



ОРГАНІЗАЦІЯ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Конспект лекцій

для здобувачів першого (бакалаврського) рівня
освітньої програми «Готельно-ресторанна справа»
спеціальності 241 – Готельно-ресторанна справа, галузі знань 24 – Сфера
обслуговування
денної та заочної форм навчання

До друку _____ Голова Навчально-методичної ради Луцького НТУ

Електронна копія друкованого видання передана для внесення в репозитарій
Луцького НТУ _____ директор бібліотеки

Затверджено Навчально-методичною радою Луцького НТУ,
протокол № ____ від «__» _____ 2019 року.

Рекомендовано до видання Навчально-методичною радою факультету екології туризму
та електроінженерії систем Луцького НТУ,
протокол № ____ від «__» _____ 2019 року.
_____ Голова навчально-методичної ради факультету екології та приладо-
енергетичних систем

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Луцького НТУ,
протокол № ____ від «__» _____ 2019 року.

Укладач: _____ Л.М. Поліщук, кандидат технічних наук, доцент кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи Луцького НТУ

Рецензент: _____ І.В. Тищук, кандидат економічних наук,
доцент Луцького НТУ

Відповідальний
за випуск: _____ Л.М. Поліщук, кандидат технічних наук, доцент кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи Луцького НТУ

0-64 Організація готельного господарства [Текст]: Конспект лекцій для студентів
освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форм
навчання / уклад. Л.М.Поліщук. – Луцьк: Луцький НТУ, 2019. – 80 с.

Видання містить конспект лекцій, додатки та список рекомендованої літератури.

Призначене для студентів освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна
справа» денної та заочної форм навчання.

Тема 1. Тенденції та ознаки еволюції готельного господарства

1. Історія готельної справи. Історія найдавніших готелів.
2. Готельна справа у період від середніх віків до XIX століття.
3. Розвиток готельної справи в XIX-XX століттях.

1. Історія готельної справи. Історія найдавніших готелів.

Створення готелів пов'язане з історією виникнення потреби в подорожах і поїздках, які здійснювалися людьми. Люди, які опинилися далеко від місць свого постійного проживання, мали піклуватися про забезпечення себе харчуванням, притулком і відпочинком.

Подорожі були пов'язані з ризиком, мандрівники йшли на нього не заради власного задоволення: купці розраховували дістати прибуток, прочан кликало в дорогу релігійне натхнення, учених-дослідників – пізнання світу, розширення свого кругозору тощо. Туризм завжди впливав на розвиток готельної справи і, навпаки, від рівня готельної справи завжди залежав розвиток туризму.

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

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

Мобільність населення в епоху античності була напрочуд високою. Такі події, як Олімпійські ігри, збирали атлетів, глядачів, а також торговців і ремісників (тобто споживачів і постачальників товарів і послуг) з усієї Древньої Греції. В околицях Олімпу будувалися споруди, павільйони для проживання в них атлетів, а також для організації всіляких побутових послуг. Олімпійські ігри були найвідомішим, але не єдиним видовищем Древньої Греції (варто мати на увазі, що термін «ігри» в античному світі мав більш широке значення, ніж у сучасному розумінні, і включав у себе і театральну виставу, і змагання поетів, співаків, музикантів, а також містерії для посвячених, тобто позначав поняття, аналогічне сучасним фестивалям культури і мистецтва).

Притулок у готелі надавався всім – бідному і багатому, знатному і простолюдинові. Збереглася, наприклад, звістка, що посольство афінян до царя Македонії Філіпа Македонського (382-336 р. до н.е.) зупинялося в такому готелі.

Власник таверни в Древній Греції пропонував їжу, напої і нічліг. Вино було як домашнім, так і імпортом. До столу подавали сир з козячого молока, хліб з ячменя, капусту, горох, боби і сочевицю. Можна було спробувати також фігі й оливки.

Результати розкопок у південній частині Іраку підтверджують, що вже у п'ятому тисячоріччі до нашої ери, тобто за 7000 років до наших днів, існували хани – місця тимчасового притулку людей. У нижніх поверхах хану частково розміщалися стійла, частину приміщень займав сам хазяїн зі своєю родиною, інші – пристосовані для постояльців. Хани були навіть триповерховими.

У законодавчих актах Кодексу царя Хамураппі зустрічаються правові норми, які дозволяють стверджувати, що готельна справа в той час, – майже 4000 років тому, у Вавилоні, була досить розвинутою. Держава невсипущо наглядала за діяльністю власників таверн. Наприклад, у випадку викриття розведення ними пива водою передбачалася страта.

У Римській імперії в зв'язку з розвинутою мережею транспортних шляхів виникали повсюдно приватні постоялі двори і заїзди. Ці дороги призначалися в першу чергу для військових загонів, а також для збирачів податків, купців, окремих верств інтелігенції (художників, архітекторів, лікарів, музикантів і акторів). Істотною приналежністю цих доріг була мережа «поштових станцій», де ті, хто подорожує з державною місією, могли змінювати коней або мулів, а також одержувати їжу і нічліг. На цих станціях можна було замовити послуги гіда, скласти маршрут, одержати карту й опис визначних пам'яток. Недалеко від Рима, у морській гавані Остії, можна було замовити морську подорож. Через низький рівень обслуговування і комфорту в притулках (готелях) для подорожуючих («hospitium») зупинялися лише в тому випадку, коли була відсутня можливість зупинитися у знайомих або родичів. У притулках (готелях) того часу протікали дахи, але небезпечним було і саме проживання.

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

Цікаво, що термінологія індустрії гостинності багато чим зобов'язана римлянам. Слово «hospitality» (гостинність) походить від латинського «hospitium» (госпіції). Однокорінними словами є «host» (хазяїн), «hospice» (притулок), «hotel» (готель, отель).

З появою регулярного державного поштового сполучення (у часи імператора Октавіана Августа – поч. нашої ери) з'явилися і державні постоялі двори. Держава влаштовувала двори в містах і на головних шляхах, якими проїжджали кур'єри і державні службовці з Рима аж до Малої Азії або до Галлії. Створювалися державні постоялі двори, віддалені один від одного на відстань одного дня поїздки конем. По мірі завоювання нових територій і розширення Римської імперії її звичаї, господарська й організаційна структури застосовувалися також у нових провінціях і підкорених країнах. Про те, наскільки серйозно розглядалася в древності надійність закладу, що надавав мандрівникам притулок, харчування і нічліг, свідчить факт особливої зацікавленості держави. Так, у зведенні римських законів була передбачена відповідальність такого закладу за речі гостя. Навіть і сьогодні законодавство ряду держав регулює це питання, ґрунтуючись на наведених положеннях Римського цивільного права.

В основу організації готельної справи в Римській імперії була покладена розроблена державною владою певна класифікація готелів. Існувало два типи готелів: лише для патриціїв (мансіонес), та для плебеїв (стабулярії).

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

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

Вавилонських купців можна було зустріти всюди. Відомий лист вавилонського царя до фараона Єгипту, у якому він висловлює своє невдоволення тим, що дороги в Сирії і Палестині небезпечні і його торговельні агенти піддаються грабежу з боку місцевих жителів. Для припинення нападів на купців і забезпечення безпечного проїзду дорогами створюються повсюдно в Сирії, Палестині, Єгипті, Вавилоні караван-сараї.

Караван-сараї, або караванні будинки, служили тимчасовим притулком учасникам караванів. Вони стали попередниками постійного двору для поштових карет, а пізніше мотелю, і надавали послуги караванам і іншим мандрівникам. Караван-сараї були розташовані на території сучасної Туреччини, Ірану, Афганістану і північної Індії на відстані одного дня шляху один від одного. Типовий караван-сарай складався з внутрішнього дворику для тварин і простих кімнат для мандрівників. По дорозі від сучасного Стамбула до столиці Агри Могхула в північній Індії (Палац Тадж-Махал) мандрівник міг відпочити і знайти захист від бандитів. Приміщення можна було зняти за певну плату.

Турки-сельджуки, що побудували багато караван-сараїв, виходили із соціальних міркувань. Кожен мандрівник незалежно від національності і релігії одержував на три дні нічліг з харчуванням, медичним доглядом, а бідняки одержували і нове взуття, і все це – за рахунок держави. Після закінчення цього терміну подорожуючий мав або платити за проживання і надане йому обслуговування, або вирушати далі.

З огляду на наявність великої кількості в'ючних тварин, та вантаж, що перевозився, будувалися караван-сараї у формі великих громадських будівель не лише в містах, але і на дорогах, у населених пунктах. Караван-сарай був одночасно постійним і торговельним двором.

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

В другому типі караван-сараїв для розміщення людей і збереження товарів служили відкриті у внутрішній двір невеликі приміщення, розташовані в один або кілька ярусів, тварини знаходилися в дворі. Караван-сараї на дорогах зміцнювалися оборонними стінами або приєднувалися до ремісно-побутових передмість і культових будівель. На транзитних шляхах караван-сараї стали втрачати своє значення з розвитком залізниць і інших сучасних видів транспорту.

Один зі збережених до сьогоднішнього часу караван-сараїв знаходиться в Іспанії в Гренаді. Навколо внутрішнього двору на трьох поверхах розташовані номери. Такі караван-сараї зустрічаються й у Стамбулі.

У Туреччині збереглося понад сто караван-сараїв, однак вони не функціонують, хоча доступні екскурсантам як музеї.

2. Готельна справа у період від середніх віків до XIX століття

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

Згодом церква стала відігравати вирішальну роль у житті суспільства і була єдиним авторитетом, який визнавали в будь-якій країні. Монастирі й інші релігійні заклади приймали мандрівників (і вітали пожертви). Багато монастирів були раді гостям. Багатих і знатних саджали поруч з головним пре-латом, у той час як бідняків розміщували і годували в окремих приміщеннях.

Розцінок на кімнати не було, однак завжди очікувалися пожертви. Часто бувало, що монастирський охоронець, чийм першорядним завданням було стояти біля воріт (воротар), також розпоряджався і приміщеннями для гостей. Слід зазначити, що вже в той час церква управляла першим «готельним ланцюгом».

Згодом безкоштовний притулок починає перетворюватися в спеціальні, розраховані на отримання прибутку, підприємства. Ці установи в результаті постійного зростання вимог з боку мандрівників і по мірі технічного прогресу, який одночасно відбувався, набували усе новіших і різнобічніших форм, перетворюючись на готельні підприємства, схожі на сучасні.

У християнському світі паломництво в країну, де відбувалися божественні діяння святих, увійшло в звичай у IV столітті. Уже з цього часу зустрічаються путівники по священних місцях із указанням храмів, а також постійних дворів або госпіціїв, у яких прочани можуть знайти тимчасовий притулок. «Госпіції – странноприймальні будинки, установи на зразок готелів з характером монастиря. Ченці, що знаходяться в них, і брати-при-служники складають

невеликі окремі ордени. Госпіції влаштовувалися в населених місцях і давали притулок усім мандрівникам.

Із зміцненням феодальної влади з'являється необхідність забезпечення тимчасового перебування впливових державних осіб. Біля шляхів будуються постійні двори, призначені для державних службовців. До нашого часу збереглися руїни деяких пришляхових постійних дворів.

На звання найстарішого з існуючих постійних дворів претендує постійний двір «У півня, що б'ється,» у містечку Сент-Албанс (Англія), заснованому приблизно в 795 році. Приблизно в той самий час з'являються перші відомі правові акти, що узаконюють правовий статус постійних дворів.

Центром міжнародної торгівлі в IX-XI століттях був Константинополь, куди з'їжджалися купці з півночі і півдня – болгари, вірмени, росіяни, араби, італійці. Звідси товари поширювалися вже по всій Європі. Для притулку прибуваючих у місто будувалися вітальні двори, деякі з них збереглися дотепер.

Створенню аналогічних готельних підприємств сприяли і знамениті ярмарки у Франції (у Сен-Дені, Труа), в Італії (у Феррарі, Павії), у німецьких князівствах (у Вормсі, Кельні, Майнці, Шлейрі) тощо.

У Європі світська традиція «платної гостинності» пов'язана із зростанням міст. Відомості про них містяться в резолюції місцевого архієпископа VIII століття, що забороняла духовним особам відвідування цих «злчних місць». У народних піснях і баладах часто зустрічаються мотиви, пов'язані з ночівлею втомленого подорожанина (солдата, підмайстра, купця тощо) під гостинним (або негостинним) дахом. На постійних дворах хазяїн часто тримав спеціальну кімнату, призначену для ночівлі гостей. Постійні двори розташовувалися звичайно на перетині важливих торговельних доріг або в центрі міста на ринковій площі, де знаходилися головний собор і ратуша.

Хрестові походи, що почалися в 1096 році і продовжувалися наступних 200 років, зокрема допомогли організувати торгівлю, що призвело до підйому середнього класу. Побічно Хрестові походи сприяли відродженню постійних дворів, спочатку в північній Італії. Готельна справа стала там ґрунтовним бізнесом. Гільдії власників постійних дворів процвітали, встановлюючи правила і статuti для своїх членів і для гостей. Наприклад, у Флоренції в 1282 році гільдія власників постійних дворів контролювала цей бізнес до такої міри, що міські чиновники опитували мандрівників прямо біля міських воріт і направляли їх у гільдію, де їх розподіляли по певних готелях.

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

У XV столітті в деяких готелях вже було від 20 до 30 кімнат. Георгіївський готель, один з найбільш відомих, мав винний підвал, комору, кухню, кімнату для господаря і господарки, був і спеціальний працівник, що доглядав за кіньми. Кімнати для гостей, або номери, були названі на честь відомих людей,

міст або видатних чиновників. Серед них були кімнати «Граф», «Оксфорд», «Сквайр», «Лондон» тощо.

Готелі і таверни можна було впізнати за вивісками із простими символами, а не словами, оскільки багато хто не вмів читати. Таким чином, було багато готелів «Лев», «Золоте Руно», «Білий заєць», «Чорний лебідь», «Дельфін» тощо.

Наприкінці XVIII століття назви стали містити слово arms (зброя), наприклад, «King's Arms» («Зброя короля»). Виставлена напоказ зброя лорда в готелі часто означала, що готель знаходився на території, що належала певному знатному роду, і була під його захистом. Деякі геральдичні знаки належали споконвічним власникам землі, на якій розташовувався готель, або ж бувало, що власник готелю, що вийшов зі слуг, повинний був використовувати зброю або відзнаки свого колишнього господаря. Навіть зараз існують 400 пивних, названих «Голова короля», 300 з назвою «Голова королеви» і більше тисячі зі словом «корона» у назві.

У деяких готелях були відкриті галереї, на які можна було піднятися сходами, що знаходилися зовні. Згодом ці галереї відгороджувалися від непогоди. Стійла для коней, приміщення для запрягання знаходилися у внутрішньому дворі. Спеціальне пристосування у куті слугувало для того, щоб особливо огрядні постояльці могли піднятися на коня. У більш великих готелях під стайнею було приміщення для посильних, що розносили пошту.

У багатьох готелях був сад і галявина для гри в кулі. Деякі готелі мали броварні і варили своє власне пиво. Довга кімната (для зборів) з великим каміном служила місцем проведення банкетів і танців.

Розвиткові готельної справи побічно сприяв англійський король Генріх VIII. Прочани, що йшли головними шляхами до великих соборів, могли зупинитися на два дні в приміщеннях, прибудованих до абатства або монастиря, де їх розміщували і годували відповідно до їхнього статусу. Коли Генріх VIII у 1539 році звелів, щоб церковні землі були відділені від них або продані, зникла роль монастирів як пристановища для мандрівників. Як результат, стала процвітати готельна справа. Перепис 1577 року виявив 14202 пивних, 1631 готелів і 329 таверн в Англії й Уельсі.

Задовго до того, як з'явилася національна поштова система, окремі готелі повинні були мати стайні і коней для використання їх королівською поштою. Це також сприяло розвитку готелів.

У середині 1600-х років деякі готелі стали випускати неофіційні грошові знаки, які шановані власники готелів гарантували викупити за гроші королівства. Подібний дозвіл випускати монети (торговельні знаки) означав, що готелям і їх власникам у той час приділяли особливу увагу.

Англійський готель був місцем різноманітних розваг. Існували різні ігри з дротиками і гральними кістками, доміно, більярд і bagatelle (гра, схожа на більярд). Мали успіх і півнячі бої. Ті, хто віддавав перевагу активним видам розваг, використовували готелі як місця зборів для риболовлі, стрільби, полювання, зокрема соколиного. Кровожерливі могли насолоджуватися цькуванням ведмедів і биків собаками, а також киданням каменів у півнів. Собачі бої і бокс на голій землі теж були популярними. Однак головним способом проведення часу вважалося вживання пива, елю, вина, а пізніше джину.

3. Розвиток готельної справи в XIX-XX століттях

Подальший розвиток різних форм туризму створював постійно зростаючі потреби в готелях і закладах харчування. Виникають великі готелі, розміщені в спеціально для цієї мети побудованих будівлях типу приватних резиденцій або ж чудових державних особняках. Звідси ж походить французька назва «отель», що означає міський палац магната, місце перебування представника іноземної держави або міської влади.

Необхідно відзначити, що Бурбонський палац (сьогодні – місце засідань палати депутатів Франції) у путівнику Парижа, виданому в XVIII столітті, значиться як «готель принца Конде».

Таким чином, у той час назва «отель» надавалася палацам або будинкам палацового типу, передбаченим для розміщення в них важливих гостей, крім основного палацу, у якому проживав сам власник «отелю». Як правило, у такому палаці знаходилися гості, їхня прислуга тощо.

Зі стародавніх готелів, яких у Парижі сотні, особливо цікавий готель Карнавалі (будівництво почато в 1544 році) і готель Клюні (побудований у XVI ст.).

У XIX столітті зростають запити готельної клієнтури, переважно багатой, і все більше підвищується комфорт і рівень оснащення готелів. Виникають свого роду величезні готельні комбінації з фешенебельними ресторанами і кафе, що знаходилися при них.

XIX століття стало переломним у розвитку готельного господарства. Разом з перенесенням назви «отель», що позначала раніше приватну міську резиденцію французького аристократа, на будинок, що служить тимчасовим місцем перебування кожного подорожуючого, що має достатню кількість грошей, почався період будівництва постійних дворів-готелів палацового типу і підвищеної комфортності по всій Європі. Приплив заможних англійців і американців у Європу змінює традиційну культуру готельних послуг – вони набувають усе більш і більш уніфікованого і стандартизованого характеру. Саме тоді в ужиток входять англійські слова «експрес», «комфорт», «дизайн». З кінця XIX століття в Європі (насамперед у Швейцарії) починають будувати сучасні готелі з високим рівнем комфорту. На зміну традиційним готелям зі скромними назвами («Англійський двір», «Стара пошта» тощо) з'являються розкішні готелі під звучними назвами: «Брістоль», «Метрополь», «Палас», «Савой», «Ексельсіор» або просто «Гранд-Отель», позбавлені будь-яких зв'язків з місцевими традиціями.

Кінець XIX століття – це час, коли співіснують старі традиції подорожей як виду дозвілля, пов'язаного з певною культурою і світовідчуттям, з одного боку, і нові форми готельного сервісу, пов'язані з цивілізацією індустріального суспільства з іншого. Якщо в таких країнах, як Англія або США, уже сформувався спосіб життя, характерний для індустріального суспільства, то в країнах Східної і Південної Європи або, наприклад, в Іспанії багато в чому зберігалися старі, «доіндустріальні» форми побуту і культури.

Відповідно, у туристів, які представляли країни, що знаходилися на «різних полюсах» технічного прогресу, були різні уявлення про комфорт.

