення тривалості туристичного сезону - важлива передумова

підвищення якості обслуговування в готелях, з одного боку, та зростання доходів - з іншого.

5. Особисті якості керівництва й оперативних працівників готелів. Нематеріальний характер послуг у готельному господарстві зумовлює значну залежність якості обслуговування від суб'єктивних факторів, тобто особистих якостей керівників, адміністраторів, працівників служби прийому і розміщення, служби харчування та ін.

Як керівні та оперативні працівники можуть впливати на якість обслуговування? *По-перше*, це постійне спостереження за настроєм туристів і вживання заходів щодо його поліпшення. *По-друге*, своєчасне виявлення специфічних вимог туристів залежно від національності, віку, професії, інтересів та ін. для організації їхнього диференційованого обслуговування. *По-третє*, підтримання серед персоналу готовності надати різноманітні та високоякісні послуги. *По-четверте*, створення сприятливого соціально- психологічного клімату в колективі.

Частина особистих якостей персоналу підлягає оцінці - рівень освіти, трудовий стаж, вік та ін. Ці показники мають самостійне значення, але на їх основі можна зробити й узагальнюючі оцінки, тому що вони певною мірою взаємопов'язані та доповнюють одна одну. Наприклад, трудовий стаж за спеціальністю може частково компенсувати відсутність необхідної освіти; вік має значення для усталеності кадрів, сприйняття нововведень та ін. Істотними показниками якості обслуговування є культура праці, естетика виробництва, культура поведінки, спілкування, мови персоналу.

3. Фактори впливу якості обслуговування в готельних комплексах.

На якісне обслуговування в готелях впливають такі фактори:

1. *Стан матеріально-технічної бази*: зручне планування та якісне облаштування приміщень готелю, оснащення його громадських приміщень і житлових номерів комфортабельними меблями й устаткуванням, наявність повних комплектів високоякісної білизни, сучасного високопродуктивного кухонного обладнання, зручних ліфтів тощо.

2. *Прогресивна технологія обслуговування*. Вона визначає порядок і способи прибирання громадських приміщень і житлових номерів; реєстрацію і розрахунок із клієнтами та ін.

3. *Високий професіоналізм і компетентність обслуговуючого персоналу*, його уміння і готовність чітко, швидко і культурно обслуговувати гостя.

4. *Управління якістю обслуговування*, що передбачає розробку і впровадження стандартів якості, навчання персоналу, контроль, коригування, вдосконалення обслуговування на всіх ділянках готелю. Це - найважливіший фактор якості обслуговування в сучасних готелях.

Якість обслуговування значною мірою залежить від рівня організації **реклами та надання інформаційних послуг**. Естетична й ефективна реклама передбачає: розробку та виготовлення в єдиному стилі фірмових знаків; підбір графічних елементів; раціональне розміщення на території готельних комплексів інформаційних стендів. Наприклад, виготовлення дрібноформатних концентратів інформації з використанням загальноприйнятої міжнародної символіки й емблематики та розміщення їх у місцях постійного збору туристів (ліфтах та ін.)

дозволяє значно зменшити навантаження на довідкову службу і підвищити культуру обслуговування туристів.

Невичерпним резервом підвищення якості обслуговування туристів є **розширення переліку додаткових послуг**. Крім традиційних послуг, кожне готельне підприємство з урахуванням своєї специфіки та контингенту туристів, може постійно урізноманітнювати і розширювати сферу послуг. Чимало готелів для бізнесменів як додаткові послуги у вихідні дні пропонують полювання, риболовлю, морські прогулянки тощо. Для розширення й зміцнення ділових контактів адміністрація готелів організовує зустрічі за інтересами, проведення «круглих столів» безпосередньо на підприємстві, а також виставки-продажі творів мистецтва.

Важливою умовою дотримання постійно високого рівня якості обслуговування є **контроль**. Із цією метою на підприємствах готельного господарства створюють комплексні наскрізні групи якості, основними завданнями яких є: підготовка та впровадження пропозицій щодо підвищення якості, участь у розробці нормативних вимог щодо якості основних видів послуг; удосконалення технології процесу обслуговування та організації праці; вивчення та впровадження передового вітчизняного та зарубіжного досвіду, нових форм обслуговування туристів; контроль за якістю обслуговування.

Досить ефективним й об'єктивним методом контролю якості є анкетні опитування туристів. Спеціальні анкети для контролю за якістю містять перелік запитань, що дозволяє виявити ступінь відповідності якості обслуговування в готелі вимогам, що їх висувають туристи.

Питання для самоконтролю.

1. Дайте визначення суті та значення культури обслуговування.
2. В чому полягає сутність якості обслуговування.
3. Охарактеризуйте фактори впливу якості обслуговування в готельних комплексах.

Лекція 32.

Тема. Організація продовольчого і матеріально-технічного постачання в готельному господарстві.

План лекції

1. Сучасні вимоги до організації постачання продуктами та матеріально-технічними засобами.
2. Джерела постачання та постачальники продуктів.
3. Організація постачання.

1. Сучасні вимоги до організації постачання продуктами та матеріально-технічними засобами.

Раціональна організація постачання підприємств ресторанного господарства сировиною, напівфабрикатами, продуктами і матеріально-технічними засобами є найважливішою передумовою ефективної і ритмічної роботи виробництва, що дозволяє більш повно задовольняти споживчий попит, сприяє прискоренню оборотності коштів, зниженню витрат і підвищенню рентабельності.

Сьогодні навколо великих міст організовані і працюють спеціалізовані господарства з виробництва овочів, фруктів, ягід, теплич-но-парникові комбінати; функціонує мережа м'ясо-, молочно- і рибопереробних підприємств. Немає проблем з постачаннями гречки, рису, проса, бобів, кукурудзи. Достатньо ефективно працюють консервні заводи, що поряд з імпортними постачаннями забезпечують підприємства ресторанного господарства широким асортиментом нових продуктів харчування, замороженими кулінарними виробами, найрізноманітнішою консервною продукцією.

До організації продовольчого постачання підприємств ресторанного господарства висуваються такі вимоги: забезпечення широкого асортименту товарів в достатній кількості і належної якості протягом року; своєчасність і ритмічність завезення товарів при дотриманні графіка завезення; скорочення ланцюга просування товарів; оптимальний вибір постачальників і своєчасне укладання з ними договорів на поставку товарів.

Розрізняють такі види постачання підприємств ресторанного господарства: продовольче і матеріально-технічне.

Правильна організація продовольчого постачання — найважливіша умова задоволення попиту населення на продукцію ресторанного господарства.

Нормальна робота підприємств потребує безперебійного постачання матеріально-технічними засобами, устаткуванням, інвентарем, спецодягом, столовим посудом та ін. Від цього залежить виконання виробничої програми підприємства, якість блюд, культура обслуговування споживачів.

2. Джерела постачання та постачальники продуктів.

Для ефективної та ритмічної роботи підприємства необхідно організувати завезення товарів з різних джерел. Основними є підприємства-виробники.

Підприємства-виробники продовольчих товарів різних форм власності: державні підприємства харчової промисловості, акціонерні товариства, об'єднання, приватні фірми, які виготовляють продукти харчування. Великий внесок в організацію продуктового постачання вносять виробники сільськогосподарської продукції: колишні колгоспи, багато з яких перетворилися в акціонерні товариства; фермерські господарства, приватні, які пропонують надлишки своєї продукції. Підприємства ресторанного господарства можуть закуповувати продукти на ринках, оптових ринках, у магазинах, у приватних осіб. У сезон дозрівання овочів, фруктів багато підприємств для розширення асортименту своєї продукції займаються самозаготівлюванням (солінням, квашенням, консервацією і т. ін.).

Багато видів продуктів надходять на підприємства через посередників — оптові фірми:

- оптові фірми і холодильники, які забезпечують м'ясом, маслом, рибними і гастрономічними продуктами;
- оптові фірми, які забезпечують бакалійною продукцією;
- оптові плодоовочеві склади.

Необхідність в послугах посередників виникає в тих випадках, коли необхідне накопичення продуктів і підприємство має умови, необхідні для зберігання. В цих випадках посередник повинен взяти на себе функції, пов'язані з просуванням товару від виробника до споживача.

Оптові фірми закупають товари у підприємств-виробників для подальшого їх продажу роздрібним торговим підприємствам та підприємствам ресторанного господарства.

Вихідні склади розміщуються безпосередньо при великих промислових підприємствах (головна їх функція — організація просування товару від пунктів виробництва до пунктів споживання. Вони організують оптовий продаж товарів великими партіями оптовим і роздрібним підприємствам.

Торгово-закупівельні фірми розташовуються в районах, де є багато підприємств-виробників, накопичуються товари для продажу їх в місцях споживання.

Торгові склади знаходяться в місцях споживання. Вони закупають товари у виробників, вихідних і торгово-закупівельних фірм та інших посередників і продають їх роздрібним підприємствам та підприємствам ресторанного господарства.

Посередниками між виробником і споживачем можуть бути брокери, торгові агенти.

Діяльність посередників відрізняється від функцій оптових фірм:

- вони не беруть на себе право власності на товар;
- виконують обмежену кількість функцій.

Головна їхня функція — сприяння купівлі—продажу. За свої послуги вони одержують комісійну винагороду; основне завдання — знайти покупця і продавця, звести їх, допомогти домовитися про умови купівлі—продажу та поставки.

При організації постачання слід враховувати і собівартість страв, що випускаються; придбання дорожчої сировини завжди має бути виправдане випуском продукції високої якості та попитом.

Деякі підприємства організують виробництво картопляної муки, квасу, патоки, цукатів та ін. за рахунок використання харчових відходів. В період дозрівання і збору плодів, овочів, грибів, ягід вони створюють запаси солоних, маринованих, сушених, квашених і консервованих продуктів, що дозволяє протягом всього року різноманітнити меню.

При постачанні через торгові організації підприємства ресторанного господарства своєчасно укладають договори. Кількість необхідних продовольчих товарів визначається на основі даних про їх фактичне використання за попередній період з урахуванням змін, передбачених товарообігом і виробничою програмою в запланованому періоді.

У всіх випадках при визначенні асортименту товарів враховують сезонність, особливості попиту і обслуговування споживачів.

3. Організація постачання.

На великих фірмах та підприємствах ресторанного господарства, незалежно від виду власності, створюються відділи постачання, на невеликих підприємствах призначається працівник, відповідальний за організацію постачання. Відділ постачання, як правило, працює самостійно, виконуючи певні функції. При логічному підході до роботи підприємства служба постачання є елементом системи, яка забезпечує проходження матеріального потоку в ланцюзі постачання: виробництво — збут.

Логістика — це планування, організація і контроль всіх видів діяльності з переміщення матеріального потоку від пункту закупівлі сировини до пункту кінцевого споживача. Забезпечення високого ступеня узгодженості дій з управління матеріальними потоками між службою постачання і службами виробництва і збуту є завданням логічної організації підприємства в цілому.

Для забезпечення підприємства продовольчими продуктами необхідно вирішити такі завдання:

- що закупити;
- скільки закупити;
- у кого закупити;
- на яких умовах закупити.

Крім того, необхідно:

- укласти договір;
- проконтролювати його виконання;
- організувати доставку;
- організувати складування і зберігання.

На підприємствах ресторанного господарства повинен формуватися список потенційних постачальників, який постійно оновлюється та доповнюється.

Цей перелік аналізується на підставі спеціальних критеріїв. Часто при виборі постачальників обмежуються ціною і якістю продукції, а також надійністю постачання.

До інших критеріїв, які беруть до уваги при виборі постачальника, відносять наступні:

- віддаленість постачальника від споживача;
- терміни виконання замовлень;

- організацію управління якістю у постачальника;
- фінансове становище постачальника, його кредитоспроможність та ін.

Кожне підприємство повинне підвищувати ефективність руху товару (рух матеріального потоку).

Технологічний процес руху товару на підприємствах ресторанного господарства, його характеристика

Рух товару — транспортування товарів від місця їх виробництва до місця споживання.



Рис. 32.1. Технічний процес руху товарів

Основні принципи руху товару:

- оптимальний ланцюг руху товару;
- ефективність використання транспортних засобів;
- ефективність використання торговельно-технологічного устаткування;
- скорочення кількості операцій з товаром.

Кількість операцій з товаром залежить від схеми руху товару (рис. 32.1).

Питання для самоконтролю.

1. Які сучасні вимоги до організації постачання продуктами та матеріально-технічними засобами.
2. Охарактеризуйте джерела постачання та постачальники продуктів.
3. Вимоги до організації постачання.

Лекція 33.

Тема. Організація складського і тарного господарства.

План лекції

1. Основні функції складського і тарного господарства.
2. Види складських приміщень.
3. Організація приймання та зберігання продуктів.
4. Організація зберігання продуктів.
5. Організація тарного господарства.

1. Основні функції складського і тарного господарства.

Складські приміщення підприємств ресторанного господарства служать для приймання продуктів, що надходять від постачальників, сировини і напівфабрикатів, їх короткострокового зберігання і відпуску. Склади можуть розміщуватися в окремих приміщеннях, а також на перших, у цокольних і підвальних поверхах. Вони повинні мати зручний зв'язок з виробничими приміщеннями. Компонування складських приміщень здійснюється в напрямку руху сировини і продуктів при забезпеченні найбільш раціонального виконання складських операцій та вантажно-розвантажувальних робіт.

Великі фірми (акціонерні товариства), які поєднують кілька підприємств, як правило, мають центральні склади, звідки продукція надходить на склади підприємств ресторанного господарства, що входять до цих об'єднань. Такий склад може призначатися для зберігання товарів однієї фірми (склад індивідуального користування), а може на умовах лізингу здаватися в оренду фізичним чи юридичним особам (склад колективного користування). Склади можуть бути цеховими, при якому вони зазвичай і розміщуються (склади добового запасу продуктів, кондитерського цеху).

Сукупність робіт, виконуваних на різних складах, приблизно однакова.

Будь-який склад обробляє щонайменше три види матеріальних потоків: вхідний, вихідний і внутрішній.

Наявність вхідного потоку означає необхідність розвантаження транспорту, перевірки кількості і якості вантажу, що надійшов. Вихідний потік обумовлює необхідність навантаження на транспорт або відпуску на виробництво, внутрішній — необхідність переміщення вантажу усередині складу.

У цілому комплекс складських операцій — це певна послідовність:

- ✓ розвантаження транспорту;
- ✓ приймання товарів;
- ✓ розміщення на зберігання;
- ✓ відпуск товарів з місць зберігання;
- ✓ внутрішньоскладське переміщення вантажів.

2. Види складських приміщень.

Склад і площі складських приміщень для різних типів підприємств ресторанного господарства встановлюються за Будівельними нормами і правилами проектування цих підприємств залежно від їх типу і потужності. Розрахунок площі складських приміщень можна робити за нормою навантаження на 1 м² площі підлоги і коефіцієнтом використання її за формулою:

Норма завантаження (кг/м²) для окремих продуктів така: м'ясо, м'ясопродукти, риба— 150—200; напівфабрикати м'ясні і рибні — 100; гастрономічні товари, жири, яйця, молочні продукти — 200—250; напої, вино, пиво, вода, картопля — 400—500; зелень, фрукти, ягоди свіжі, цибуля— 250—300; коренеплоди, капуста свіжа, сухофрукти, макаронні і кондитерські вироби — 300; борошно, крупи, цукор — 500—600.

Норми встановлюють з урахуванням прийнятих правил розміщення товарів, при дотриманні яких забезпечується зберігання фізико-хімічних властивостей продуктів.

Норма завантаження залежить від способу укладання. Укладання дозволяє більш раціонально використовувати площу і кубатуру складських приміщень.

При визначенні площі обслуговування або коефіцієнта на проходи, проїзди і т. ін. враховують, що ширина транспортного (головного) проходу або проїзду при використанні електро- чи автотранспорту повинна бути достатньою для виконання маневрів при русі. Проходи між стелажми і штабелями при використанні візків передбачаються не менше 1—1,2 м і без візків 0,6—1 м.

За санітарними нормами у складах не можна розміщувати товари поблизу водопровідних труб, опалювальних і охолоджувальних приладів, відстань від стін і підлоги має бути не менше 20 см. Усе це необхідно враховувати, щоб запобігти забрудненню продуктів, їх псуванню і забезпечити в складах нормальну циркуляцію повітря. Підлога в складах і прилеглих до них коридорах має бути міцною, розрахованою на значне навантаження і механічний вплив, гладенькою, без вибоїн і тріщин, не слизькою і зручною для прибирання.

Обладнання складів має забезпечити:

- повну кількісну і якісну схоронність матеріальних цінностей;
- належний режим зберігання;
- раціональну організацію виконання складських операцій;
- нормальні умови праці.

Для зберігання швидкопсувних продуктів (м'яса, риби, молочних продуктів, жирів і гастрономічних продуктів) на підприємствах обладнуються охолоджувальні камери. Кількість складських приміщень залежить від потужності підприємства. На невеликих підприємствах ресторанного господарства планується не менше двох камер: одна — загальна охолоджувальна камера для короткочасного зберігання м'ясних, рибних напівфабрикатів, кисломолочної продукції, гастрономічних продуктів та ін.; інша — неохолоджувальна для нешвидкопсувних продуктів. На середніх підприємствах має бути не менше чотирьох камер: дві камери охолоджувальні (м'ясо-рибна, для молочних, жирових продуктів та ін.), камера для сухих продуктів і овочева. На великих підприємствах на 150 місць і більше передбачається роздільне зберігання м'яса, риби, молочних і гастрономічних продуктів. Якщо підприємство має ліцензію на реалізацію винногорілчаних виробів, вони повинні зберігатися в окремій камері. На підприємствах передбачаються приміщення для зберігання білизни, інвентаря, тари. Для

забезпечення нормальних умов роботи при прийманні товарів, оформленні транспортних і супровідних документів у кількох складських приміщеннях обладнується спеціальне приміщення для приймання сировини і продуктів.

Для зберігання напівфабрикатів і готових кулінарних виробів, які реалізуються іншим їдальням, кафе, закусточним на великих підприємствах, крім потужного холодильного господарства, створюють експедиції, до складу яких входять камери і склади, які оснащуються холодильним устаткуванням, стелажми, необхідним інвентарем і т. д., а також приміщення для миття і сушіння експедиційної тари.

На підприємствах середньої потужності продукцію власним підрозділам, буфетам відпускають безпосередньо з цехів, де вона виготовляється. Кількість складів та їх площі на доготовочних підприємствах значно скорочуються, тому що напівфабрикати надходять в основному відразу ж у виробництво.

Зазвичай склади розміщують на одному поверсі з виробничими цехами, іноді для їх організації використовують підвальні і напівпідвальні приміщення.

В одноповерховому приміщенні без підвалу овочевий (м'ясний) склад доцільно розташовувати поряд з овочевим (м'ясним) цехом, білизняну — поряд з гардеробною для персоналу і т. д. У багатоповерховому будинку сировинні склади розміщують під відповідними цехами, зв'язавши їх підйомно-транспортними механізмами.

Складські приміщення повинні розміщуватися компактно, мати зручний зв'язок з виробничими цехами. Завантажувальні майданчики розміщують з боку господарського двору, забезпечуючи зручний під'їзд транспорту.

Оснащення складських приміщень залежить від типу і потужності підприємства, нормативів товарних запасів. До обладнання складських приміщень належать стелажі і підтоварники для розміщення і зберігання продуктів, у м'ясних камерах — підвісні гаки, ваговимірне, підйомно-транспортне і холодильне обладнання.

Складські приміщення мають бути оснащені необхідним інвентарем, інструментом для приймання сировини, її зберігання і відпуску (рис. 33.1).

Це різний інвентар для зберігання і транспортування) продуктів, інвентар для розкриття тари, транспортні засоби для складських приміщень — вантажні візки і т. ін.

Висота приміщень має бути не меншою 3,5 м, у підвальних приміщеннях і охолоджувальних камерах допускається 2,4—2,8 м. Стіни і стеля складів повинні бути гладенькими, легко очищуватися від пилу. Ширина дверей обирається залежно від характеру переміщуваних вантажів і використовуваних транспортних засобів. Пороги біля складських дверей не передбачені. Щоб не псувати стіни під час перевезення продуктів на вантажних візках, уздовж стін на відстані 15—20 см прикріплюють металеві обмежувачі.

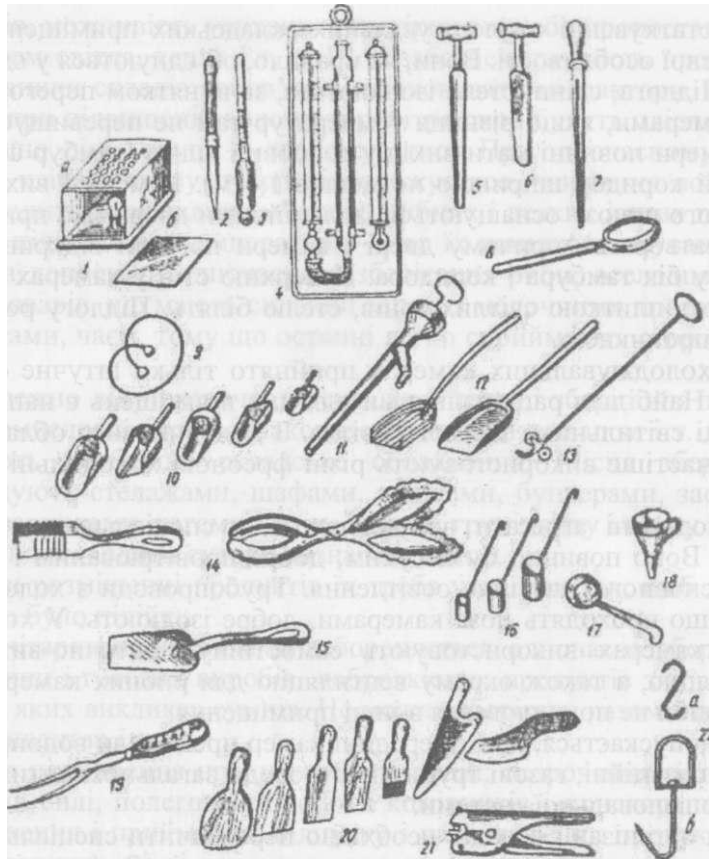


Рис. 33.1. Інструменти та інвентар, які використовуються в складах:

1— овоскоп: а— знімна кришка з гніздами для яєць, б— молочне скло для перевірки пляшок з вином; 2 — термометр з металевим накінецьником; 3— ареометр; 4— психрометр; 5, 6, 7— пробовідбірники для олії, сирів, борошна, круп; 8 — лупа; 9 — струна для різання масла; 10 — совки; 11— насос для рослинної олії; 12— лопати дерев'яна і решітчаста для картоплі; 13 — пристрій для переміщення бочок; 14 — щипці кондитерські; 15— лопатка кондитерська; 16— молокоміри; 17— ложка для сметани; 18 — лійка; 19— виделка для оселедців; 20— лопатки для сиру, топленого масла, ікри, повидла, для очищення бочок; 21 — пломбір; 22 — гаки для м'яса (гастрономічні): а — «вісімка», б — «вертлюг»

У неохолоджуваних приміщеннях використовують природне і штучне освітлення. Вікна розміщують уздовж стін, звернених на північ, краще на рівні 1,8—2 м від підлоги, що дозволяє розміщувати стелажі уздовж стін, не знижуючи освітленості приміщення.