Незважаючи на критику з боку захисників культурних традицій, технічний прогрес і цивілізація з такими їхніми атрибутами, як розширення і модернізація сфери готельних послуг, були нестримні. З кінця XIX століття готельний бізнес починає діяти як самостійний фактор розвитку туризму - він формує для себе ринки збуту готельного продукту. Туризм досить швидко починає набувати ознак «масовізації». Створюються туристські бюро (за зразком Товариства Томаса Кука) і рекламні агентства, що спеціалізуються на рекламі готельних послуг.

Підвищення якості та надійності транспортних перевезень у сукупності з їхнім здешевленням обумовили істотне збільшення потоків подорожуючих. Відповідно повсюдно виникали перші підприємства, що спеціалізувалися на обслуговуванні тимчасових відвідувачів. На зміну скромним пансіонам і «кімнатам для гостей» у будинках священнослужителів, монастирях і релігійних місіях відкриваються перші комфортабельні (якщо не сказати розкішні) готелі. У 1812 році в центральній Швейцарії вступає в дію готель «Риги-клес-терли», у 1832 - готель у м. Фаульхорн. У 1801 році в Німеччині відкривається першокласний готель «Бадише Хоф» у Баден-Бадені, у 1859 у Швейцарії — «Гранд-отель Швайцер-хоф» у м. Інтерлакені. У Німеччині на межі XVIII-XIX століть виникають перші курорти мінеральних вод – у Хайліген-дамі, Нордернеї, Травемюнді. У цей період становлення туризму будувалися в першу чергу розкішні готелі, що обслуговували представників аристократичних кіл, «нового дворянства», вищого офіцерства.

Залежно від пори року еліта або перебувала на французькій чи італійській Рив'єрі, або відпочивала на термальних курортах Швейцарії і Німеччини, або починала тривалі подорожі в Північну Африку, Єгипет, Грецію. Багатоваріантність можливих місць відпочинку обумовлювалася обов'язковою наявністю комфортабельних готелів.

З кінця XIX і початку XX століття різко збільшується кількість готелів не лише в Європі, але і на Близькому Сході, в північній частині африканського континенту та Північній Америці.

В Австро-Угорщині в 1913 році існувало вже 15 тис. готелів. В основному це були невеликі готелі, але поряд з ними будувалися і великі. Ці готелі мали загальну місткість номерного фонду 500 000 місць. Тобто, місткість кожного готелю складала 30-35 місць. Одне готельне місце приходилося на 80 жителів країни.

У Німеччині в тому ж 1913 році було 90 тис. готелів, як правило, теж дрібних. Швейцарія та Італія починають посилено розробляти золоту жилу туризму, широко використовуючи історичні й архітектурні пам'ятники. Важливою подією з'явилося відкриття в Дюссельдорфі інституту готельної справи.

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

Готелі почали надавати масові і різноманітні послуги після закінчення Другої світової війни. Саме в цей період туризм набуває дійсно масового характеру: із предмета розкоші він стає потребою для більшості населення

високорозвинених індустріальних країн. Формується могутня індустрія відпочинку зі своїми інститутами, продуктом, виробничим циклом, методами організації і управління виробництвом. У західноєвропейських країнах 50-60-і роки – це період масового будівництва готелів, мотелів, різноманітних розважальних закладів.

Аналізуючи масове будівництво готелів, швейцарський професійний журнал «Hotel Revue» ще в грудні 1958 року констатував: «...готелі зростають, як гриби...»

В Америці перший постійний двір з'явився в 1607 році. Американські постійні двори вели своє походження від англійських постійних дворів. Їхнє число збільшувалося у міру того, як європейські переселенці освоювали все нові й нові території. Це були однотипні будівлі, призначення яких можна було взнати ще здалека. Як і в Європі, постійні двори в Америці будувалися і як житло для господарів, і як тимчасовий притулок для мандрівників, але це ще не були комерційні підприємства. Якісні зміни стали відбуватися лише наприкінці XVIII століття.

У 1794 році з'явився перший комерційний готель, побудований винятково з метою обслуговування клієнтів. Відкриття готелю «Сіті Отель» у Нью-Йорку було початком будівництва дуже скромних за сьогоdnішніми мірками готелів і в інших містах. Усі приміщення – як для відпочинку, так і для прийняття їжі – носили комунальний характер. У 1829 році в Бостоні відкрився готель «Тремонт», перший в країні готель першого класу, що став, по суті, детонатором готельного буму в США, який пронісся спочатку по містах Східного узбережжя, а потім по Середньому Заходу, Заходу і Півдню.

До кінця XIX століття вже були розповсюдженими два типи готелів – великі і розкішні, а також маленькі і застарілі. Усі ці готелі будувалися поблизу міських транспортних вузлів, головним чином залізничних.

Перші роки XX століття вважаються часом початку будівництва готелів для бізнесменів і комерсантів. Першим це зрозумів Елсворт Статлер. У 1908 році він відкриває готель у Буффало за назвою «Буффало Статлер». Це була принципово нова концепція в готельній справі, заснована на наданні клієнтам максимальних зручностей. Що особливо важливо, цей перший у своєму роді готель був орієнтованим винятково на бізнесменів.

У роки Першої світової війни готельне будівництво в США припиняється.

Багато готелів у той період ледь зводили кінці з кінцями. Подальший розвиток готельної індустрії відновився в 20-і роки. У цей період технології готельного бізнесу досягли свого найвищого рівня. Саме в цей час почав розвиватися готельний бізнес Конрада Хілтона.

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

Друга світова війна, на відміну від Першої, диктувала необхідність значних переїздів територією США великої кількості людей, що не могло не позначитися на готельній індустрії. Потреба в номерах у той час була настільки велика, що готелі були змушені працювати зі 100% навантаженням.

Після Другої світової війни, у 50-і роки, відбулися значні зміни. Як відповідь на зміни в американському способі життя з'явилися мотелі. У 1952

році Кемонс Уілсон побудував один з перших готелів для автомобілістів «Холідей-Інн». В цей час американці почали більше подорожувати, що вимагало нових типів готелів. Виникла необхідність у приміщеннях, зручних для сімейного розміщення, але без необхідності оплати всього комплексу послуг, пропонуваного готелем. Поява мотелів з обмеженим набором послуг за більш низькими цінами була найкращим рішенням.

Зростання числа і популярності мотелів як нової готельної концепції створило значну напруженість у відносинах між власниками цих двох видів підприємств розміщення. Справа в тому, що перевага, яка віддавалася клієнтами мотелям, робила багато невеликих готелів більш ранньої побудови неконкурентоспроможними. Багато з них були змушені закритися назавжди. Боротьба набувала в деяких місцях драматичного характеру, не обходилося і без підпалів та вбивств. Мир настав лише в 60-х роках, коли власники традиційних готелів сприйняли нарешті цю «нову ідею», усвідомивши, що вона є необхідним доповненням до готельної індустрії США.

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

Після Другої світової війни в американському готельному бізнесі стали з'являтися нові тенденції. Найбільш вагомим став вихід на міжнародний ринок послуг.

Кілька перших готелів «Інтер-Континентал» були побудовані авіакомпанією Пан – Америкен. У 1948 році Конрад Хілтон також включився до цієї нової міжнародної справи.

Незважаючи на ці кроки, американський вплив у світі був незначним аж до кінця 60-х років. Лише на початку 70-х американська готельна експансія почала набувати глобальних розмірів.

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

У самих Сполучених Штатах з кінця 60-х років склалася дуже сприятлива ситуація для розвитку готельної індустрії. Було створено багато ланцюгів готелів і мотелів, змінився і зовнішній вигляд готельних приміщень.

У післявоєнний період у США відбулося різке, як у жодній країні світу, збільшення обсягу капіталовкладень у будівництво нових готельних комплексів. Із середини 50-х років капіталовкладення в створення нових видів готельних підприємств зросли більш ніж у 20 разів, склавши в 1967 році 1,7 млрд., доларів. У результаті місткість номерного фонду мотелів, готелів, трейлерних парків, спортивних і рекреаційних таборів, а також усіляких спеціалізованих підприємств відпочинку і розваг (пансіонатів, туристських баз тощо) істотно збільшилася, зазнавши помітних змін, що відбивають зрушення в характері попиту й у структурі рекреаційних галузей.

Статистика США свідчить, що з 1958 по 1977 рік число підприємств індустрії готельного сервісу зросло зі 180 тис. до 247,5 тис, а в розрахунку на 10 тис. чоловік приходилося чотири готельних підприємства, з яких два були

мотелями, а два приходилися в середньому на готелі, кемпінги, туристські табори тощо. Загальне розширення готельного фонду в 60-70-і роки минулого століття (на чверть – з 2,1 до 2,6 млн., номерів) відбулося за рахунок розвитку мотелів: з 1958 по 1977 рік число номерів у мотелях збільшилося більш ніж у 2 рази – з 0,6 до 1,3 млн.

При спорудженні фешенебельних готелів обов'язковими стали такі спортивно-розважальні елементи, як плавальні басейни сучасних конструкцій закритого і відкритого типу, сауни, солярії, гімнастичні і спортивні зали з кабінетами для масажу, косметичні салони, бари, нічні клуби.

Що стосується готельного бізнесу, то в його післявоєнному розвитку чітко виділяються два періоди: перша хвиля насичення активними елементами основного капіталу прийшлася на середину 50-х років; друга – на кінець 60-х – початок 70-х. За цей час у готельних послугах у плані їхнього технічного оснащення відбулися істотні зміни: наприклад, невід'ємними елементами готельного сервісу в готелях високого класу стали кондиціонери повітря з апаратурою для індивідуального контролю, телевізійна система в номерах з автономною демонстрацією фільмів, індивідуальна сигналізація, більш досконалі засоби зв'язку тощо.

Зростання ролі сучасного готелю як місця проведення конгресів вимагало відповідного ускладнення його технічних характеристик. Так, готелі великої готельної корпорації «Шератон» мають конференц-зали, технічне оснащення яких включає систему синхронного перекладу, бездротові мікрофони, проектори й інше устаткування.

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

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

Здешевлення ЕОМ, випуск міні- і мікрокомп'ютерів збільшили можливості їхнього використання: якщо в 60-х роках лише готельні ланцюги і великі незалежні готельні фірми застосовували ЕОМ, то через десятиліття до їх послуг звернулися і дрібні фірми готельного сервісу. Економічні вигоди від цього були досить відчутними. Слід особливо зазначити, що автоматизація ряду готельних операцій стала одним із вдалих рішень проблеми наймання обслуговуючого персоналу готелів, яка постійно в той час ускладнювалася. Це стосувалося в першу чергу працівників низької кваліфікації, нестачу яких мали тоді багато готелів США.

Більш того, саме нестача обслуговуючого персоналу, що виконував фізичну працю, змусила багато готелів автоматизувати ряд операцій: ліфти без ліфтерів, прямі телефони, машини для виготовлення льоду, що розташовувалися на кожному поверсі, тощо.

Підготовці кваліфікованих кадрів для галузей індустрії гостинності в США приділялася велика увага. Випускалися підручники з готельного і ресторанного господарства, видавалися спеціальні періодичні видання, наприклад журнал «Хоу-теленд кетерінг рев'ю». Посадові особи і управляючі повинні були мати спеціальну підготовку в обсязі програм університетів або коледжів. У кожному штаті відкрилися готельні школи з різними програмами навчання.

Найбільшими центрами професійної освіти були й залишаються спеціальні кафедри при університетах. Найбільш відома школа Управління готелями при Корнелльському університеті, створена в 1922 році. Програма навчання в ній розрахована на чотири роки. Провідна готельна корпорація «Холідей іннз» має власний «Університет Холідей іннз», завдання якого – підготовка обслуговуючого персоналу для готелів цієї фірми. Цей університет був відкритий у 1972 році, щорічно навчається 5 тис. готельних працівників.

Тема 2. Типізація підприємств готельного господарства

1. Сучасні міжнародні готельні ланцюги.
2. Характеристика основних типів підприємств готельного господарства
3. Основи гостинності у готельній справі.

1. Сучасні міжнародні готельні ланцюги

Важливе значення в розвитку сучасного готельного бізнесу мають готельні ланцюги. Вони дозволяють просувати на світовий туристський ринок високі стандарти обслуговування, а також сприяють підтримці готельного обслуговування туристів.

Готельні ланцюги сприяють поширенню і значному підвищенню рівня організації виробництва й обслуговування туристів, створенню певного образу готельного обслуговування.

У таких готелях в інших незнайомих країнах турист відчувається майже як удома, у знайомій і комфортній обстановці.

З 1950-х рр. в організаційній структурі управління готелями у світовій готельній індустрії утвердилися різні моделі організації готельної справи.

Перша модель – модель Ритца, пов'язана з ім'ям швейцарського підприємця Цезаря Ритца. Багато престижних готелів світу мають його ім'я (наприклад, готель «Ритц» у Парижі).

Основна ставка в цих готелях робилася на європейські традиції вишуканості й аристократизму. На сьогодні ця модель зазнає кризи.

Інша модель пов'язана з ім'ям американського підприємця Кемансі Уїльсона (готельний ланцюг «Холідей інн»). Модель відрізняється більшою гнучкістю в задоволенні потреб клієнта у поєднанні з додержанням досить високих стандартів обслуговування.

Основні вимоги в готельних ланцюгах, організованих за цією моделлю, такі:

- єдність стилю (архітектура, інтер'єр);
- єдність позначень і зовнішньої інформації;
- просторий і функціональний хол;
- швидкість реєстрації клієнтів;
- номери, передбачені для постійних клієнтів;
- сніданок «шведський стіл»;
- наявність конференц-залу;
- гнучка система тарифів;
- єдине управління, маркетинг і служба комунікації.

Під контролем готельних ланцюгів, побудованих за другою моделлю, знаходиться понад 50% усіх готельних номерів у світі.

Третя модель – незалежні готельні ланцюжки (наприклад, «Best Western»). У цьому випадку під єдиною торговельною маркою з'єднуються готелі, що дотримуються певних стандартів і надають певний набір послуг незалежно від країни розташування.

Готелі – члени ланцюга – платять внески до єдиного фонду, що витрачається на спільну рекламну і маркетингову діяльність, просування продукту. При цьому цілком зберігається їх фінансово-економічна й управлінська самостійність. Можливе і поєднання другої моделі з третьою. Приклад – ланцюг готелів «Аккор». Це найбільший готельний ланцюг у Європі. Він пропонує готелі різних класів і виступає на ринку під різними марками. Марки «Пульман», «Софітель», «Новотель» – це готелі вищого класу. Марки «Алтеа/Меркур» – середнього класу.

При входженні до ланцюга готель зовсім необов'язково має стати його власністю. У цьому випадку, відповідно до договору, укладеного великими готельними ланцюгами (франшизо-давцями) і незалежними готелями, що вступають у ланцюг, останнім надається право використовувати в комерційних цілях фірмовий знак ланцюга, технічну і комерційну інформацію, інформаційні системи бронювання, технічну допомогу, право на навчання персоналу тощо. Франшизне підприємство сплачує за це обумовлену в договорі компенсацію.

У табл. 1. наведена перша десятка готельних ланцюгів світової готельної індустрії.

Табл. 1. *Готельні ланцюги світової готельної індустрії*

Hospitaliti Franchise System Blanstone Part.	США
Holiday Inn World wide	Англія
Best Western International	США
Accor	Франція
Chice Hotel International	США
Marriott International	США
ITT Sheraton Corp.	США

2. КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ ТИПІВ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Сучасний розвиток готельної справи у світовій практиці пропонує клієнтові (споживачеві готельних послуг) різноманітний готельний сервіс залежно від цін, що складаються на ринках цих послуг. Щороку засоби масової

інформації повідомляють численну клієнтуру про нові форми діяльності в цьому виді сервісу.

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

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

- стан номерного фонду: площа номерів (m^2), частка одномісних (однокімнатних) номерів, частка багатокімнатних номерів, номерів-апартаментів, наявність комунальних зручностей тощо;
- стан меблів, інвентарю, предметів санітарно-гігієнічного призначення тощо;
- наявність і стан закладів харчування: ресторанів, кафе, барів тощо;
- стан будівлі готелю, під'їзних шляхів, облаштованість прилягаючої до готелю території;
- інформаційне забезпечення і технічне оснащення, у тому числі наявність телефонного, супутникового зв'язку, телевізорів, холодильників, міні-барів, міні-сейфів тощо;
- забезпечення можливості надання ряду додаткових платних і безкоштовних послуг.

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

Рівень комфорту на сьогодні лежить в основі понад тридцяти відомих у світі систем класифікації готелів. Найбільш розповсюдженими серед них є такі:

- *європейська*, або, як часто її називають, *система «зірок»*, що базується на французькій національній системі класифікації, в основі якої лежить розподіл готелів за категоріями від 1 до 5 зірок. Така система застосовується у Франції, Австралії, Угорщині, Єгипті, Україні, Росії і ряді інших країн;
- *система букв (A, B, C, O)*, що використовується в Греції;
- *система «корон»*, що застосовується у Великобританії,
- *індійська система*.

Що стосується країн, що розвиваються, то тут найбільш поширена індійська система класифікації, що також включає 5 категорій: «1 зірка», «2 зірки», «3 зірки», «4 зірки», «5 зірок», які надає спеціальна комісія на основі бальної оцінки. За цією системою відповідність готелів вимогам для даної категорії оцінюється в балах, при цьому по кожному пункту встановлюється

максимально можлива оцінка. Для одержання тієї або іншої категорії необхідно набрати встановлену для даного класу мінімальну суму балів, причому їхня кількість по кожному пункту має складати не менше 50% максимальної оцінки.

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

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

За розташуванням на території певної місцевості готелі поділяються на розташовані в місті (у центрі, на окраїні) та розташовані в сільській місцевості (утому числі і високогірній).

За місцем розташування можна виділити такі види готелів:

- *готелі в центрі міста;*
- *пришляхові, як правило, малої поверховості з відкритими автостоянками;*
- *готелі в околицях міста й в аеропортах;*
- *плавучі готелі* – плавзасоби, обладнані під готелі, для розміщення і

відпочинку туристів біля берега моря, ріки або озера. При необхідності такий готель може бути відбуксований по воді разом з туристами до іншої стоянки.

Місткість готелю визначається числом постійних спальних місць. Класифікація готелів за місткістю в різних країнах різна. Наприклад, у Швейцарії й Австрії готелі, що мають *менше 100 місць*, вважаються малими, 100-200 місць – середніми, *більше 200 місць* – великими; у Чехії до 120 місць – малими, до 500 місць – середніми, понад 500 місць – великими; у США до 100 номерів – малими, до 500 номерів – середніми, понад 500 – великі

В Україні діє така офіційна класифікація готелів за місткістю: *до 150 місць* (не більше 100 номерів) – готелі малої місткості, *від 150 до 400 місць* (до 300 номерів) – середньої місткості, *більше 400 місць* (понад 300 номерів) – великої місткості.

Слід зазначити, що світовий готельний номерний фонд в основному розміщений у малих і середніх готелях)

За рівнем цін, що встановлюються на основні платні послуги (що надаються в номерному фонді), готелі поділяються на бюджетні; економічні, середні, першокласні, апарт-готелі, люкс-готелі.

За тривалістю перебування клієнтури розрізняють *готелі для тривалого перебування клієнтів та для короткочасного перебування*.

За тривалістю функціонування протягом року готелі поділяються на *працюючі цілорічно та працюючі сезонно* (влітку, взимку).

За способом надання харчування проживаючим у готелях Клієнтам вони поділяються на: *ті, що забезпечують повний пансіон; ті, що пропонують лише сніданок; не пропонують харчування* (як правило, через відсутність власного гастрономічного виробництва, тобто ресторану або іншого підприємства).

Що стосується *поверховості*, то світова практика показує, що готелі будують від одного-двох до 40 поверхів і більше. Питання поверховості готелів залежать від економічних, містобудівних умов, нормативних вимог, конструкцій і будівельних матеріалів, методів зведення будинків, застосовуваних у тій або іншій країні.