В устаткуванні охолоджувальних складських приміщень (камер) є свої особливості. Вони, як правило, об'єднуються у єдиний блок. Підлога, стіни, стеля ізолюються, за винятком перегородок між камерами, якщо різниця температур там не перевищує 4°C. Усі камери повинні мати вихід у тепловий шлюз (тамбур

або загальний коридор шириною не менше 1,4 м). Камери і виходи з теплового шлюзу оснащуються ізоляційними дверима з притискними затворами, причому двері і камери повинні відкриватися тільки у бік тамбура і коридора. Поверхню стін у камерах облицьовують плиткою світлих тонів, стелю білять. Підлогу роблять водонепроникною.

В охолоджувальних камерах прийнято тільки штучне освітлення. Найбільш раціональними для цих приміщень є напівгерметичні світильники прямого світла. З холодильного обладнання найчастіше використовують різні фреонові холодильні установки.

Холодильні агрегати встановлюють у спеціальному приміщенні. Воно повинно бути сухим, добре провітрюваним і мати, крім основного, аварійне освітлення. Трубопроводи з холодоносіями, що проходять поза камерами, добре ізолюють. У холодильних камерах використовують самостійну приточно-витяжну вентиляцію, а також окрему вентиляцію для рибних камер, щоб запах риби не поширювався в інші приміщення.

Не допускається, щоб усередині камер проходили водопровідні, каналізаційні, газові труби, повітроводи загальної вентиляції і труби опалювальної системи.

При організації складів необхідно передбачити спеціальні панелі, що перешкоджають проникненню гризунів. З цією ж метою отвори повітроводів закривають металевою сіткою.

Пожежна сигналізація і протипожежне обслуговування складів є загальною для підприємства системою захисту від вогню. Для зв'язку складів з цехами і буфетами доцільно використовувати внутрішні телефони.

Усі склади обладнуються і пристосовуються для зберігання певних видів продуктів. У кожному створюють і постійно підтримують необхідні умови. Режим зберігання продуктів (температура, вологість повітря, кратність його обміну, інтенсивність вентиляції), спосіб укладання, терміни зберігання, допустиме товарне сусідство повинні відповідати властивостям продуктів.

Крім вибору режиму зберігання, враховують і специфічні особливості кожного виду товару: гігроскопічність, сприйняття запахів, можливість усихання, прогіркнення або проростання під впливом світла, тепла і т. д. Щоб забезпечити якість продуктів, працівники складів зобов'язані враховувати ці фактори. Наприклад, при підвищеній вологості повітря сири будуть пліснявіти, а борошно, сіль і крупа — зволожуватися. При одночасному зберіганні хліба і цукру цукор відволожується, зниження вологості призводить до усихання м'ясних, рибних і деяких інших продуктів, а підвищення температури — до їх швидкого псування. Не можна допускати одночасного зберігання риби, оселедця та інших товарів, що мають сильний запах, з молочними продуктами, фруктами, чаєм, тому що останні легко сприймають сторонні запахи.

Залежно від призначення складів і правил зберігання товарів (у промисловій тарі, розпакованому вигляді, навалом і т. д.) підбирають необхідне складське обладнання. Місця зберігання оснащують стелажми, шафами, ящиками, бункерами, засіками, підтоварниками, вагами і т. ін. Кожній групі, виду і сорту продуктів слід відводити суворо визначене місце.

При розміщенні продуктів їх треба укладати так, щоб до них зручно було підійти.

Санітарними правилами забороняється одночасне зберігання сировини і готових виробів, доброякісних продуктів з товарами, якість яких викликає сумнів. Не можна зберігати разом з продуктами інвентар і тару.

Для підвищення продуктивності праці, скорочення потреби в робочій силі, полегшення роботи комірників і прискорення розвантаження і приймання, відпуску і навантаження продуктів використовують різні вантажно-розвантажувальні механізми: блоки, тельфери, лебідки, підйомники, похилі спуски, транспортери, монорейки, домкратні та інші візки, пересувні стелажі, трампліни до вагів, спеціальних конструкцій ящики і стелажі, електрокари, автонавантажувачі. При розміщенні складів у підвальних приміщеннях встановлюють ліфти, підйомники, лоткові спуски.

На складах необхідно підтримувати чистоту, регулярно прибирати приміщення і протирати стіни, мити підлогу і дезінфікувати обладнання.

Санітарно-гігієнічні вимоги до складських приміщень:

- для дотримання санітарних правил стіни в складських приміщеннях повинні бути захищені від проникнення гризунів і пофарбовані олійною фарбою, а стіни охолоджувальних камер облицьовані кахельною плиткою для систематичного вологого прибирання; освітлення в овочевих складах і охолоджувальних камерах має бути тільки штучним, в інших складських приміщеннях, крім штучного, може бути і природне; коефіцієнт природного освітлення 1:15 (співвідношення площі вікон та підлоги), норма штучного освітлення — 20 Вт на 1 м²;

- вентиляція в складських приміщеннях повинна бути природною і механічною (витяжною);

- підлога повинна забезпечувати безпечне і зручне пересування вантажів, людей і транспортних засобів;

- ширина коридорів складів— 1,3—1,8 м, при застосуванні візків — 2,7 м.

3. Організація приймання та зберігання продуктів.

Приймання товарів на підприємствах ресторанного господарства є важливою складовою технологічного процесу. Його проводять в два етапи (рис. 33.2).

Продукти одержують відповідно до замовленої кількості і якості.

Перший етап — попередній. Приймання продукції по кількості проводиться за товарно-транспортними накладними, рахунками-фактурами, шляхом перерахування тарних місць, зважування і т. ін. Якщо товар надійшов у справній тарі, окрім перевірки ваги бруто підприємство має право зажадати розкриття тари і перевірки ваги нетто.

Другий етап — остаточне приймання. Маса нетто і кількість товарних одиниць перевіряються одночасно з розкриттям тари, але не пізніше 10 днів, а швидкопсувної продукції — не пізніше 24 год. з моменту приймання товару. Одночасно перевіряється маса тари. За неможливості зважити продукцію без тари (солоні огірки, квашена капуста в бочках) маса нетто визначається як різниця між вагою бруто і тари. У разі розбіжності фактичної ваги тари результати перевірки оформляються актом, який має бути складений не пізніше 10 днів після її звільнення. На кожному тарному місці (ящику, флязі, коробці) має бути маркувальний ярлик із зазначенням дати, часу виготовлення і кінцевого терміну реалізації.



Рис.33.2. Порядок оформлення документів при прийманні товару

При виявленні недостачі складається односторонній акт. Цей товар зберігається окремо викликається постачальник по швидкопсувних товарах негайно після виявлення недостачі. По інших — не пізніше 24 годин.

Постачальник по швидкопсувних товарах зобов'язаний з'явитися протягом чотирьох годин після виклику, по інших — не пізніше наступного дня. Після завершення остаточного приймання складається акт в трьох екземплярах.

Одночасно з прийманням товарів по кількості товар приймається також **за якістю**. Термін перевірки якості для швидкопсувних товарів — 24 год., для нешвидкопсувних — 10 днів.

Приймання товарів за якістю проводиться за органолептичними показниками (за виглядом, кольором, запахом, смаком). При цьому перевіряють відповідність стандартам, ТУ. До транспортних документів додаються сертифікати, посвідчення якості, де вказується дата виготовлення, термін реалізації, назва фірми; гігієнічні сертифікати (із зазначенням допустимих і фактичних рівнів важких металів).

Відповідно до Закону України «Про захист прав споживачів» і санітарних норм та правил товар повинен бути безпечним для здоров'я споживачів. Забороняється приймати:

- м'ясо всіх видів сільськогосподарських тварин без клейма та ветеринарного свідоцтва;
- сільськогосподарської птиці та яєць без ветеринарного свідоцтва, а також з неблагополучних по сальмонельозу господарств;
- консерви з порушенням герметичності, бомбажем;
- овочі і плоди з ознаками гниття;

- гриби солоні, мариновані, сушені без документа про якість;
- продукцію рослинництва без якісного посвідчення.

У разі виявлення невідповідності якості складається акт у присутності постачальника про кількість недоброякісної продукції.

Для забезпечення безперебійної роботи виробництв по реалізації продукції в достатньому асортименті з урахуванням попиту споживачів необхідні товарні запаси.

Товарні запаси мають бути мінімальними, але достатніми для ритмічної роботи підприємства. Для підприємств ресторанного господарства рекомендуються такі норми товарних запасів за нормальних умов зберігання:

- нешвидкопсувні продукти (борошно, цукор, крупа) — 8— 10 днів;
- швидкопсувні продукти (м'ясо, риба, птиця та ін.) — 2— 5 днів;
- запаси хліба, молока не повинні перевищувати одноденну реалізацію. Наднормативні запаси збільшують втрати при зберіганні, уповільнюють оборотність товарів, ускладнюють облік, при цьому погіршуються умови зберігання.

Сезонне зниження цін має місце в період збору урожаю і дозволяє підприємству придбавати продукти за нижчими цінами і в більшій кількості, що сприяє кращому задоволенню попиту споживачів і збільшенню прибутку.

Постачальники прагнуть знайти партнерів по ресторанному бізнесу, через яких їхній товар виходить на споживача. Для цього вони беруть участь в різних заходах, організовуваних в ресторанах, кафе, барах, дегустаціях страв і напоїв. Для презентації нового товару фірми-постачальники організують в ресторанах промоушен-акції. Такі заходи дають можливість працівникам ресторану і постійним споживачам і оцінити новий продукт, напій, а постачальнику — розширити ринок збуту нової продукції.

4. Організація зберігання продуктів.

При зберіганні сировини і продуктів мають дотримуватися вимоги санітарних норм відповідно до СанПіН 42-123-4117-86 «Умови, терміни зберігання особливо швидкопсувних продуктів». Відповідальність за дотримання і контроль санітарних правил несуть керівники підприємств, які виробляють і транспортують швидкопсувні продукти, підприємства ресторанного господарства і торгівлі. Контроль за дотриманням санітарних правил покладається на органи санепідслужби.

Велике значення має правильне розміщення товарів з урахуванням максимального використання площі складів, можливості застосування механізмів, забезпечення безпеки роботи персоналу, оперативного обліку товарно-матеріальних цінностей.

Для запобігання втрат і псування необхідно забезпечити в складських приміщеннях оптимальний режим зберігання товарів відповідно до їхніх фізико-хімічних властивостей. Режим зберігання передбачає певну температуру, швидкість руху повітря, відносну вологість. Варто суворо слідкувати за дотриманням термінів реалізації продуктів, особливо швидкопсувних. Так, крупнокускові напівфабрикати з м'яса зберігаються 48 год. при температурі 2— 6°C, порціонні без панірування напівфабрикати — 36 год.; порціонні паніровані напівфабрикати — 24 год.; напівфабрикати м'ясні січені — 12 год.; риба всіх

найменувань — 48 год. при температурі 0—2°C; риба заморожена — 24 год. при тій же температурі; молочнокисла продукція зберігається не більше 36 год. при температурі 2—6°C.

Існує кілька способів зберігання й укладання сировини та продуктів.

Стелажний — продукція зберігається на полках, стелажах, у шафах; при цьому способі вона захищена від відсирівання, тому що здійснюється доступ повітря до нижніх шарів. Так зберігають масло, сир, хліб, вина в пляшках (у горизонтальному положенні для змочування пробок).

Штабельний — продукція зберігається на підтоварниках; так зберігають продукти в тарі, яку можна складати в стійкий штабель висотою не більше 2 м; мішки з цукром та борошном укладають пліском, висотою не більше 6 мішків.

Ящиковий — у ящиках зберігають плоди, овочі, яйця та ін.

Насипний — продукти зберігають навалом — у засіках, ящиках, контейнерах, бункерах без тари, причому з боку стін і підлоги залишають простір 10—20 см для вільного доступу повітря; так зберігають картоплю (висота не більше 1,5 м), коренеплоди (0,5 м), цибулю (0,3 м).

Підвісний — застосовується для зберігання сировини і продуктів у підвішеному стані, наприклад копченості, ковбасні вироби. М'ясо тушами, напівтушами, четвертинами зберігають підвісним способом на луджених гаках, без зіткнення туш одна з одною та зі стінами.

Для забезпечення правильного режиму зберігання забороняється тримати харчові продукти поза складськими приміщеннями (у коридорах, на розвантажувальному майданчику і т. ін.); готові вироби, гастрономічні продукти — одночасно з сирими; товари, що легко поглинають запахи (яйця, молочні продукти, хліб, чай і т. д.), — з гостропахнучими (риба, оселедець та ін.); продукти — з тарою, що звільнилася.

Порушення встановлених правил і режимів зберігання, транспортування і відпуску товарів може призвести до товарних втрат. Вони поділяються на два види: нормовані і ненормовані.

Нормовані втрати перебувають в межах природного збитку (усушування, вивітрювання, розтрушування, розпилювання, розливання). Природний збиток відбувається в результаті змін фізико-хімічних властивостей продуктів при зберіганні. Норми його встановлюються на всі види продуктів. Він збиток списується під час інвентаризації, якщо на складі виявлена недостача. Розрахунки по природному збитку складає бухгалтерія і затверджує директор підприємства.

До **ненормованих втрат** належать бій, псування продуктів. Ці втрати виникають внаслідок незадовільних умов перевезення і зберігання продуктів, а також безгосподарності працівників. Втрати від бою і псування продуктів оформляються актом не пізніше наступного дня після їх встановлення. Вартість зіпсованих продуктів стягується з винних осіб.

Відпуск продуктів. Відпускають продукти за встановленим адміністрацією підприємства графіком. Підставою є вимога (заявка) завідувача виробництва. Ця вимога має бути затверджена директором підприємства. Перехідні залишки продуктів на кухні не повинні перевищувати півтораденну потребу.

Підставою для відпуску товарів у буфети є накладна, підписана директором і бухгалтером підприємства. Комірник повинен дотримуватися черговості відпуску

продуктів, тобто відпускати отримані продукти тільки після реалізації партії, яка надійшла раніше.

Перед відпуском продуктів комірник зобов'язаний перевірити й упорядкувати ваги, а також стан тари, в яку будуть відпускатися продукти.

Матеріально відповідальні працівники при одержанні продуктів повинні переконатися в справності і точності вагів, перевірити якість і терміни реалізації товарів, що відпускаються, простежити за точністю зважування, відрахування і записів у накладній. При виникненні сумніву в доброякісності продуктів працівники, які одержують товар, зобов'язані негайно сповістити про це адміністрацію підприємства.

При відпуску продуктів застосовують совки різної ємності, лопатки, щипці, виделки, ложки з нержавіючої сталі, ножі і дошки для нарізання продуктів.

Для скорочення втрат (природного збитку), пов'язаних зі зберіганням, перевезенням, переміщенням і відпуском продуктів, ліквідації їх псування працівники складів повинні забезпечувати точне дотримання встановленого для кожного складу (камери) режиму зберігання, дбайливо розкривати вантажі, акуратно переміщувати їх, застосовуючи при цьому спеціальні інструменти і пристрої.

Для знезараження повітря в складських приміщеннях, а також поверхні продуктів, тари і складського обладнання на багатьох підприємствах встановлюють бактерицидні лампи і прилади, які відлякують гризунів. Це дозволяє забезпечити тривале зберігання високої якості продуктів і скоротити втрати.

5. Організація тарного господарства.

Організація тарного господарства. Призначення і класифікація тари. Вимоги до тари

Тара — це товарна упаковка, яка застосовується під час перевезення і зберігання товарів. Вона призначена для забезпечення схоронності кількості та якості товарів, захищає їх від зовнішніх впливів, втрат і псування. Всі товари і продукти, що переробляються або реалізуються підприємствами ресторанного господарства, доставляються в тарі. Різні фізико-хімічні властивості сировини, продуктів, готових виробів визначають необхідність використання різноманітних видів тари.

Класифікація тари здійснюється за чотирма основними ознаками:

- за видами матеріалу тара поділяється на дерев'яну, скляну, металеву, тканюву, картонно-паперову, пластмасову, різну;
- за ступенем жорсткості, тобто здатності протистояти механічним впливам, — на жорстку, напівжорстку, м'яку;
- за ступенем спеціалізації — на універсальну і спеціалізовану; універсальна тара використовується для декількох видів товарів;
- за кратністю використання тара буває однооборотною і багатооборотною (використовуваною неодноразово). Багатооборотна тара у свою чергу поділяється на інвентарну, яка належить певному підприємству-постачальнику і має його інвентарний номер, та тару спільного користування, що надходить від різних постачальників; застосування багатооборотної тари дозволяє значно скоротити кількість тари, що перебуває в обігу.

Нині все ширшого застосування набуває багатооборотна тара — тарообладнання, що являє собою як тару, так і обладнання. Це спеціальні конструкції, що виконують одночасно роль зовнішньої тари, транспортного засобу й обладнання складів. Найбільш розповсюджений на підприємствах ресторанного господарства уніфікований контейнер у вигляді ємностей і засобів їх переміщення. Ці ємності призначені для зберігання, приготування, транспортування напівфабрикатів від заготівельних і промислових підприємств на підприємства ресторанного господарства, короткочасного зберігання, приготування і роздачі страв.

До тари висуваються технічні, експлуатаційні, санітарно-гігієнічні та екологічні вимоги.

Важливе значення має підвищення рівня уніфікації, удосконалення стандартів і технічних умов. До тари висуваються певні вимоги відповідно до ДСТУ. До технічних відносяться вимоги до матеріалу, розмірів, а також міцності, надійності, що забезпечують повну схоронність продукції і багаторазове використання тари.

Експлуатаційні вимоги до тари передбачають зручність упакування, розпакування, приймання, перевезення, зберігання, продажу товарів.

Санітарно-гігієнічні вимоги передбачають забезпечення можливості швидкої санітарної обробки і дезінфекції. Екологічність тари — її нешкідливість, можливість тари утилізації уникнути забруднення навколишнього середовища.

Тарооборот включає приймання, розкриття, зберігання і повернення.

Приймання тари. Тара, що надійшла з товаром, повинна бути прийнята з відповідними нормативними документами й умовами договору постачання матеріально відповідальними особами так само, як і товар. Приймання по кількості включає перевірку фактичної наявності тари і зіставлення його з даними супровідних документів. При прийманні тари необхідно звертати увагу на наявність сертифіката, а також правильність тарного маркування, відповідність його вимогам ДСТУ.

При прийманні тари по якості перевіряють її цілісність, зовнішній вигляд, звертають увагу на дефекти: наявність пошкоджень, забруднень і т. д. Виявляють, наскільки якість тари, що надійшла, відповідає вимогам ДСТУ, технічним умовам і даним супровідних документів.

При виявленні невідповідності якості тари вимогам стандартів варто призупинити приймання і скласти акт.

Якщо фактична кількість, якість, ціни і маркування тари, що надійшла, відповідають даним супровідних документів (товарно-транспортна накладна, рахунок-фактура), то матеріально відповідальна особа розписується в одержанні, ставиться штамп приймання і тара оприбутковується.

Розпечатування тари має здійснюватися спеціальними інструментами, щоб зберегти її якість.

Зберігається тара в спеціально відведених складах чи окремих приміщеннях штабельним або стелажним способом. Тару, яка має специфічний запах, зберігають окремо. Мішки ретельно очищують від пилу, висушують і зберігають на стелажах у сухих приміщеннях.

Порядок повернення тари має бути передбачений у договорі постачання. Тара інвентарна багатооборотна, що належить певному постачальнику, повертається

йому за заставною ціною, обумовленою у договорі. Тара, вартість якої включена у вартість товару, повертається на тарозбірні пункти як тароматеріал. Тара, вартість якої не входить у вартість товару, має повернена постачальникові товару, але цей порядок необхідно передбачити в договорі.

Якщо вартість тари включена в ціну товару, вартість тари понад ціну товару не оплачується, при цьому вона підлягає поверненню тароремонтним підприємствам за договірними цінами як тароматеріал. Якщо договором постачання передбачається, що вартість тари не включена в ціну товарів, тара оплачується товароодержувачем за договірними цінами понад вартість товару, і в договорах має бути передбачене повернення тари постачальнику в обов'язковому порядку за цінами надходження.

При зниженні якості тари, що повертається, товароодержувачем ціна приймається за нижчими цінами або він сплачує штраф. Всі запитання щодо оплати тари повинні обумовлюватися в договорах постачання.

Питання для самоконтролю.

1. Основні функції складського і тарного господарства.
2. Види складських приміщень.
3. Організація приймання та зберігання продуктів.
4. Організація зберігання продуктів.
5. Організація тарного господарства.

Лекція 34.

Тема. Організація роботи обслуговуючих господарств.

План лекції

1. Організація транспортної служби.
2. Організація метрологічної служби.
3. Організація санітарної служби.

1. Організація транспортної служби.

Існує таке поняття, як складський ланцюг, тобто через скільки складів проходить товар на шляху його руху від виробництва до споживача. Наприклад: товар зі складу виробника транспортується на склади вихідних фірм, потім на торговельно-закупівельні фірми, а далі товар транспортується на склади торгових фірм та склади споживача.

При такій схемі товар проходить не менше чотири склади, що може призвести до погіршення якості товару. Така форма постачання називається складською. При ній забезпечується краща комплектність сировини та товарів.

Транзитна форма постачання передбачає прями зв'язки постачальник— підприємство, минаючи проміжні оптові фірми.

Для швидкопсувних, а також великих за обсягом товарів (борошно, цукор, макаронні вироби і т. д.) використовується транзитна форма, для не швидкопсувних — складська, а в більшості випадків застосовується змішана форма постачання.

Доставка продуктів здійснюється централізованим і децентралізованим способами.

Централізована доставка товарів на підприємства здійснюється силами і засобами постачальників. При централізованій доставці підприємство звільняється від необхідності мати свій транспорт.

При децентралізованій доставці вивезення товарів від постачальників забезпечує безпосередньо саме підприємство, використовуючи власний транспорт.

Зі способами доставки тісно пов'язані і маршрути завезення продуктів. При децентралізованій доставці продукти доставляються на підприємство тільки лінійними (маятниковими) маршрутами, а при централізованій — переважно кільцевими маршрутами, тобто на одній машині товар доставляється на декілька підприємств відповідно до графіка і розробленого маршруту. Для великих підприємств при цьому застосовуються маятникові рейси. Кільцевий маршрут дозволяє більш повно використовувати вантажопідйомність транспорту, скоротити транспортні витрати, прискорити повернення тари.

Важливу роль в просуванні товару виконує транспорт.

Транспортні організації в процесі пересування товарів повинні забезпечити:

- збереження вантажу при транспортуванні;
- своєчасну доставку;
- дотримання правил завантаження і транспортування;
- ефективне використання транспортних засобів.

Для перевезення продовольчих товарів використовується спеціалізований транспорт, що має маркіровку «Продукти». Кузови таких машин зсередини оббиваються оцинкованим залізом або листовим алюмінієм. На кожну машину, призначену для перевезення продуктів, має бути санітарний паспорт, виданий установами санітарно-епідеміологічної служби. Особливо швидкопсувні продукти перевозять ізотермічним транспортом і тим, що має камери охолодження.

2. Організація метрологічної служби.

На підприємствах ресторанного господарства застосовуються настільні і напольні ваги різних типів.

За принципом дії всі застосовувані в громадському харчуванні ваги відносяться до важільно-механічних. За видом покажчика маси їх поділяють на гирьові, шкальні, циферблатні, проекційні та електромеханічні. Останнім часом дуже поширеним є використання електронних вагів, як настільних так і напольних.

Гирьові ваги рівноплічні з відкритим і закритим механізмом (ВНО і ВНЗ) встановлюють на столі, нерівноплічні (РП-1, Г13М) — на підлозі (спеціально підготовленому майданчику), шкальні — на стійкій підставці. За необхідності їх можна пересувати.

У гирьових вагах показання маси визначають візуально, застосовуючи місцевий спосіб зняття показань.

Циферблатні ваги одночашкові лоткові (ВЦЛ) і двочашкові (ВНЦ-2, РН-10Ц13) встановлюють на столі. У межах циферблата (200 або 1000 г) продукти зважують без гир, понад шкалу циферблата до максимального навантаження — із застосуванням гир. Циферблатні платформенні ваги (РП-ВЦ24) встановлюють на підлозі. Вони мають візуальний відлік і дистанційно-документально реєструють показання на відстані 50 м. На дистанційній підсумовуючій машині друкується значення маси виска і сумарної маси.

Проекційні ваги оптичні настільні (ВО-ЗК1, ОР-Ю) мають шкалу, на якій відображається значення маси. Чим менший зазор, тим повільніше масло надходить з одного циліндра в інший. Заспокоювач коливань має бути відрегульований так, що після натискання на вантажоприймальний майданчик до кінця стрілка ненавантажених вагів буде повертатися в нульове положення після двох—трьох коливань.

Гирьові напольні ваги встановлюють на міцному майданчику. Горизонтальність положення перевіряють за допомогою виска, закріпленого на колонці вагів. Рівновагу ненавантажених вагів перевіряють за положенням рухомого покажчика, регулюють його тарувальною гайкою і контргайкою, які знаходяться на малому плечі коромисла. Урівноважування вантажу здійснюється за допомогою гир з радіальним отвором, які містяться на гиротримачі, і пересувної гирі, розміщеної на відліковій шкалі.

Для урівноважування вантажу на настільних звичайних, закритих і циферблатних вагах застосовують чавунні або сталеві гирі загального призначення масою від 1 до 500 і від 1 до 10 кг. Для урівноважування вантажів на гирьових напольних (сотенних) вагах застосовують чавунні гирі умовною масою від 10 до 500 кг (дійсна їхня маса в 100 разів менша).

Вони повинні відповідати таким технічним вимогам:

— забезпечувати точність показань, показувати масу товару з відхиленням у межах допустимої похибки;

— бути достатньо чутливими, реагувати на значні зміни навантаження (гиря-допуск);

— мати сталість показань, давати однакові показання при багаторазовому зважуванні того самого вантажу (рівного 1/10 вантажопідйомності вагів), що знаходиться на вантажо приймальному майданчику в різних положеннях; похибка при цьому не повинна перевищувати допустиму;

— бути стійкими, повертатися до стану рівноваги після зняття навантаження;

— мати достатню вантажопідйомність, тобто найбільше і найменше навантаження, що вказується на циферблаті або коромислі вагів, має відповідати величині висків.

Відповідність вагів технічним вимогам перевіряють у такі терміни: первинна перевірка здійснюється при випуску вагів із заводу, періодична — не рідше одного разу на рік, позачергова — при пошкодженні клейма, інспекційна — при метрологічній ревізії на підприємстві, відомча — не частіше одного разу в три місяці.

Результати перевірки оформляють нанесенням відбитка клейма на вагах і гирях і відміткою в спеціальному журналі та паспорті.

На підприємствах ресторанного господарства нагляд і контроль за ваговимірювальним обладнанням здійснюють спеціально призначені працівники (завідувач виробництва, заступник директора підприємства).

Успішна робота ресторану, кафе, бару багато в чому залежить від використання сучасних контрольно-касових машин.

На підприємствах ресторанного господарства касові машини виконують фіскальні функції, будучи основним інструментом для розрахунків зі споживачами, а для податкових органів — показником контролю за дотриманням правильності сплати податків підприємством.

Українське законодавство передбачає використання машин, включених до Державного реєстру реєстраторів розрахункових операцій. Придбана касова машина обов'язково ставиться на облік і обслуговування в Центрі технічного обслуговування (ЦТО). Для подальшого контролю на касову машину наклеюється голограма.

За існуючою класифікацією контрольно-касові машини, які використовуються в ресторанах, поділяють на три групи:

- пасивні
- фіскальні реєстратори
- активні.

Пасивні касові машини дозволяють здійснювати вартісний облік продажів і пробивати чеки.

Касові машини цієї групи прості в експлуатації і використовуються на невеликих підприємствах.

До пасивних машин належать також автономні (портативні) каси, які працюють без підключення до електромережі, що дозволяє використовувати їх поза рестораном (у місцях масового відпочинку, роздрібна мережа та ін.).

В умовах автоматизації виробничої і торговельної діяльності великих ресторанів доцільно використовувати комп'ютерно-касову мережу (ККМ), що об'єднує комп'ютер і касові машини.

Керівнику ресторану для прийняття правильного управлінського рішення необхідно мати оперативну інформацію про наступне:

- рух сировини і товарів на складі;
- надходження напівфабрикатів;
- розрахунки з постачальниками;
- випуск продукції в цехах та її реалізацію в залах.

Вирішенню цих завдань відповідають фіскальні реєстратори.

Це касові машини, здатні працювати тільки в складі комп'ютерно-касової системи, одержуючи інформацію через канали зв'язку. Якщо пасивні й активні контрольно-касові машини можуть функціонувати в автономному режимі, то фіскальні реєстратори потребують обов'язкового підключення до комп'ютера. Вибір типу касової машини впливає на багато параметрів системи автоматизованого управління: функціональність, надійність, вартість та ін.

Максимальною функціональністю і надійністю володіють активні контрольно-касові машини. Вони мають можливість не тільки функціонувати в комп'ютерно-касовій системі, але й управляти нею. До активної системи контрольно-касових машин відносяться РОЗ-термінали, які мають можливості введення, виведення, збереження й опрацювання інформації.

В сучасних ресторанах широко застосовуються автоматизовані системи управління на базі РОЗ-терміналів, що дозволяють контролювати обсяг продажів, реалізацію популярних страв і напоїв, наявність залишків продуктів на складі, звіти різних підрозділів підприємства і роботу персоналу, здійснювати аналітичний облік і прогнозування.

У невеликих ресторанах встановлюють один касовий апарат. Працювати на ньому може один касир, який пробиває замовлення офіціантів або бармена. У середніх встановлюють не менше одного стаціонарного терміналу на 4—5 офіціантів, а у великих доцільно мати одну контрольно-касову машину і необхідну кількість терміналів, за допомогою яких офіціанти оформляють попередні замовлення і відправляють їх на виробництво й у сервіс-бар. Розрахунки зі споживачами здійснюються через касу.

Існує три основні модифікації офіціантських терміналів: стаціонарний з клавіатурним введенням (рис. 3а), стаціонарний з сенсорним введенням (рис. 3б), електронний блок замовлень, який дозволяє формувати замовлення безпосередньо біля столика замовника та у барі. Розрахунок з клієнтами у ресторанах здійснюється, як правило, через касирів, а не через офіціантів. Поділ функцій обслуговування офіціантами, а розрахунків через касира дозволяє посилити контроль за роботою персоналу. У ресторанах і кафе поряд з торговельним залом автоматизації підлягають такі структурні підрозділи: складські, кухня, бухгалтерія, а також працівники системи обліку і управління (калькулятори, менеджери, оператор системи автоматизованого управління САУ). У невеликих ресторанах функції калькулятора, бухгалтера та оператора САУ може виконувати одна людина, а у великих — кілька операторів, здійснюючи введення інформації по складу, техніко-технологічних і калькуляційних картах.

Комплекс автоматизованого управління залу ресторану і касових машин називається фронт-офісом залу. Комплекс передбачає наявність автоматизованих робочих місць офіціантів, барменів, касирів, менеджера. Інформація про роботу надходить до загальної системи. Системи автоматизації залу ресторану поділяють на три види:

- повна автоматизація;
- автоматизація на базі пасивних контрольно-касових машин;
- на базі фіскальних реєстраторів.

При повній автоматизації ресторану система автоматизації залу пов'язана з обліковою системою «бек-офіс». Разом вони забезпечують комплексну автоматизацію підприємства харчування. При внесенні страв у замовлення робиться автоматична роздруківка його на кухні та у сервіс-барі, а при закритті замовлення здійснюється друк фіскального чека на касовій машині.

Автоматизація ресторану на базі пасивних контрольно-касових машин передбачає роботу із замовленнями споживачів без негайного внесення в систему обліку замовлених страв. Замовлення вноситься в контрольно-касову машину по закінченні обслуговування, потім дані надходять до загальної системи обліку.

Застосування комплексної системи автоматизації ресторану дозволяє поліпшити облік і контроль в усіх підрозділах підприємства (склад, виробництво, зал, бухгалтерія та ін.).

Системи автоматизації ресторанів повинні адаптуватися до завдань, які постійно змінюються, мати механізми переходу від простих версій програм до більш складних.

Нині на ринку представлено кілька програм для підприємств ресторанного господарства, які успішно виконують завдання по реалізації роботи ресторану, кафе або бару на кожній ділянці, які пропонують різні системи організації бізнес-схеми управління ними. У системі ресторанного бізнесу прийнято виділяти дві частини — управління залом і управління складом.

Основні принципи роботи системи управління залом, призначеної для чіткої організації взаємодії підрозділів, які обслуговують споживачів (зал, кухня, сервіс-бар і т. д.), можна проілюструвати так:

1. Прийом замовлення у споживача;
2. Формування замовлення на касовому терміналі;
3. Передача замовлення на приготування страв і напоїв на принтери виробництва і сервіс-бару;
4. Оцінка готовності страв на виробництві та одержання їх офіціантом;
5. Закриття замовлення (пробивання чеків на касовій машині);
6. Передача чека і рахунка споживачеві, одержання грошей.

Така система сприяє:

- поліпшенню роботи персоналу;
- економії часу за рахунок автоматизації процесу обміну даними між підрозділами;
- зводи ь до мінімуму імовірність помилок при роботі персоналу;
- стає можливим жорстко контролювати роботу підрозділів за допомогою даних, що надаються у звітах: звіт про продаж виробів кухні, звіт по виторгу, звіт по всіх діях користувачів системи, аналітичні звіти по кращих продавцях, стравах, столах.

Інтегрована дисконтно-кредитна система дозволяє ввести гнучку систему знижок для кожного споживача.

Вона дозволяє не тільки створити жорсткі схеми послідовності дій працівників ресторану, а й оперативно змінювати їх відповідно до вимог керівництва.

Друга складова комплексу управління рестораном — програма руху товарів на складі. Для чіткого розуміння успішності роботи необхідно відслідковувати не тільки прибуток, а й збитки. Програма призначена для організації роботи внутрішніх підрозділів підприємства і дозволяє контролювати такі дії:

- увесь шлях руху продуктів — від надходження, приготування напівфабрикатів, готових страв до продажу їх споживачам;
- стан будь-якого підрозділу, наявність продуктів на складі, у виробничих цехах;
- своєчасна інформація про необхідність поповнення запасів продуктів.

Система дозволяє в будь-який момент мати докладну інформацію про наявність у кожному з підрозділів того чи іншого продукту або готової страви. Грамотне використання такої системи дозволяє налагодити організацію роботи так, щоб уникнути прорахунків і помилок при замовленні продуктів, довідатися про наявність продуктів на складі, на підставі повідомлень комп'ютера уникнути помилок у цінах і асортиментному переліку, комплексно підійти до аналізу закупівель. Така система є банком даних, на підставі яких керівник може чітко зрозуміти, в якому стані у нього кожна точка обліку і чому.

Комп'ютерні системи в ресторані використовуються для таких цілей:

1. Облік продажу готових страв, контроль з діями персоналу.
2. Калькуляція страв, розрахунок залишків на складах ресторану.
3. Бухгалтерія.
4. Планування закупівель, контроль відхилень.
5. Безпечне і надійне зберігання даних.
6. Управління світловими та іншими електричними приладами.

Робота на касовій програмі для ресторану здійснюється в такий спосіб: офіціант на касовому терміналі формує замовлення для споживача, вводить через клавіатуру або сенсорний екран замовлені страви. На принтерах, встановлених на виробництві й у сервіс-барі, автоматично друкується чек із зазначенням номера столу і прізвища офіціанта, що передав замовлення. В цьому чеку офіціант отримує страву з кухні і продукцію із сервіс-бару. Отже, обмежується незадокументоване одержання страв і збільшується швидкість обслуговування.

Одночасно на одному терміналі може працювати кілька офіціантів. Для розрахунку зі споживачами офіціант друкує рахунок. Якщо у споживача є дисконтна або розрахункова карта, офіціант реєструє її, споживачеві автоматично надається знижка. Касир приймає гроші від офіціанта і видає фіскальний чек.

Менеджер ресторану має можливість спостерігати за всіма замовленнями. Звичайно тільки менеджер підтверджує відмову, повернення, дає знижки.

3. Організація санітарної служби.

Санітарний стан закладів має відповідати вимогам «Санітарних правил для закладів ресторанного господарства» та забезпечити епідеміологічну безпеку при отриманні послуг в закладах ресторанного господарства.

Жорстке дотримання санітарного режиму, а саме: санітарних вимог до утримання виробничих, підсобних, торговельних і побутових приміщень; своєчасне прибирання території; миття та знезаражування обладнання, інвентарю, посуду; дотримання персоналом правил особистої гігієни, а також здійснення всіх виробничих процесів відповідно до санітарно-гігієнічних вимог - є необхідними умовами виготовлення доброякісної продукції та профілактики кишкових інфекцій, харчових отруєнь, гельмінтозів.

У закладах ресторанного господарства накопичуються харчові та нехарчові відходи, які слід своєчасно видаляти з території закладів, а саму територію - регулярно прибирати. У разі порушення цих вимог виникає епідеміологічна небезпека спалаху інфекційних захворювань. Так, харчові відходи можуть стати джерелом забруднення патогенною мікрофлорою готових страв, обладнання, інвентарю, посуду, тари тощо. Крім того, харчові відходи є сприятливим середовищем для розмноження мух, гризунів, які можуть переносити збудників кишкових інфекцій (холера, дизентерія, черевний тиф та ін.), інфекційних та інвазійних захворювань (чума, трихінельоз, туляремія тощо).

Джерелом забруднення патогенною мікрофлорою кулінарної продукції, окремих ділянок виробництва, відповідного обладнання та інвентарю можуть стати й самі працівники закладу в разі недотримання ними санітарних правил особистої гігієни.

Таким чином, для забезпечення епідеміологічної безпеки в закладах ресторанного господарства необхідно не тільки провадити механічне очищення і прибирання території та приміщень, а також знезараження за допомогою фізичних і хімічних засобів.

Під *дезінфекцією* розуміють знищення в середовищі, в якому знаходиться людина, або видалення з нього патогенних і умовно-патогенних мікроорганізмів. Дезінфекція в закладах ресторанного господарства головним чином проводиться з метою профілактики. Профілактична дезінфекція має велике епідеміологічне значення, вона попереджає виникнення спалаху інфекційних та харчових захворювань.

Об'єкти дезінфекція - територія, виробничі, складські, допоміжні і побутові, торговельні приміщення, інші споруди й обладнання, транспортні засоби, що використовуються для перевезення сировини і продуктів тваринного та рослинного походження, інвентар, одяг і взуття обслуговуючого персоналу.

На робочих місцях, поблизу технологічного обладнання повинні бути вивішені пам'ятки щодо дотримання санітарно-гігієнічного і технологічного режимів, плакати, попереджувальні написи, правила і режими миття обладнання, результати оцінки санітарного стану робочих місць та інші матеріали, призначені для виробничого персоналу.

У планах роботи закладів слід передбачати санітарні дні, не рідше одного разу на місяць, для проведення генерального прибирання і дезінфекції всіх приміщень, обладнання, інвентарю, а також поточного ремонту. Графік проведення санітарних днів на квартал повинен узгоджуватись з органами й установами держсан епіднагляду. У закладах ресторанного господарства допускається проведення санітарних днів в окремих виробничих цехах.

Дезінфекція в закладах ресторанного господарства проводиться двома способами - фізичним і хімічним.

Фізична дезінфекція передбачає використання високої температури (пара, гаряча вода, гаряче повітря), опромінення поверхонь ультрафіолетовим промінням, кварцювання, механічні способи й т.ін.

При знезараженні окропом вегетативні форми мікроорганізмів гинуть протягом 1-2 хв через денатурацію білків мікробної клітини. У закладах ресторанного господарства знезараження окропом і парою найчастіше використовують для обладнання, посуду, інвентарю. Гарячим повітрям дезінфікують усі робочі металеві частини машин, столові прибори та ін.

Для знезараження повітря приміщень та різних поверхонь застосовується опромінення їх ультрафіолетовими і кварцовими лампами, при цьому в приміщеннях не повинно бути людей.

Хімічна дезінфекція проводиться шляхом використання різних хімічних речовин, що викликають загибель патогенних і умовно-патогенних мікроорганізмів у навколишньому середовищі. Ефективність хімічної дезінфекції залежить від різних факторів: властивостей мікроорганізмів, температури і характеру середовища, тривалості впливу препарату тощо. При проведенні хімічної дезінфекції необхідно дотримуватися таких умов:

- використовувати дезінфекційний препарат тільки в рідкому стані;
- забезпечити контакт хімічного препарату з мікроорганізмами;
- використовувати препарат у визначеній концентрації, протягом певного часу та за певної температури.

При проведенні профілактичних, поточних і заключних дезінфекційних заходів у закладах ресторанного господарства допускається використовувати лише ті дезінфекційні препарати та мийні засоби, що внесені до Державного реєстру дезінфекційних засобів, і за умов наявності Свідоцтва про державну реєстрацію дезінфекційного засобу встановленої форми. Державний реєстр дезінфекційних засобів, затверджений 01.01.2009 р., містить понад 450 найменувань дезінфекційних та мийних засобів. Призначення та способи використання цих засобів визначені в методичних вказівках та інструкціях, розроблених і затверджених на кожний дезінфікуючий та мийний засіб окремо. Дезінфекційні та мийні засоби повинні використовуватись у чіткій відповідності до затверджених методичних указівок та інструкцій.

До дезінфекційних засобів, які останнім часом рекомендовані до використання в закладах ресторанного господарства, належать: «Аніоксид 1000», «Антихлор», «Дезактив-М», «АХД2000», «Біо-клін», «Лізоформін 3000», «Дезактин», «Неохлор», «Хлордез», «Хлорневапно», «Хлорантоін», «ХлорамінБ», «Неосепталхлор», «Хлорактив», «СУМАБАК Д10», «ВГК» (висококонцентрований гіпохлорит кальцію), «Дезекон», «Дезефект», «Саніфект-128» та ін., більшість з яких у своєму складі містить активний хлор.

У закладах ресторанного господарства для проведення дезінфекції виділяють спеціально підготовленого працівника, який готує дезрозчини і здійснює дезінфекцію. Дезінфекція всіх приміщень проводиться щомісяця в санітарний день і за спеціальними епідемічними показниками.

Дезінфекційні та мийні засоби зберігають у ємкостях зі щільно закритою кришкою (хлорне вапно 10%, не більше 5 діб) у спеціально відведеному приміщенні або місці. При приготуванні дезінфекційних розчинів необхідно користуватися респіратором і захисними окулярами. На місці приготування

дезрозчинів має бути вивішена інструкція щодо приготування та використання їх залежно від об'єкта. На ємностях з розчинами зазначається час і дата виготовлення, а також термін придатності.

Проведення дезінсекції та дератизації в закладах ресторанного господарства має велике гігієнічне значення. Оскільки мухи, таргани та гризуни харчуються відходами, вони можуть переносити на харчові продукти та готову їжу збудників харчових отруєнь, кишкових інфекцій, яйця гельмінтів. Тому в закладах ресторанного господарства велика увага приділяється боротьбі з цими шкідниками, яка здійснюється шляхом дезінсекції (знищення мух, тарганів та інших комах) і дератизації (знищення гризунів).

Для попередження появи гризунів і комах у закладах ресторанного господарства слід дотримуватися санітарного режиму на території та всередині приміщень закладів ресторанного господарства. Харчові відходи збираються в ємності (баки, відра, контейнери), які щільно закриваються. Усі харчові відходи слід вивозити щодня, після чого стінки та дно ємностей необхідно чистити, мити та дезінфікувати. У разі порушення графіку вивезення відходів вміст сміттєзбірників і вигрібних ям один раз на тиждень обробляють 10% розчином хлорного вапна.

Профілактичними заходами в боротьбі з тарганами та мухами <: захист продуктів харчування від можливих виплодів, відкладень яєць. Усі продукти необхідно захищати сітками, марлею, ковпаками, зберігати в закритих шафах. Для цього перегородки та стінки шаф, полиці повинні бути без щілин.

Теплої пори всі вікна, що відчиняються, мають бути затягнуті марлею або металевою сіткою. Для знищення мух, що потрапили в приміщення, використовується липкий папір.

Під час дезінсекції інсектицидами (отруйними речовинами з різних хімічних сполук) з приміщення виносяться всі продовольчі товари, посуд, інвентар. Дезінсекція здійснюється після закінчення роботи закладу або в санітарний день. Перед початком роботи після дезінсекції слід ретельно прибирати приміщення. Залишки крихт, їжі на столах, полицях, у ящиках можуть призвести до появи тарганів. Для боротьби з ними використовуються також різні хімічні сполуки.

Знищення гризунів, які можуть бути носіями збудників харчових і кишкових захворювань, проводять шляхом дератизації. Оскільки гризуни швидко розмножуються, вони завдають ще й значної економічної шкоди. Тому вже під час будівництва закладу ресторанного господарства необхідно враховувати, що гризуни влаштовують свої гнізда на глибині 0,7 м. Тому вже закладення фундаменту повинне здійснюватися на достатній глибині. Щоб гризуни не проникали в приміщення через вентиляційні отвори та люки, їх слід закривати ґратами, різними металевими сітками. Щілини навколо каналізаційних труб необхідно заливати розчином цементу, двері підвалів оббивати залізом.

У разі появи гризунів застосовуються механічні способи їх знищення (за допомогою сілець, пасток). Знищують гризунів також і отрутохімікатами, які додають до приманок. Оскільки ці речовини отруйні і для людини, то використовувати хімічні засоби для знищення гризунів можуть лише фахівці - дерати-затори.

Біологічні методи знищення гризунів використовувати в закладах ресторанного господарства заборонено. Ці методи полягають у тому, що гризунів

заражають мікробами, які спричиняють їх загибель. Оскільки мікроби небезпечні й для людини, то їх використання створює небезпеку зараження продуктів харчування. Якщо в закладі виявлено скупчення комах чи гризунів, органи санітарної служби можуть заборонити його експлуатацію, вимагаючи проведення повної обробки всіх приміщень та навколишньої території.

Питання для самоконтролю.

1. Охарактеризуйте організацію роботи транспортної служби.
2. Які вимоги до організації метрологічної служби.
3. Основні завдання та вимоги до організації санітарної служби.

Лекція 35.

Тема. Організація санітарно-технічного та інженерно-технічного обслуговування в готельному господарстві.

План лекції

1. Складові частини інженерно-технічного обладнання готелів.
2. Характеристика санітарно-технічного устаткування.
3. Ліфтове устаткування.

1. Складові частини інженерно-технічного обладнання готелів.

Однією з основних проблем є постачання готельного комплексу водою для питних і господарських потреб та у зв'язку з цим оснащення споруди відповідним водогінно-каналізаційним устаткуванням. Готельні споруди, що будуються на освоєних територіях, забезпечуються водою від міської водогінної мережі. Невеликі ж об'єкти (пансіонати, бази відпочинку в курортних місцевостях) будуються на неосвоєних територіях, мають самостійне водопостачання з річок, свердловин або колодязів.