Найбільш розповсюджена поверховість сучасних готелів така: в Україні і країнах СНД -5-16 поверхів), у Чехії – 8-14 поверхів; в Угорщині в невеликих містах – 4-5 поверхів, у більш великих і на курортах – 6-11 поверхів; у Німеччині – 8-10 поверхів; в Англії – 10-15 поверхів.

Будинки готелів за поверховістю поділяються на такі групи: *малоповерхові* (1-2 поверхи); *середньої поверховості* (3-5 поверхів); *підвищеної поверховості* (6-9 поверхів); *багатоповерхові* (1 категорії – 10-16 поверхів; 2 категорії – 17-25 поверхів; 3 категорії – 26-40 поверхів); *висотні будинки* (понад 40 поверхів).

Малоповерхові будинки готелів, що мають, як правило, невелику місткість (у межах 50-ти місць), в Україні будують в основному в селищах і сільських населених пунктах. Готелі середньої поверховості в Україні в основному мають висоту 3 або 5 поверхів, що пов'язано з вимогами до обладнання їх ліфтами. Готелі підвищеної поверховості будують висотою 8-9 поверхів як найбільш економічні в цій групі. Багатоповерхові готелі будують з міркувань містобудівного порядку.

Хоча багатоповерхові будинки готелів складніші і дорожчі в будівництві, останніх 25 років у великих містах ряду країн їх будують усе частіше. Це можна пояснити прогресом будівельної техніки, підвищенням щільності міської забудови і загальним ростом поверховості міст; за кордоном також високою вартістю земельних ділянок, особливо в центральних частинах міст; у ряді випадків рекламними розуміннями. Однак будівництво будинків готелів висотою більш 40-ка поверхів поки є рідкісним. Рівень комфорту готелів визначається технічним оснащенням, складом і якістю номерного фонду, набором наданих послуг. Класифікація готелів за рівнем комфорту існує в більшості країн. У підході до цієї класифікації за кордоном на сьогодні існує 2 основних напрямки. Один віддає перевагу так званим «статичним» ознакам, тобто чітко встановленому процентному співвідношенню номерів з ванною і санвузлом, наявності таких приміщень, як, наприклад, критий басейн, сауна тощо, певному співвідношенню між місткістю готелів і чисельністю обслуговуючого персоналу та ін. Цей напрямок орієнтується на порівняно нову матеріальну базу. Інший напрямок віддає перевагу «динамічним» факторам,

тобто сервісу. Його прихильники вважають, що чіткі співвідношення в засобах розміщення без належного рівня обслуговування не забезпечують правильної картини фактичної якості послуг, що надаються готелем. До цього напрямку відноситься класифікація готелів у Швейцарії.

За рівнем, асортименту і вартості послуг готелі поділяються на два типи: *дешеві готелі* або *готелі з обмеженим сервісом*, що пропонують мінімум послуг (наявність підприємств харчування при таких готелях не обов'язкова); *готелі «люкс»* – побудовані за індивідуальними проектами, що відрізняються високоякісними меблями, добре обладнаними приміщеннями й укомплектовуються, як правило, обслуговуючим персоналом більшої кількості відносно числа номерів у них.

Готелі можна класифікувати *за наявністю в них засобів пересування (транспорту), за формою власності (муніципальні, державні, приватні, орендовані тощо).*

Виходячи з потреб клієнтури, готелі бувають різного призначення: *для ділових людей (загального типу, відомчі, для нарад тощо); готелі для відпочинку (туристські, курортні, для автотуристів, мотелі, кемпінги); спеціальні типи готелів (для транзитних пасажирів, для спортсменів тощо).*

В Україні найбільш поширені готелі загального типу, розраховані в основному на людей, що приїжджають з діловими цілями на відносно короткий термін, а також на громадян, що подорожують з різними цілями. Такі готелі розташовуються в центральній частині міста, поблизу суспільних, адміністративних, торгових центрів і передбачають добре транспортне сполучення з різними районами міста.

Номерний фонд готелів загального типу в основному складається з одно-, дво- і часто тримісних номерів, у яких, як правило, існує місце для роботи. Число одномісних номерів у ряді готелів доходить до 40-50% від номерного фонду. У готелях передбачають відділення зв'язку, уряді випадків – відділення банку, приміщення для проведення переговорів і нарад.

Різновид готелів загального типу – *відомчі готелі*, розраховані в основному на проживання людей, що приїжджають з діловими цілями у певне відомство, установу або на підприємство. Такі готелі розташовуються неподалік від цього відомства або в місцях, зручно пов'язаних з ним громадським транспортом. Набір громадських приміщень у відомчому готелі часто буває обмеженим і залежить від типу підприємства, яке він обслуговує, і від складу приміщень громадського призначення в ньому.

На Заході поширене будівництво спеціальних *готелів для нарад*, що іноді називають «конгрес-готелями» або «конференц-готелями», а також готелів для ділових людей – «бізнес-готелів». Загалом це готелі високого рівня комфорту, що мають розвинутий набір приміщень громадського призначення: зали для проведення конгресів, приміщення для нарад, конференцій, симпозіумів, різні типи ресторанів, відділення зв'язку і банків, телетайп, телекс, басейни, сауни, кегельбан.

У *готелях для ділових людей* передбачають також приміщення для роботи і проведення невеликих нарад, торговельних операцій, для влаштування виставок зразків товарів, для організації представництва фірм, у ряді випадків

влаштовують номери, які здатні трансформуватися, і дозволяють приймати в них відвідувачів, проводити невеликі переговори.

Туристські готелі призначені для туристів, що проводять свій відпочинок активно. У нашій країні ці готелі розраховані головним чином на організований груповий туризм – екскурсійний і спортивний.

Туристські готелі будують як у місті, так і поза ним, поблизу об'єктів туристської привабливості, у місцях з добрими природними факторами, часто поблизу зелених масивів. Особливістю туристських готелів є наявність приміщень туристського обслуговування, а також туристсько-методичних кабінетів і інструкторських (для методичної роботи інструкторів з туристськими групами). Набір цих приміщень пов'язаний з типом туристського маршруту і способом пересування ним туристів. У *туристсько-спортивних готелях* передбачають пункти прокату туристського і спортивного інвентарю і спорядження (лиж, ковзанів, саней, мисливського і рибальського спорядження, човнів, байдарок і т.ін.). Залежно від специфіки туристсько-спортивного готелю набір цих приміщень різний. Аналогічні пункти прокату можуть бути також у мотелях і кемпінгах, розташовуваних на курортах і в зонах відпочинку.

Як правило, у цих готелях добре розвинутий набір наданих послуг, більш різноманітні підприємства громадського харчування, у тому числі «розважального» (денні і нічні бари), магазини, кіоски тощо. У готелях підвищеної комфортності є також басейни, сауни, кегельбан, бари, ресторани, культурні центри.

Туристські бази як традиційний тип установи туризму з регламентованим контингентом відпочиваючих, режимом завантаження, експлуатації і розпорядком роботи призначаються для приймання і обслуговування головним чином планових (частково – самодіяльних) туристичних груп, що роблять подорожі за маршрутами, прокладеними по спеціально розроблених і обладнаних піших, лижних, водних, гірських, кінних, санних, велосипедних, автобусних або комбінованих туристських трасах.

Туристські бази поділяються на: *гірські і гірськолижні, рівнинні і прибережні* туристські бази, а також *водні* (аквателі, флотелі, марины тощо), розташовані безпосередньо на акваторіях.

Туристські бази зазвичай розташовуються в приміських зонах відпочинку, у складі туристсько-оздоровчих районів або комплексів. Однак при відповідному економічному обґрунтуванні туристські бази можливо споруджувати й у малонаселеній місцевості (забезпечивши сприятливу транспортну доступність), яка має унікальні екскурсійні об'єкти і природнокліматичні умови для активного відпочинку.

Як показує закордонний досвід експлуатації туристських баз, вони можуть функціонувати за принципом туристського пансіонату, тобто приймати самодіяльних туристів у «пікові» сезони на не обмежений путівкою термін із забезпеченням їх усіма необхідними туристськими послугами. Такі туристські бази ще не знайшли поширення в Україні, але можуть сприяти вирішенню актуальної проблеми організації відпочинку величезного числа самодіяльних туристів, так званих «дикунів».

На практиці широке поширення одержало розташування туристських баз (туристських готелів) безпосередньо в будинках-пам'ятниках архітектури й

історично визначних місцях. З цією метою проводиться реставрація старих будинків, архітектурних ансамблів з частковим переплануванням відповідно до нового функціонального призначення. У цих випадках туристські бази поєднують функції засобів розміщення, специфічного туристського обслуговування, а також об'єктів показу, що забезпечує задоволення туристських потреб екзотичного характеру. Цей вид діяльності дозволяє зберегти цінну історичну і культурну спадщину.

У проміжних пунктах туристських маршрутів, переважно в малонаселених місцевостях, створюються *туристські станції* для надання послуг гостинності (житло, харчування), а також набору культурно-побутових послуг і спортивного обслуговування туристів. Термін перебування туристів у цих станціях складає від 3-х до 5-ти діб.

Різновидом туристських станцій є *туристські притулки*. Їхня специфіка полягає в короткочасності прийому й обслуговування туристів наприкінці окремих етапів туристського маршруту. Нетривалий час перебування туристів у притулку (до 2-х діб) дозволяє спростити обслуговування, надаючи лише найголовніші послуги. Як транзитні стоянки в особливо важкодоступних місцях туристського маршруту використовуються *туристські хатини*. Вони, як і притулки, розраховані на нетривале перебування.

Курортні готелі призначаються для відносно тривалого відпочинку на одному місці, у ряді випадків з можливістю профілактичного лікування або доліковування. Для цього передбачаються приміщення лікувально-оздоровчого призначення відповідно до основного профілю курорту, можлива також організація дієтхарчування. Курортні готелі мають розвинутий склад приміщень культурно-масового обслуговування (зали багатофункціонального призначення, холи для відпочинку, бібліотеки, більярдні, приміщення для ігор тощо), іноді приміщення для відпочинку й ігор дітей, а також приміщення і спорудження спортивного призначення (плавальні і купальні басейни, спортзали, спортивні майданчики тощо).

Номерний фонд курортних готелів складається в основному з одно-двомісних номерів. У ряді випадків передбачається можливість додаткового розташування в номері третього спального місця (для дитини).

Готелі цілорічної експлуатації мають більш високий рівень комфорту і надають широкий набір послуг, у тому числі розвинуту мережу підприємств харчування (ресторани, бари, кафе тощо), розширений склад приміщень для проведення дозвілля (вітальні, зали ігрових автоматів, бальні зали, дискотеки, кегельбани), у ряді випадків майданчики для відпочинку і спорту, солярії, аерарії, пляжі, причали тощо. Усе це дозволяє використовувати готелі також у період міжсезоння. При готелях високої категорії передбачаються зали для засідань, у яких у періоди міжсезоння проводять конференції і наради, успішно завантажуючи в такий спосіб номерний фонд.

Створення великих готельних комплексів – один із сучасних напрямків розвитку готельної справи в курортах. У зв'язку з різними вимогами до умов відпочинку до складу курортних комплексів включають готелі різного призначення, рівня комфорту, місткості, поверховості. Одним з типів є *готелі з номерами для сімейних пар*. Іноді такі номери оформлюють, як невеликі одно-двокімнатні квартири з кухнею-нішею.

Крім того, різні вимоги до умов відпочинку (комфорту, вартості тощо) призвели до будівництва *кемпінгів і бунгало* на території багатьох курортних комплексів.

Зазвичай в курортних комплексах значна частина громадського, спортивного, побутового і медичного обслуговування розташовується в загально-курортних установах. Для цього споруджують *загально-курортні ресторани, бари, кафе* різних типів, *їдальні* для дорослих і дітей, *зали багатофункціонального призначення, кінотеатри, підприємства торгівлі, стадіони, спортзали, тенісні корти, спортивні й ігрові майданчики, закриті і відкриті басейни, кінноспортивні центри тощо*. Велику увагу приділяють пляжному обладнанню, організації човнових пристаней, спортивних розваг на воді (вітрильний спорт, водні лижі, водний велосипед); у гірських комплексах – облаштуванню канатних підвісних доріг і фунікулерів.

Існує також й давно відомий в інших країнах, але для України принципово новий і дуже перспективний напрямок – надання послуг малими (родинними) курортними готелями, що можуть успішно конкурувати з визнаними готелями, а за якістю послуг навіть і перевершувати їх.

Таймшер – порівняно новий вид готельних послуг, має у своєму розпорядженні номерний фонд від 50-ти до 250-ти номерів, можливі окремі будівлі. Має номерний фонд квартирних типу, але умови й організація послуг аналогічні курортним готелям. Окремі квартири продані індивідуальним власникам, однак повна власність контролюється управляючою компанією.

Ціна таймшера залежить від особливостей сезону, а також часу перебування. Проживання в менш привабливі періоди року коштує істотно менше, ніж у сезон найбільшого попиту. Власник номера має можливість користуватися нерухомістю протягом певного часу, пропорційно внесеному грошовому внеску. Звичайно номер придбавається на термін від 10 років, можливе безстрокове користування. Час користування вимірюється в тижнях. Власник може відпочивати в придбаному номері у свій період часу або обміняти місце відпочинку на аналогічне, у рамках придбаного сезону.

Загальний обсяг продажів таймшерів лише в Європі в 1991 році склав 3,74 млрд., доларів. До 2005 року очікується збільшення продажів на суму близько 30 млрд., доларів. Таймшерні курорти існують у 75-ти країнах.

Готелі для транзитних пасажирів орієнтовані на короткочасне перебування в зв'язку з очікуванням транспортних засобів, а також відпочинком персоналу, що обслуговує транспорт, і розташовуються в аеропортах і аеровокзалах, залізничних, морських, річкових вокзалах.

Транзитні готелі в зв'язку з коротким терміном перебування в них мають ряд особливостей, наприклад, у готелях при аеропортах, розташованих удаліні від міста, є спрощений склад підприємств громадського харчування, розрахований лише на проживаючих у готелі. Номерний фонд транзитних готелів може мати менший розмір площі на людину, можлива організація спеціально обладнаних кімнат відпочинку, де пасажир, не займаючи номер, зможе відпочити протягом декількох годин.

Як правило, *аеровокзальні готелі* не скаржаться на заповнюваність, оскільки через аеропорти проходить безліч пасажирів, як у складі груп, так і одинаків.

Сучасна світова практика вимагає від аеровокзальних готелів новий вид сервісу – створення та обладнання спеціальних приміщень для нарад. Це сприяє залученню ділових людей, що, не бажаючи витратити час на переїзд у місто і назад, воліють вирішувати всі проблеми, не залишаючи території аеровокзалу.

Апартаментні готелі тривалого перебування. Головна відмінність цього виду готелів – це велика корисна площа у порівнянні зі звичайними готелями і тривалий термін проживання в них. Додаткова площа звичайно буває у вигляді вітальні зі зручними кріслами і диваном та невеликою кухнею з коморою багатофункціонального призначення. Апартаментні готелі (або просто апарт-готелі) надають майже домашні умови проживання своїм клієнтам, що змушені знаходитися в місті внаслідок тривалого службового відрядження, відвідування семінарів тощо. Більшість гостей знімають номери надовго, отримуючи досить часто знижку в залежності від терміну проживання. У таких готелях передбачені підприємства харчування, бізнес-центр, приміщення для відпочинку.

У Європі існує і такий різновид апарт-готелю, як «анонімний пансіон». Суть у тому, що хтось із приватних власників квартири укладає договір з агентством або турагенством про здачу своєї житлової площі. І якщо апарт-готель – цілий багатоквартирний будинок, відданий винятково туристам, то «анонімний пансіон» розрахований на проживання в одній із квартир звичайного житлового будинку. Як «анонімний пансіон» може використовуватися і невеликий приватний будинок. Власник будинку здає кілька кімнат, а в інших кімнатах проживає родина власника.

Досить широке поширення у світовій практиці одержала і така форма об'єктів розміщення, як *пансіони*. Проживання в них обходиться набагато дешевше, ніж проживання в звичайних готелях. Головна відмінність пансіону від готелю полягає в тому, що він не підпадає під категорію класності. Це, однак, зовсім не означає, що умови проживання в пансіоні гірші, ніж у готелі. Основна відмінність пансіону від готелю – можливість розбіжностей з діючими стандартами оснащення й обладнання готелів м'яким і твердим інвентарем. Характерною рисою пансіону вважається невеликий номерний фонд, звичайно розрахований на проживання 10-20 чоловік. Найчастіше він належить одній родині, що і обслуговує клієнтуру. У вартість проживання в пансіоні включається лише сніданок, приготовлений у домашніх умовах. Атмосфера привітніша і тепліша, ніж у звичайному готелі, що нарівні з низькими цінами залучає клієнтів.

Готелі для спортсменів розташовуються при спортивних комплексах або в місцях, що за природними умовами підходять для розвитку певного виду спорту. У готелях для спортсменів звичайно є приміщення для видачі напрокат спортінвентарю, ряд громадських приміщень для проведення дозвілля, приміщення, пристрої і прилади спортивного і медичного призначення. Як правило, є підприємства громадського харчування і відпочинку.

Останнім часом будинки готелів усе частіше кооперуються з установами іншого призначення: конгрес-центрами, адміністративними і торговельними установами, концертними і виставковими залами і навіть житловими квартирами, розташовуючись з ними або в одному будинку, або в складі одного комплексу.

Готелі для автотуристів і мотелі (мотор-готелі) розташовуються поблизу шосейних доріг. Крім готельного будинку з комфортабельними номерами і рестораном (або кафе) та іншими приміщеннями громадського призначення, ці готелі і мотелі надають можливість паркування і технічного обслуговування автотранспортних засобів (автозаправна станція, ремонтні майстерні, станція технічного обслуговування тощо).

Розташування мотелів обумовлюється призначенням, розташуванням міст і населених пунктів, наявною мережею автошляхів, під'їзних шляхів, природно-кліматичними особливостями тієї або іншої місцевості, наявністю лікувальних ресурсів, історичних та інших цікавих у туристичному відношенні місць.

В особливому режимі будується робота транзитних мотелів, де автотурист зупиняється на мінімальний час – для відпочинку в дорозі і ночівлі. Їхнє розміщення й обладнання орієнтоване також на характер траси і середню величину денного пробігу автомашини.

Кемпінги являють собою готельні підприємства полегшеного типу для сезонної експлуатації і призначаються для відпочинку автотуристів і паркування їхніх автотранспортних засобів. Усі види обслуговування в кемпінгах спрощені: спальні місця розташовуються в будинках літнього типу, часто дерев'яних, без опалення, або в наметах; санітарні вузли в основному загальні. Широко розвинуті різні форми самообслуговування. Іноді при кемпінгах є автозаправні станції і майстерні дрібного ремонту автомобілів. Одержують розвиток також змішані види типу «*мотель-кемпінг*», що передбачають можливість літнього розширення місткості мотелю за рахунок розташованого на його території кемпінгу.

Змішані види засобів розміщення одержують найнесподіваніші способи вирішення. Так, за кордоном, особливо в США, почали будувати такі типи готельних підприємств:

- *ротелі* – для подорожуючих автомашинами із трейлером;
- *ботелі* – прибережні готельні заклади, що обслуговують подорожуючих на воді, до складу яких входить житло, система культурно-побутового обслуговування, спеціалізовані будівлі і пристрої технічного обслуговування плавзасобів;
- *ботокемпінги* – сезонні готельні установи типу кемпінгів;
- *наплавні сезонні флотелі і флотокемпінги*, що поєднують функції готелю, а також *стоянки технічного обслуговування і зимового зберігання плавзасобів*;
- *флайтелі* – готелі для власників особистих літаків (наприклад, флайтель-мотель поблизу м. Таласа, штат Оклахома, США) тощо.