Водогінна мережа забезпечує будівлю готельного комплексу водою для питних і господарсько-виробничих потреб. Разом із забезпеченням готелю холодною водою діють системи гарячого і пожежного водопостачання.

Якість і температура води, що подається до готельного комплексу, повинні відповідати вимогам стандартів. Витрати води обчислюються окремо для систем холодного і гарячого водопостачання. На одного мешканця готелю може припадати до 300 л води на добу. Фактичне споживання води також розраховується витратою води по місцях водозабору (у номерному фонді, по окремих допоміжних приміщеннях - у пральні, сауні, басейні, на кондиціонування тощо). Розраховується питома витрата води з розрахунку на одиницю пропускну здатності готельного комплексу.

Водопровідна вода в готельних об'єктах, будинках відпочинку, пансіонатах тощо повинна бути придатна для пиття незалежно від того, для яких цілей вона використовується. Придатність визначається лабораторіями санітарно-епідеміологічного нагляду. Водопровідна вода з міської мережі повинна відповідати всім вимогам і при цьому не має бути потреби у застосуванні додаткових засобів для поліпшення її якості.

Внутрішня водогінна система складається з таких елементів:

- вводу (перпендикулярного до будівлі відрізка труби від зовнішньої магістралі до водомірного вузла);
- водомірного вузла, головною частиною якого є водомір, що служить для обліку витрат води;
- водопровідної мережі будівлі з арматурою від водомірного вузла до місць споживання;
- водонапірно-запасних баків, які встановлюються в найвищій точці системи, що дозволяє створити не тільки певний запас води, але й необхідний тиск у внутрішній мережі, а це забезпечує безперебійну подачу води в найвищі і

найвіддаленіші точки водо- розбору, незалежно від тиску води в зовнішній магістралі;

- насосів, що служать для подачі води у внутрішню мережу, коли тиск води в зовнішній мережі для цього недостатній.

У тому випадку, коли міський тиск не забезпечує подачу води до верхніх водорозбірних точок, в будівлі готелю передбачається водопідкачування. Існують *два види підкачування*, у часи пік і постійне. Підкачування в часи пік проводиться з допомогою насосу, встановленого на ввіді, і здійснюється, як правило, в автоматичному режимі. Якщо міський тиск постійно не забезпечує цілодобову подачу води до верхніх водорозбірних точок, передбачається постійне підкачування, тобто цілодобове.

За призначенням внутрішній водогін буває *господарсько- питним, виробничим і протипожежним*. У готелях виробничий водогін практично не застосовується.

Каналізаційне устаткування готельних об'єктів тісно пов'язане з водопровідним як із погляду проектування, так і експлуатації. Каналізаційними трубами відводять забруднену воду (з кухні, лазень, пральні, басейнів тощо) та атмосферні опади (дощові та при таненні снігу).

Каналізаційні стоки через різні санітарні пристрої (раковини, умивальники, унітази, решітки в підлогах) потрапляють по відвідних трубах у колектор міської мережі або у власну мережу.

2. Характеристика санітарно-технічного устаткування.

Каналізаційні труби поділяються на *горизонтальні, вертикальні та відгалужені*. Головний канал сполучає будівлю з вуличною каналізацією.

Каналізаційні та водогінні труби, а також їхній захист можуть бути замасковані, проте легкодоступні для обслуговування. Вертикально і горизонтально прокладені каналізаційні труби необхідно ретельно і щільно з'єднувати для запобігання затопленню готельних номерів та ресторанних залів, газовиділенню через нещільне з'єднання каналізаційних труб і підмиванню фундаментів будівель.

Відвідні труби потрібно згрупувати і прокладати так, щоб до них був забезпечений доступ з усіх боків; не бажано прокладати їх через приміщення, що відвідуються найчастіше. Варто також передбачити додаткові відгалуження, які могли б використовуватися за потреби. Підбір діаметрів і перетинів каналізаційних відведень приймаються відповідно до діючих санітарних норм і правил.

Протипожежний водогін створюється в кількох варіантах: найчастіше як самостійна система внутрішнього водопроводу, проте бувають і спільні з господарсько-питним або виробничим водогоном.

Система протипожежного водогону складається з мережі магістральних трубопроводів і стояків (розподільчих ліній), пожежних кранів, а за необхідності й водонапірних установок (насосів, водонапірних баків, пневматичних пристроїв).

Пожежні крани розміщують на стояку вентиляції в навісних або вбудованих шафах на висоті 1,35 м від підлоги. Вони встановлюються в легкодоступних місцях - вестибулях, коридорах, проходах, сходових майданчиках будівлі готелів.

Норма витрати води і кількість струменів залежать від місткості, висоти і призначення будівлі. На один струмінь мінімальна витрата води нормується від 2,5 до 5 л/с; а розрахункова кількість компактних струменів - від 1 до 8.

Електродвигуни насосів повинні безперебійно постачатися від двох незалежних один від одного джерел живлення.

У системах водопроводу з водонапірними баками *недоторканий протипожежний запас води* дорівнює кількості, необхідній для гасіння пожежі впродовж 10 хвилин при ручному або автоматичному включенні пожежних насосів.

Автоматичні системи пожежогасіння бувають спринклерними і дренчерними. *Спринклерні* установки є змонтованою розподільчою системою труб, що знаходиться під перекриттям захищеного приміщення, із вмонтованими в неї спринклерними головками (розприскувачами), які спрацьовують при температурі 72, 93, 141, 182 °С. Труби розподільчої мережі перебувають постійно під тиском і забезпечуються водою автоматично. *Дренчерні* установки, на відміну від спринклерних, обладнані розприскувачами-дренчерами. Якщо в перших установках розкриваються тільки ті спринклери, що розташовані над вогнищем пожежі, то в дренчерних - вода надходить відразу з усіх дренчерних головок.

Системи гарячого водопостачання (ГВП) бувають із централізованим і децентралізованим, місцевим приготуванням гарячої води, яка витрачається на побутові і виробничі потреби.

Система гарячого водопостачання охоплює установку для нагрівання холодної води до температури не вище 75 °С і мережу розвідних трубопроводів. З цієї метою використовуються швидкісні проточні водонагрівачі. Вода в них протікає зі значною швидкістю через нагрівальні трубки, які підігріваються водою з тепломережі, що проходить усередині корпусу водонагрівача і омиває їх.

Системи централізованого гарячого водопостачання *класифікуються за способом:*

- а) *подачі води споживачам* - закрыта, тобто без розриву струменя (під натиском зовнішнього водопроводу) і відкрита - з баками-акумуляторами;
- б) *акумуляції гарячої води* - з баками-акумуляторами і без них;
- в) *циркуляції* - з природною циркуляцією, примусовою і змішані.

Централізована система гарячого водопостачання включає: водопідігрівачі; мережу, що складається з трубопроводів, які подають і розподіляють воду, та циркуляційних (зворотних), мережного устаткування (компенсаторів, обладнання для відведення повітря, водозабірної, запобіжної арматури); регулюючі та контрольно-вимірювальні пристрої (регулятори витрати і тиску, термореле та ін.); циркуляційні насоси.

Внутрішні системи ГВП можуть бути *тупиковими* і *циркуляційними*. Перші характеризуються тим, що вода, яка надійшла до стояка, в разі відсутності розбору застоюється та вистигає. Це призводить до великого зливу водопровідної води. Циркуляційні системи мають стояки, які дозволяють повернути невикористану воду до бойлера для підігрівання. Ці системи значно економічніші, ніж тупикові.

Останнім часом, у зв'язку з низьким завантаженням, деякі готелі переходять на нові методи приготування гарячої води. Для цього використовуються електричні водонагрівальні прилади, які встановлюються в кожному номері.

Система опалення в готелях повинна створювати стабільний температурний режим під час опалювального сезону та комфортні гігієнічні умови відповідно до вимог. Упродовж усього опалювального сезону система опалення повинна працювати безперебійно і при мінімальних витратах тепла забезпечувати нормальну температуру в усіх приміщеннях.

Системи опалення поділяються на місцеві і центральні. До *місцевих систем* відносять такі, де всі основні елементи об'єднані в один пристрій. Такими системами є печі, газове і електричне опалення. Радіус їхньої дії обмежений одним або двома суміжними приміщеннями.

У *центральных системах* джерело тепла винесене за межі опалювальних приміщень або взагалі за межі будівлі.

У готельних комплексах застосовують такі *системи опалення*:

1. *Водяне опалення*. Найпростішим для обслуговування і найдешевшим з експлуатаційної точки зору в невеликих готельних комплексах, об'єм яких не перевищує 10 тис. м², є водяне гравітаційне опалення. Для великих об'єктів застосовується насосне водяне опалення, що ґрунтується на примусовій циркуляції води в нагрівальних пристроях.

2. *Опалення паром низького тиску* найчастіше використовується в установках нагрівання води, пральних установках і окремих апаратах (пароповітряних апаратах, протипожежних установках, сушарках), а також у кухнях чи варильних котлах. Пара має тиск до 0,5 атмосфер і температуру до 110 °С.

Принцип дії даної системи опалення полягає в генерації пари в котлах. Ця пара підводиться по трубах до опалювальних пристроїв, де конденсується. Конденсат відводиться по трубі безпосередньо в котел або в конденсаційний бак; звідти вода перекачується в паровий котел і знову піддається випаровуванню.

3. *Повітряне опалення*. Опалення виробничих приміщень і торгових залів ресторану повітрям проводиться за допомогою вентиляційних установок, які одночасно виконують роль вентиляції та опалення. Для опалення використовуються пароповітряні апарати, обладнані нагрівачем, до якого підведена пара низького тиску, і вентилятором, які працюють за принципом засмоктування повітря з приміщення або ззовні.

4. *Променеве опалення*. У цьому випадку нагрівальні канали розміщуються в конструкції стель, у панелях стін, підлозі чи перегородках. При променевому опаленні нагріваються поверхні будівельних конструкцій (стеля, стіна), які передають тепло повітрю. Температура поверхні обігріву коливається в межах 30-50 °С.

5. *Калориферна система* не тільки нагріває повітря, але й зволожує та очищає його за допомогою спеціальних фільтрів.

У багатьох готельних комплексах успішно застосовується *електроопалювальна система* під покриттям підлоги.

Теплопостачання готельних комплексів від тепломереж здійснюється за договором із постачальником тепла споживачам. Розрахунок за теплопостачання залежить від об'єму приміщень і витрат гарячої води. У випадку такого теплопостачання більшість готельних комплексів обладнують вузли обліку теплових ресурсів, що знижує витрати.

Сучасне інженерно-технічне обладнання здатне створювати в готелях будь-які параметри повітряного режиму, що забезпечують повний екологічний комфорт

людини. Це устаткування дозволяє збагачувати повітря киснем, нагрівати його або охолоджувати, сушити або зволожувати, очищати від пилу або інших забруднень, ароматизувати. З цієї метою використовуються спеціальні установки, які називаються *кондиціонерами*. Нагадаємо, що температура в номері повинна становити 18-20 °С, вологість повітря - 40-45 %, швидкість руху повітря - 0,25 м/с. Створення в приміщенні необхідних кліматичних умов (температури, відносної вологості, швидкості руху повітря), незалежно від зовнішніх кліматичних умов і внутрішніх чинників (тепло- і вологовиділення людьми й устаткуванням, газо- і паровиділення), називається **кондиціонуванням повітря**.

Залежно від радіуса дії системи кондиціонування поділяються на *центральні*, що обслуговують багато приміщень, і *місцеві* - для обслуговування одного приміщення.

Центральні системи кондиціонування повітря обладнують великими центральними кондиціонерами, що встановлюються в спеціально відведених приміщеннях мінімальною площею 140 м², висотою до 10 м. Центральні кондиціонери встановлюються для подачі повітря в торгові зали ресторанів, банкетні зали, конференц-зали, виробничі і житлові приміщення. До комплексу кондиціонерів входять пристрої автоматичного і дистанційного управління.

При *місцевому кондиціонуванні повітря* компактний кондиціонер встановлюється в приміщенні, яке обслуговується.

Кондиціонування повітря передбачається через неможливість використання природної вентиляції (відкриті вікна в літній час) через надмірний вуличний шум, що заважає роботі, забруднення повітря в приміщеннях або великі швидкості вітру при підвищеній поверхності. У кондиціонері обробляється тільки зовнішнє повітря, змішане із внутрішнім рециркуляційним, а також внутрішнє повітря.

Для систем кондиціонування повітря потрібна велика кількість холоду в літній період. Холодопостачання може здійснюватися від природних або штучних джерел. До *природних джерел* належать артезіанські води, що залягають на глибині 25-30 м від поверхні землі і мають температуру +5 °С, а також лід. До *штучних джерел* відносять охолоджену воду, що надходить від холодильних установок із температурою +7 °С. Охолоджувальні пристрої обладнуються компресорами з випарно-конденсаторними агрегатами. У перехідний і зимовий періоди охолоджувальні машини не працюють. Санітарна норма свіжого повітря становить 20 м³/год на одну людину.

Обмін повітря в житлових номерах, виробничих приміщеннях, готельних, ресторанных залах і кафе необхідний для створення комфортних умов для гостей і персоналу. За допомогою вентиляції здійснюється обмін повітря: видаляється забруднене повітря, що містить надмірну кількість двоокису вуглецю, водяної пари та пилу, і подається свіже повітря, збагачене киснем.

Практично всі великі готелі обладнані системами вентиляції повітря. **Системи вентиляції** класифікуються: за *призначенням* - на припливні і витяжні; за *способом переміщення повітря* - на природні і механічні; за *способом організації повітрообміну* — на місцеві і загальнообмінні.

Належний і швидкий обмін повітря забезпечується природною або механічною вентиляцією. *Природна вентиляція* складається з аерації (провітрювання через вікна, кватирки, балконні двері) і канално-гравітаційної вентиляції (через шахти, трубопроводи, що виходять на дах, і вентиляційні решітки в приміщеннях за

рахунок різниці температур). Ця система найчастіше застосовується в номерах, ванних кімнатах, загальних санвузлах і деяких складах. Основною умовою обміну повітря на основі гравітаційної системи є різниця тиску, що виникає між повітрям, яке знаходиться всередині, і повітрям зовні. Залежно від співвідношення тиску, у вентиляційних каналах виникає природна повітряна тяга, що викликає провітрювання приміщень.

Механічна вентиляція застосовується там, де необхідний сильний обмін повітря, причому перевагою установок цього типу є незалежність від зовнішніх атмосферних умов (температури, вологості, вітру і тиску): у виробничих приміщеннях, рестораних залах, залах кафе, в кухнях, пральних і машинних відділеннях.

Розрізняють витяжну механічну вентиляцію і припливно- витяжну. При *витяжній механічній вентиляції* забруднене повітря видаляється з приміщень вентилятором, а свіже надходить через пори стін або спеціально залишені канали та отвори в стінах і покриттях, а також через вентиляційні припливні решітки. При *припливно-витяжній* у приміщеннях вмонтовуються окремі вентилятори, що викликають рух і обмін повітря, або встановлюється вентиляційна припливна і витяжна установка, в якій повітря подається і видаляється різними каналами, а регулювання притоку повітря здійснюється за допомогою решіток. Така установка складається з каналів і вентиляторів, а засмоктування повітря відбувається за допомогою системи, яка забезпечена очисними, нагрівальними і зволожуючими пристроями.

Вентиляція житлових номерів, ванних кімнат і санвузлів здійснюється за допомогою вертикальних витяжних каналів. У виробничих приміщеннях ресторану природна вентиляція за допомогою витяжних каналів є недостатньою. Виділення великої кількості тепла та вологи кухонними машинами та пристроями потребує влаштування механічної припливно-витяжної вентиляції. Вентиляційні решітки повинні розміщуватися над джерелами пароутворення і тепла. Над основною кухонною плитою встановлюють вентиляційний навіс, призначення якого - відведення пари і тепла, що утворюються під час приготування їжі.

Приміщення торгових залів ресторанів, кафе і коктейль-барів, а також винних погребів повинні обладнуватися самостійною механічною вентиляцією. Важливу роль у таких випадках відіграє їхня висота. Низькі торгові зали потребують обладнання їх дорогими вентиляційними установками.

У приміщеннях пралень вентиляційні установки є або самостійними пристроями, що відводять тепло і випаровування безпосередньо від машин і пральної техніки, або складовою частиною машин. Сучасна готельна пральня повинна мати вентиляцію, яка обслуговується власним централізованим машинним відділенням. У приміщеннях, де переться білизна і накопичується пара, застосовують пристрої для її видалення, що складаються з вентилятора і нагрівана. Провітрювання пралень шляхом відкриття вікон небажане, особливо в зимовий період.

У холодильниках циркуляція повітря здійснюється на основі гравітації або за допомогою вентиляторів. Склади, призначені для зберігання продуктів і різних матеріалів, потребують відповідного обміну повітря, який повинен здійснюватися 3-6 разів на добу.

Можливими дефектами і несправностями вентиляційних пристроїв можуть бути відсутність або пошкодження витяжних решіток і рамок для них, негерметичність збірних шлакогіпсових вертикальних коробів, засмічення вентиляційних каналів уламками цегли чи розчином, пошкодження чи відсутність над вентиляційною шахтою захисної парасольки або дефлектора (насадка на витяжній трубі). Під час сильних морозів вентиляцію вимикають.

У великих готелях, насичених килимовими виробами, застосовуються *централізовані системи видалення пилу*.

Принципи дії системи централізованого видалення пилу такі:

- у підвальних приміщеннях готелю встановлюється станція видалення пилу, що складається з водокільцевого вакуумного насосу, гідравлічних фільтрів (барботерів), сітчастих фільтрів, стояків зі штуцерами для приєднання гнучкого шланга з насадкою, за допомогою якого проводиться очищення поверхонь від пилу і бруду;
- стояки прокладаються в стінах коридорів і проходять до найвищих номерів готелю;
- зволожений пил, потрапляючи в прийомну камеру на водну поверхню, скидається в каналізацію.

Для зручності *видалення сміття* з поверхів у готелях висотою 3 поверхи і більше застосовуються спеціальні пристрої, що називаються *сміттепроводами*. Основними елементами останніх є: стовбур із завантажувальними клапанами, розташованими на кожному поверсі; сміттеприймальний бункер, який знаходиться в нижній частині будівлі готелю.

Стовбур і всі його нерухомі з'єднання повинні бути вологостійкими, димо- і повітронепроникними, внутрішня поверхня стовбура має бути гладкою. Стовбур сміттепроводу повинен відокремлюватися від будівельних конструкцій готелю звукоізолюючими прокладками, забезпечуватися високоефективною системою вентиляції, а також обладнанням для чищення і миття.

Завантажувальні клапани повинні мати розміри, які виключають скидання предметів, більших від перерізу стовбура. Вони мають легко відкриватися, зніматися і водночас бути герметичними.

Стіни сміттегіриймальних камер (бункерів) облицьовуються плиткою, стелі фарбуються масляною фарбою. До бункера має бути проведена гаряча і холодна вода для його промивання.

Сміття транспортується спецмашинами, в деяких із них є дробарки, що подрібнюють сміття до фракцій піщинок.

У деяких країнах Європи і в США застосовується *пневматичне видалення сміття*. Ця система передбачає прокладення спеціальних сміттепроводів діаметром 500-600 мм, виконаних із високоміцної сталі, прокладених під землею на великі відстані. У перевантажувальних пунктах сміття пресується і завантажується в контейнери, а потім відправляється на сміттеспалювальні або сміттепереробні заводи.

Гідравлічний спосіб видалення сміття передбачає його подрібнення в дробарках і спуск у каналізацію. Цей спосіб менш ефективний, оскільки перевантажує каналізацію і за санітарно-гігієнічними показниками поступається пневматичному методу.

3. Ліфтове устаткування

Серед проблем, які архітектор повинен вирішувати при проектуванні готельного комплексу, є проблеми, пов'язані із застосуванням ефективного та економічного ліфтового устаткування. Як свідчить досвід, правильний вибір кількості та якості ліфтів багато в чому визначає економічність проектного рішення.

Національний стандарт ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» передбачає обов'язкову наявність ліфтів у готелях висотою більше одного, двох і трьох поверхів залежно від їхньої категорійності (див. додаток А).

Ліфтами називаються підйомні пристрої циклічної дії, призначені для вертикального транспортування людей і вантажів у будівлях різного призначення. Ліфти бувають *пасажирськими, вантажопасажирськими і вантажними*. За швидкістю підйому вони поділяються на *тихохідні* - зі швидкістю підйому 1 м/с, *швидкохідні* - 1,5 м/с, і *швидкісні* - понад 1,5 м/с. Ліфти розрізняються також за вантажопідйомністю.

Підйомники пов'язані з цокольним і підвальними поверхами, де розташовані машинні відділення, ремонтні майстерні, складські приміщення. Найбільшу пропускну здатність з усіх видів механічного транспорту має ескалатор. Пропускна здатність ескалатора шириною 85 см перевищує пропускну здатність сходів аналогічної ширини в 4-5 разів.

Для готельних комплексів висотою понад 10 поверхів рекомендується передбачити дві групи ліфтів, що зупиняються на парних і непарних поверхах.

Для безпечної роботи ліфта передбачені такі *пристрої і прилади*:

- уловлювачі (спеціальні пристрої, що захоплюють та утримують кабінку ліфта на рейках у разі обриву робочих канатів або неприпустимо великої швидкості руху кабіни);

- гальма, що утримують систему «кабіна-противаги» в нерухомому стані при відключеному двигуні, тобто при зупинці;

- кінцеві вимикачі, що обмежують рух кабіни вгору і вниз за межі передбачених поверхів споруди;

- автоматичні замки, що фіксують двері шахти в закритому положенні за відсутності кабіни на даному поверсі;

- дверні контакти, що не дозволяють рухатися кабіні при відкритих дверях;

- сигнальні лампи, що попереджають про те, що кабіна ліфта зайнята;

- дзвінок або телефон (мікрофон) виклику електромеханіка у разі несправності ліфта та ін.

Рух кабіни ліфта здійснюється в спеціальній шахті.

Питання для самоконтролю.

1. Складові частини інженерно-технічного обладнання готелів.
2. Характеристика санітарно-технічного устаткування.
3. Ліфтове устаткування.

Лекція 36.

Тема. Особливості організації праці в підприємствах готельного господарства.

План лекції

1. Організація праці в підприємствах готельного господарства.
2. Характеристика основних груп працівників підприємства готельного господарства.
3. Організація і управління службою харчування у готелях.

1. Організація праці в підприємствах готельного господарства.

Для забезпечення ефективного функціонування будь-якого готельного підприємства важливе значення має побудова організаційно-функціональної структури управління.

Організаційно-функціональна структура управління — це впорядкована система управлінських ланок, розташованих у строгому підпорядкуванні, що забезпечують взаємозв'язок між керуючою і керованою підсистемами, розвиток системи як єдиного цілого. Ланки управління утворюють структуру управління з конкретним розташуванням, співвідношенням і взаємозв'язком між собою. Створення організаційної структури управління зумовлене необхідністю розподілу прав і обов'язків між окремими підрозділами організації.

Організаційна структура управління — одне з ключових понять у менеджменті необхідне для визначення чіткого взаємозв'язку і взаємодії структурних ланок в управлінському процесі і коригування їхнім функціональним процесом у досягненні цілей організації. Організаційна структура готельного підприємства формується для забезпечення його перспективної конкурентоздатності, економічної ефективності, раціональної кооперації.