Ротель – пересувний готель, що являє собою вагон-трейлер з одно- і двомісними відсіками, у яких розташовані спальні крісла. Вони зручні, мають 3 регулятори положення. Кожен відсік обладнаний вентиляцією й індивідуальним освітленням. У ротелі існує відсік для перевдягання, умивальник і туалет. У задній частині вагона – кухня і холодильник.

Флайтелі, як правило, розташовуються удалині від цивілізованих місць. До них ніяким шляхом, крім повітряного, дістатися неможливо. При флайтелі розташовуються аеродроми, ангари, елінги, майстерні, а також ресторани, бари, концертні зали, дансинг тощо.

У деяких з флайтелів пропонують катання на повітряних кулях різної місткості і прогулянки на різних дирижаблях. Є при флайтелі і прив'язні аеростати для повітряних і сонячних ванн тощо.

Перше таке готельне підприємство виникло поблизу міста Таласа в штаті Оклахома, США. Це підприємство пропонує посадковий майданчик для вертольотів, невеликий аеродром для літаків, радіостанцію для пілотів і безпосередній зв'язок з метеорологічною станцією. Пілоти можуть під час польоту розмовляти з керівництвом флайтелю, бронюючи для себе номер і місце для стоянки літака або вертольота.

Різноманітні установи на водних маршрутах за кордоном можуть бути зведені до декількох основних типів. В основу типології покладена комплексність обслуговування, а також поділ видів обслуговування на основні і другорядні. У результаті вивчення цих закономірностей виявлено 4 види обслуговування:

- технічне обслуговування плавальних засобів (причали, спуско-підйомні пристрої, зберігання і ремонт);
- обслуговування туристів: надання спальних місць у плавучому або прибережному готелі, у літніх будиночках або наметах на березі, забезпечення харчуванням, курортно-масове і побутове обслуговування;
- забезпечення персоналу нічлігом і харчуванням;
- інженерне обладнання будинків.

Поділ установ водного туризму на сезонні і цілорічні за кордоном є чисто умовним. Більшість комплексів у районах сприятливих кліматичних умов використовується цілорічно.

Всі установи водного туризму можна віднести до наступних основних типів:

- комплекси водного туризму;
- окремі споруди й установи для обслуговування плавзасобів і туристів (марини, флотелі, плавучі готелі, готелі тощо);
- окремі спуско-підйомні і причальні пристрої для обслуговування плавзасобів на березі водойм, біля бівуачних стоянок і наметових містечок відпочинку.

Як приклад комплексів водного туризму наведемо французькі «порти задовольень» – складні рекреаційні утворення, де установи для обслуговування водних туристів і їхніх суден доповнені закладами відпочинку. Частина подібних портів розташована по західному узбережжю Франції. їхня місткість коливається від 200 до 1000-1750 човнів. Вони характеризуються високим рівнем комфорту і технічного обслуговування.

Плавучі готелі і готельні комплекси для обслуговування водних туристів проектується і будуються в багатьох країнах: Франції, Греції, Швейцарії, Данії, Нідерландах, Швеції, Іспанії й інших. Більшість плавучих засобів обладнано причалами, пірсами, спуско-підйомними пристроями, а також спорудами для зберігання човнів, їхнього ремонту і заправлення. Слід зазначити, що споруди й обладнання для технічного обслуговування плавзасобів є невід'ємною частиною готельних комплексів, призначених для водних туристів.

Особливим типом закладу водного туризму є громадська стоянка «марина». Особливе поширення «марини» одержали в США, Канаді, Західній

Європі. Місткість «марин» різна і залежить від величини існуючого рекреаційного флоту, від передбачуваного прокату, від перспектив розвитку водного туризму і від площі акваторії. Для функціонування «марини» мінімальної є площа водної поверхні 100 га.

«Марини» можуть бути міськими і заміськими. Міські «марини» призначені для постійного паркування рекреаційного флоту городян, а також для тимчасових стоянок суден й обслуговування транзитних водних туристів. Такі стоянки відрізняються високим рівнем комфорту і технічного обслуговування плавзасобів.

Заміські «марини» розташовуються в межах півторагодинної доступності і функціонують в основному як самостійні об'єкти. Вони призначені для обслуговування транзитних водних туристів і мають усі необхідні елементи для обслуговування туристів і їхніх плавзасобів.

Заміські «марини» можуть входити також до складу аквапарків – великих громадських установ, призначених для найрізноманітнішого відпочинку на воді. На території аквапарків розташовуються всі заклади, що обслуговують відпочиваючих і туристів.

В Миссіон Бей Парку (США), крім гавані зі стоянками й елінгами для збереження човнів, передбачені кафе, бари, клубні приміщення, ігрові майданчики, автостоянки і спальні корпуси, наближені до місця стоянки човнів. У Кей-Ларго (Флорида, США) «марина» має спальні кабіни на пірсі, до якого причалюють човни і яхти.

На водних трасах Великих Озер основним закладом з обслуговування туристів є «марина». Департамент туризму й інформації Канади ввів систему обслуговування, яка складається із закладів 4 категорій, що пропонують різний рівень обслуговування у всіх пунктах маршруту. Для великих акваторій планується створення водних центрів, розташованих через кожні 180 км («марини» I категорії), де надаватимуться всі види обслуговування туристів і їхніх плавзасобів. Основні заклади («марини» II категорії) розміщуватимуться через кожні 90 км. Технічне обслуговування плавзасобів передбачатиме ремонт моторів і корпусів човнів, а також буксирування ушкоджених суден. Другорядні «марини» (III категорії) розміщуватимуться через кожні 45 км. Вони забезпечуватимуть надійну стоянку і дрібний ремонт плавзасобів. І, нарешті, система портів-притулків надаватиме рекреаційним суднам безпечні стоянки на випадок штормів або інших непередбачених обставин («марини» IV категорії).

У Великобританії подібні громадські стоянки називаються «човнові двори». До цього типу закладів можна віднести і «бази вихідного дня», розташовані в Польщі. «Човнові двори» служать в основному стоянками для індивідуальних суден і покликані забезпечити зберігання і усі види технічного обслуговування суден. Місткість «баз вихідного дня» – 3000-5000 туристів. Ці заклади характеризуються високим рівнем комфорту і являють собою комплекс культурно-масового, спортивного і видовищного обслуговування, а також громадського харчування. На території баз розташовуються пляжі, спортивні водні станції з пристанями і станціями прокату човнів і катерів.

Термін «*бошель*» - це нове поняття (boat – човен, судно, hotel – готель). Ботелі – це сезонні або цілорічні заклади. До цієї групи відносяться «*центри*

водного туризму» (Польща), «бази-містечка відпочинку» (Німеччина), флотелі (Іспанія і Югославія) тощо. Ці заклади характеризуються високим рівнем комфорту і призначені, насамперед, для занять літнім водним туризмом, байдарковим або вітрильним спортом, а взимку – буєрним спортом. Ці заклади є опорними пунктами на водних маршрутах і обладнані відповідно до розширеної програми технічного обслуговування плавзасобів.

Ботокемпінги призначені для обслуговування водних туристів у поході. До цього типу установ відносяться «водні станції», що одержали поширення в Польщі, і «літні туристські містечка» у Німеччині. Місткість «водно їстанції» складає до 200 чоловік; на одну людину приходиться близько 100 м² упорядкованої території. На станції розміщені ділянки для наметів, майданчики відпочинку, адміністративні будинки, а також пляжі, причали, елінги і ремонтні майстерні зі скороченою програмою обслуговування. Це – сезонні заклади типу кемпінгу, що характеризуються невисоким рівнем комфорту.

«Літні туристські містечка», що існують у Німеччині, розраховуються на 300 місць. Прикладом такого містечка може служити комплекс у долині Мекленбурзького озера з пристанню для катерів і човнів. Такі заклади розташовуються на трасах водного туризму між опорними пунктами й обладнані відповідно до скороченої програми технічного обслуговування плавзасобів. Плавучий мотель – флотель – обслуговує туристів, що подорожують по воді. Він обладнаний пунктом прокату туристського спорядження і заправною станцією для плавзасобів, які швартуються до нього.

У літню пору такий флотель встановлюють у місцях масового відпочинку на достатній відстані від великого міста. Розміщення основної маси туристів передбачається в наметовому містечку на березі. Передбачається цілорічна експлуатація флотеля. У зимовий час року він встановлюється в межах міста і використовується як готель з рестораном. Флотель оснащується аварійно-рятувальним і протипожежним інвентарем і обладнанням.

Центральна база (місце зимового паркування ботелів) у літню пору виконує функції перевалочного пункту. Взимку ботелі можуть забезпечити нічліг 400-500 туристам. Зала очікування з прибудовами трансформується в лижну базу і може обслуговувати близько 500 лижників у день без ночівлі.

У «портах задоволення» і плавучих містах передбачається високий рівень обслуговування водних туристів і їхніх плавзасобів. В установах цих комплексів забезпечується в повному обсязі культурний відпочинок і обслуговування туристів.

Як приклад такого порту задоволення наведемо голландський Гідрополіс. У цілому його вигляд складають терасовидні споруди, розташовані у виді зламів із прямими кутами, що утворюють напівзамкнутий простір гавані. Така конструкція дозволяє біля кожного житлового осередку спорудити озеленену терасу. До комплексу входять магазини, театри, кіно, кафе, спортивні зали і майданчики, басейни, порт, музей, школи, вертолітна станція, внутрішні і зовнішні бульвари тощо. Вулиці, площі і переходи комплексу цілком захищені від атмосферних опадів. Незалежно від несприятливих природних впливів у закладах обслуговування створюється штучний клімат, подібно до функціонування приміщень громадського призначення на пасажирських судах.

У плані плавучий комплекс нагадує лабіринт із захищеними від хвиль гаванями. Перший поверх піднятий на 8 метрів над рівнем моря з метою захисту від припливів. Тераса для руху транспорту і паркінги спираються на стовпи. Зв'язок з континентом здійснюється через рейко-шпальний міст із пішохідною і велосипедною доріжками.

У деяких туристських закладах за кордоном використовуються декоративні засоби, що надають будинкам подібності до кораблів. Наприклад, плавучий будинок готелю біля Афін увінчано трьома щоглами з поворотними кольоровими вітрилами. Завдяки цьому декоративному елементу, а також вікнам у вигляді ілюмінаторів будинок готелю нагадує вітрильне судно. Плавучий готель з незліченною безліччю круглих світлових вікон справляє враження величезного корабля. Завдяки усамітненому розташуванню на воді він різко контрастує своїм виглядом з навколишньою забудовою.

Готелі при казино. В сучасній готельній справі успішно використовується й таке порівняно нове джерело залучення клієнтури, як створення готелів при казино. Особливо цікавий досвід, накопичений у США. З 1991 року найбільш швидко зростаючим сектором індустрії розваг в цій країні став ігорний бізнес, який на сьогодні офіційно узаконений у більш ніж тридцяти штатах. Символічно, що найбільший готель у світі – це «MGM Grand» у Лас-Вегасі.

Серед факторів, що змусили влади штатів піти на офіційний дозвіл цього бізнесу і не опиратися його розвитку, варто вказати насамперед на економічні: потреба вишукування нових джерел доходів, необхідність працевлаштування людей і стимулювання туризму (слід зазначити, що, наприклад, у 1991 році казино в Атлантик-Сіті принесли 3,4 млрд., доларів чистого прибутку і надали працю 49 тис. чол.).

У порівнянні зі звичайними, готелі при казино гарантують могутній приплив готівки і високий рівень прибутковості. Завдяки своїй специфіці вони також характеризуються високою заповнюваністю. Наприклад, у Лас-Вегасі середньорічна заповнюваність міських готелів становить більше 84%.

Ще в 1970 році Конрад Хілтон відчув, що казино має стати найбільш прибутковим сегментом готельного бізнесу. Він придбав контрольний пакет акцій «Flamingo» і «International Hotel», тепер відомого як «Las Vegas Hilton». В ті роки це було найбільше у світі казино загальною площею ігрових залів 3716 м². Корпорація «Hilton Hotel», що є тепер однією з провідних готельних компаній світу, отримує 2/3 свого доходу від казино, серед яких «Flamingo», «Hiltons» і «Las Vegas Hilton» у Лас-Вегасі, «Flamingo Hotel» у Логліні, 2 готелі в Рено, а також 2 плавучих казино на Середньому Заході. Через свої відділення вона управляє казино в Квінсленді (Австралія) і ще в 12 країнах, включаючи Туреччину, Індонезію, Єгипет, Гонконг, Грецію, Бельгію, Великобританію, Малайзію, Уругвай.

На сьогодні, щоб вижити в конкурентній боротьбі, готелям при казино замало розраховувати лише на тих, хто грає в рулетку. Лас-Вегас, наприклад, пропагує себе у свідомості широкої публіки як центр сімейного дозвілля. Завдяки доходам з ігорного столу готелі Лас-Вегаса можуть надавати своїм гостям послуги відчутно вищої якості та за нижчу ціну, ніж конкуруючі з ними готелі-здравниці таких міст, як Орландо з «Диснейлендом». Казино Лас-Вегаса по-курортному шикарні і по-домашньому затишні. Рекламу казино «MGM»

гласить: «Немає місця кращого за дім». Щоб виправдати таке гасло, казино, крім ігорних столів, пропонує дитячі розважальні центри, тематичні й екстравагантні шоу за участю популярних артистів тощо.

Готель «MGM Hotel Casino» відкрився в грудні 1993 року. У ньому 5505 номерів, з них 744 – апартаменти. Загальна площа ігрових залів 175000 кв. футів. Там 8 тематичних ресторанів, розважальний комплекс (включаючи театр на 1700 місць), казино і зал площею 15475 кв. футів з атракціонами, а також зал для особливих заходів (концертів, спортивних змагань, виставок і зборів) на 14050 місць.

Компанія «Circus Circus» славиться своїм умінням залучити середнього відвідувача Лас-Вегаса, Рено і Логлина. Чотири тисячі номерів готелю «Excalibur» майже завжди на 100% заповнені завдяки скромним цінам за проживання і харчування в ресторані. Інший великий готель «Luxor» з 2526-и номерами, знаходиться неподалік від «Excalibur». Його обриси нагадують піраміду, серед атракціонів – подорож у часі з Древнього Єгипту до наших днів, Долиною Царів, прогулянка Нілом. Лазерна технологія дозволяє трансформувати видиме зображення у віртуальну реальність.

3. Основи гостинності у готельній справі

Продуктом підприємств індустрії гостинності є *комплекс фізичних, соціальних і емоційних компонентів*. Готельна послуга значно ширша, ніж просто проживання. Сюди потрібно включити фізичну атмосферу, чистоту і відчуття компетентності і турботи з боку обслуговуючого персоналу. Сучасний готель має бути святилищем спокою, домом удалині від дому.

Кожен сегмент індустрії гостинності надає продукт, що сприймається в комплексі з різними елементами. Гостинність – це турбота, виявлена по відношенню до гостя, і здатність почувати потреби клієнтів – невлітими, але настільки очевидні риси в поведінці службовців; це саме той елемент, що зробить спогади клієнтів приємнішими, а враження запам'ятовуватимуться надовше. Людина, яка переступила поріг готелю, без відчуття, що про неї піклуються, скоріше є споживачем, ніж гостем, прохачем, ніж постійним покупцем, неживим предметом, ніж людиною.

Опитування громадської думки, що проводилися в кінці 60-х років, вказували на поширення серед керівників, обслуговуючого персоналу і клієнтів думки про те, що добре обслуговування – це елемент минулого і що зниження задоволеності клієнтів наданим обслуговуванням – це лише плата за доступність і економічну ефективність.

Гостинність у відносинах із клієнтами була забута багатьма і стала одним із втрачених мистецтв. Пояснення цьому шукають у поведінці службовців, ігноруванні потреб клієнтів і/або надмірній зацікавленості керівництва в отриманні прибутку. Перелік подібних «причин» нескінченний. Зовнішня очевидність такої омани призвела до скорочення до мінімуму всіх контактів клієнтів зі службовцями. Захопленість технологічними нововведеннями призвела до переконання, що всі контакти між клієнтами й обслуговуючим персоналом варто було б звести до мінімуму, оскільки це раз і назавжди вирішило б і проблему ввічливості та гостинності. Так почалася ера самообслуговування, покликана до життя тенденцією заміни службовців

машинами. Завдяки новим технологіям з'явилася можливість швидко нагодувати тисячі людей, у лічені хвилини одержати статистичні дані про ціну продуктів і рівень завантаження, у найкоротший термін зробити бронювання в будь-якому готелі світу тощо. Однак клієнти не прийняли цю тенденцію, і наданий час існує багато доказів того, що індустрія гостинності переглядає свої позиції з цього питання. Гостинність не лише не вмерла, але, навпаки, стає новим символом.

Важко дати повне і точне визначення гостинної поведінки. Гостинність важко виміряти або включити в навчальні програми. Це якість обслуговування, а не рівень підготовки або досвід, якому вчать. Однак належне навчання дає службовцю навички, необхідні для створення умов, при яких може проявитися гостинність. Наприклад, поінформованість працівників у всіх питаннях, що стосуються самого підприємства, його найближчого оточення навіть без явних проявів гостинності створюють у гостя відчуття домашньої обстановки.

Навчання службовця гостинності має включати вивчення особливостей гостей, що користуються послугами даного готелю. Службовець напевно виявить до них більше турботи, якщо буде знати, що гості, що прибувають сьогодні ввечері, знаходяться в дорозі тривалий час. І що вони до такого ступеня будуть стомлені дорогою, що їм неодмінно буде потрібно уважне і турботливе обслуговування, оскільки вони будуть просто не в змозі витримати тривале оформлення.

Очевидно, що в цих умовах краще відразу усіх розмістити, а формальностями зайнятися після того, як гості відпочинуть. Тим більше, що в такому втомленому стані вони не зможуть належно оцінити ту гостинність, яку службовці за інших обставин готові були б їм відразу продемонструвати.

Взаємозв'язок між навчанням і гостинністю, можливо, найкраще може бути продемонстрований при спілкуванні працівника й іноземного гостя. Спілкування, у якому була б можливість виявити гостинність і повагу, не може відбутися доти, поки службовець не буде мати хоча б загальної уяви про мову народу, культурні особливості та традиції країни гостя. Одного щирого бажання службовця бути корисним і гостинним ще недостатньо.

Розвиток почуття привітності залежить і від форми навчання службовця. Добре підготовлені службовці можуть керуватися власним досвідом та відчуттями і легко усувати виникаючі проблеми.

Можна сказати, що гостинність – це більш ніж запам'ятовування фактів і виконання кваліфікованої роботи. Гостинність вимагає часу і має потребу в колективному співробітництві.

На прояв гостинності потрібен час, оскільки гість, як правило, має свої власні уявлення про те, де і коли службовці повинні виявляти його.

Розуміючи з першого слова або навіть натяку, коли необхідно надати якусь додаткову послугу, працівник повинний мати достатньо професіоналізму і наданих йому прав, щоб самостійно змінювати традиційний хід подій, тобто бути здатним відреагувати на створену ситуацію таким чином, щоб це було розцінено гостем як гостинність.

Чіткий розподіл обов'язків між службовцями нормальний і необхідний. Без чіткого поділу праці нормальне функціонування готелю буде неможливим. Проте, керівництву і службовцям варто розуміти, що розумне прохання гостя є

законом, який необхідно неухильно виконувати. Обов'язок і уміння передчувати, розпізнавати і задовольняти законні потреби гостей настільки фундаментальні для індустрії гостинності, що не можуть розглядатися лише як службовий обов'язок будь-кого з працівників. Гостинність має забезпечуватися в усьому готелі цілодобово і обов'язково кожним працівником без винятку.