Представлена організаційно-функціональна структура управління у вигляді схеми, що відображає взаємозв'язки структурних підрозділів готелю, згідно виконання функцій в управлінні підприємством. Ця схема відображає розташування кожної служби і посади у загальній організації готелю, ілюструє розподіл повноважень і обов'язків персоналу, необхідна для ефективного виконання ключових функцій працівниками, визначення їх підзвітності.

Управління підприємством індустрії гостинності пов'язується з оптимальним розподілом цілей і завдань між структурними ланками (службами, змінами, бригадами та ін.) і кожним окремим працівником підприємства. Структура управління, таким чином, визначається розподілом органів управління індустрії гостинності, характером їхньої спеціалізації — завданнями управління і формами координації їхньої діяльності.

Візуально організаційна структура управління готельного підприємства відображається графічним способом у вигляді двовимірної схеми. Схема фіксує у компактній формі інформацію про ієрархічність, повноваження і підпорядкування рівнів управління.

Організаційна схема управління готельним підприємством створюється керівниками підприємства на початковій стадії його виникнення і визначається спеціалізацією закладу, його категорією, обсягом номерного фонду, розташуванням, категорією гостей та іншими факторами. У створенні організаційної схеми вагому роль відіграє аналіз створення підрозділів управління, чіткого визначення їхніх функціональних обов'язків, зв'язків у самому підрозділі (службі, відділі) та між підрозділами у виробничому процесі. Затверджується структура управління Статутом підприємства і документально оформляється спеціальним положенням про сферу послуг, посадовими інструкціями всіх рівнів управління.

Організаційна структура управління готельним підприємством є оптимальною тоді, коли всі структурні підрозділи доповнюють процес створення готельної послуги та забезпечують його функціонування, водночас вони забезпечують максимальну ефективність функціонування у досягненні кінцевого результату, яким вважається надання конкурентно- здатних послуг.

Серед головних принципів організації системи управління готельними підприємствами виділяються:

- орієнтація на виробництво послуг, згідно попиту гостей;
- організаційна структура управління повинна відображати його цілі і стратегію;
- постійне впровадження організації виробництва шляхом його спеціалізації та диверсифікації;
- поєднання прав та обов'язків, відповідальності та контролю в управлінні;
- швидка адаптація — здатність чітко реагувати на зміни попиту, вдосконалювати технологію виробництва, запроваджувати інновації;
- економічність — відповідати витратам на отримання органів управління можливостям організації;
- простота в управлінні — сформованою з незначної кількості рівнів управління, укомплектованих кваліфікованими спеціалістами, легкою для розуміння персоналом та пристосованою до певної форми управління;
- оптимальність в управлінні — організація повинна забезпечувати раціональні зв'язки між службами та персоналом;
- принцип керованості передбачає здатність керівників своєчасно приймати та доводити до виконавців ефективні рішення, добиватись чіткого їхнього виконання для досягнення поставлених цілей. Організаційна схему управління повинна постійно змінюватись, зокрема при динамічному зовнішньому середовищі готелю і структурі управління. Відповідно до змін у структурі управління, які зумовлюють зміни у чисельності персоналу, важливо, щоб ці зміни суттєво не позначались на якості обслуговування. Персонал у сфері гостинності завжди повинен взаємодоповнюватись, бути взаємозамінним у певному структурному підрозділі.

В організаційній структурі управління готелю виділяються рівні управління, ланки (відділи) і зв'язки.

До **ланок управління** підприємств індустрії гостинності належать структурні підрозділи, менеджери виконують функції управління, забезпечують регулювання і координацію діяльності декількох структурних підрозділів, окремі спеціалісти, зв'язки між окремими відділами (підрозділами) мають горизонтальний характер.

Рівень управління — це сукупність ланок управління, що займають певний ієрархічний рівень у системі управління готелем. Рівні управління знаходяться у вертикальному підпорядкуванні один одному і включають адміністрацію (керівників вищого рівня), менеджерів служб та керівників окремих відділів. Типова структура управління у готелях характеризується трьома рівнями: інституційним (вищим), управлінським (середнім), технічним (нижчим) (рис. 3.1). Ланка управління — відокремлений орган, наділений функціями управління, визначеною відповідальністю за виконання функцій. Ланками у готелях є служби, відділи, підприємства, що надають додаткові послуги, окремі особи. Визначення повноважень, розподіл функцій і обов'язків, зв'язки між персоналом готелю будуються на офіційній і неформальній основі.

За характером виконання виробничих функцій співробітники готелю поділяються на обслуговуючий персонал та службовців. Обслуговуючий персонал безпосередньо надає послуги клієнтам та забезпечує обслуговування приміщень готелю і прилеглої території (прибирання, ремонт приміщень і обладнання та ін.). До обслуговуючого персоналу, що забезпечує обслуговування приміщень належить молодший обслуговуючий персонал — прибиральники, двірники, електрики, столярі та ін. Службовці здійснюють управління, вивчення виробничого процесу, моніторинг ринку, вдосконалюють технологію, здійснюють юридичні, фінансово-бухгалтерські та інші функції.

В організаційній структурі готелів можна виділити основні служби, типові для більшості готелів, допоміжні та додаткові. До основних служб належать — служба прийому і розміщення, служба бронювання, служба обслуговування номерів, служба громадського харчування, фінансова, комерційна служба, інженерно-експлуатаційна служба. Допоміжні служби забезпечують функціонування основних служб, урізноманітнюють готельні послуги. Серед допоміжних служб виділяються — пральня, хімчистка, майстерня з ремонту взуття, одягу та ін.

Додаткові служби надають платні послуги — бізнес - центр, спортивно-оздоровчий центр, перукарня, косметичний кабінет, торгові кіоски, відділення зв'язку, солярій та ін.

Необхідно зазначити, в сучасних умовах широкої спеціалізації, диверсифікації готельного продукту, різних розмірів та категорії готельних підприємств не існує ідеальної і єдиної моделі управління готелями. Вибір моделі організаційно-функціональної структури управління визначається конкретними особливостями позиціонування на ринку готельного підприємства і повинен спрямовуватись згідно необхідності оптимального задоволення попиту клієнтів.

Організаційна структура у готельних підприємствах залежить від їхніх розмірів і типу. У великих готелях організаційна структура розгалужена і забезпечує можливість оптимального управління різними функціональними напрямками. У готелях низької та середньої місткості передбачений мінімальний набір служб, що забезпечують пропозицію основних готельних послуг. Наприклад, лише у структурі великих готельних комплексів служба бронювання, обслуговування, фінансово-бухгалтерська, комерційна, інженерно-експлуатаційна і маркетингова служба представлені окремими структурними підрозділами. У малих і середніх готелях функції бронювання і обслуговування клієнтів виконують окремі співробітники служби прийому та розміщення. Аналогічна ситуація у позиціонуванні інших служб.

Служби у готелях, в залежності від здійснення безпосередньої взаємодії з клієнтами умовно можна поділити на дві категорії — контактні служби, персонал яких має безпосередню взаємодію з клієнтами та безконтактні служби — служби, у функціонуванні яких не здійснюється безпосередня взаємодія з клієнтами. У готельній індустрії такий поділ служб має важливе значення оскільки визначає підходи в управлінні та організації роботи керівників служб та регламентує вимоги щодо персоналу. Зокрема, головними вимогами, що ставляться до персоналу контактних служб є:

- привабливий зовнішній вигляд, що забезпечується відповідною зачіскою, макіяжем, одягом, прикрасами та ін.;
- знання етики і психологи спілкування;
- комунікабельність;
- знання іноземних мов;
- обмеження у віці (для персоналу рецепції вік до 30 років).

2. Характеристика основних груп працівників підприємства готельного господарства.

Інституційний рівень управління готельним підприємством уособлює власник готелю, генеральний директор, або голова ради директорів (наглядова рада). Вище керівництво ділиться на два підрівні: загальне керівництво — представлене власником готелю і уповноваженим власником керівництвом. Форма власності у невеликих готелях найчастіше представлена одноосібним володінням, у великих готелях, готельних ланцюгах — акціонерною формою власності.

Вищий рівень приймає загальні рішення стратегічного характеру, координує роботу керівників відділів, менеджерів служб. Стратегічні завдання готельних підприємств, які визначають та вирішують їхні власники стосуються орієнтації підприємства на обслуговування певного сегмента ринку готельних послуг, модернізації та диверсифікації послуг, участі у корпоративних формах економічної діяльності, цінової політики та ін. Від вирішення категорії загальних питань залежить розташування готелю, його категорія, місткість, архітектура, обладнання, підбір персоналу.

Генеральний директор — особа, яка уповноважена власником готелю і делегує його завдання для управлінського рівня у конкретні управлінські рішення. Водночас, генеральний директор виконує функції посередника між власником — з одного боку, і гостями — з іншого. Окрім цього, він обґрунтовує загальні напрямки політики готельного підприємства, фінансову політику відображену у визначенні лімітів витрат на утримання персоналу, адміністративні та господарські потреби, відповідальний за прийняття рішень щодо орієнтування закладу розміщення на обраний сегмент ринку. Генеральний директор вирішує питання закупівельної політики, визначає підприємства — постачальники ресурсів, визначає пріоритетних постачальників. Вище керівництво також вирішує питання запровадження системи розрахунків з клієнтами, політику тарифів, систему маркетингових досліджень ринку.

У великих готелях із значною кількістю персоналу управлінська структура вищою ланки може включати посаду *заступника генерального директора*. Заступник генерального директора відповідає за прийняття оперативних рішень,

здійснює постійний контроль за технологічним процесом, тому зобов'язаний якнайдовше перебувати на підприємстві. Він має більш тісні стосунки з клієнтами, зобов'язаний вирішувати проблеми пов'язані з обслуговуванням гостей.

В окремих великих готелях для забезпечення цілодобового контролю адміністрації за функціонуванням підприємства виділяється посада *виконавчого директора*.

Управлінський рівень у закладах гостинності забезпечує реалізацію політики підприємства, розробленої керівниками вищого рівня управління, відповідають за надходження, уточнення, розподіл завдань у підрозділах, контролюють їхнє виконання. На менеджерів відділів покладено широкі обов'язки і велика відповідальність у прийнятті рішень. Окрім реалізації загальних поставлених завдань у конкретні управлінські рішення, менеджери відділів вирішують проблеми оптимізації технологічного процесу згідно новітніх методів роботи, кадрової роботи у відділі, матеріально-технічного забезпечення, взаємодії з іншими структурними підрозділами готелю. У великих готелях цей рівень може включати 5-6 заступників директора (менеджерів відділів) та 10-15 менеджерів служб. До керівників середнього рівня належать менеджери служби громадського харчування, розміщення, фінансового, технічного, комерційного відділів та ін.

Менеджер з питань громадського харчування здійснює управління рестораном та іншими формами гастрономічних закладів, що функціонують у готелі. Йому безпосередньо підпорядковується шеф-повар, метрдотель, менеджер банкетного обслуговування, старший офіціант.

Менеджеру з розміщення підпорядковуються менеджери основних готельних служб — бронювання, приймання та поселення, господарської служби.

Менеджер фінансового відділу управляє роботою головного бухгалтера, менеджера господарської служби, оператора комп'ютера, завідуючого відділу заробітної плати.

Менеджер технічного відділу очолює інженерно-експлуатаційний відділ. У готелях посада менеджера технічного відділу називається по-різному — головний інженер, директор з технічної експлуатації та ін. Йому підпорядковується старший майстер, завідувачі майстернями з ремонту обладнання, систем опалення, технічної безпеки, холодильних установок, меблів та ін.

Менеджеру комерційного відділу підпорядковується менеджер з питань матеріально-технічного постачання, менеджер обслуговування конгресів, менеджер з реклами та ін.

Технічний рівень управління представлений керівниками нижчої ланки управління, які здійснюють керування безпосередньо обслуговуючим персоналом. У готелях до цієї категорії належать керівники виробничих ланок, які відповідають за розподіл завдань серед виконавців, контролюють їхнє виконання, водночас самі приймають участь у виробничому процесі.

Керівники всіх відділів у готелях, окрім функції управління виконують функції виконання доручень керівників вищого рівня. Частка виконавчої функції зростає з пониженням рівня управління. Не виконує доручень лише власник готелю. Виконання доручень, згідно витраченого часу, як свідчить моніторинг, на вищому рівні займає близько 10 %, на середньому — 50 %, нижчому — близько 70 %

загального часу менеджерів. Решта часу менеджери витрачають на прийняття рішень з управління.

Зв'язки забезпечують взаємодію і координацію дій між елементами структури управління готельним підприємством. Згідно характеру відносин елементів структури, зв'язки поділяються на вертикальні і горизонтальні.

Вертикальні зв'язки забезпечують процес управління і підпорядкування, наприклад, зв'язок між генеральним директором і менеджером певної служби. Ці зв'язки виникають при ієрархічній побудові системи управління, наявності чіткої організації рівнів управління готельним підприємством, кожен з яких характеризується власними цілями.

Горизонтальні зв'язки відображають стосунки з кооперації і узгодження дій між рівноправними елементами одного ієрархічного рівня управління. Наприклад, такий характер взаємодії здійснюється між менеджерами служб готельного підприємства з проблем узгодження сумісних дій у технологічному процесі.

У структурі управління готельними підприємствами згідно характеру управлінських рішень розрізняють лінійні та функціональні зв'язки.

Лінійні зв'язки відображають передачу управлінської інформації загального характеру необхідної для виконання із підпорядкуванням у всіх питаннях нижчих підрозділів вищим. Ця система проста і ефективна якщо проблеми нескладні і рішення можуть прийматись самостійно у підрозділах.

Функціональні зв'язки пов'язуються з підпорядкуванням нижчих підрозділів ряду функціональних підрозділів, які професійно вирішують окремі функції управління готелем, пов'язані з фінансами, плануванням, технологією та ін. Ці зв'язки забезпечують передачу змістовно обґрунтованої управлінської інформації. Оскільки джерел інформації одночасно може бути декілька виникають проблеми неузгодженості дій окремих функціональних підрозділів.

Стрічковий (ступінчастий) графік передбачає вихід працівників в різний час групами або поодиноці відповідно до завантаження торговельного залу. Кожен працівник відпрацює 7 або 8 годин.

Недолік— відсутність чіткої побудови бригад, ускладнення плануванні робочого часу, контролю за виходом на роботу, зниження відповідальності деяких членів бригади за виконання виробничої програми.

Графік підсумкового обліку робочого часу застосовується на підприємствах з нерівномірним завантаженням в окремі дні тижня або місяця, коли неможливо встановити робочий день нормальної тривалості. При такому графіку допускається різна тривалість робочого дня по днях тижня, але не більше 11 год. 30 хв. з подальшим наданням одного дня відпочинку при обов'язковому відпрацюванні за місяць встановленої норми робочого часу.

Двобригадний графік є різновидом графіка підсумкового обліку робочого часу. При цьому графіку організуються дві бригади, однакові за чисельністю і складом. Вони працюють через день по 11 год. 30 хв. Перевага такого графіка в тому, що склад бригади протягом дня є постійним. Це підвищує відповідальність працівників за виконання виробничого завдання. Недоліком є нерівномірна завантаженість, велика тривалість робочого дня, що викликає стомлюваність і може призвести до погіршення якості продукції та зниження продуктивності праці.

Комбінований графік передбачає поєднання різних графіків і застосовується на підприємствах з подовженим робочим днем. Такий графік часто застосовується в ресторанах, де робота в цілому будується за двобригадним графіком виходу на роботу, але з урахуванням технологічного процесу приготування страв і завантаженості торговельного залу деякі працівники виходять на роботу по стрічковому графіку.

Для обліку робочого часу кожного працівника ведеться табель, який підписує директор. Він є документом для нарахування заробітної плати.

Виробничий персонал, вимоги до нього згідно з ДСТ 30524-97 «Громадське харчування. Вимоги до виробничого персоналу»

До виробничого персоналу належать категорії працівників підприємства, зайнятих виробництвом кулінарної продукції, борошняних кондитерських і булочних виробів: завідувач виробництва, начальник цеху, кухар, кондитер, пекар, кулінар борошняних виробів, виготовлювач харчових напівфабрикатів, обвашовач м'яса, кухонний робітник.

Виробничий персонал підприємств усіх типів і класів повинен мати або фахову освіту або пройти професійну підготовку на виробництві для оволодіння знаннями, навичками і кваліфікацією для виконання конкретних функцій. Підготовка, кваліфікація і спеціалізація виробничого персоналу повинна відповідати типу і класу підприємства.

Для кожної конкретної посади має бути розроблена посадова інструкція, яка встановлює функції, обов'язки, права і відповідальність працівника, вимоги до якості виконуваних робіт, професійної освіти, технічних знань, досвіду роботи.

Виробничий персонал підприємства повинен систематично удосконалювати свої знання, кваліфікацію і професійну майстерність на основі теоретичної підготовки і практичної діяльності, щоб забезпечити виробництво кулінарної продукції і борошняних кондитерських виробів, безпечних для здоров'я і життя споживачів, відповідно до вимог нормативної і технологічної документації. Весь персонал має пройти інструктаж з охорони праці та техніки безпеки.

До виробничого персоналу підприємств усіх типів і класів висуваються такі вимоги:

- знання технології та організації виробництва продукції ресторанного господарства, основ раціонального харчування для різних контингентів споживачів, у тому числі лікувально-профілактичного і дієтичного харчування, правил і техніки обслуговування клієнтів (відповідно до займаної посади з урахуванням специфіки підприємства);

- дотримання посадових інструкцій, трудового розпорядку споживачів підприємства;

- дотримання вимог санітарії, правил особистої гігієни і гігієни на робочому місці;

- знання і дотримання пожежо- та електробезпеки;

- дотримання культури й етики спілкування з колегами по роботі та споживачами;

- знання раціональної організації праці на робочому місці та уміння чітко планувати роботу.

У ресторанах і барах класу «люкс» і «вищий» має працювати персонал, знайомий зі специфікою кулінарії інших держав.

Завідувач виробництва повинен мати вищу або середню професійну освіту та досвід практичної роботи; знати основи трудового законодавства, основні положення Закону України «Про захист прав споживачів», галузеві документи, що стосуються його професійної діяльності; знати організацію виробництва; уміти чітко організувати виробничу діяльність підлеглих, технологічний процес; підбір і розміщення кадрів.

Кухара і кондитера повинні мати початкову або середню професійну освіту.

3. Організація і управління службою харчування у готелях.

Управління комплексом підприємств громадського харчування у готелях забезпечує директор, який підпорядковується власнику або виконавчому директору закладу розміщення. Директор ресторану несе відповідальність за ефективність функціонування основних структурних ланок — ресторана, кафе, бару, кухні, кондитерського цеха, складських приміщень, йому підпорядковуються відповідальні за їхню роботу особи, санітарний лікар. Заступник директора здійснює управління процесом обслуговування у залі ресторана, йому підпорядковуються метрдотелі, офіціанти, музиканти оркестра, буфетники.

Посада директора служби харчування у готелях є однією з найбільш відповідальних. Окрім високої якості пропонованих гастрономічних послуг, безпеки життя і здоров'я гостей, комплекс підприємств харчування повинен забезпечувати високий рівень гостинності.

Раціонально організоване функціонування ресторана у готелі може забезпечити 10 % його рентабельності (5 % податок і 5 % прибуток). Проте, для цього необхідні значні зусилля, значно більші ніж у роботі готельних служб, які при менших затратах дають до 40 % доходів (15 % відрахування у формі податку і 25 % чистого доходу). Доходи від ресторана більше 10 % можливі при раціональній організації управління, широких маркетингових дослідженнях.

Ефективне функціонування гастрономічного закладу в значній мірі пов'язується з кваліфікацією, комунікабельністю, досвідом роботи керівника служби. Директор ресторана повинен мати досвід роботи відповідно профілю, знати особливості технологічного процесу у всіх підрозділах виробництва. Окрім здобуття освіти у спеціалізованих навчальних закладах, у підготовці менеджера служби громадського харчування важливе значення має стажування. Насамперед, упродовж одного-двох років він стажується у харчоблоці (часто суміщається з навчанням), після цього півроку-рік повинен відпрацювати у постачанні, обслуговуванні допоміжних структурних ланок — склад, секції мийки посуду, обслуговування номерів. Важливим є стажування щонайменше впродовж року окремо в ресторані, барі, обслуговуванні банкетів, інших масових заходів. Після здобуття освіти та проходження стажування молодий спеціаліст може отримати посаду менеджера одного з підрозділів у службі громадського харчування. Після трьох-п'яти років роботи на посаді менеджера рестора- на, іншої структурної ланки молодий керівник може очолити гастрономічну службу готелю. .

Основні професійно-кваліфікаційні вимоги щодо керівника служби громадського харчування у готелях стосуються:

- мати вищу професійну або середню спеціальну освіту згідно профілю діяльності або економічну;
 - мати досвід роботи у сфері послуг харчування, досконало знати особливості роботи у всіх підрозділах служби;
 - прискіпливого використання результатів моніторингу попиту клієнтів щодо асортименту страв і напоїв, відстежувати головні тенденції цього сегменту ринку;
 - бути вольовим, авторитетним керівником;
 - вміти підібрати і утримувати здібних працівників;
 - раціонально розподіляти персонал у підприємстві, визначити принципи взаємодії між окремими структурними підрозділами служби;
 - створення необхідних умов для підвищення персоналом кваліфікації;
 - вміти мотивувати персонал відділу щодо добросовісної праці;
 - оптимізації роботи кожного підрозділу і забезпечити їхню рентабельність;
 - контролювати необхідне постачання підприємства сировиною і витратними матеріалами, інвентарем, обладнанням, робочим одягом та ін.;
 - контролювати дотримання санітарних правил приготування страв, їхнього естетичного вигляду і подачі;
 - контролювати норми витрат сировини, якість і своєчасну доставку на виробництво;
 - запроваджувати сучасні методики розрахунку бюджету, контроль за правилами ведення звітів, а також калькуляції вартості страв і перерахунку денної виручки на рахунок готелю;
 - затвердження графіка роботи персоналу з урахуванням періодів найбільшого напливу відвідувачів і контроль за дотриманням трудової дисципліни.
- Впродовж робочого дня директор послідовно повинен:
- перевірити повідомлення, що надійшли з торгових підрозділів і служби охорони;
 - перевірити роботу буфета з приготування сніданків;
 - ознайомитись зі списком попередніх замовлень;
 - провести нараду з заступником та менеджерами підрозділів;
 - перевірити спеціальні ціни на добу;
 - перевірити обслуговування номерів, підготовку роботи секції банкетів і з'ясувати стан підготовки зали до вечірніх святкових заходів;
 - перевірити меню і сервірування сніданка;
 - проаналізувати поточні проекти: нове літнє меню, розробка нової концепції ресторана, переобладнання приміщень (наприклад, фойє танцювальної зали), придбання обладнання на кухню, склади та ін.;
 - аналіз поточних рахунків — прибутку і видатків;
 - ознайомитись з роботою ресторана — процесом обслуговування, з'ясувати проблеми;
 - провести нараду з питань складання меню на поточну добу;
 - відвідати нараду з питань спеціальних проектів, проконтролювати стійки коктейль-бару;
 - перевірити підготовку до розважальних заходів;

— перевірити спеціальні замовлення на продукти і напої для VIP-персон, які зупинились у готелі, продегустувати страви;

— ознайомитись із замовленнями на святкову вечерю, проконтролювати роботу кімнат для відпочинку.