Будь-яка спроба обмежити прояв привітності або покласти його як постійний обов'язок на одного службовця свідомо приречена на провал. Гостинність вимагає загальної турботи щодо гостя з боку всіх службовців. В умовах протидії важко організувати навіть елементарне обслуговування, не кажучи вже про гостинний прийом. Слід зазначити, що механічне, електричне та інше обладнання, що створює зручності без участі людини, також може впливати на створення в готелі атмосфери гостинності. Погано працююче обладнання, будь це підтікаючий водопровідний кран і скрипуче ліжко, тріщина на шибці, помилки у виставленому рахунку або брудні фіранки – усе є видимим і очевидним проявом байдужого ставлення до гостя. Гірше того, подібні умови руйнують здатність персоналу до проявлення гостинності. Працівник, який знає, що наступний ранок не принесе йому нічого, крім нових скарг гостей, не в змозі працювати з повною віддачею.

Вимагає уваги з погляду прояву гостинності і різна продукція, що розповсюджується в готелі. Гості досить схвально відносяться до будь-якої настільної інформації, брошур, різних покажчиків. Атмосфера гостинності піддається серйозному випробуванню, якщо гість змушений запитувати про те, де знаходиться туалет, у працівника, обличчя якого явно виражає, що йому вже набридло кожній людині багато разів відповідати на подібні запитання. Аналогічно цьому, атмосфера гостинності може виявитися цілком зруйнованою, якщо гості, проходячи коридором, бачитимуть на дверях одного з номерів розпорядження супервайзера: «Покоївко, негайно приберіть цей номер». Фальш і лицемірство адміністратора, що не жалкує посмішок для гостей, але спілкується з персоналом в нестриманій формі, відразу будуть побачені.

Отже, роль керівництва також є важливою у створенні атмосфери гостинності. Будь-яка дія керівництва, від ухвалення рішення про звільнення того або іншого співробітника до введення і підтримки тих чи інших стандартів якості, справляє опосередковано через персонал той або інший вплив на рівень гостинності. Тому керівники несуть пряму відповідальність за створення в колективі тієї атмосфери, яка б сприяла проявові гостинності по відношенню до гостей.

Великий негативний вплив на гостя роблять почуття роздратування і недоброзичливості, виявлені стосовно нього цілком чітко, навіть якщо службовець намагався приховати їх. Вирішення проблеми взаємин лежить у зміні поведінки, а не в додатковому підвищенні кваліфікації. Існує багато програм, спрямованих на зміну поведінки працівників шляхом підвищення особистої зацікавленості в прояві гостинності. Ці програми спрямовані також на виявлення і зниження стресових ситуацій, у які потрапляють службовці на своєму робочому місці. Стрес вбиває гостинність, а працівники готелю гостинності знаходяться саме в епіцентрі стресу.

Тема 3. Організаційна структура готелю.

1. Типи організаційних структур готелів
2. Система управління готелем
3. Функції підрозділів готелю

1. Типи організаційних структур готелів

В практиці функціонування готелів найбільш поширені такі типи організаційних структур:

- лінійна;
- функціональна;
- лінійно-функціональна.

Лінійна організаційна структура управління. Лінійні зв'язки в готелі відбивають рух управлінських рішень та інформації, що виходять від так званого лінійного менеджера, тобто особи, яка цілком відповідає за діяльність готелю (як правило, невеликого) або його структурних підрозділів (у великому). Це одна з найпростіших організаційних структур управління. Вона характеризується тим, що на чолі кожного структурного підрозділу знаходиться керівник, наділений усіма повноваженнями, що здійснює усі функції управління. При лінійному управлінні кожна ланка і кожен підлеглий мають одного керівника, через якого одним каналом проходять усі управлінські команди. У цьому випадку управлінські ланки несуть відповідальність за результати всієї діяльності об'єктів, що ними управляються. Мова йде про пооб'єктне виділення керівників, кожен з яких виконує усі види робіт і приймає рішення, пов'язані з управлінням даним об'єктом. Оскільки в лінійній структурі управління рішення передаються ланцюжком «зверху донизу», асам керівник нижньої ланки управління підпорядковується керівникові більш високого рівня, формується свого роду ієрархія керівників. У даному випадку діє принцип єдиноначальності, суть якого полягає в тому, що підлеглі виконують волю лише свого безпосереднього керівника. Вищий орган управління не має права віддавати розпорядження будь-яким виконавцям, минаючи їх безпосереднього начальника.

Лінійна структура управління є найбільш логічною, стрункою і формально визначеною, але разом з тим і найменш гнучкою. Кожен з керівників має всю повноту влади, але відносно невеликі можливості для вирішення проблем, що вимагають вузьких, спеціальних знань.

Функціональна організаційна структура управління. Функціональне управління здійснюється певною сукупністю підрозділів, що спеціалізуються на виконанні конкретних видів робіт, необхідних для прийняття рішень у системі лінійного управління. Ідея полягає в тому, що виконання окремих функцій покладається на фахівців. В організації, як правило, фахівці одного профілю поєднуються в структурні підрозділи (відділи), наприклад відділ маркетингу, відділ прийому і розміщення, плановий відділ тощо. Таким чином, загальне завдання управління організацією розподіляється, починаючи із середнього рівня, за функціональним критерієм. Звідси і назва – функціональна структура управління. Функціональне управління існує поряд з лінійним, що створює подвійне підпорядкування для виконавців. Замість універсальних менеджерів, що повинні розумітися на справі і виконувати всі функції

управління, з'являється штат фахівців, що мають високу компетенцію у своїй сфері і відповідають за певний напрямок (наприклад, планування і прогнозування). Така функціональна спеціалізація апарату управління значно підвищує результативність діяльності готелю.

Лінійно-функціональна (штабна) структура управління готелем. За такої структури управління всю повноту влади бере на себе лінійний керівник, що очолює колектив. При розробці конкретних питань і підготовці відповідних рішень, програм, планів йому допомагає спеціальний апарат, що складається з функціональних підрозділів (управлінь, відділів, бюро тощо).

У цьому разі функціональні структури підрозділу перебувають у підпорядкуванні головного лінійного керівника. Свої рішення вони втілюють або через головного керівника, або (у межах своїх повноважень) безпосередньо через відповідних керівників служб-виконавців. Таким чином, лінійно-функціональна структура передбачає спеціальні підрозділи при лінійних керівниках.

2. Система управління готелем

Незважаючи на те, що всі керівники готелю виконують управлінські функції, не можна сказати, що вони займаються однаковим видом діяльності. Окремим керівникам доводиться витрачати час на координування роботи інших керівників, що, у свою чергу, координують роботу менеджерів більш низького рівня, і так до рівня керівника, що координує роботу неуправлінського персоналу – людей, що надають послуги. Форма піраміди на малюнку вказує на те, що на кожному наступному рівні управління, починаючи з нижнього, знаходиться менше людей, ніж на попередньому. Керівники всіх рівнів управління виконують також виконавські функції. Питома вага виконавських функцій знижується з підвищенням рівня керівництва. Розрахунки показують, що на вищому рівні вони займають близько 10%, на середньому – 50%, на нижньому – близько 70% загального часу менеджерів.

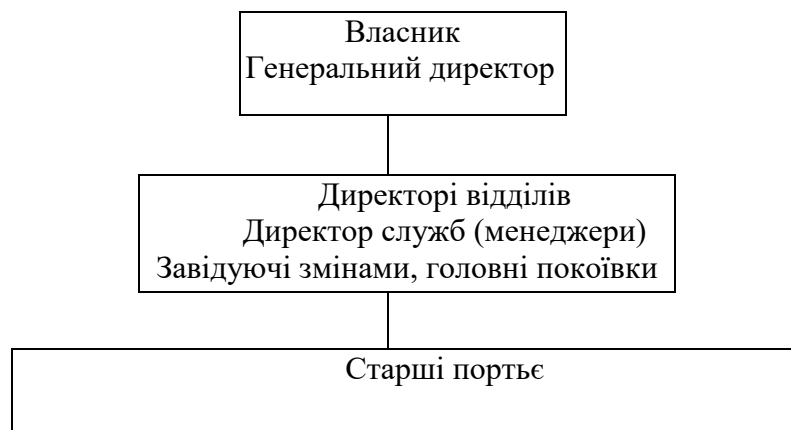


Рис. 1. Типова пірамідальна структура управління готелем

Вищий рівень управління готельним підприємством представлений власником готелю і генеральним директором, що приймають загальні рішення стратегічного характеру. Подібні рішення відносяться до категорії загальних, від яких залежать розмір готелю і вибір місця для його будівництва,

архітектура й інтер'єр, обладнання, підбір персоналу. Власником готелю може бути як приватна особа, так і ціла корпорація.

Оперативне управління готелем здійснюється управляючим (директором), який може бути як з числа власників, так і найманим співробітником. Управляючому або директору підпорядковуються всі служби готелю, він направляє, контролює і координує їхню діяльність з метою одержання максимально можливого ефекту на кожній ділянці. Контроль за роботою персоналу всіх рівнів є однією з головних функцій керівника готелю.

Управлінська структура великих готелів може включати посади 5-6 директорів відділів, що підпорядковуються генеральному директору. Серед них: директор з розміщення, фінансовий, технічний, комерційний директори. Вони представляють середній рівень управління і забезпечують реалізацію політики готелю, що розроблена вищим керівництвом, відповідають за доведення більш детальних завдань до підрозділів і відділів, а також за їхнє виконання. Директори відділів, як правило, мають широке коло обов'язків і мають велику свободу щодо прийняття рішень. Крім виконання функцій втілення загальних постановочних завдань у конкретні управлінські рішення, вони також вирішують ряд завдань, спрямованих на задоволення потреб гостей.

У прямому підпорядкуванні директора з розміщення знаходяться менеджери основних готельних служб: бронювання, обслуговування, прийому і розрахункової частини, експлуатації номерного фонду.

Фінансовому директору підпорядковуються головний бухгалтер, менеджер господарської служби, контролер ЕОМ, завідувач відділом заробітної плати.

Технічний директор очолює інженерно-експлуатаційний відділ. У різних готелях посада технічного директора називається по-різному: головний інженер, директор з експлуатації, головний технік. Йому підпорядковуються старший майстер, завідувачі майстернями з ремонту меблів, обладнання, систем опалення, холодильних установок тощо.

У прямому підпорядкуванні директора з розміщення знаходяться менеджери основних готельних служб: бронювання, обслуговування, прийому і розрахункової частини, експлуатації номерного фонду.

Для виконання функцій комерційної служби в готелях передбачаються різні посади. Як правило, комерційному директорові підпорядковуються менеджер служби конгресового обслуговування, менеджер рекламної служби тощо.

У деяких випадках, коли потрібно прийняти важливе рішення (вибір цільового ринку, вибір турфірм-контрагентів, придбання нового обладнання), створюється спеціальна рада, до якої входять вище керівництво і всі начальники відділів.

Система організації готелю має відповідати також принципу забезпечення контролю. Обов'язковими елементами тут мають бути внутрішній і зовнішній аудити. Підрозділи внутрішнього і зовнішнього аудиту покликані контролювати законність виконуваних заходів, їхню відповідність нормам та інструкціям.

Внутрішня упорядкованість, узгодженість внутрішніх підрозділів готелю забезпечуються також за допомогою підпорядкування працівників правилам діяльності. Для реалізації даного принципу готелі розробляють певні

розпорядження (статут, положення про відділи і служби, кваліфікаційні характеристики, посадові інструкції). Кожен співробітник повинний знати свої обов'язки, мати певні знання й уміння, виконувати правила, наведені в цих та інших документах.

3. Функції окремих підрозділів готелю

В організаційній структурі сучасних готелів виділяється основний операційний підрозділ – служба розміщення. Це пов'язане з тим, що готелі пропонують своїм гостям головну послугу – безпечне і комфортне проживання. Іншим підрозділам надається допоміжна роль підтримки основної діяльності готелю.

Служба прийому і розміщення (СПіР)

До функцій служби прийому і розміщення входить бронювання, реєстрація, розподіл номерів, надання гостям різних інформаційних послуг, стягування плати за проживання, ведення необхідної документації. До обов'язків цієї служби входить також ведення і підтримка в робочому стані бази даних, що містить інформацію про гостей і стан номерного фонду. У великих готелях служба прийому і розміщення часто поділяється на відділи, що спеціалізуються на певних операціях.

У службі прийому і розміщення є декілька посад:

- службовець з прийому і розміщення гостей (черговий адміністратор), що оформляє гостей на проживання;
- касир, що приймає оплату і виписує рахунок клієнтові;
- порт'є, що відповідає за надання інформації гостям і функціональним службам готелю, а також за збір, підшивку і збереження документації;
- телефонний оператор, що підтримує зв'язок з міжміською і міжнародною телефонними станціями, фіксує наявність телефонних розмов клієнтів з номерів, контролює їхню оплату, а також надає послуги з ранкового будіння на прохання клієнта;
- службовець з бронювання місць у готелі з веденням відповідної документації;
- порт'є з видачі ключів.

Якщо готель комп'ютеризований, кожен співробітник СПіР має право на доступ лише до тих комп'ютерних даних, до яких він має безпосереднє відношення.

У невеликих готелях СПіР виконує ті самі обов'язки, але має менше число співробітників, що часто виконують декілька обов'язків. Наприклад, адміністратор, крім своїх функцій, виконує обов'язки касира і порт'є з бронювання місць або обов'язки телефонного оператора.

Останнім часом, у зв'язку з низькою заповнюваністю готелів, з'явилася нова тенденція скорочення співробітників у нічний час, коли потік тих, хто поселяється, значно обмежений. У СПіР можна також частково скоротити присутність на робочому місці деяких співробітників у нічний час. У таких випадках часто застосовується змінний графік, що дозволяє службовцям обирати час початку і закінчення робіт. Однак у певний час робочого дня необхідна присутність більшості службовців. Наприклад, один службовець може працювати з 6-00 до 14-00, оскільки найчастіше гості просять розбудити

їх і від'їжджають о 7-00. Другий службовець може приходити на 10-00 і працювати до 18-00.

У зв'язку з усе більшою комп'ютеризацією готелів усі дані, включені до бази даних комп'ютера, і будь-яка необхідна інформація легко витягається з пам'яті комп'ютера. Це значно спрощує роботу СПіР.

Службовець з прийому гостей (черговий адміністратор) є представником готелю, що спілкується з гостями протягом усього терміну їхнього проживання в готелі. Він підпорядковується старшому адміністратору або керівнику служби, має пройти професійну підготовку, володіти практичними знаннями щодо забезпечення безпеки в готелі, знати 2-3 іноземні мови, знати нормативну документацію щодо прийому й обслуговування гостей.

До основних його функцій належать: виконання різних підготовчих дій щодо прийому гостей; підбір номерів для броні; фіксація тривалості проживання гостей; перевірка документів при реєстрації, виявлення терміну їхньої дії; вибір необхідного номера клієнту відповідно до його вимог; визначення вартості номера, включаючи знижки і пільги; визначення способу оплати і проведення необхідних кредитно-чекових процедур; збір і класифікація необхідної інформації про гостей і номери готелю; координування своєї роботи з господарською службою й іншими підрозділами готелю; відповідальність за рух і збереження ключів від номерів; відповідальність за обладнання, що встановлене в СПіР, включаючи сейф; забезпечення доставки пошти і посилок проживаючих.

У нічні і ранкові години під час відсутності керівника підприємства він зобов'язаний вирішувати всі питання, пов'язані з експлуатацією готелю, включаючи режим економії енергоресурсів, дотримання персоналом виконання своїх службових обов'язків, вживати заходи щодо ліквідації різних конфліктних ситуацій.

У нього повинна зберігатися «Книга відгуків та пропозицій». Видавати її він має на першу вимогу клієнтів. Під час чергування йому підпорядковуються всі працівники вестибюльної групи: швейцари, гардеробники, працівники камери схову, паспортист, касири, порт'є і весь черговий персонал інших служб готелю. Після закінчення чергування службовець повинний здати чергування з оцінкою в спеціальному журналі.

Докладно роботу служби прийому і розміщення представлено в наступних главах.

Службовець з бронювання номерів – несе відповідальність за всі аспекти бронювання номерів у готелі. Здійснює тісне співробітництво з відділом маркетингу і збуту, що дуже важливо при бронюванні місць для великих організованих груп.

До його обов'язків входять: прийняття замовлень на резервування місць у готелі поштою, телефоном, факсом, телеграмою або особисто; реєстрація замовлення, його дати, дати прибуття і прізвища прибуваючих за алфавітом; підготовка і відправлення листів-підтверджень; реєстрація скасування або зміни замовлення; перевірка наявності вільних місць; прогнозування зайнятості номерів; повідомлення необхідної інформації про заброньовані номери службі прийому і розміщення; підготовка необхідних документів до приїзду гостей і передача їх.

Касир служби прийому і розміщення підпорядковується головному бухгалтеру, а в адміністративному відношенні службовцю з прийому і розміщення. Як і всі працівники бухгалтерії, повинний мати кваліфікаційні знання, має бути гранично уважний у веденні всієї документації, особливо рахунків. Має добре знати правила прийому й обслуговування громадян, знати преїскуранти цін на номери і місця, систему розрахунків при бронюванні й оплаті проживання, наданих додаткових послуг. Він має зберігати в картотеці рахунок і при виїзді гостя здійснювати остаточний розрахунок з ним. До його обов'язків входить отримання грошей по актах за заподіяний збиток майну готелю. Він здійснює операції з прийому, збереження і здачі за касовим звітом грошей до бухгалтерії, а також здійснює повернення грошей особам, що виїжджають з готелю раніше встановленого терміну. Він має знати і дотримуватись правил експлуатації і технічної безпеки при роботі на ЕОМ. Основні обов'язки касира можна узагальнити таким чином: внесення повної суми до рахунку клієнта; отримання оплати повною мірою від клієнта при виїзді; узгодження оплати рахунків кредитними картками і чеками з бухгалтерією; підрахунок усіх рахунків і загальної суми витрат в кінці кожної зміни; несення персональної відповідальності за всі гроші, що існують в обігу під час зміни.

У багатьох готелях касир відповідає також за безпеку сейфів замість інших співробітників. Касирові також можуть поставити в обов'язок виконувати деякі банківські операції, видавати готівку за чеками тощо.

Консьєрж. Ця посада існує в усіх європейських готелях і курортах, започатковується і у високотехнологічних українських готелях. Ця посада необхідна внаслідок того, що співробітники СПіР бувають занадто зайнятими, щоб надавати обслуговування гостям.

Консьєрж повинний мати достатню інформацію як про готель, так і про найближчі визначні пам'ятки. Консьєрж має виконувати прохання гостей, незважаючи на те, відносяться вони до компетенції служб готелю чи ні. Зазвичай до обов'язків консьєржа входить: повідомлення гостям необхідної інформації; замовлення квитків на літаки, потяги, видовищні заходи або інші місця; організація особливих заходів, таких, наприклад, як VIP-прийоми; виконання секретарських обов'язків тощо.

Консьєрж також може обдзвонювати гостей після того як вони поселилися в номери, щоб дізнатися, чи не мають вони потреби в якій-небудь допомозі. У деяких готелях консьєрж відповідає на скарги відвідувачів. Під час відсутності консьєржа в багатьох готелях його функції виконує один зі співробітників СПіР.

Інженерно-технічна служба. Значення цієї служби в готелі по мірі насичення їх сучасним високотехнологічним обладнанням все більше й більше зростає. Службу очолює головний інженер (у деяких готелях – технічний директор).

Служба з роботи з персоналом. Основними функціями цієї служби є: формування кадрів організації (планування, добір і наймання, вивільнення, аналіз плинності тощо); навчання працівників (перепідготовка, атестація й оцінка персоналу, організація просування по службі, проведення виховної

роботи); удосконалювання організації праці, її стимулювання, створення безпечних умов праці.

Господарська служба. Це – найбільший підрозділ готелю. Повсякденна підтримка в належному стані великої кількості номерів вимагає великої відповідальності і пунктуальності. Від керівника цієї служби потрібна організаторська здатність, вимогливість, прагнення відповідати найвищим стандартам.

Бухгалтерія (фінансово-економічна служба). Ця служба відповідає за своєчасне складання бухгалтерської звітності в суворій відповідності з нормативними документами; несе відповідальність за дотримання фінансової і договірної дисципліни; проводить аналіз фінансово-господарської діяльності; організовує складання бізнес-планів; складає фінансово-господарські плани і кошториси за встановленими формами; несе відповідальність за своєчасність 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 правильності складання тарифів; здійснює облік надходження і вибуття виробничих запасів відповідно до Положення (стандартів) бухгалтерського обліку; організовує роботу з одержання ліцензій.

Комерційний відділ. Основним завданням цього відділу є забезпечення готельного комплексу матеріально-технічними і виробничими ресурсами. Комерційна служба готелю повинна формувати свої відносини з партнерами на взаємовигідній основі, залучаючи до товарообігу продукцію підприємств виготовлювачів та інших постачальників різних форм власності, у тому числі й фізичних осіб, а також закордонних постачальників.

З цією метою необхідно вчасно реагувати на зміни, що відбуваються на ринку. При цьому важливу роль відіграє комп'ютеризація виконання комерційних операцій, а також операцій, пов'язаних з управлінням товарними запасами, контролем виконання договорів тощо. З цією метою повинні створюватися автоматизовані робочі місця виконавців.

Працівникам комерційного відділу необхідно добре знати закони й інші нормативні акти, що регламентують комерційну діяльність, уміти приймати правильні рішення, вигідні для готелю, виявляти ініціативу.

У комерційний відділ доцільно включати і групу менеджерів, що займаються маркетингом, продажем номерів, організацією банкетів, рекламою.

Керівництво готелю. Керівництво готелю – це одна людина або група людей, наділених владою, які представляють інтереси власників готелів. До обов'язків керівництва входить управління справами готелю і регулярна доповідь про його стан власникам готелю.

До головних обов'язків керівництва готелю належать: планування, організація, координування всієї діяльності готелю, а також підбір і розміщення кадрів, оцінювання виконання поставлених цілей. Ці обов'язки вимагають координування роботи різних служб і відділів.

Виконавчий глава готелю звичайно називається генеральним директором. До складу Правління входять керівники провідних структурних підрозділів, і їхні обов'язки впливають з функцій служб і відділів, якими вони керують і про які йшла мова вище.

У готелях, які є акціонерними товариствами, на генерального директора готелю, що обирається загальними зборами акціонерів, мають бути покладені такі обов'язки і надаватися права: здійснення управління всією господарською діяльністю готелю; користування всіма видами банківських послуг, у тому числі кредитами, відкриття і закриття розрахункових, поточних й інших рахунків і розпорядження ними, підписування чеків на отримання готівки, цінностей тощо; право позову і відповіді на суді, у тому числі й в арбітражі, а також право представлення у всіх адміністративних установах свого підприємства особисто або через інших осіб, уповноважених на те спеціальними дорученнями; підписання договорів, зобов'язань і доручень.

Не існує ідеальної і єдиної моделі управління готелем. Але всі рішення, обумовлені необхідністю задоволення потреб клієнтів, спираються на строго зафіксовану управлінську ієрархію.

Чим крупніший готель, тим більш розгалужену структуру управління він має, оскільки у ньому існують проміжні ланки, основною функцією яких є контроль.

Загальні рішення стратегічного характеру приймаються власниками готелю або генеральним директором. Стратегічною метою готелю може бути, наприклад, орієнтація на курортне обслуговування або на прийом і обслуговування бізнес-туристів.

Генеральний директор є посередником між власниками підприємства й управлінським персоналом, з одного боку, і гостями підприємства – з іншого. Ця функція може бути охарактеризована як функція втілення загальних завдань у конкретні управлінські рішення.

Крім того, на генеральному директорі лежить необхідність вирішення задач, пов'язаних із загальними напрямками діяльності готелю, у тому числі – проведенням фінансової політики, до якої можна віднести визначення лімітів витрат на утримання персоналу, граничних асигнувань на адміністративні і господарські витрати, питання закупівельної політики тощо. Керівництво вищої ланки також приймає рішення щодо того, яку систему розрахунків із клієнтами використовувати в готелі. Але частина цих питань може бути передана на розгляд нижчестоящим ланкам управління, якщо на генерального директора покладено занадто багато повноважень і обов'язків.

Через те, що готелі працюють цілодобово, їхня діяльність вимагає постійного контролю з боку адміністрації, у зв'язку з чим у великих готелях існує посада виконавчого директора, що практично постійно знаходиться на підприємстві.

Також у великих готелях, на додаток до керівництва вищої ланки, використовують таку організаційну форму, як виконавчий комітет. Це характерно для спільних з іноземними партнерами готелів, подібну форму можна зустріти досить часто.

Виконавчий комітет складається, як правило, із представників головних функціональних підрозділів (служб). До нього входять керівники таких напрямків, як розміщення, маркетинг (комерційна служба), адміністративно-господарська робота. Кожний з керівників, які відповідають за ці напрямки, несе відповідальність за вирішення завдань, що стоять перед ним.

Тема 4. Технологія та особливості обслуговування клієнтів у готелі

1. Поняття обслуговування в готелі. Правила поведінки персоналу готелів.
2. Технологія обслуговування клієнтів у готелі. Функції та обов'язки працівників готелю щодо надання послуг клієнтам.
3. Види послуг, що надаються клієнтам в готелях.

1. Поняття обслуговування у готелі. Правила поведінки персоналу готелів

Обслуговування у готелі – це система заходів, що забезпечують високий рівень комфорту та задовольняють найрізноманітніші побутові, господарські і культурні запити гостей. З кожним роком ці запити і вимоги до послуг підвищуються. Причому, чим вища культура і якість обслуговування гостей, тим вищий імідж готелю, тим привабливіший він для клієнтів і тим успішніша його діяльність.

Висока якість обслуговування туристів забезпечується колективними зусиллями працівників усіх служб готелю, постійним і ефективним контролем з боку адміністрації, проведенням роботи з удосконалювання форм і методів обслуговування, вивчення і впровадження передового досвіду, нової техніки і технологій, розширення асортименту та вдосконалення якості наданих послуг.

Послуги проживаючим може надавати персонал готелю (сервісне і номерне обслуговування) і персонал інших підприємств (підприємства торгівлі, перукарня, медпункт тощо), розташованих у готелі.

Готель надає послуги вітчизняним та іноземним гостям. Тому неухильним правилом для персоналу є поважне відношення до будь-яких культурних традицій і способу мислення, а також готовність до спілкування без перешкод. Гордістю будь-якого готелю є персонал, здатний говорити різними мовами і справляти добре враження на гостя рівнем своїх знань і гнучкістю спілкування.

Метою обслуговуючого персоналу є створення відкритої, дружньої атмосфери, тому, звертаючись до гостя по імені, будь-який працівник готелю зможе домогтися його прихильності. Гості і співробітники повинні будувати свої відносини на взаємній повазі, стаючи рівноправними діловими партнерами. Необхідно, щоб кожен гість міг звернутися до будь-якого співробітника готелю зі своїми проблемами й турботами і його очікування виправдалися. Саме такий рівень обслуговування є гарантією успіху і конкурентоздатності на ринку готельних послуг. Необхідно постійно виявляти турботу про гостя. Кожен член колективу готелю стає єдиним цілим з тими послугами, що надає готель.

Культура поведінки готельного працівника містить у собі всі складові зовнішньої і внутрішньої культури людини, а саме: правила стосунків і звертання, уміння правильно виражати свої думки, дотримуватися мовного етикету. Ввічливість свідчить про культуру людини, її ставлення до роботи і до колективу. Для готельного працівника дуже важливо бути тактовним у взаєминах з гостями, постійно пам'ятати про повагу до людини.

Тактовна поведінка готельних працівників складається з ряду факторів. Головний з них – це уміння не помічати помилок і недоліків у поведінці гостей, не акцентувати на них увагу, не виявляти зайвої зацікавленості до їх одягу, звичаїв, традицій. Не можна задавати непотрібних запитань, розповідати про свої справи, виявляти настирливість. Не можна показувати гостеві, подобається

він тобі чи ні, робити непотрібні зауваження, читати моралі, висловлювати різні претензії, розпитувати гостей про їхнє особисте життя. Працівникам необхідно вести себе тактовно і відносно відвідувачів гостей – не можна розпитувати їх про мету візиту, а також заходити в номер без дозволу проживаючого.

Тактовність виявляється і в увазі до гостя. Якщо гість занедужав, потрібно допомогти йому дістати ліки, зателефонувати. Особливо уважним і тактовними треба бути до людей похилого віку, прощати їхні вади – адже вони часто неухважні, забудькуваті і уразливі.

Гідність і скромність – обов'язкові для готельного працівника риси характеру. Культура поведінки і спілкування пов'язані і з поняттям культури мови. Готельному працівникові необхідно вміти грамотно, чітко викладати свої думки. За культурою мови, як і за тоном, потрібно стежити постійно. Культура мовного етикету припускає не лише вміння говорити, але й вміння слухати. Уважно вислухати співрозмовника, не перебиваючи його, і виявити при цьому щире співчуття – мистецтво.

У вестибюлі готелю повинні бути створені необхідні умови для зустрічей і відпочинку туристів. Готелі повинні мати широку інформацію про наявність, розташування і режим роботи служб, у тому числі перукарні, ремонту годинників, проявлення і друкування фотоматеріалів, прокату предметів культурно-побутового призначення, кіосків з продажу газет, сувенірів, книг, тощо, а також рекламно-інформаційні матеріали (буклети, проспекти, довідники) мовами основних гостей готелю. Усі пункти і служби обслуговування повинні бути забезпечені засобами візуальної інформації (вивіски, таблички, написи) із вказанням найменування служб і часу їхньої роботи місцевою та англійською мовами.

Номери готелів повинні бути забезпечені буклетами готелю, фірмовим поштовим папером, конвертами, переліком додаткових послуг, довідником телефонів служб, пам'яткою протипожежної безпеки мовами основних гостей готелю і англійською мовою.

Якість підготовки номерів, справність та комплектність обладнання, наявність рекламно-інформаційного матеріалу, туалетних засобів повинні неодмінно перевірятися адміністрацією. Заселення гостей у невідготовлені номери є неприпустимим.

2. Технологія обслуговування клієнтів у готелі. Функції та обов'язки працівників готелю щодо надання послуг клієнтам

Технологія обслуговування гостя в готелі здійснюється наступним чином. Перший службовець, з яким гості часто стикаються в готелі – швейцар. Він вітає гостей, що під'їжджають, відкриває двері автомобіля, може допомогти з розміщенням багажу на візку і відповідає за безпеку гостей. Швейцари є не у всіх готелях. Штатна одиниця швейцара не приносить доходу готелю та її дорого укомплектовувати. Тому лише найбільші готелі можуть дозволити собі мати службу швейцарів.

Далі гість підходить до реєстраційної стійки, де на нього чекає порт'є. Від служби порт'є залежить, наскільки швидко відбувається прибуття гостя – один з основних показників якості обслуговування в готелі.

Коли реєстрація гостя завершується, підходить посильний, щоб провести гостя до номера. Служба посильних виконує ряд важливих функцій. Посильний пояснює розташування відділів готелю, подробиці роботи готелю, проводить заключну перевірку номера при заселенні гостя. Посильні – невід'ємна частина великого готелю.

Гаражна служба, швейцари, служба безпеки готелю і служба посильних відіграють ключову роль у створенні образу готелю. Ніякий інший персонал готелю не має такої кількості часу, проведеного з гостем, як обслуговуючий персонал. Виявляючи доброзичливість і гостинність по відношенню до гостя, професійно навчений персонал успішно просуває ряд послуг готелю. Здатність переконувати, терпіння і ненав'язливість – неоціненні навички, якими повинний володіти обслуговуючий персонал готелю.

Служба покоївок у більшості випадків є найбільш функціонально значимим підрозділом, оскільки цей підрозділ відповідає за прибирання номерів, холів, коридорів та внутрішніх приміщень, у яких здійснюється прийом і обслуговування клієнтів.

Покоївки і старші покоївки повинні швидко і високоякісно прибирати місця загального користування, житлові номери, туалет, ванну, щоб, гість, потрапляючи у свій номер після переїзду і тривалої стомлюючої дороги, відразу відчув турботу про нього персоналу і створений затишок.

Способи і методи прибирання в готелях постійно удосконалюються і розвиваються, але головним критерієм оцінки роботи персоналу є бездоганна чистота номерів і готелю в цілому, охайність самого персоналу при виконанні прибиральних робіт, правильне і вміле використання прибирального матеріалу і інвентарю.

Не менш важливе завдання персоналу цієї служби полягає в тому, щоб уміти маневрувати часом при виконанні прибиральних робіт, щоб якнайменше ці роботи виконувалися в присутності гостя. Чим менше гість буде свідком робочої обстановки на поверхах, чим рідше обслуговуючий персонал буде йому «потрапляти на очі» з прибиральним матеріалом та інвентарем, чим менше покоївки під час роботи з прибирання приміщень будуть залишати «сліди» своєї роботи в коридорах (ганчірки, щітки, відра), тим вищою буде культура обслуговування.

Додаткові послуги надаються і з метою створення максимальних зручностей для гостей, що проживають у готелі, більш повного задоволення їхніх вимог. Технологія надання додаткових послуг повинна передбачати раціональне розміщення служб у готелі з метою спрощення і скорочення до мінімуму процедури оформлення замовлень на послуги.

Служби готелю, які беруть участь у наданні послуг, повинні працювати в тісній взаємодії, що виключає випадки повторного звертання гостей з того самого питання. У випадку неможливості надання послуг повинні бути пояснені причини і по можливості запропоновані замість них рівноцінні послуги.

Персонал усіх категорій готелю повинний уміти створювати атмосферу гостинності, повинний бути готовим доброзичливо виконувати прохання проживаючих та виявляти до них терпіння і стриманість.

Однією з найважливіших якостей, необхідних для працівників готелів, що свідчать про високу культуру людини, є ввічливість, коректність, тактовність, гарні манери, стриманість.

Специфіка роботи в готелі полягає в тому, що її працівникам доводиться постійно спілкуватися з новими і незнайомими людьми, з величезною розмаїтістю характерів гостей.

Працівник готелю повинний уміти відволікти себе від дрібних неприємностей, зберегти доброзичливість і привітність у спілкуванні з людьми. Він повинний володіти достатньою силою волі, щоб не виявити негативних настроїв у відношенні до гостя або відвідувача, навіть у тому випадку, якщо вони поведуться неправильно.

Позитивні якості працівників повинні виявлятися в зовнішньому вигляді, в умінні вести бесіду, ясно і коректно відповідати на запитання, умінні попереджати побутові безладдя, конфліктні ситуації. Вони також виявляються в шанобливому ставленні до звичаїв, традицій і національних особливостей інших народів.

Абсолютно неприпустимі в поведінці обслуговуючого персоналу готелю розв'язність, вульгарність, фамільярність тощо у відносинах із проживаючими.

Специфіка професії готельного працівника вимагає також високої культури мови. Це уміння вести бесіду, уміння висловлювати свої думки ясно, коротко, точно, граматично правильно, без зайвих слів, у ввічливій формі і належному тоні.

Персонал усіх категорій готелів, що вступають у контакт із проживаючими, повинний носити формений одяг, який у ряді випадків включає особистий значок, де вказані ім'я і прізвище. Працівники готелів зобов'язані суворо дотримуватися правил носіння форменого одягу при обслуговуванні клієнтів. Формений одяг допомагає приїжджому або проживаючому легко знайти представника готелю, звернутися з питанням або з проханням про надання послуги, про сприяння і надання якої-небудь допомоги.

Функціональні обов'язки працівників операційної ланки готелю є такими.

Старший адміністратор готелю повинний вести постійний контроль за роботою і трудовою дисципліною обслуговуючого персоналу, контроль за своєчасним обслуговуванням гостей і розрахунків з ними. Він стежить за своєчасною підготовкою місць по броні і правильністю розрахунків. Він повинний знати посадові інструкції всього персоналу, інструкції з ведення експлуатаційної документації, прейскуранти цін на номери і надані послуги.

Старший адміністратор розглядає скарги з боку клієнтів і вживає заходів для усунення проблем, конфліктів. Він організовує рекламно-інформаційну діяльність. Старший адміністратор має право займатися кадровими питаннями, давати подання на звільнення від займаної посади або прийом на роботу адміністраторів, покоївок. Він повинний стежити за чітким, своєчасним і якісним виконанням службових обов'язків адміністраторів, касирів-розраховувачів, портьє та ін.

Адміністратор служби розміщення контролює надання номерів, приймає заявки на бронювання і розміщує гостей, узгоджуючи це зі старшим адміністратором готелю. Він також повинен знати категорії і прейскурант на

номери, місця та інші послуги, що надаються готелем. Він стежить за своєчасною оплатою номерів, не допускаючи утворення заборгованості тощо.

Адміністратори безпосередньо спілкуються з гостями, вони приймають оперативні рішення на місцях, обговорюють з гостями такі питання, як ціна за номер, терміни розміщення, форма і порядок оплати. Таким чином, одне з головних завдань адміністраторів усіх рівнів – контролювати весь процес прийому і розміщення гостей, професійно вирішуючи конфлікти, від яких може постраждати престиж готелю.

Швейцари першими зустрічають гостей на неофіційному рівні. Одягнені в примітну уніформу, вони стоять у дверей, вітають гостей, допомагають їм вийти з машини, викликають для них таксі, чемно відповідаючи на всі їхні запитання про готель та його околиці. Також до їхніх обов'язків входить контроль за чистотою і порядком у вестибюлі; чищення дверей, ручок дверей, сходинок при виході; контроль за збереженням майна у вестибюлі; контроль за своєчасним включенням освітлювальних приладів у вестибюлі і світлових реклам; контроль за роботою світлових завіс, їхнє вимикання.

Посильні супроводжують гостей, доставляють багажу їхні номери. їм теж корисно знати дещо про околиці готелю й усе про сам готель і його різні служби. Постійно контактуючи з гостями, вони повинні бути послужливими, приємними в спілкуванні. Допмагаючи гостям розміститися в номері, вони мають пояснити, що і як працює (освітлення, ТУ, кондиціонер, телефон, пральня, чищення і прасування одягу, обслуговування в номерах, ресторан, плавальний басейн, цілющі ванни тощо).

Служба порт'є є основною підсистемою усієї системи управління готелю. Це те перше місце, куди гість звертається кожного разу, коли в нього виникають проблеми. Саме від служби порт'є залежить те перше враження, що отримує гість від готелю.

Основним завданням служби порт'є є прийом і реєстрація прибулих гостей, розміщення в заброньовані й підготовлені до заселення номери. Порт'є підпорядковується безпосередньо черговому адміністратору.

Порт'є несе відповідальність за правильну видачу і зберігання ключів від номерів, стежить за порядком у вестибюлі. Порт'є повинний знати правила внутрішнього розпорядку в готелях, бронювання місць і розрахунків за проживання, преїскуранти на усі види послуг, приймати замовлення на додаткові послуги і здійснювати нагляд за їхнім своєчасним виконанням.

Під час чергування він звіряє з адміністратором рух номерного фонду, стежить за наявністю вільних місць і номерів. У готелях, де існує служба порт'є, кореспонденцію на ім'я проживаючих одержує і вручає порт'є.

Служба покоївок.

Завідувач службою покоївок несе відповідальність за роботу персоналу з підтримки чистоти і порядку в житлових і у службових приміщеннях готелю.