Робочий день директора служби громадського харчування у готелі триває з 8.00 до 18.00. Проте, цей графік часто порушується запланованими заходами на більш ранній або пізній час. Робочий тиждень триває шість днів, в останні дні тижня обсяг роботи, як правило, найбільший, часто виникає необхідність працювати у вихідні дні.

Директор служби гастрономічних послуг у готелі повинен стежити за змінами у сфері гостинності, бути в курсі нормативно-правових, організаційних, технічних нововведень, відвідувати наради виконавчої ради директорів готелю, наради з питань кредитування, фінансових питань.

У структурі персоналу служби громадського харчування виділяється категорія адміністративно-господарського, виробничого, торгово-обслуговуючого персоналу. Кількість персоналу в окремих категоріях працівників залежить від структури та обладнання підприємства, категорії, обсягів діяльності і кваліфікації працівників.

Адміністративно-господарську категорію персоналу у ресторані готелю, розрахованого на понад 100 місць, представляє директор, заступник директора з обслуговування, заступник директора з виробництва і постачання, завідувач продовольчого складу, касир-контролер, санітарний лікар (рис. 6.1).

Окреслена схема з незначними поправками використовується майже у всіх підприємствах громадського харчування середніх і великих готельних комплексах. У великих за розмірами гастрономічних службах виділяються додаткові керівники окремих структурних ланок, наприклад директор ресторана, директор кафе, директор кондитерського цеха, директор нічного клубу та ін.

Шеф-повар координує роботу кухні, підпорядковується заступнику директора з виробництва і постачання, несе відповідальність за якість та обсяг виробництва їжі, її сервірування, вчасну доставку готових страв (гарячі страви повинні подаватись гарячими, а холодні закуски — холодними). Шеф-повар безпосередньо контролює дотримання затверджених кулінарних рецептів, дотримання основ технології і санітарних правил приготування їжі. У великих готельних комплексах він має декілька заступників, які відповідають за роботу денної зміни — один-два заступники, один вечірньої зміни і один відповідальний за банкети.

Посада шеф-повара відіграє одну з головних функцій у презентації закладу харчування у готелях. У виробничій ланці ресторанного господарства він наділений всією повнотою влади. У невеликих і середніх готелях часто виконує функції директора ресторанного господарства, що зумовлено тенденціями скорочення персоналу та оптимізації розмірів гастрономічної служби з огляду на економію фінансових ресурсів.

Сьогодні у відомих світових готельних корпораціях управління технологічним процесом шеф-повар здійснює шляхом використання комп'ютерних програм. З допомогою комп'ютерних програм складаються стандартні рецепти, визначається необхідний обсяг матеріально-виробничих запасів, здійснюється

обрахунок потенційної вартості страв у різних торгових підприємствах, визначається фактичний прибуток від продажу кожної страви меню.

Посадові обов'язки шеф-повара стосуються:

- управління технологічним процесом кухні;
- контролю трудової дисципліни персоналу кухні;
- контролю за технічним станом виробничого обладнання;
- періодичного контролю впродовж робочого дня процесу приготування їжі, дегустація якнайбільшої кількості страв на смак, консистенцію, запах і загальну якість;
- складання і затвердження графіка роботи секцій кухні;
- регулярного контролю доходів кухні;
- проведення бізнес-прогнозу на наступний день, тиждень, місяць;
- контролю готовності підпорядкованої ланки щодо обслуговування масових заходів;
- контролю чистоти виробничих приміщень.

Серед типових понять в управлінні доходами кухні використовується: маржа прибутку, вартість праці, коефіцієнт рентабельності. *Маржа прибутку* — це різниця між собівартістю і продажною вартістю страви. Наприклад, собівартість запеченої курки становить 14,45 грн., а продається за 32,70 грн., відповідно маржа прибутку становить 18,25 грн. *Вартість прибутку* розраховується у людино-годинах на один куверт (столовий прибор). Наприклад, для підсобного робітника, який миє посуд на 37,1 куверта необхідно більше одну людино-годину. *Коефіцієнт рентабельності* виражає дохід кухні, і обраховується діленням собівартості приготованих страв на кількість реалізованих. Наприклад, порція супу собівартістю 5 грн. була продана за 15 грн., відповідно коефіцієнт рентабельності становить — 33%. У великих готелях із значною місткістю гастрономічних підприємств, що водночас спеціалізуються на обслуговуванні масових заходів, коефіцієнт рентабельності можна дещо знижувати.

Функції заступника директора (менеджера) з виробництва і постачання. Заступник директора з виробництва і постачання гастрономічної служби виконує головну роль в організації та управлінні виробничим процесом у службі. Ця посада типова для готелів із рестораном місткістю понад 100 осіб. У малих та середніх готелях функції заступника директора з виробництва і постачання виконує шеф-повар. Менеджеру виробництва і постачання підпорядковується весь персонал виробничих цехів і підсобних приміщень (рис. 7.1).

Основні функціональні обов'язки заступника директора стосуються:

- здатності організувати роботу персоналу, ефективно управляти виробничим процесом;
- забезпечення своєчасного, безперебійного постачання харчових продуктів та напівфабрикатів належної якості;
- підтримування постійного зв'язку з постачальниками харчових продуктів та напівфабрикатів, витратних хімічних засобів та технологічного обладнання;
- контролю технічного стану обладнання у виробничих цехах та приміщеннях із зберігання сировини;
- організації роботи виробничих цехів з урахуванням норм і правил безпеки, дотримання норм санітарної гігієни;

- забезпечення тісної співпраці з менеджером з обслуговування і координувати процес виробництва з процесом обслуговування;
- проведення постійного моніторингу попиту гостей, вдосконалювати смакові характеристики, консистенцію і загальну якість, асортимент продукції. У готелях та ресторанах вищої категорії розробити фірмові страви та напої;
- проведення маркетингового аналізу попиту на короткотривалий (добу, тиждень) і довготривалий (місяць, рік) період;
- контролю за раціональним використанням і дотриманням норм безпеки сировини;
- щоденно коригувати меню з урахуванням наявних продуктів і асортиментного мінімуму;
- здійснення контролю виробничої дисципліни, забезпечувати мотивацію персоналу.

Заступник директора з виробництва і постачання працює впродовж 6 днів, робочий день триває з 7.00 до 18.00. Режим його роботи ненормований, часто виникає необхідність додаткового виходу на роботу під час масових заходів у ресторані.

Функції заступника директора з обслуговування. Заступник директора з обслуговування організовує і здійснює управління роботою у торговому залі ресторану. Основна функція керівника ресторану полягає у забезпеченні гостинного прийому, надання гастрономічних послуг, створення ефективного відпочинку з розвагами, затишку і комфорту, безпеки перебування. Посада заступника директора з обслуговування характерна для всіх середніх і великих готелів з закладами ресторанного господарства.

Функції заступника директора з обслуговування стосуються:

- забезпечення високої якості обслуговування гостей;
- контролю за станом контрольно-обслуговуючих приміщень;
- контролю за дотриманням вимог щодо сервірування столів;
- координування роботи офіціантів, барменів, прибиральниць торгових приміщень, мийників посуду, швейцарів, музикантів і артистів;
- складання меню і узгодження його з кухнею;
- контролю за дотриманням персоналом вимог щодо охайності і правил особистої гігієни, організація вивчення персоналом правил поведінки та обслуговування клієнтів прийнятих у закладі ресторанного господарства;
- облік замовлень на проведення колективних святкувань, тематичних вечорів, банкетів та організація підготовки до їхнього проведення;
- контролю за веденням офіціантами реєстрації рахунків і проведення розрахунку з гостями;
- контролю внесення у касу офіціантами авансових сум і виручки за день;
- вирішення конфліктних ситуацій між клієнтами і обслуговуючим персоналом ресторану;
- організація обслуговування у номерах, міні-барах, кок-тейль-барах.

Заступник директора з обслуговування основну частину робочого часу повинен перебувати у залі, він зустрічає і спілкується з гостями. В процесі обслуговування менеджер контролює виробничий процес персоналом, навчає та інструктує його.

Функції заступника директора стосуються проведення постійного маркетингового аналізу роботи торгових залів ресторану. Маркетингові дослідження дозволяють розрахувати необхідний обсяг приготування їжі і напоїв, кількість гостей впродовж певного часу, зокрема на тривалий період. Середню кількість гостей, які користуються послугами харчування у готелі називають рівнем охоплення і є основним показником для прогнозування діяльності підприємств харчування.

З метою збільшення кількості гостей у ресторані готелю, менеджер повинен використовувати різні економічні методи — цінові знижки, розіграш призів, надавати клієнтам ресторанні купони на певну суму та ін. Наприклад, у готелі «Royal Sonesta» у Новому Орлеані, кожен клієнт отримує купон на суму 5 доларів. Інша стратегія використовується у готелі «Plaza Athenes» (Нью-Йорк) — перед поселенням у номер часто проводять екскурсії у ресторан готелю, де демонструють особливості його кухні. У готелі «Sheraton Hotel and Towers» (Бостон) ресторан у вестибюлі готелю організовує дегустацію фірмових страв. Завдяки оригінальності підходів до обслуговування у більшості готелів гості обирають саме готельні ресторани впродовж проживання.

Професійно-кваліфікаційні обов'язки заступника директора з обслуговування у ресторані пов'язані з необхідністю знати:

- основи технології приготування страв, вимоги щодо їхньої якості та оформлення;
- технологію і форму обслуговування у підприємствах гастрономічного профілю готелю;
- ціноутворення у закладах ресторанного господарства;
- іноземні мови міжнародного спілкування згідно категорії готелю;
- забезпечення техніки безпеки для гостей і персоналу в межах приміщень функціональної відповідальності.

Метрдотель координує роботу у торговій частині ресторану. Він уповноважений втручатись у роботу кухні у випадку недотримання якісних і кількісних характеристик страв та напоїв, є заступником директора з обслуговування в період його відсутності. У ресторанних комплексах значних розмірів може працювати 2 — 3 метрдотелі.

Основні обов'язки метрдотеля стосуються:

- визначення зони відповідальності офіціанта у залі обслуговування ресторану;
- прогнозування на добу, тиждень обсяг кухонного виробництва;
- контролю за перебуванням офіціантів на робочому місці;
- закріплення за окремими офіціантами стажерів;
- термінового втручання у роботу офіціантів у випадку порушень ними технології і трудової дисципліни;
- контролю за виконанням оркестром та артистами програми виступу;
- проведення заходів з підвищення морального і професійного рівня підлеглих працівників;
- контролю за рахунками офіціантів;
- контролю за технічним станом обладнання, усунення недоліків у роботі через відповідні функціональні служби готелю;
- складання меню і передача замовлення на кухню;

— отримання і передача сервізів і столових приборів, необхідних для обслуговування прийомів і банкетів, організованих за межами ресторану.

Старший офіціант. У випадку відсутності метрдотеля на робочому місці, його обов'язки (окрім функцій заступника директора з обслуговування) виконує старший офіціант. Старший офіціант координує роботу декількох офіціантів, контролює дотримання процедури передачі офіціантами отриманого посуду і столової білизни, організовує обслуговування.

Окрім цього, старший офіціант виконує функції аналогічні офіціанта. Серед основних обов'язків офіціанта виділяються:

- підготовка зони обслуговування у ресторані до роботи відповідно з діючими нормами і спеціальними вказівками метрдотеля;
- ретельне ознайомлення перед початком роботи з меню страв і напоїв;
- привітання з кожним гостем, пропонування йому меню і допомогу у виборі страв і закусок;
- заповнення чека і передача його у виробничий відділ для реалізації;
- додаткове сервірування столу в період очікування замовлених страв і напоїв;
- швидке і чітке обслуговування гостей;
- постійна турбота про гостей і прибирання зайвого сервірування, подача приправ і напоїв, прийом нових замовлень;
- передача метрдотелю або нічному аудитору всієї виручки згідно з сумою рахунків;
- інформування гостей про послуги, що надаються готелем;
- інформування метрдотеля про зауваження і побажання гостей щодо роботи ресторану;
- дотримання санітарних правил і особистої гігієни.

Старший офіціант (офіціант) несе матеріальну відповідальність за дотримання оформлення чека згідно вимог за надані гостям послуги та за доручене йому майно. Офіціант повинен виконувати обов'язки у форменному одязі і носити ідентифікатор із зазначенням логотипа готелю та імені офіціанта. Одяг повинен бути у бездоганному стані — чистим, поправованим, без пошкоджень.

У торгових залах закладу харчування використовується індивідуальний метод обслуговування, при якому всі функції від прийому замовлення до розрахунку з відвідувачами виконує один офіціант. Офіціант одночасно може обслуговувати столи. Офіціанти працюють за двоступеневим двозмінним графіком, який дозволяє у період найбільшого напливу відвідувачів забезпечити обслуговування більшою кількістю офіціантів.

Робочий день офіціанта починається з розставляння столів у торговому залі. Після розставляння столів у певному порядку, прийнятому у ресторані, або згідно замовлення гостей, офіціант отримує столову білизну, посуд, прибори. Перед сервіруванням столів офіціант повинен підготувати предмети сервіровки. У приміщенні для зберігання посуду він протирає посуд, прибори, скло, після цього накриває столи скатертиною. Завершення підготовки до обслуговування пов'язується з попередньою сервіровкою столів.

Посада офіціанта у торговому залі гастрономічного підприємства є основною у забезпеченні безпосереднього обслуговування гостей. Від культури обслуговування гостей, чіткості і швидкості виконання функцій, толерантного

ставлення до гостей в значній мірі залежить презентабельність та ефективність роботи гастрономічного закладу.

Бармен здійснює загальний контроль та несе відповідальність за функціонування бару. Він повинен забезпечити постачання в бар витратних ресурсів у необхідній кількості і асортименті, забезпечити належне їхнє зберігання. Бармен відповідальний за дотримання у барі і його підсобних приміщеннях чистоти, естетично привабливого вигляду, належного візуального сприйняття товарів та визначення економічно доцільного рівня цін.

Основні обов'язки бармена стосуються:

- складання заявок на необхідну кількість закусок, напоїв та інших товарів;
- отримання витратних продуктів і товарів з кухні і склада;
- приготування коктейлів та інших змішуваних напоїв, салатів, десерту;
- проведення розрахунку з офіціантом, кухнею і складами;
- складання рапортів, звітів, згідно з діючими на підприємстві правилами.

Робоче місце бармена повинно забезпечуватись столовою білизною, посудом, інвентарем. Ліворуч робочого місця бармена, згідно звичної технології обслуговування, повинен розташовуватись піднос покритий лляними серветками або рушником з підготовленим посудом для подачі коктейлів, мірний посуд, щипці, штопор, сейнер, рушники для протирання стійки. З правого боку розташовуються напої, сиропи, соки, гарніри для коктейлів.

Приготування коктейлів, окремих його компонентів, гарніру здійснює особисто бармен. Бармен готує кавові, чайові, цитрусові сиропи, окремі види соків (апельсиновий, лимонний), з гарнірів — вишня в сиропі, лимонні або апельсинові підвіски, фрукти на шпажках, що надають естетично привабливого вигляду напоям, як закуски для напоїв, додаткової його ароматизації. Продукти складнішого приготування — бутерброди, кондитерські вироби, салати та інші, бармен отримує з ресторану або кафе.

Питання для самоконтролю.

1. Процес організації праці в підприємствах готельного господарства.
2. Дайте характеристику основних груп працівників підприємства готельного господарства.
3. Організація і процес управління службою харчування у готелях.

Лекція 37.

Тема. Робочий час працівників готельного господарства.

План лекції

1. Посадові інструкції персоналу.
2. Графіки виходу на роботу.
3. Форми організації режиму роботи.
4. Форми організації праці.

1. Посадові інструкції персоналу.

При визначенні посадового складу працівників готелю беруться до уваги конкретні функції, що ними виконуються, двоєдине завдання, що визначає мету діяльності готельного підприємства (надання якісних послуг і забезпечення рентабельності готелю) та вимоги до персоналу:

- сумлінно виконувати свої службові обов'язки та пов'язані з ними розпорядження керівництва;
- добре знати готель, свою ділянку роботи, розумітися на питаннях організації та ведення готельного господарства, правильно оформлювати необхідну документацію;
- виконувати правила користування готелем, трудового розпорядку, техніки безпеки й охорони праці, санітарії та гігієни, протипожежної безпеки, дотримувати трудової дисципліни;
- постійно підвищувати рівень загальної культури та ділової кваліфікації, удосконалювати форми та методи роботи, упроваджувати передовий досвід, раціоналізацію.

Крім цього працівникам готельного підприємства мусять бути притаманні певні якості та властивості особистості, риси характеру, на яких базується їх професійна культура, а саме контактність, доброзичливість, ввічливість, такт, витримка, почуття обов'язку, старанність, гарна пам'ять, уміння швидко орієнтуватись в обстановці. Потрібні також достатньо високий рівень загальної культури та ерудиції, гарні манери, привабливий зовнішній вигляд. У переліку загальних вимог знаходить відображення також специфіка роботи готельного підприємства. Наприклад, у готелях, де приймають іноземних гостей, від працівників СПО вимагається знання іноземних мов у необхідному обсязі.

Коло обов'язків працівників служб готелю, виконувані ними функції, завдання та вимоги до них зазначаються у **посадових інструкціях персоналу** (для керівників середньої ланки складаються **посадові обов'язки**). При їх створенні враховується також специфіка готельного підприємства (див.рис. 37.1).

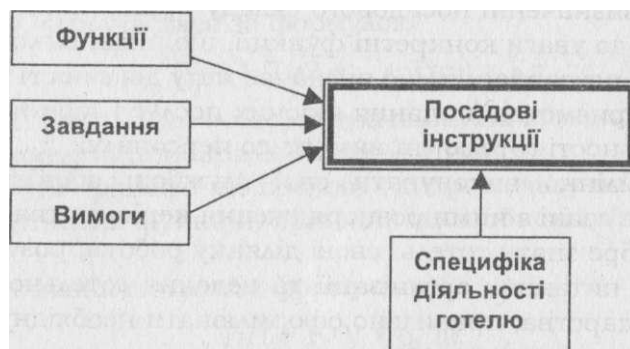


Рис. 37.1. Складові посадової інструкції

При створенні інструкції для кожної посадової особи загальні вимоги, як і ступінь її участі у вирішенні двоєдиного завдання, що стоїть перед готельним підприємством, знаходять свій конкретний вияв. Так, наприклад, від працівників служби поверхів вимагаються знання номерного фонду, технології прибиральних робіт, уміння користуватись засобами малої механізації. У той же час працівники служби розміщення повинні знати технологію прийому і розміщення, прейскуранти цін на номери та місця і порядок розрахунків, перелік послуг готелю, розміщення та режим роботи служб, що забезпечують їх надання тощо. Виконання правил службового етикету для порт'є полягатиме у ввічливому та коректному обслуговуванні гостя, для покоївки -у максимальному обмеженні контактів з ним, тому прибирання слід проводити при відсутності гостя в номері. Для працівника стійки рецепції формений одяг є вимогою професійного етикету й естетики роботи та є складовою готельного бренду, для покоївки спецформа - вимога санітарії та гігієни. Службовець, який займається розміщенням гостей, сприяє підвищенню рентабельності готелю, не допускаючи простоїв номерів, касир - якщо правильно здійснює розрахунки, чітко контролює оплату, покоївка - скорочуючи час на прибирання, коли пришвидшує передачу номера під заселення. Кожний на своєму місці відповідає за якість послуг, до надання яких причетний.

Схема посадової інструкції включає: загальні положення (структура підпорядкованості та місце посадової особи у пральній організаційній структурі підприємстві, деякі запільні вимоги); обов'язки працівника; його права; кваліфікаційні вимоги (освіта, стаж роботи). У деяких інструкціях іізначається також форма відповідальності - адміністративної, матеріальної - працівника перед готелем.

При укладанні посадових інструкцій можна використовувати також типові інструкції, які розробляються державними органами управління галуззю (з праці, житлово- і комунального господарства, туризму та готельного господарства) або відомчими органами, яким підпорядковуються готелі. Посадові інструкції затверджуються власником або директором готелю зазвичай за узгодженням з відповідними профспілковими органами.

2. Графіки виходу на роботу.

Планування роботи персоналу здійснюється через складання графіків виходу на роботу (графіків змінності) керівниками відповідних підрозділів підприємства. При скла данні графіків береться до уваги як трудове законодавство, так і специфіка організації роботи готелю:

- забезпечення цілорічного та цілодобового, без вихідних і святкових днів функціонування готелю;
- нерівномірність завантаження протягом доби;
- заплановані простої, що не залежать від підприємства та робітника;
- об'єктивні причини невиходів, не пов'язані з діяльністю підприємства;
- відповідність установленому законодавством 40-годинному робочому тижню. На підприємствах з безперервним трудовим процесом вводиться сумований облік робочого часу з тим, щоб його тривалість за плановий період не перевищувала потрібної кількості робочих годин (наприклад, місячний фонд - 178 робочих годин);
- фізіологічні потреби працівників (у сні, їжі, відпочинку);
- специфіку роботи готелю,

У готельному господарстві існують різні форми організації режимів роботи:

- по тижнях, коли певна група (бригада) працівників працює протягом тижня 6 однієї зміни, а потім переходить в іншу;
- за змінним графіком, коли працівник переходить і в зміни у зміну по визначених днях тижня;
- за добовим чергуванням, з наступними вихідними днями.

У готельних підприємствах України найчастіше зустрічаються такі форми організації режиму роботи:

- п'ятиденний робочий тиждень з вихідними днями у суботу та неділю - для адміністративно-управлінського та частини допоміжного персоналу. У деяких готелях за таким режимом працює персонал служби обслуговування та додаткових служб;
- щоденно по 8 год. з двома вихідними днями (які можуть мати плаваючий характер) або за змінним графіком у дві або три зміни. За таким графіком працюють покоївки більшості готелів, працівники інженерно-ремонтних служб;
- по 11 год. у дві зміни за змінним графіком з двома вихідними після нічної зміни. Такий режим встановлено у багатьох готелях для середньої та молодшої ланки працівників служби прийому і розміщення та в деяких готелях - також для служби обслуговування та персоналу служби поверхів;
- добовий графік роботи з трьома вихідними днями після робочої зміни - для працівників СПО.

У деяких готелях для певних посад СПО встановлюється 11-годинна денна зміна із змінністю через день або два.

При визначенні режиму роботи враховується також обідня перерва, на яку відводиться час від 45 хв. до 2 год. у залежності від тривалості робочої зміни і яка не включається до робочого часу.

Режим роботи планується та відображується у графіках змінності. Графіки оформлюються на спеціальних бланках, в яких порядок виходу на роботу вказується шляхом проставлення проти прізвища працівника у графах відповідно днів місяця, номера зміни (1, 2, 3) або кількості робочих годин (8, 11, 22.30). Години роботи у зміну можуть бути записані у вигляді дробу, де в чисельнику зазначається час початку, а у знаменнику - час закінчення роботи

3. Форми організації режиму роботи.

Приклади графіків змінності наведено в додатках 10 та 11.

Графіки змінності складаються зазвичай на місяць і заздалегідь доводяться до відома працівників - як мінімум за 2 тижні до їх введення в дію.

Наприкінці поточного року керівниками служб складаються графіки відпусток на наступний рік з урахуванням побажань самих працівників та трудового законодавства. Вони повинні бути також доведені до відома працівників заздалегідь.

Протягом робочого місяця ведеться облік і контроль виконання робіт персоналом, який знаходить відображення у таблиці на отримання заробітної плати. Облік і контроль роботи здійснюються по різному в залежності від прийнятої на підприємстві форми організації праці персоналу.