До житлових приміщень відносяться номери, коридори, фойє, переходи і всі громадські вбиральні. Службові приміщення включають зони обслуговування і переходи між ними, а також усі службові кабінети. Обов'язок служби покоївок полягає у підтриманні в цих приміщеннях чистоти і порядку.

Старша покоївка отримує завдання, яке розподіляє серед підлеглих. До її компетенції входить розподіл роботи з урахуванням штатного розкладу, а

також виконання всіх адміністративних функцій, покладених на неї керівництвом. Старша покоївка здійснює контроль за справністю санітарно-технічного й іншого обладнання в закріплених за нею номерах і службових приміщеннях, утримання їх у чистоті й порядку; забезпечення схоронності інвентарю та обладнання; організацію прибирання номерів; прийняття номерів від проживаючих при від'їзді; прийом замовлень на додаткові платні послуги; контроль за схоронністю майна та інвентарю, що знаходиться на поверсі; звітність за схоронність білизни; виклик чергового персоналу технічної служби для усунення можливих технічних пошкоджень.

Покоївка безпосередньо підкоряється старшій покоївці. Здійснює прибирання і провітрювання номерів, незалежно від того, зайняті вони або вільні. Постійно утримує у чистоті житлові номери, санвузли та інші приміщення, замінює постільну білизну і рушники. Прибирання вона зобов'язана здійснювати в суворій відповідності з технологією прибирання, дотримуючись інструкцій і встановленого порядку заміни білизни. При виклику до проживаючого потрібно негайно з'явитися в номер, прийняти доручення і забезпечити його виконання відповідно до переліку послуг, що надаються. Покоївка повинна вміти користуватися технічним обладнанням і приладами, що застосовуються для прибирання приміщень. Форма організації діяльності служби покоївок може бути як індивідуальною, так і бригадною. Індивідуальна організація роботи передбачає замкнутий технологічний цикл, виконання всіх операцій у номері однією покоївкою. Бригадна організація роботи передбачає розімкнутий технологічний цикл, тобто розподіл технологічних операцій за їхньою однотипністю (здійснення лише однієї операції).

До обов'язків **прибиральниці** входить утримання у належному санітарному стані коридорів, сходових площадок і маршів, санвузлів, ванн і душових загального користування, вестибулів і холів, а також інших приміщень загального користування, що знаходяться на закріпленій ділянці. Також до її обов'язків входить миття стін і підлоги, дверей, вікон, меблів, килимових виробів, що знаходяться в службових приміщеннях і місцях загального користування; чищення і дезінфекція обладнання санітарних вузлів загального користування тощо. Прибиральниця підпорядковується старшій покоївці, черговому по поверху.

Завідуюча білизняною відповідає за зберігання білизни та іншого м'якого інвентарю, веде облік майна, що знаходиться в білизняній, видає чисту білизну покоївкам і приймає від них брудну, стежить за своєчасним ремонтом білизни, перевіряє її стан, готує до списання те, що прийшло в непридатність, здає білизну до пральні і приймає її після прання. Підпорядковується директору готелю і його заступнику.

Кастелянка готує брудну білизну до прання, зважає і підраховує білизну при здачі й отриманні з пральні, веде чіткий облік білизни по видах і якості. Підпорядковується безпосередньо завідуючій білизняною.

Швачка-штопальниця здійснює ремонт, штопання і маркування білизни. При необхідності швачка-штопальниця допомагає кастелянці в підготовці і відправленні білизни до пральні, а також у прийманні чистої. Підпорядковується завідуючій білизняною.

Забезпечення високої якості обслуговування туристів у готелі для найбільш повного задоволення їхніх запитів – запорука успіху готельного підприємства.

Показники якості послуг і обслуговування гостей є однією з головних сторін діяльності готелю. Ці показники можна умовно розділити на три основні групи.

До першої групи відносяться якісні показники, пов'язані з наданням готельних місць і їх обслуговуванням: час чекання номера, число заповнюваних документів при одержанні номера або місця в готелі, стан номера і його благоустрій, стан постільної білизни, наявність усіх необхідних предметів побуту в номері.

До другої групи відносяться показники якості додаткових безкоштовних і платних послуг. Це наявність у номерах телевізорів, радіоприймачів, холодильників, фенів тощо. А також замовлення квитків на транспорт, у театри, музеї, екскурсії.

Склад платних і безкоштовних додаткових послуг, що надаються готелем, необхідно широко рекламувати і, що дуже важливо, не повинно бути відмов у їхньому наданні.

До третьої групи показників відноситься культура обслуговування. У процесі аналізу цього показника необхідно установити, наскільки обладнання номерів та інших приміщень готелю відповідає встановленим нормативам, чи не перевантажені приміщення непотрібними предметами, чи доцільно оформлені інтер'єри і наскільки вони відповідають вимогам експлуатації та сучасної естетики. Одним з важливих елементів, що визначають культуру обслуговування, є готельний етикет – зовнішній вигляд працівників готелю, уміння розмовляти, дотримання правил гостинності, акуратність, дисциплінованість.

3. Види послуг, що надаються в готелях.

Послуги, що надаються в готелях, поділяються на основні і додаткові. Вони можуть бути безкоштовними і платними. До основної послуги готелю відноситься проживання) Без додаткової оплати гостям можуть бути надані такі види послуг: виклик швидкої допомоги; користування медичною аптечкою; доставка в номер кореспонденції по її одержанні; будіння до певного часу; надання окропу, голок, ниток, одного комплекту посуду і столових приладів

Перелік і якість надання платних додаткових послуг повинні відповідати вимогам присвоєній готелю категорії. Так, наприклад, у 3* готелях надають такі платні послуги: екскурсійне обслуговування; замовлення послуг гідівперекладачів; організація продажу квитків у театри, у цирк, на концерти тощо; організація продажу квитків на всі види транспорту; замовлення автотранспорту за замовленням гостей; виклик таксі; прокат автомобілів; замовлення місць у ресторанах міста; покупка і доставка квітів; продаж сувенірів, листівок та іншої друкованої продукції; ремонт взуття; ремонт і прасування одягу; прання і хімчистка одягу; користування сауною; послуги перукарні; оренда конференц-залу, залів переговорів; послуги бізнес-центру.

Побутове обслуговування спрямоване на задоволення потреб гостей, що виникають під час їхнього проживання в готелі. Перелік цих послуг залежить

від категорії гостей. Не у всіх готелях є можливість організовувати побутове обслуговування гостей і надавати їм повний перелік послуг. Але в готелі необхідно прагнути до того, щоб набір послуг цілком відповідав запитам гостей.

Підприємства, що надають послуги, повинні розміщуватися в доступному місці (найчастіше на першому поверсі). У вестибулі, на поверхах, у номерах повинна бути інформація про те, як і де одержати послуги, години роботи повинні бути зручними для гостей.

До складу послуг з побутового обслуговування входять:

1. Термінове прання і хімчистка, ремонт і прасування особистих речей номері в папці з рекламою мають бути бланки замовлень на прання і чищення одягу. Там же мають бути й пам'ятки про те, як здати одяг у прання. Таку послугу можуть надати в готелі, де є пральня. У готелях більш низької категорії можна взяти праску напрокат. Гість сам прасує у номері або в спеціальній кімнаті, де є гладильна дошка.

2. Терміновий ремонт і чищення взуття. У багатьох готелях є майстерні з ремонту взуття) У холах висококласних готелів стоять апарати для чищення взуття. У номерах є щітки для чищення взуття й одягу.

3. Збереження речей і цінностей (камера схову і сейфи в номерах і в адміністратора).

4. Розвантаження, завантаження і доставка багажу в номеру (оплачуються чайовими – у готелі організовується черговість посильних, з метою отримання однакових чайових).

5. Прокат предметів культурно-побутового призначення (телевізори, посуд, спортивний інвентар тощо).

6. Дрібний ремонт годинників, електробритв, радіо-, кіно-та фотоапаратури; фотопослуги.

7. Послуги перукарського, манікюрного і масажного кабінетів. Ці послуги можуть надаватися й у номерах, але мають націнку.

8. Доставка харчування в номеру

Зазвичай у кожному номері в папці з рекламою є папір для листів, конверти, спеціальні таблички, які можна вивісити на двері, якщо гість просить випрати, прибрати номер або просто не хоче, щоб його турбували.

Розмаїтість наданих додаткових послуг визначається як рівнем комфорту готелю, так і його спеціалізацією. Вони надаються в номері й у спеціалізованих приміщеннях або інших приміщеннях готелю: наприклад, фотосервіс, більярд, обмін валют, конференц-зал, бізнес-центр, казино, паркування, пральня, хімчистка, перукарня, фітнес-центр, пункт першої медичної допомоги, сауна, обслуговування в номерах, бронювання авіаквитків, бронювання залізничних квитків, нічний клуб, казино, магазин і торговельні кіоски, кредитні картки, басейн.

У номері люкс категорії А надається такий сервіс: доступ до Інтернет, супутникове TV, міні-сейф, радіо, міні-бар, кондиціонер, телефон, телевізор, фен, душ, ванна.

У додаткові послуги входить зустріч і проведення на вокзал/аеропорт транспортом готелю, кондиціонер, Інтернет, сніданок, перенесення багажу,

басейн, сауна, фітнес-центр, доставка в номер факсів та іншої кореспонденції, автостоянка, інформаційна карта міста тощо.

У номері категорії одномісний апартамент надається: кондиціонер, Інтернет, сніданок, перенесення багажу, басейн, сауна, фітнес-центр, доставка в номер факсів та іншої кореспонденції, автостоянка, інформаційна карта по Києву. В номері є кабельне та супутникове ТБ, кондиціонер, шумозахисне скло, міні-бар, сейф, фен, гладильна дошка, кавоварка.

В усіх готелях найбільш розповсюдженими додатковими послугами в номері є прання, чищення, прасування одягу; чищення взуття; замовлення обіду або вечері, газет, квітів; виклик швидкої допомоги.

Додаткові послуги в готелях визначаються наявністю пралень, швейних та ремонтних майстерень, ремонтних майстерень; перукарні, аптечного кіоску і кіоску обміну валют; сауни, тренажерного залу, басейну, фітнес-клубу; майданчика для гольфу, тенісних кортів; бізнес-центра, приміщення для переговорів, аудіо-, відеообладнання; прокату автомобілів, стоянок у гаражі.

Додаткові послуги можна замовити з номера за телефоном.

Тема 5. Технологія прибиральних робіт на підприємствах готельного господарства

1. Технологія прибиральних робіт у житлових групах приміщень та приміщеннях загального користування.

2. Підготовка покоївки до роботи. Нормативи проведення прибиральних заходів.

3. Організація білизняного господарства.

1.Технологія прибиральних робіт у житлових групах приміщень та приміщеннях загального користування

Готель працює в безперервному режимі обслуговування, а отже, до нього висуваються високі санітарно-гігієнічні вимоги. До якої б категорії не відносився готель, він постійно повинен бути чистим, так само, як і прилегла до нього територія. Це вимагає величезної повсякденної праці персоналу готелів з прибирання території, подвір'я, житлових і адміністративно-господарських приміщень. Тому важливо знати, як краще організовувати і проводити роботи з благоустрою і прибирання, забезпечення чистоти в готельному господарстві.

Для здійснення швидкого і високоякісного прибирання з дотриманням усіх санітарно-епідеміологічних норм готель повинний мати)

- висококваліфікований професійно підготовлений персонал;
- повноцінний інвентар, сучасні прибиральні матеріали;
- сучасні види прибиральних машин і механізмів. Важливим є правильний розподіл часу, що витрачається на прибиральні роботи.

Необхідно, щоб прибирання здійснювалось швидко і без зайвих витрат часу і зусиль з боку обслуговуючого персоналу.

При виконанні прибиральних робіт існує кілька важливих принципів:

- поверховий персонал повинний якнайменше потрапляти на очі гостеві;
- прибиральний інвентар і прибиральні інструменти не повинні залишатися в місцях загального користування;

- покоївки, прибиральниці не повинні відволікатися на особисті справи під час виконання прибиральних робіт.

Виконання цих принципів є критерієм рівня культури обслуговування в даному готелі.

Виділяють такі категорії прибиральних робіт:

- прибирання території, що прилягає до готелю;
- прибирання площі центрального входу, вестибюля та деяких приміщень вестибюльної групи (гардероб);
- прибирання місць загального користування: сходів, коридорів, холів, адміністративних, службових і допоміжних приміщень;
- прибирання номерного фонду (житлових номерів + вузлів індивідуального користування).

Усі види прибиральних робіт здійснюються працівниками служби обслуговування номерного фонду. Заміна працівників різних категорій один одним може здійснюватися лише за розпорядженням керівництва при необхідності. Заступник директора служби обслуговування номерного фонду організує роботу всього обслуговуючого персоналу готелю.

Для виконання прибиральних робіт існують такі категорії персоналу:

- покоївки, що прибирають житлові номери;
- прибиральники, що займаються прибиранням коридорів, холів, сходів, вестибюлю;
- прибиральники виробничих і службових приміщень, майстерень і технічних служб.

Прибиральні роботи всіх готельних приміщень поділяються за видом і призначенням на кілька груп: прибирання внутрішніх приміщень і місць загального користування; прибирання санвузлів загального користування; прибирання житлових номерів.

Крім того, виділяються такі види прибирання житлових номерів: прибирання після виїзду гостя; щоденне поточне прибирання; генеральне прибирання; прибирання заброньованих номерів; проміжне або експрес-прибирання.

Для правильного забезпечення прибирання і максимальної чистоти приміщень, а також предметів та обладнання, що знаходяться в них, при мінімальних витратах сил і часу необхідно дотримуватися певної послідовності у роботі.

Підготовка номерного фонду до заселення є складним і відповідальним етапом, що вимагає доброї організації роботи різних служб і департаментів. Для чіткого і своєчасного розміщення й обслуговування гостей персонал повинний бути професійно підготовленим і мати відповідні навички обслуговування гостей.

Метою проведення прибиральних робіт є забезпечення повної готовності номера до приїзду гостя, що його забронював. У ланцюзі послідовності проведення усіх видів прибиральних робіт на день прибирання заброньованих номерів здійснюється в першу чергу.

Цей вид прибирання здійснюється напередодні дня приїзду ввечері або вночі, у день приїзду гостя рано-вранці, щодня 1 раз у добу, за певне число днів перед приїздом гостя.

До обсягу прибиральних робіт заброньованих номерів входить сухе протирання; вологе протирання; вологе прибирання підлоги.

Експрес-прибирання. Цей вид прибирання здійснюється на прохання проживаючих за окрему плату. До обсягу робіт входить видалення сміття з номера; прибирання і миття посуду; протирання обіднього столу; перестилання постільної білизни; зміна постільної білизни; прибирання в санвузлі індивідуального користування; готування ванни; зміна рушників; миття підлоги або механізоване прибирання підлоги.

Усі види прибиральних робіт, що проводяться у номерах готелю, здійснюються з обов'язковим застосуванням прибирального інвентарю і прибиральних матеріалів. Правильне використання прибирального інвентарю і матеріалів, а також збереження і догляд за ними є важливим заходом у дотриманні норм санітарно-епідеміологічного режиму.

Якщо гість залишив білизну для прання, покоївка передає білизну в спеціальному пакеті бригадирові, бригадир відносить його в пральню; оформляє квитанцію з переліком білизни і зазначенням вартості прання; кладе на стіл (тумбочку) чистий бланк-замовлення на прання; вішає новий пакет для білизни в санітарному вузлі.

У випадку виявлення несправностей: сантехнічного обладнання, електрообладнання, джерела води, несправності телевізора, телефону, холодильника потрібно дати заявку в диспетчерський пункт, записати в журналі і простежити за виконанням заявки.

Проміжне прибирання виконують, як правило, у другій половині дня, якщо цей вид прибирання зазначений в рознарядці, або на прохання гостя.

Проміжне прибирання номерів передбачає виконання таких робіт: видалення сміття з кошика та з підлоги, упорядкування столу; прибирання постелі; миття ванни; миття склянок.

При прибиранні номерів після виїзду гостя покоївка має: перевірити, чи немає забутих гостями речей; перевірити цілість майна готелю; зняти з ліжка ковдру, простирadlo, перевернути перину.

До місць загального користування відносяться: вестибюлі, холи, коридори, гардероб, адміністративні, службові і допоміжні приміщення, сходи і місця для відпочинку та проведення масових заходів.

Основна особливість цієї групи приміщень полягає у численному потоці відвідувачів. Основне прибирання місць загального користування здійснюється рано-вранці, пізно ввечері або вночі. Протягом дня місця загального користування прибираються в міру забруднення.

Обсяг прибиральних робіт місць загального користування містить у собі: миття підлог миючими засобами; механізоване прибирання підлог; натирання металевих деталей і обладнання спеціальними засобами; чищення скла, дверей, підніжних щіток, ґрат, підвіконь і дзеркал; видалення сміття зі сміттєвих кошиків, урн і бачків; видалення сміття і миття попільниць; видалення пилу й обробка столів, стійок.

Прибирання приміщень загального користування здійснюється в такій послідовності: провітрювання приміщень; видалення пилу з крісел, диванів, журнальних столиків, під квіткарок, дзеркал тощо; видалення пилу за допомогою пирососа (вологим віником) з паркетних підлог, тафтингових покриттів у холах і вітальнях; миття всіх інших підлог і у вестибюлі в міру необхідності.

Через день протирається електроарматура, що попередньо відключається від мережі. Щотижня протираються насухо віджатою ганчіркою паркетні підлоги, обробляється пирососом м'яка частина меблів, протираються вологим способом віконні блоки з підвіконнями. Не рідше одного разу на місяць миють двері, батареї, протираються естампи, літографії, картини і т.д., стельові і настінні світильники. Кожні два місяці необхідно протирати поверхню стін, обмітати стелі, змінювати штори, протирати карнизи. Не менше двох разів на рік миються вікна (навесні і восени). Паркетні підлоги натираються в міру необхідності. У денний час доби прибиральники і швейцари стежать за чистотою вестибюлю, вхідних дверей, вікон, станом шибок, а також за нагромадженням сміття в кошиках, попільницях, чистотою стійок тощо.

2. Підготовка покоївки до роботи. Нормативи проведення прибиральних заходів

Для того, щоб покоївка могла почати свій робочий день, вона повинна набути відповідного вигляду і зробити ряд необхідних дій: надягти формений одяг (його вид залежить від готелю), взуття; одержати від старшої покоївки список-завдання на прибирання із зазначенням номерів і видів прибиральних робіт; одержати ключі від номерів; перевірити наявність і стан інвентарю; одержати чисту білизну; одержати рекламні матеріали; укомплектувати візок покоївки.

Укомплектований візок покоївки повинен містити в собі прибиральні матеріали: миючі засоби; дезинфікуючі засоби; засоби для відмивання усіх видів поверхонь; засіб для підлог з будь-яким видом покриття; восковмісні засоби для натирання; жиророзчинні засоби; засоби для чищення пластикових поверхонь; засіб для обробки дерев'яних меблів; засоби, що дезодорують; пристрій для миття вікон; знімні насадки для миття і дезінфекції; бавовняні знімні насадки для прибирання; прогумований фартух; набір засобів індивідуального користування: туалетний папір; набір гігієнічних серветок; паперові рушники; рідке мило; туалетне мило; чиста білизна; набір рекламних матеріалів; прибиральний інвентар: пиросос, швабру, совок; 2 відер; мішок для брудної білизни; мішок для сміття; щітки; ганчір'я; гумові рукавички.

Покоївка повинна знати тимчасові нормативи здійснення усіх видів прибиральних робіт. Це допоможе їй виконати необхідний обсяг робіт з мінімальними витратами сил і часу.

Покоївка повинна чітко знати правила поведінки в номері. Культура поведінки покоївки і взагалі персоналу є важливим критерієм для визначення рівня культури обслуговування в даному закладі. Порушення цих правил карається аж до звільнення.