При *індивідуальній формі організації праці* кожен працівник приймається на роботу як окрема одиниця. У разі потреби з ним укладається договір на індивідуальну матеріальну відповідальність. Він працює згідно графіку і отримує платню згідно штатного окладу та відпрацьованого часу. Якість його роботи постійно або вибірково перевіряється керівництвом або спеціальними контролюючими особами (супервайзерами). Результати перевірок відображаються у контрольних документах, прийнятих для конкретного готелю (книги контролю праці, талони якості праці, відгуки та анкети опитування проживаючих тощо). Певним стимулом у роботі є преміальні виплати за результатами господарської діяльності підприємства: за виконання планів, надання додаткових платних послуг, економію господарських витрат. Конкретні розміри премій визначаються з урахуванням якості роботи. Але при такій формі організації та стимулювання праці, заснованій на індивідуальній відповідальності працівника за виконання своїх обов'язків, важко виміряти рівень спільної відповідальності колектива за кінцевий результат роботи.

З метою підвищення зацікавленості працівників у кінцевому результаті роботи колектива, підвищення її продуктивності та якості у 1980-х рр. у готельних підприємствах почала використовуватись *бригадна форма організації та стимулювання праці персоналу*.

4. Форми організації праці.

Основним принципом організації бригади є колективи і відповідальність усіх її членів за обсяг і якість виконані робіт. Головними умовами запровадження бригадної форми організації праці є спільність виробничого завдання колективна матеріальна зацікавленість у його виконанні, і її економічною основою - спільний зарібок членів бриг, що розподіляється всередині самої бригади. Найбільш доцільним є створення бригад робітників масових професій, праця яких не потребує високої кваліфікації та може бути організована на засадах взаємозамінності, рівномірного розподілу навантажень, запровадження раціональних методів праці, створення умов для оволодіння суміжними професіями. У готелі це покоївки, офіціанти, піднощики багажу тощо.

Відомі три види виробничих бригад, створюваних у готельних підприємствах:

спеціалізовані - такі, що об'єднують працівників однієї спеціальності для виконання однотипних технологій цих процесів (бригади покоївок, офіціантів); *комплексні* такі, що включають працівників різних спеціальностей з повним або

частковим розподілом праці (бригади техслужб); *наскрізні* - такі, що об'єднують працівників кількох змін.

У готельній практиці радянського періоду відомі також випадки, коли у бригаду об'єднувалася уся служба прийому та обслуговування готелю (готель «Чорне море» в Одесі).

Об'єднання працівників у бригаду відбувалося добровільно, як правило, закріплювалося документально (протоколом загальних зборів за підписами членів бригади). Бригаду очолював бригадир - найбільш авторитетний та кваліфікований працівник, обраний на загальних зборах бригади та затверджений наказом директора. За керівництво бригадою не звільнений від основної роботи бригадир отримував доплату. Оптимальна кількість членів бригади 8-10 осіб. Така бригада - компактна, добре піддається управлінню, в ній можна оперативно вирішувати всі організаційні питання. Бригада могла заключити договір з адміністрацією на виконання закінченого циклу робіт та договір на колективну матеріальну відповідальність. Колектив бригади брав на Себе відповідальність за своєчасне та якісне виконання визначеного обсягу роботи, за результати всієї господарської діяльності на дорученій ділянці, а також - за раціональне використання матеріальних і трудових ресурсів, збереженість закріпленого матеріального майна. Адміністрація у свою чергу зобов'язувалася встановлювати та своєчасно доводити до відома членів бригади заплановані показники та організувати їх правильний облік, забезпечувати необхідні умови для роботи, своєчасно оплачувати працю членів бригади та їх преміювання у відповідності з діючими правилами.

У готельному підприємстві в основному діє погодинно-преміальна, а також відрядно-преміальна системи оплати праці. При бригадній формі організації праці використовувалися переважно акордна (урочна) або акордно-преміальна системи. Бригади працювали за єдиним нарядом з оплатою за кінцевим результатом. Наряд-завдання бригаді розраховувався та встановлювався з урахуванням галузевих нормативів чисельності та норм обслуговування. Наприклад, обсяг завдання для бригади покоївок не міг бути меншим за одну та більшим за півтори норми прибиральної площі. При цьому граничний розмір завдання не перевищував двох норм.

При отриманні заробітної плати тарифна частина колективного заробітку розподілялася між членами бригади у відповідності з установленими окладами та фактично відпрацьованим часом. Мінімальний розмір заробітної плати члена бригади не міг бути нижчим зарплати за тарифом за відпрацьований час, за винятком випадків, окремо передбачених законодавством. Крім того індивідуально зараховувались такі виплати, як доплати за роботу в нічний та позаурочний час, у святкові та вихідні дні, доплати за володіння іноземними мовами, разові премії за раціоналізацію, перемоги у професійних конкурсах тощо. А так званий «колективний приробіток» бригади - оплата за перевищення норм виробітку, розширення зон обслуговування, економію фонду зарплати, премії за якість роботи - розподілявся між членами бригади у відповідності до особистого внеску кожного у результат спільної праці. Тому бригадна форма організації та стимулювання праці передбачала необхідність щоденного об'єктивного контролю за якістю роботи, наявності чітких стандартів її оцінки.

Питання.

1. Якими є посадові інструкції персоналу.
2. Охарактеризуйте графіки виходу на роботу.
3. Основні форми організації режиму роботи.
4. Форми організації праці.

Лекція 38.

Тема. Раціональна організація праці робітників підприємства готельного господарства.

План лекції

1. Зміст і завдання раціональної організації праці.
2. Основні напрямки організації праці на виробництві.
3. Графіки виходу на роботу, їх характеристика.

1. Зміст і завдання раціональної організації праці.

Раціональною вважається така організація праці, яка, ґрунтуючись на досягненнях науки і техніки, дозволяє поєднати техніку і людей у єдиному виробничому процесі і за найменших витрат матеріальних і трудових ресурсів одержати найкращі результати, домагаючись при цьому підвищення продуктивності праці та збереження здоров'я.

Раціональна організація праці передбачає науково обґрунтовані зміни на основі досягнень науки, техніки і передового досвіду, накопиченого в даній галузі виробництва та інших галузях народного господарства, і повинна сприяти підвищенню якості продукції, культури обслуговування, ефективності виробництва і рентабельності підприємства.

Як і в інших галузях економіки, раціональна організація праці в ресторанному господарстві повинна вирішити три основних завдання: економічне, психофізіологічне і соціальне.

Вирішення економічного завдання передбачає найбільш повне використання техніки, матеріалів, сировини, забезпечує підвищення ефективності виробництва і праці.

У ресторанному бізнесі при вирішенні економічних завдань особливого значення набувають технічне оснащення підприємств, комплексна механізація технологічних процесів, скорочення втрат робочого часу, більш раціональне використання робочої сили з урахуванням кваліфікації і повноти завантаження працівників, застосування прогресивних форм обслуговування.

Вирішення **психофізіологічних** завдань передбачає створення на підприємстві найбільш сприятливих умов праці, що сприяють збереженню здоров'я працівників, зниженню стомлюваності і підвищенню працездатності.

Вирішення **соціального** завдання забезпечує всебічний розвиток людини, сприяє перетворенню праці в життєву необхідність, виховує у працівника відповідальність за результати своєї праці.

Ці завдання пов'язані між собою і повинні вирішуватися в комплексі. Без вирішення психофізіологічних і соціальних завдань не будуть вирішені економічно.

Завдання і зміст раціональної організації визначають такі основні напрями:

- розробка і впровадження раціональних форм поділу і кооперації праці;
- удосконалення організації й обслуговування робочих місць;
- впровадження передових прийомів і методів праці;
- поліпшення умов праці;

- підготовка і підвищення кваліфікації кадрів;
- раціоналізація режимів праці і відпочинку;
- зміцнення дисципліни праці;
- удосконалення нормування праці.

2. Основні напрямки організації праці на виробництві.

Напрямок організації роботи: розробка раціональних форм розподілу і кооперації роботи

Одним із головних напрямів організації роботи є розробка раціональних форм її розподілу і кооперації, які б якнайкраще відповідали сучасній техніці, культурному і технічному рівню працівників.

Стосовно підприємств ресторанного господарства розподіл роботи усередині галузі — це розподіл між заготівельними і дозаготівельними підприємствами, виділення спеціалізованих і вузькоспеціалізованих підприємств ресторанного господарства; усередині підприємства — це розподіл роботи між працівниками.

Розподіл роботи усередині підприємств може бути функціональним (наприклад, між працівниками виробництва і торговельного залу), технологічним (за видами робіт), поопераційним. У зв'язку з тим, що на підприємствах ресторанного господарства одночасно здійснюються функції по приготуванню продукції, її реалізації та організації споживання, структура штату цих підприємств включає групи працівників виробництва, торговельного залу, адміністративно-обслуговуючого персоналу. Кожна з перерахованих груп виконує певні функції. Функціональний розподіл праці залежить від обсягу робіт на виробництві, у торговельному залі, від тривалості роботи торговельного залу протягом дня.

Технологічний розподіл праці здійснюється залежно від характеру виробничого процесу. На підприємствах ресторанного господарства ступінь диференціації технологічних процесів може бути більший або менший залежно від конкретних організаційно-технічних умов, потужності підприємства. Наприклад, такий технологічний розподіл праці: первинна обробка сировини; теплова обробка продуктів; приготування холодних страв.

При технологічному розподілі роботи залежно від складності виконуваних операцій використовується **кваліфікаційний** розподіл, коли роботи певної складності, точності і відповідальності розподіляються між працівниками залежно від рівня кваліфікації. Так, працівники високої кваліфікації виконують більш складні операції, що потребують певних навичок, менш складні виконують працівники нижчої кваліфікації.

Так, в обов'язки кухарів VI і V розрядів входить приготування фірмових, замовлених і порціонних страв, у той час як кухарі III розряду допомагають підготувати продукти, здійснюють первинну обробку сировини.

Розмежування кваліфікованої і некваліфікованої роботи поєднується з операційним розподілом праці, тобто розчленуванням процесу приготування продукції на окремі операції. Поопераційний розподіл найчастіше здійснюється на великих підприємствах, де робітники зайняті протягом усього робочого дня однорідною роботою. Наприклад, у великому м'ясному цеху розподіл праці здійснюється за видами операцій: обвалювання м'яса, зачищення, нарізання

м'ясних напівфабрикатів, приготування м'ясної рубки і виробів з неї. У невеликих цехах працівник, як правило, виконує послідовно кілька операцій, але порушення технологічного процесу не допускається.

Для підвищення продуктивності праці велике значення має розмежування основної роботи і допоміжної. Основну роботу виконують працівники більш високої кваліфікації. Допоміжні роботи (перенесення вантажів, прибирання приміщень, заточення ножів та ін.) повинні виконувати робітники, прибиральниці та ін.

Однак розподіл праці є доцільним лише при забезпеченні повного завантаження працівників виробництва протягом усієї зміни на підприємствах з великим обсягом робіт.

Важливе значення для підвищення ефективності роботи виробництва має не тільки розподіл праці, а й її кооперація. Формою кооперації праці в ресторанному господарстві є створення великих підприємств, об'єднань (комбінат харчування), фірм (наприклад, форма шкільного і студентського харчування); кооперація усередині підприємства — створення виробничих бригад.

Форми кооперації в бригади можуть бути різними. При цьому враховуються можливості випуску продукції у повному асортименті і гарній якості шляхом раціонального використання робочого часу. Склад бригади і режим її роботи визначається в кожному конкретному випадку. Існують два види виробничих бригад — спеціалізовані і комплексні.

Спеціалізовані бригади створюються на великих підприємствах ресторанного господарства в цехах з великим обсягом робіт, у спеціалізованих заготівельних цехах з поточковими лініями. Такі бригади створюються з працівників одного технологічного процесу, але різних кваліфікацій. Наприклад, бригади обвалювання і жилування м'яса або в кондитерському цеху — бригади замісу тіста і формування виробів з нього.

На невеликих підприємствах (до 10 чоловік) створюється *комплексна бригада*, у якій застосовується поєднання професій. До неї входять працівники виробництва і торговельного залу. Для кращої організації перелік робіт, виконуваних кожним членом комплексної бригади протягом робочого дня, визначається розкладом.

Досвід роботи комплексних бригад на підприємствах ресторанного господарства показує, що ця форма організації праці дає можливість домогтися різкого скорочення втрат робочого часу, повного завантаження працівників і обладнання протягом дня.

Напрямок організації праці: поліпшення організації та обслуговування робочих місць. Атестація робочих місць, поліпшення умов праці

Важливим напрямом організації праці є поліпшення організації й обслуговування робочих місць.

Правильно організувати робоче місце — значить забезпечити його раціональне планування, оснащення інструментом, обладнанням, своєчасну подачу матеріалів, сировини, тари; створити сприятливі санітарно-гігієнічні та естетичні умови праці.

При організації робочих місць необхідно враховувати потужність і спеціалізацію підприємства, характер здійснюваних у ньому технологічних процесів, послідовність їх виконання, ступінь розподілу праці.

Робочі місця призначені для виконання слідуєчих одна за одною операцій, тобто створення *потокєвих технологічних ліній*, що дозволяють скоротити зайві непродуктивні рухи працівників, полегшити умови праці. На доготовочних підприємствах, в основному невеликих, переважають *комбіновані робочі місця*, де виконється кілька технологічних операцій. Комбіноване робоче місце слід забезпечувати повним набором інструментів, посуду, інвентаря, необхідним для здійснення всіх технологічних операцій, виконуваних на даному робочому місці. Безпосередньо на універсальному робочому місці повинні знаходитися тільки інструменти, необхідні для поточної операції. Для розміщення інших інструментів і пристроїв обладнуються висувні ящики, полиці.

На робочих місцях з великою часткою ручної праці, раціоналізація яких за рахунок механізації недоцільна або неможлива, варто передбачати заходи щодо перепланування робочих місць, що забезпечується встановленням пересувного обладнання.

Підприємства ресторанного господарства повинні проводити атестацію робочих місць не рідше одного разу на п'ять років. Попередня атестація дуже важлива при одержанні сертифікації відповідності даному типу підприємства ресторанного господарства.

Головною метою атестації робочих місць є:

- зростання продуктивності праці без збільшення чисельності працюєчих;
- поліпшення якості обслуговування населення.

Атестація робочих місць є комплексною оцінкою на відповідність нормативним вимогам техніко-технологічних, організаційно-економічних умов праці і техніки безпеки.

При оцінці рівня технічної і технологічної оснащеності, застосування обладнання і технології, санітарно-гігієнічних умов праці на робочому місці враховуються:

- наявність на робочому місці обладнання та його технічний стан;
- наявність підймально-транспортних засобів;
- відповідність застосовуваного обладнання раціональному використанню виробничої площі, праці;
- відповідність застосовуваної технології забезпеченню високої якості робіт, продукції та обслуговування;
- кліматичні умови, освітленість, запиленість, загазованість.

За перерахованими критеріями атестаційна комісія приймає рішення про відповідність робочого місця нормативним вимогам. Якщо не відповідає, то розробляються організаційно-технічні заходи щодо їх раціоналізації.

Обов'язковим напрямом організації праці є поліпшення умов. Для підвищення працездатності, зниження стомлюваності і збереження здоров'я персоналу велике значення має створення комфортних умов на виробництві. Частка ручної праці в ресторанному господарстві складає в середньому 70—75%. Тому необхідно її скорочення за рахунок механізації та автоматизації процесів. Для полегшення важких і трудомістких робіт (первинна обробка картоплі та овочів, миття посуду, прибирання приміщень, пересування наплитних котлів), послідовного скорочення частки ручної праці важливо використовувати вантажно-

розвантажувальні пристрої, підйимально-транспортне обладнання і засоби малої механізації.

На підприємствах мають бути створені нормальні психофізіологічні, санітарно-гігієнічні та естетичні умови праці, що знижують стомлюваність працівників (дотримання загальних вимог до виробничих приміщень; створення оптимального мікроклімату: певної температури, вологості повітря, швидкості його руху; освітленості робочих місць, відсутність сильного виробничого шуму і т. д.).

Найважливішим фактором мікроклімату є температура повітря. Залежно від цього виробничі приміщення поділяються на холодні і гарячі. До холодних виробничих цехів належать такі, в яких сума тепловиділень від встановленого в них діючого обладнання не перевищує 20 ккал на 1 м³ приміщення за годину. На підприємствах ресторанного господарства це заготівельні цехи (овочевий, м'ясний, рибний) і холодний.

Виробничі цехи, де сума тепловиділень перевищує 20 ккал на 1 м³ за годину, називаються гарячими. На підприємствах ресторанного господарства це кухні, кондитерські цехи. У гарячих цехах температура повітря в робочій зоні (на рівні обличчя працюючого) може досягати 30—40°C і вище.

Встановлено, що найбільш сприятливим для людини вважається мікроклімат, що відповідає таким показникам: температура повітря (залежно від кліматичного поясу) — у межах 18—23°C, відносна вологість — 60—70% і швидкість руху повітря — від 0,06 до 0,18 м/с.

Залежно від важливості виконуваної роботи вимоги до показників мікроклімату, що наближається до комфортного, можуть змінюватися. Так, при підвищенні температури повітря необхідно створити умови для відповідного збільшення швидкості його руху. Якщо цього не зробити, то це дуже несприятливо впливає на організм людини. Робота в таких умовах може призвести до перегрівання тіла аж до порушення теплової рівноваги організму, що може викликати тепловий удар та інші тяжкі наслідки.

Швидкість руху повітря є другим важливим фактором, що характеризує стан мікроклімату. Гігієнічно обґрунтована швидкість руху повітря з підвищенням його температури збільшується і повинна складати 1—2 м/с при відносній вологості в межах 60—70%. Основною причиною невеликих швидкостей руху повітря є, як правило, недосконалі або недостатньо ефективні системи приточно-втяжної вентиляції. Іншим важливим фактором є вплив теплового (інфрачервоного) випромінювання на організм людини, тобто процесу поширення променистої енергії у вигляді електромагнітних коливань. Чим вища температура нагрітої поверхні, тим менша довжина випромінюваної хвилі, що легко проникає в людину і нагріває її тіло. Несприятливий вплив можуть справляти нагріті поверхні кухонної плити. Кухар під час обсмажування продуктів повинен знаходитися біля плити не більше 7—10 с.

Останніми роками підприємства ресторанного господарства оснащуються спеціалізованим обладнанням (жарочні шафи, стаціонарні котли), що має теплову ізоляцію і значно менше виділяє назовні променисте тепло. Співвідношення жарочних поверхонь плит до площі кухні має бути в межах 1:45 або 1:50, тобто площа кухні повинна перевищувати площу плити в 45—50 разів.

Значному поліпшенню мікроклімату кухні сприяє оснащення підприємств секційним обладнанням при лінійному принципі його розміщення. Лінійне розміщення обладнання з одnobічним обслуговуванням дають не тільки економію площі виробничих приміщень, а й дозволяє обладнати кухню ефективною вентиляцією.

3. Графіки виходу на роботу, їх характеристика.

Раціоналізація режимів праці і відпочинку. Науково обґрунтований режим праці і відпочинку сприяє збереженню здоров'я працівників, підвищенню їх працездатності. Працездатність — це властивість організму людини витримувати навантаження протягом робочого дня. На неї впливають такі фактори, як величина навантаження та її тривалість, організація й умови праці, кваліфікація, вік працівника, правильне чергування режимів праці і відпочинку. Робочий день чергується періодами, що відрізняються за ступенем працездатності виконавця. У першій половині дня людина втягується в роботу, потім йде період максимально стійкої працездатності, а за ним — поява і наростання втоми. Після обідньої перерви працездатність спочатку трохи знижується, а потім підвищується. До кінця дня знову спостерігається спад працездатності і зростає втома.

Основним часом для відпочинку протягом робочого дня є обідня перерва. Фізіологічно встановлено, що при 7—8-годинному робочому дні обідню перерву варто встановлювати через 3—4 години після початку роботи. Неправильна організація праці і відпочинку може призвести до перевтоми працівника, що негайно позначиться на його працездатності.

Правильно розроблений і дотримуваний на підприємстві режим праці і відпочинку забезпечує підвищення продуктивності праці, поліпшення якості продукції, знижує виробничий травматизм. Для встановлення розпорядку роботи на кожному підприємстві складаються графіки виходу на роботу. Розрізняють денні, місячні і річні графіки. У денних графіках відбивається тривалість робочого дня, його початок і закінчення, час і тривалість обідньої перерви. У місячних вказуються загальна кількість годин за місяць, чергування робочих днів і днів відпочинку.

Згідно з трудовим законодавством, робочий тиждень складає 40 годин. Неповний робочий день встановлюється за згодою між робітниками та адміністрацією і для неповнолітніх.

Ненормований робочий день встановлюється для тих працівників ресторанного господарства, праця яких не піддається обліку за часом, але кількість робочих годин, відпрацьованих за місяць, повинна відповідати трудовому законодавству або в якості компенсації надається додаткова відпустка.

При виборі і складанні графіків враховують режим роботи підприємства, графік завантаження торговельного залу. На підприємствах ресторанного господарства застосовуються такі графіки виходу на роботу: лінійний, стрічковий (ступінчастий), підсумкового обліку робочого часу, двобригадний, комбінований.

Лінійний графік передбачає одночасний прихід і відхід з роботи всіх працівників виробництва. Цей графік застосовується у разі, якщо обсяг роботи повністю виконується за 7—8 годин, завантаження працівників рівномірне протягом зміни. Перевага цього графіка в тому, що забезпечується

відповідальність працівників за виконання виробничої програми. Але при тривалому режимі роботи торговельного залу використання лінійного графіка є недоцільним.

Стрічковий (ступінчастий) графік передбачає вихід працівників в різний час групами або поодиноці відповідно до завантаження торговельного залу. Кожен працівник відпрацьовує 7 або 8 годин.

Недолік— відсутність чіткої побудови бригад, ускладнення плануванні робочого часу, контролю за виходом на роботу, зниження відповідальності деяких членів бригади за виконання виробничої програми.

Графік підсумкового обліку робочого часу застосовується на підприємствах з нерівномірним завантаженням в окремі дні тижня або місяця, коли неможливо встановити робочий день нормальної тривалості. При такому графіку допускається різна тривалість робочого дня по днях тижня, але не більше 11 год. 30 хв. з подальшим наданням одного дня відпочинку при обов'язковому відпрацюванні за місяць встановленої норми робочого часу.

Двобригадний графік є різновидом графіка підсумкового обліку робочого часу. При цьому графіку організуються дві бригади, однакові за чисельністю і складом. Вони працюють через день по 11 год. 30 хв. Перевага такого графіка в тому, що склад бригади протягом дня є постійним. Це підвищує відповідальність працівників за виконання виробничого завдання. Недоліком є нерівномірна завантаженість, велика тривалість робочого дня, що викликає стомлюваність і може призвести до погіршення якості продукції та зниження продуктивності праці.

Комбінований графік передбачає поєднання різних графіків і застосовується на підприємствах з подовженим робочим днем. Такий графік часто застосовується в ресторанах, де робота в цілому будується за двобригадним графіком виходу на роботу, але з урахуванням технологічного процесу приготування страв і завантаженості торговельного залу деякі працівники виходять на роботу по стрічковому графіку.

Для обліку робочого часу кожного працівника ведеться табель, який підписує директор. Він є документом для нарахування заробітної плати.

Питання для самоконтролю.

1. Зміст і основні завдання раціональної організації праці.
2. Наведіть основні напрямки організації праці на виробництві.
3. Графіки виходу на роботу, їх характеристика.

Лекція 39.

Тема. Нормування праці у підприємствах готельного господарства.

План лекції

1. Завдання нормування праці. Норми праці.
2. Методи нормування праці.
3. Визначення чисельності працівників готелю.

1. Завдання нормування праці. Норми праці.

Нормування праці в ресторанному господарстві — це визначення необхідних затрат часу на виготовлення одиниці продукції при даних організаційно-технічних умовах.

Для підвищення ефективності праці велике значення має технічне нормування, що, як і в інших галузях народного господарства, є найбільш прогресивним методом, базується на передовому досвіді роботи підприємств, передбачає раціональну організацію праці, підвищення її продуктивності, поліпшення якості продукції, підвищення культури обслуговування споживачів.

Технічне нормування вирішує такі завдання:

- аналіз використання робочого часу, обладнання (за часом і потужністю);
- вивчення організації робочих місць, їх оснащення, розміщення, постачання й обслуговування;
- впровадження передових прийомів і методів роботи;
- вивчення причин, що спричиняють втрати робочого часу, простій обладнання;
- встановлення раціональних режимів праці;
- розробка організаційно-технічних заходів, що поліпшують виробничий режим, умови праці;
- встановлення технічно обґрунтованих норм праці;
- встановлення правильних співвідношень чисельності і кваліфікаційного складу працівників.

Нормування праці — це визначення затрат праці, необхідних для виконання конкретної роботи. Міра праці виражається її нормою.

Норма праці — це величина, що визначає, скільки потрібно праці на виконання певного обсягу роботи. Норма праці виражається нормою часу, виробітку, обслуговування, чисельності, керованості.

Норма часу — це затрати часу, необхідні для виконання певної операції або виготовлення одиниці продукції. Встановлюється в годинах, хвилинах, секундах і є вихідною величиною для розрахунків норми виробітку. УкрНДІТГХом розроблені технічно обґрунтовані норми часу для продукції ресторанного господарства.

Норма виробітку — це кількість продукції (у старавих, штуках, кілограмах, карбованцях товарообігу), яка має бути виготовлена за одиницю часу (годину, зміну і т. д.) одним або групою працівників відповідної кваліфікації.

Норма виробітку і норма часу — величини обернено пропорційно, тобто чим менша норма часу на одиницю продукції, тим більша при даному робочому дні норма виробітку.

Правильно встановлені норми виробітку дозволяють з більшою точністю визначити чисельність працівників виробництва та торговельного залу.

Норма обслуговування кількість об'єктів (одиниць обладнання, робочих місць) або квадратних метрів площі, яка може обслуговуватися одним працівником відповідної кваліфікації за певний час. Наприклад, норма обслуговування кухаря в гарячому цеху — 8—10 м².

Норма чисельності— це кількість працівників, необхідна для виконання певних робіт або для обслуговування конкретних об'єктів (робочих місць). Наприклад, у гарячому цеху площею 80 м² має працювати 8—10 чол.

Чисельність офіціантів, необхідних при різних видах обслуговування, розраховують, виходячи з кількості столів або відвідувачів, закріплених за одним офіціантом. Один офіціант має обслужити 20—25 чол. Під час банкетів по типу фуршет, 10—12 чол. — при обслуговуванні банкетів за столом з частковим обслуговуванням офіціантами і 5—7 чол. при обслуговуванні банкетів з повним обслуговуванням офіціантами. При індивідуальному обслуговуванні за кожним офіціантом закріплюється 2—3 столи. Він повинен одночасно обслужити 10—12 чол. При обслуговуванні туристів, учасників з'їздів і нарад один офіціант обслуговує 12—14 чол.

Також можна розрахувати кількість збирачів посуду. Кількість закріплених за ними столів залежить від механізації їхньої праці і форми самообслуговування.

Чисельність адміністративно-управлінського персоналу визначають за типовими штатами з урахуванням умов роботи підприємства, чисельність гардеробників, швейцарів, кастелянш, слюсарів — виходячи з місцевих умов.

Кваліфікаційний склад працівників виробництва і торговельного залу встановлюють з урахуванням асортименту продукції, що випускається, видів і форм обслуговування, застосовуваних на підприємстві. При цьому керуються тарифно-кваліфікаційним довідником робіт і професій (спеціальностей) робітників.

Норма керованості оптимальна кількість працівників або підрозділів, діяльністю яких може ефективно керувати один фахівець.

2. Методи нормування праці.

Якість норм праці залежить від застосовуваного методу нормування. У громадському харчуванні використовують два методи нормування: дослідно-статистичний і аналітичний.

Дослідно-статистичний метод нормування праці заснований на використанні звітних даних про фактичний випуск продукції за минулий період (рік, квартал). При встановленні норм виробітку дослідно-статистичним методом вартість продукції власного виробництва (у гривнях), випущеної працівниками за звітний період, ділять на кількість за цей час людино-годин або людино-днів і одержують у такий спосіб середній фактичний виробіток однієї людини за день або годину. Встановлена в такий спосіб норма виробітку відображає продуктивність праці, досягнуту за минулий період.

Однак розроблені дослідно-статистичним методом норми виробітку не відображають тієї кількості праці, яка необхідна для виконання тієї або іншої роботи, тому що при вивченні звітних матеріалів за минулий період не можна встановити затрати робочого часу, простої обладнання, виявити недоліки організації праці. Незважаючи на це, цей метод нормування широко застосовується на невеликих підприємствах, а також на підприємствах, у яких поєднуються виробничі і торговельні функції.

Аналітичний (технічний) метод нормування більш прогресивний. Норми праці встановлюються безпосередньо на робочому місці за допомогою фотографії робочого процесу і хронометражу. На основі технічного нормування в ресторанному господарстві розроблені технічно обґрунтовані норми часу. Технічне нормування допомагає обґрунтовувати техніко-економічні показники виробничої діяльності підприємства.

3. Визначення чисельності працівників готелю.

Планування персоналу — це одне із завдань кадрової служби. Суть планування персоналу полягає в тому, щоб туристично-готельне підприємство в потрібний час мало в розпорядженні необхідну робочу силу відповідно до потреб якості і кількості.

Планування персоналу містить у собі такі етапи:

- 1) виявлення потреби в персоналі;
- 2) пошук персоналу;
- 3) планування застосування (участі) персоналу;
- 4) планування розвитку персоналу;
- 5) планування звільнення персоналу.

Планування персоналу не може відбуватися ізольовано від інших видів діяльності готелю, а повинно орієнтуватися на потреби готельного підприємства в цілому і спеціальних відділах зокрема.

Основним показником, необхідним для кількісного визначення потреби в персоналі готелю, є прогноз обсягу обороту (очікувана завантаженість готелю). При розрахунку потреби в персоналі готелю враховують:

- наявне бронювання (тиждень, місяць, рік);
- середній термін перебування;
- частку короткострокового бронювання (у %);
- визначення тенденції в завантаженні (порівняння з попереднім роком);
- ситуації з обслуговуванням банкетів і засідань;
- особливі заходи (в рамках підприємства, міста, регіону);
- можливий вплив заходів щодо сприяння продажам.

Кількісне планування повинне доповнюватися якісним плануванням персоналу. Розрахована потреба в кадрах насамперед узгоджується з бюджетом, що знаходиться в розпорядженні готелю, на зміст персоналу: планування персоналу на фінансовий рік йде «тісно» з бюджетуванням. Спочатку повинен бути запланований бюджет готелю, щоб на основі прогнозованого обсягу роботи підприємства зробити планування персоналу. В ідеальному випадку планування проходить у співробітництві відділу кадрів і менеджерів

відповідних служб готелю. Для одержання очікуваних результатів у процесі планування персоналу готелю необхідно знати:

- кількість зайнятих кімнат;
- середню тривалість перебування гостей;
- заняття кімнат понад наявні місця;
- прийняті в готелі стандарти (наприклад, скільки часу потрібно покоївкам, щоб прибрати кімнату, яка звільнилась чи в якій живе гість);
- фактична працездатність.

Усі розрахунки роблять виходячи з того, що в році 213 робочих днів: від 365 віднімають 104 вихідних дні, 10 днів лікарняних, 12 святкових, 26 днів відпустки (тривалість середньої відпустки в готелі).

На основі зазначеної інформації менеджер з персоналу може зробити планування персоналу (наприклад, потреба в покоївках для готелю, в якому нараховується 100 кімнат).

Виходячи з денного виробітку однієї покоївки в 16 кімнатах і прогнозованої зайнятості кімнат на 80 % за розглянутий період (рік), готель потребує щодня 5 покоївок.

З урахуванням того, що покоївка знаходиться в розпорядженні готелю 213 днів у році, розраховуємо необхідне числу кількість-днів у рік і поділимо його на фактичну кількість робочих днів покоївки:

$$5 \cdot 365 \text{ днів} = 1825 \text{ людино-днів}; 1825 : 213 = 8,5.$$

Отже, для обслуговування гостей нашого умовного готелю потрібно 8,5 покоївок.

Для детального і для коротшого періоду (місяць, тиждень) планування робляться аналогічні розрахунки. Для простоти розрахунків можна використовувати коефіцієнт 1,7. Після того як усі вихідні величини відомі, можна визначити точну місячну потребу в покоївках. Для розрахунку витрат на персонал для даного числа покоївок на місяць необхідно враховувати:

- заробітну плату покоївок;
- діючий у даний час договір про тарифи винагороди і/чи рівень заробітної плати в готелі;
- очікувану плинність;
- очікуване підвищення тарифів;
- заплановане підвищення заробітної плати;
- додаткові витрати на зміст персоналу (соціальне страхування, пенсійний фонд і т. д.).

За цією схемою аналізується кожен відділ готелю і з урахуванням усіх факторів впливу виробляється довгострокове планування персоналу.

Довгострокове планування є базою для короткострокового планування персоналу на поточний фінансовий рік.

У готелях планування використання персоналу здійснюється, як правило, на короткий термін (приблизно на 1—2 тижні). У його основі лежать службовий розклад (розпорядок) і режим роботи.

Службовий розклад регулює роботу персоналу на поточний період відповідно до тарифних і правових норм і вчасно інформує співробітників про їхню зайнятість (використання). Воно враховує застосування різних моделей оформлення робочого часу, таких як диференційовані зміни, чергування коротких

і довгих змін і/чи зайнятість співробітників у відділах поперемінно. Обов'язкова схема для службового розкладу полягає в тому, що обрана модель повинна орієнтуватися, з одного боку, на потреби готелю, а з іншого — на ситуацію з персоналом (готовність, освіта, згода з гнучким графіком роботи і т. п.).

При традиційному складанні службового розкладу плануються переважно тверді нерухомі моделі змін з 8-годинним ритмом, що приводить до витрат часу (в бездіяльному чеканні гостей), при слабкому виробничому обсязі готелю до понаднормової роботи при великому напливі гостей. Тому рухливий службовий розклад має переваги: завдяки гнучкому розподілу завдань і використанню часу співробітників враховуються бажання працівників і одночасно обсяг роботи.

Внаслідок гнучкого розподілу завдань кожен відділ готелю зайнятий максимально, при плануванні враховується потенціал співробітників і вирівнюються навантаження в години пік в окремих сферах (залучають тимчасових співробітників з інших фірм).

Складання оптимального плану зайнятості вимагає багато часу і засобів. Тому доцільно розробити для усіх відділів зразкові плани для визначеного рівня завантаження та за днями тижня.

Помилки при плануванні персоналу спричиняють:

- високі витрати;
- демотивацію співробітників;
- падіння сервісного рівня;
- втрату оборотів;
- високу плінність;
- негативний вплив на інші відділи.

Оптимальне планування зайнятості співробітників являє собою одне з найважливіших завдань менеджменту персоналу. Необхідно постійно перевіряти прогностні розрахунки і завжди шукати нові шляхи гнучкого використання співробітників, тому що витрати на персонал у готелях часто становлять до 50 % обороту.

Витрати на персонал — це витрати, що виникають у процесі використання робітників, включаючи побічні (додаткові) витрати — винагорода за виконану роботу. До групи витрат на персонал також відносяться витрати на соціальне страхування, внески, виплати за законом про охорону материнства і дитинства, оплачувана відсутність (відпустка, святкові дні, лікарняні), витрати на устаткування і перепідготовку, на забезпечення безпеки роботи, на управління персоналом готелю й ін.

Питання для самоконтролю.

1. Основні завдання нормування праці. Норми праці.
2. Наведіть методи нормування праці.
3. Визначення чисельності працівників готелю.

Лекція 40.

Тема. Методи вивчення робочого часу персоналу.

План лекції

1. Класифікація витрат робочого часу.
2. Методи вивчення витрат робочого часу.

1. Класифікація витрат робочого часу.

Робочий час — це час, протягом якого працівник зобов'язаний виконувати постанове йому завдання. Воно складається з часу роботи і перерв.

Час роботи складається з часу продуктивної роботи для виконання виробничого завдання і часу непродуктивної роботи, не пов'язаної з виробничим завданням. Час продуктивної роботи складається з часу підготовчо-заключного, оперативного і часу обслуговування робочого місця.

Підготовчо-заключний час ($T_{пз}$) — це час, який затрачується працівниками для підготовки виробництва і робочого місця до виконання завдання і його завершення (підготовка кухонного посуду та інвентаря, одержання продуктів на початку робочого дня, прибирання робочого місця наприкінці робочого дня, оформлення звіту про виконану роботу та ін.).

При раціональній організації виробництва підготовчо-заключний час повинен складати за 7—8 год. робочого дня 15—20 хв.

Оперативний час ($T_{оп}$) — час, витрачений на виконання заданої роботи. Оперативний час складається з основного і допоміжного.

Основний час (T_c) — час, витрачений на безпосереднє здійснення технологічного процесу, тобто на якісну зміну предмета праці. До основної роботи відносяться: первинна обробка сировини, нарізання, подрібнення, протирання, обробка продуктів у машинах і механізмах, приготування напівфабрикатів, приготування, смаження, пасерування овочів, запікання, випікання, контроль за ступенем готовності, порціонування, відпуск страв споживачам і т. д.

Допоміжний час (T_d) — час, витрачений на дії, необхідні для виконання основної роботи. Ці дії повторюються з кожною партією виготовленої продукції. До допоміжного часу відносяться розвантаження сировини, зважування її, відкривання коробок, банок і т. д.

Час обслуговування робочого місця ($T_{обс}$) — час, витрачений на утримання робочого місця, інструмента, обладнання в стані, що відповідає санітарним вимогам, протягом повного робочого дня. На підприємствах ресторанного господарства час обслуговування робочого місця включає такі види витрат: час на заточення і виправлення ножів, установку змінних механізмів до універсального приводу, збирання і розбирання механізмів, налагодження обладнання, зміну спецодягу.

Час непродуктивної роботи ($T_{нпр}$) на підприємствах ресторанного господарства включає всі витрати часу, пов'язані з роботою, що не є необхідною для виконання даного завдання. Непродуктивна робота може бути наслідком

технічних неполадок (приведення в справний стан обладнання), організаційних недоліків (кухарі відволікаються на розвантаження продуктів, кваліфіковані кухарі виконують підсобні роботи), порушення кухарями технології приготування страв (повторне приготування страв, які були зіпсовані та ін.).

Час перерв ($T_{,,}$) — це час, протягом якого з різних причин процес припиняється. Перерви в роботі можна поділити на **перерви, що залежать від працівника**, і перерви, що не залежать від нього. До перерв, що залежать від працівника, відносяться невеликі перерви на відпочинок і особисті потреби $T_{отл}$ (протягом семичасового робочого дня цей на це передбачено 10—15 хв.) та інші перерви, викликані порушенням трудової дисципліни (запізнення на роботу, зайві перерви на відпочинок і т. д.). Це вважається втратами робочого часу, які необхідно усунути.

До **перерв, що не залежать від працівника**, відносяться перерви з технічних причин (припиняється подача електроенергії, газу, води); організаційних (затримка подачі сировини, напівфабрикатів, посуду) і технологічних причин (дожарювання продукту, очікування закипання води, молока, остигання овочів, солодких страв і т. д.), що об'єднуються індексом $T_{пот}$.

Всі види втрат робочого часу поділяються на нормовані і не- нормовані.

До нормованого часу належать: основний, допоміжний, підготовчо-заклучний, час на обслуговування робочого місця і перерв для відпочинку та особистих потреб працівника в межах нормативів. До норми часу на виготовлення продукції включаються лише нормовані витрати робочого часу.

2. Методи вивчення витрат робочого часу.

Найважливішим елементом нормування праці є вивчення фактичних витрат робочого часу на виконання операцій і процесів.

Залежно від призначення, ступеня охоплення і змісту досліджуваних витрат часу спостереження поділяються на фотографії робочого часу і хронометраж.

Фотографією робочого часу називаються вивчення і виміри всіх без винятку витрат робочого часу протягом певного періоду. Фотографія робочого часу здійснюється з метою виявлення та усунення втрат робочого часу; встановлення величини його витрат за окремими видами; одержання матеріалу для планування найбільш раціональної організації праці; визначення чисельності працівників; розробка організаційно-технічних заходів, що поліпшують умови праці; розрахунок норми часу і виробітку.

Залежно від цільової настанови фотографія робочого часу може бути індивідуальною, груповою, маршрутною.

Фотографією робочого дня називається проведення всіх вимірів витрат часу протягом зміни або протягом робочого дня.

Фотографія робочого часу, що охоплює лише частину робочого дня, називається цільовою фотографією.

Цільові фотографії проводяться для встановлення норм оперативного часу на одиницю продукції.

Фотографія робочого дня, крім нормувальника, може проводитися завідувачем виробництва, технологом, а також самим працівником — самофотографія, що здійснюється з метою встановлення причини втрати робочого часу.

Маршрутна фотографія робочого часу застосовується у разі, якщо за характером роботи виконавець перебуває в русі. Вона допоможе виявити недоліки в розміщенні обладнання.

Незалежно від виду фотографії робочого часу цей процес складається з таких операцій: підготовка до спостереження, проведення спостереження, опрацювання фотокарт, складання балансу витрат робочого часу і плану організаційно-технічних заходів, що забезпечують поліпшення організації праці.

Підготовка до спостереження включає вивчення об'єкта спостереження, інструктивних матеріалів, знайомство з підприємством, підготовку робочого місця до спостереження.

Процес фотографування спостереження і записів повинен бути безперервним. Головною умовою є увага, чітке записування дій і поточного часу в годинах, хвиликах.

Для записування спостережень використовуються спеціальні карти фотографії робочого дня.

До карти фотографії робочого дня до початку спостережень заносяться відомості, що стосуються працівників. Безпосереднє спостереження починається з моменту початку роботи і закінчується в кінці зміни.

Час перерв у роботі, викликаних будь-якими причинами, записується в карту як дія, при цьому точно фіксується час і зазначаються причини.

При фотографуванні робочого дня сума витрат часу на всі дії або операції повинна дорівнювати тривалості робочого дня (зміни). Зменшення або збільшення робочого дня має бути відзначене у висновку нормувальника, спостереження при його збільшенні не припиняються.

Опрацювання фотокарт полягає в уточненні записів, згрупуванні дій по індексах та їх підрахунку.

Після підрахунку робочого часу за видами затрат складається баланс робочого часу. На основі аналізу використання за фактичним балансом складається нормативний, з якого виключається час непродуктивної роботи і втрати його з вини працівника, за рахунок чого збільшується час основної роботи.

В кінці складається план організаційно-технічних заходів щодо усунення непродуктивного робочого часу, поліпшення використання обладнання.

Нормативний баланс робочого часу є основою для розрахунку технічно обґрунтованих норм виробітку.

Поряд з фотографією робочого дня застосовується **фотографія робочого процесу** (фотохронометраж), тобто послідовне вивчення витрат оперативного часу в ході технологічного процесу. Тривалість проведення фотохронометражу залежить від тривалості технологічного процесу. Застосовується він і для визначення затрат часу на одиницю продукції.

При вивченні виробничого процесу в цілому спостереження проводиться послідовно за всіма операціями, враховуються тільки затрати оперативного часу (основного і допоміжного). Після закінчення технологічного процесу записується кількість виготовленої продукції (у стравах, штуках і т. д.).

Питання.

1. Наведіть класифікацію витрат робочого часу.
2. Основні методи вивчення витрат робочого часу.

Література

1. Архіпов В.В. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: навч. посіб./ В.В.Архіпов, В.А.Русавська – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 342с. ISBN 978-966-364-867-5.
2. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства. Навч. посіб./ В.В.Архіпов. – К.: Центр учбової літератури: Фірма «Інкос», 2007. – 280с. ISBN 978-966-364-548-3.
3. Байлик С.И. Проектирования и эксплуатация гостиниц: Учебное пособие / С.И.Байлик. – Х.: Харьк гос. академия городского хозяйства, 1995.
4. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство: организация, управление, обслуживание / С.И.Байлик. – Х.: Харьк гос. академия городского хозяйства, 2004.
5. Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства: перевод с англ. / Р.А.Браймер. – М.: Аспект Пресс, 1995.
6. Головка О.М. Організація готельного господарства: Навч посібн. / О.М.Головка, Н.С.Кампов, С.С.Махлинець, Г.В.Симочко // За ред. О.М. Головка. – К.: Кондор, 2011. – 410 с. ISBN 978-966-351-358-4.
7. Круль Г.Я. Основы готельної справи. Навч. посіб. / Г.Я.Круль. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 368 с. ISBN 978-611-01-0186-8.
8. Крушельницька О.В. Управління персоналом: Навч посіб. / О.В.Крушельницька, Д.П.Мельничук. – К.: Кондор – 2003. – 296с. ISBN 966-8251-02-4.
9. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2-ге видання перероб. та доп. / М.П.Мальська, І.Г.Пандяк. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 472 с. ISBN 978-611-01-0286-5.
10. Мальська М.П. Організація готельного обслуговування: підручник / М.П.Мальська, І.Г.Пандяк, Ю.С.Занько.– К.: Знання, 2011. – 366с. ISBN 978-966-346-810-5.
11. Мунін Г.Б. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу. Навч. посібн. /Під загальною редакцією М.М. Поплавського і О.О. Гаца. – К.: Кондор, 2008. – 460с. ISBN 978-966-351-172-6.
12. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент. Навч посібн. 3-тє вид. / Л.І.Нечаюк, Н.О.Нечаюк. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 344с. ISBN 978-966-364-933-7.
13. Пуцентайло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. Навч. пос. / П.Р.Пуцентайло. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с. ISBN 978-966-364-535-3.
14. Ростовський В.С. Основы научных исследований і технічної творчості: підруч. / В.С. Ростовський, Н.В. Дібрівська: – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 96с. ISBN 978-966-364-873-6.
15. Сокол Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах: підручних / Т.Г.Сокол. – К.: Альтерпрес, 2009. – 447с. ISBN 966-542-244-8.
16. Уокер Дж.Р. Введение в гостинприимство: учебник/ пер. с англ. / Дж.Р.Уокер. – М: ЮНИТИ, 1999. – 463с.
17. Іванова О.В. Санітарія та гігієна закладів ресторанного господарства: підручник / О.В. Іванова, Т.В. Капліна. – Суми: Університетська книга, 2012. –

399с. ISBN 978-966-680-482-5.

18. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії: Навч. посіб. 3-тє вид., допов. і перероб. / Н.В.Чорненька. – К.: Атіка, 2008. – 392с. ISBN 978-966-326-315-1.