Покоївці, що працює в номері, забороняється: закриватися в номері; дивитися телевізор, слухати музику; користуватися туалетом, ванною,

обладнанням цього номера; курити в номері; сидіти в номері без справи; сидіти з гостем; залишати візок у коридорі перед дверима номера; торкатися особистих речей проживаючого, викидати з письмового столу папери (самостійно). До набору санітарно-гігієнічних засобів у готельному сервісі відносяться всі предмети індивідуального користування особистої гігієни. Їхній перелік залежить від категорії готелю.

Отже, до предметів особистої гігієни належать: туалетний папір; серветки паперові, рушники; рідке мило; туалетне мило; шампунь; лосьйон для тіла; гель для душу; гель для волосся; «дорожній» набір швейного приладдя (голка, наперсток, 2 гудзики, нитки різних кольорів тощо).

Санітарно-гігієнічні засоби надходять до готелю централізовано. Вони розподіляються старшою покоївкою по поверхах. На поверсі облік, розподіл і розкладання здійснюються покоївками, а в санвузлах загального користування – прибиральницею.

У номерах, санвузлах індивідуального користування зміна санітарно-гігієнічних засобів здійснюється після кожного виїзду гостя, а в готелях 4-х і 5-зіркових щодня (якщо шампунь або інші предмети не розкриті і не використовуються, зміна не здійснюється).

Санітарно-гігієнічні засоби зберігаються в кімнатах для персоналу, побутових, інвентарних, поверхових коморах, у спеціальному відділенні санітарного вузла для персоналу.

На кожному предметі санітарно-гігієнічних засобів повинний бути фірмовий знак даного готелю. Місце розташування знаку може бути різним, а сам знак може містити в собі аббревіатуру – скорочену назву готелю, повну назву готелю тощо. Усі предмети також мають бути (по можливості) витримані в одній кольоровій гамі.

3. Організація білизняного господарства

Білизняне господарство готельного комплексу є важливою і складною складовою сервісного обслуговування готелю.

Білизна готелю враховується на балансі готелю і категорії персоналу, що працюють з білизною, є матеріально відповідальними особами. Постільна білизна і рушники відносяться до групи м'якого інвентарю).

До категорій персоналу, що працює з постільною білизною, відносяться такі посадові особи: завідувач білизняним складом; завідуючий білизняною; кастелянка; щвачки, штопальниці; пралі; працівники гладильних; покоївки. Білизняне господарство готельного комплексу зосереджено в центральній білизняній, у поверхових білизняних, на складах чистої білизни, у білизняних для брудної білизни. Відділення зберігання постільної білизни розділяються на «чисте» і «брудне».

Розміри білизняних залежать від числа ліжок-місць готелю. Приміщення для збереження білизни повинні мати певний інтер'єр: правильний підбір кольору олійної фарби, певне підлогове покриття, освітлення й обладнання. Стіни білизняних, плінтуси повинні бути пофарбовані олійною фарбою світлого тону. Підлогове покриття повинне бути з кахельної плитки, лінолеуму, пластику. Для зберігання білизни в «чистій» білизняній використовуються стелажі, полки і шафи, що повинні бути пофарбовані такою ж світлою фарбою,

покриті клейонкою, оргсклом, пластиком для зручності й ефективності проведення прибиральних робіт у білизняних.

Для збереження білизни в «брудних» білизняних використовуються скрині з дерева, пофарбовані світлою олійною фарбою, поліетиленові мішки для брудної білизни.

Для виготовлення постільної білизни і рушників адміністрація готелю повинна використовувати лише високоякісні чисті і естетично привабливі тканини таких видів: бавовняні (ситець, бязь); віскоза; льон; бавовна + синтетичні волокна; шовкові; махрові/

Постільна білизна повинна відповідати встановленим нормам державних стандартів і категорії номера.

Нова білизна надходить зі складу в білизняні по накладних, з білизняних для брудної білизни в пральню – також по накладних. Якщо білизна зберігається в поверхових білизняних, кастелянка, чергова покоївка або чергова по поверху при передачі зміни також заповнюють документацію (журнал приходу і витрати білизни на кожному поверсі).

При зберіганні білизни не повинне бути її пересортування, заміни (при псуванні або втраті гостем готельної білизни він не повинний замінювати її власною, а зобов'язаний відшкодувати збиток грошовою сумою, визначеною прейскурантом цін) і білизни, не придатної до подальшого використання.

До дефектів, неприпустимих для використання білизни, відносяться плями різних видів, що не піддаються відпиранню або виведенню; дірки різного виду, що не піддаються ремонту або роботам (штопанню, латкам, відстрочці по швах і т. і.); необроблені краї білизни; старі плями на білизні.

Ремонтними роботами білизни займаються швачка, штопальниця або працівник білизняної – кастелянка.

Ведення білизняного господарства на поверсі визначається наявністю або відсутністю додаткової служби-пральні. При наявності пральні даний технологічний цикл має замкнутий характер. Якщо пральні немає, розімкнутий технологічний цикл доповнюється технологічними операціями: доставка-відправлення, розвантаження-навантаження, маркування білизни. Крім того, технологічний цикл залежить від категорії готелю, наявності спеціального персоналу (завідувач пральні, розносник білизни або коридорний), оснащеності приміщень обладнанням та інвентарем для чистої і брудної білизни (білизнопровід і білизнопідйомник, вантажопасажирські ліфти, візки для перевезення білизни).

Тема 6. Технологія бронювання та розміщення клієнтів у готелі

1. Технологія прийому та розміщення клієнтів у готелі.
2. Технологія бронювання місць і номерів у готелі.
3. Технологія і організація обслуговування споживачів готельних послуг.

1. Технологія прийому та розміщення клієнтів у готелі.

Технологію обслуговування гостей у готелях усіх категорій можна подати у вигляді таких етапів:

- попереднє замовлення місць у готелі (бронювання);
- прийом, реєстрація і розміщення гостей;
- надання послуг проживання і харчування;
- надання додаткових послуг проживаючим;
- остаточний розрахунок і оформлення виїзду.

Попереднє замовлення місць, реєстрація при поселенні, розрахунок за проживання і надані послуги, оформлення виїзду здійснює служба прийому і розміщення. До складу цієї служби входять черговий адміністратор, порт'є, касир і паспортистка. У багатьох готелях України ця служба має англійську назву «Reception».

Служба прийому і розміщення є першим підрозділом, з яким знайомиться гість, прибуваючи у готель. Враження, отримані від цього знайомства, багато в чому формують відгуки гостей про якість обслуговування в готелі у цілому.

Відповідно до встановлених правил надання готельних послуг в Україні, готель має забезпечити цілодобове оформлення споживачів, що прибувають у готель і виїжджають з нього. Саме тому робота служби прийому і розміщення має змінний характер.

Основними функціями служби прийому вважаються:

- бронювання місць у готелі;
- реєстрація і розміщення клієнтів;
- оформлення розрахунків при виїзді гостя, надання різної інформації.

Посадові обов'язки працівників служби прийому, а також навички і знання, необхідні для їх виконання, визначаються професійними стандартами.

Служба прийому і розміщення повинна забезпечувати максимальне завантаження готелю, запобігаючи простоям. При реєстрації й оформленні виїзду працівники служби здійснюють розрахунок за проживання в готелі і додаткові послуги. При виписці перевіряють рахунок гостя, уточнюють усі його витрати за час проживання і приймають оплату. Велику важливість має контроль за виїздом, щоб не допустити від'їзду гостей, що не сплатили за рахунком.

Черговий адміністратор, починаючи роботу, має переглянути електронний журнал із записами попередньої зміни. В ньому фіксується інформація про те, що відбулося за зміну, про потреби гостей, що звернулися до служби в цей проміжок часу, але не задоволених за якихось причин. Перед початком роботи необхідно також переглянути інформацію про наявність вільних місць і заявки на поточну добу. До обов'язків адміністратора входить також і облік використання номерного фонду.

До обов'язків порт'є відноситься збереження і видача ключів від номерів проживаючих за карткою гостя, а також відповідь на запитання гостей щодо якої-небудь інформації або отримання послуги.

Касир контролює своєчасну оплату всіх видів послуг, одержує оплату за проживання при розрахунку готівкою і складає касові звіти для бухгалтерії. Наступна частина технологічного процесу – розселення складається своєю чергою з зустрічі, реєстрації, вручення ключа і супроводу до номера.

Можливі два види зустрічі: в аеропорту або на вокзалі (на далеких підступах), а також перед входом до готелю або у вестибюлі (на ближніх підступах).

Зустріч на далеких підступах дозволяє до прибуття в готель познайомитися з гостем, скласти або скорегувати програму обслуговування, розповісти про готель і послуги, що надаються. Про таку зустріч домовляються при бронюванні. У готелях високого класу гостей зустрічає швейцар, що вітає їх біля входу.

У невеликих готелях гість підходить до стійки служби прийому і розміщення, де його вітає адміністратор. Якщо клієнт приїжджає до готелю не перший раз, то бажано звернутися до нього по імені. Це справить на нього позитивне враження. Також у багатьох готелях адміністратор стоїть за стійкою, а не сидить. Цим він підкреслює свою повагу до гостя.

Процес реєстрації відрізняється в готелях різної категорії за часом і якістю обслуговування, але інформація про гостя скрізь однакова. У готелях, що мають автоматизовану систему, реєстрація проходить дуже швидко.

Розрізняють два типи клієнтів, що прибувають для реєстрації. Одні з них заздалегідь забронювали місця в готелі, інші – ні. Поселення в готель клієнтів по броні в автоматизованих готелях займає кілька хвилин. До речі в одному з японських готелів час від вітання до одержання ключа займає 45 с.

При попередньому замовленні дані про клієнта уже відомі із заявки на бронювання. Адміністратор уточнює номер заявки, вибирає необхідний модуль у комп'ютерній системі і здійснює реєстрацію. Від гостя потрібно лише підписати реєстраційну картку.

Процес реєстрації гостей без попереднього бронювання займає більше часу, іноді до 5 хв. Уданому випадку адміністратор враховує характер розміщення, необхідного гостю.

Крім того, у процесі спілкування з гостем потрібно обговорити такі питання, як вартість номера, терміни розміщення, порядок оплати. Під час цього обговорення працівник готелю має задати питання, що дозволять судити про платоспроможність гостя. Нормальним для більшості готелів є прохання до гостя показати його кредитну картку, що є свого роду гарантією його платоспроможності.

При цьому готель зобов'язаний укласти з гостем договір на надання послуг. Договір на надання послуг укладається при пред'явленні гостем паспорта, або іншого документа, що підтверджує його особу.

Якщо підтвердження на розміщення отримано, гість заповнює реєстраційну картку (анкету), що є договором між Виконавцем і Споживачем. В анкеті гість вказує адресу свого постійного місця проживання, адресу

організації, що оплачує проживання (якщо оплата здійснюється третьою особою), і вид платежу (готівка, кредитна картка або чек).

Варто дуже ретельно заповнювати анкету, оскільки дані про клієнта можуть бути використані для запрошення його знову відвідати готель під час відпустки, для участі в діловій зустрічі тощо. Неправильно записана адреса може зробити марним розсилання рекламних матеріалів або стати причиною інших неприємностей.

Анкета-документ, що дає право на заняття номера або місця в номері, тобто надає дозвіл на поселення, має бути заповнена в двох екземплярах (для касира і порт'є або чергового по поверху і в картотеку для контролю виїзду).

Неправильно заповнена реєстраційна картка (анкета) проживаючого робить неможливим повернення забутої в номері речі гостя. Крім того, правильно заповнена адреса гарантує одержання оплати, навіть якщо гість виїхав, не заплативши за надані послуги. Помилкова дата від'їзду в анкеті приводить до того, що номер може простояти непроданим добу, якщо гість виїжджає раніше. А у випадку, коли гість планував залишитися довше, номер може бути проданий ще раз. Неправильно записаний номер кредитної картки може призвести до несплати послуг, якщо гість виїхав, не заплативши готівкою.

Після того, як гість заповнив анкету, адміністратор звіряє дані анкети і паспорти гостя, вписує в анкету номер кімнати, у якій буде жити гість, дату та час прибуття і підписує її. Далі адміністратор виписує дозвіл на поселення.

Після оплати гість одержує 2-й екземпляр рахунку. При реєстрації гостеві виписується рахунок за проживання. Він містить у собі тариф номера (або місця), помножений на число днів, оплату бронювання, оплату додаткових послуг, що гість замовляє при реєстрації і різні готельні збори.

Адміністратор заповнює візитну картку (картку гостя) – документ на право входу в готель і одержання ключа від номера. Картка гостя завжди виписується в одному екземплярі і повинна містити такі дані: прізвище гостя, номер кімнати і термін проживання.

Візитна картка містить дані, куди підношувачі багажу повинні заносити речі гостей. Для ідентифікації багажу зручно користуватися талонами, на яких записане прізвище власника, а після реєстрації вписується номер кімнати. Такий талон видає швейцар або підношувач багажу при вході гостя в готель. У такий спосіб спрощується робота підношувачів багажу. Якщо талона немає, то гість вказує на свій багаж, показує дозвіл на поселення, де записаний номер кімнати, і підношувач відносить багаж до номера. У номері він показує гостеві, як користуватися обладнанням і інформує про правила безпеки.

2. Технологія бронювання місць і номерів у готелі

Бронювання – це попереднє замовлення місць і номерів у готелі. З цього процесу починається обслуговування гостей в готелі. Бронюванням номерів займаються менеджери відділу бронювання або служби прийому і розміщення. Саме до цих підрозділів надходять заявки на бронювання від клієнтів. Крім формального збору заявок, відділ бронювання має вивчати попит на готельні місця. Вивчаючи багаторічний досвід роботи готелю, з огляду на план заходів, що проходять в даному регіоні, прогнозуючи попит на місця та

аналізуючи завантаження номерів у минулі і поточний періоди, відділ бронювання разом зі службою маркетингу планує діяльність готелю.

Під час проведення масових заходів попит на готельні місця в кілька разів збільшується. Для готелів вигідно бронювати місця для заходів з великим числом учасників, тому що в цьому випадку попереднє замовлення здійснюється задовго до події і ризик його ануляції (тобто відмовлення від заздалегідь замовленого місця) невеликий.

Завантаження готелю залежить від сезону, ділової активності в даному регіоні, економічної і політичної ситуації. В часи і¹ політичної нестабільності інтерес туристів до даної місцевості і знижується через неможливість забезпечити безпеку перебування. У пік сезону готель може йти на подвійне бронювання.

Подвійне бронювання – це підтвердження майбутнього, надання місць у готелі одночасно двом клієнтам на ту саму дату. Йдучи на це, готель іде на ризик, оскільки можуть одночасно приїхати обидва клієнти. Цей ризик виправдовується тоді, коли він ретельно вираховується на основі багаторічного досвіду роботи готелю, на основі знання того, яку кількість в середньому складають анульовані заявки. Але якщо обидва клієнти приїхали в готель, то місце одержує той, хто приїхав раніше. Для розташування клієнта готель має зв'язок з фірмами, що здають в оренду житло, або з поруч розташованими готелями, куди можна переадресувати клієнта. Іноді відділ бронювання пересилає заявку на бронь в інший готель, що і підтверджує клієнтові, що йому буде надане місце, але в іншому готелі. У цьому випадку необхідно одержати згоду клієнта на зміну готелю.

І для готелю, і для гостя бажано, щоб номери були заброньовані заздалегідь, і чим раніше, тим краще. За правилами надання готельних послуг, готелі мають право укласти договір на бронювання місць, шляхом складання документа, підписаного двома сторонами, а також шляхом прийняття заявки на бронювання за допомогою поштового, телефонного та іншого зв'язку, що дозволяє достовірно встановити, що заявка виходить від споживача.

Якщо організація регулярно користується послугами готелю, то їй вигідніше укласти договір на певний термін. Тоді готель надає місця для проживання туристам, направленим цією організацією. Для організацій, що регулярно постачають клієнтів, готель встановлює знижки на оплату проживання і деякі послуги.

У договорі між готелем і такою організацією зазначається, в які терміни має бути подана заявка на розміщення туристів, коли і яким чином здійснюється сплата.

Є кілька способів забронювати номер або місце в готелі: письмовий, усний і через Інтернет.

Поштою або за допомогою факсу клієнт надсилає до готелю лист-заявку. Таку саму заявку можна оформити й у готелі у відділі бронювання. Робота із заявками вимагає великої уваги.

Кожна заявка на бронювання й ануляція замовлення повинні бути зареєстровані.

Якщо менеджери з бронювання не скасували вчасно замовлення, то номер може залишитися непроданим доти, поки не виявиться помилка. Лише заявка

на фірмовому бланку може служити підтвердженням на оплату замовленого номера.

На заявці організації, що бронює номер, обов'язково повинні бути наведені реквізити цієї організації (назва, адреса, телефон, факс, номер рахунку в банку).

У будь-якому випадку (заявка повинна містити такі відомості:

- кількість і категорії номерів;
- терміни проживання в готелі;
- прізвища приїжджаючих;
- форма оплати (безготівковий або готівковий розрахунок, реквізити організації, що оплачує).

Заявку реєструють і підтверджують, або відмовляють тим же чином, яким вона була отримана. При телефонному бронюванні дуже важливе уважне ставлення до клієнта, оскільки враження від цієї розмови визначить його відношення до готелю в цілому. Для клієнта важливо, як довго він буде чекати відповіді, оскільки за нормами слухавку мають зняти максимум через п'ять гудків.

Знімати трубку повинен співробітник, що володіє інформацією про завантаження готелю. У готелях, що приймають замовлення на номери по телефону, розроблені спеціальні бланки. У них необхідно лише робити відмітки в потрібних графах, а не записувати цілком заявку.

Такі самі бланки можуть бути й у спеціальному розділі комп'ютера відділу бронювання. При телефонному бронюванні потрібне підтвердження в письмовому вигляді.

Спосіб бронювання через мережу Інтернет відкриває широкі можливості для готелів і клієнтів. При бронюванні через мережу Інтернет замовлення місць може бути здійснене у готелі, розташованому в іншому місті або навіть у іншій країні. Перевагою автоматизованої мережі є те, що бронювання може бути переадресоване в будь-який інший готель певного ланцюга, що знаходиться в цьому місті.

Замовити місце в готелі через комп'ютерну мережу можна по телефону. Диспетчер по комп'ютерній мережі зв'язується з готелем і з'ясовує можливість бронювання. Цей спосіб не дуже зручний, оскільки потрібно багато часу для з'ясування умов бронювання і розміщення.

Є ще два варіанти бронювання за допомогою комп'ютера: готель має власну Інтернет-сторінку або є членом однієї із систем Інтернет-бронювання (Академсервіс, WEB International, Nota Bene тощо). Системи стають все більш популярними через дуже широкі пропонувані можливості при досить невеликих витратах. Ефективність цього способу залучення клієнтів тим вища, чим менший час відповіді на отримане замовлення. Швидкість відправлення підтвердження багато в чому залежить від ступеня автоматизації процесу обробки заявок, що надходять, і від чіткості взаємодії готелю й агента.

Грамотна організація обміну інформацією між двома цими ланками дозволяє скоротити час одержання клієнтом підтвердження до мінімуму (в ідеалі так званий on-line має займати не більше 7 секунд).

З'єднавши готельну АСУ і систему Інтернет-бронювання, готель і агент одержують можливість оперативного обміну інформацією про вільний номерний фонд, про пропонувані готелем категорії номерів і послуги, а також

про поточні тарифи, знижки, спеціальні програми для гостей тощо. Одержавши можливість як завгодно частого відновлення тарифів, готель у свою чергу зможе вести більш гнучку цінову політику й адекватно реагувати на попит.

У даній системі бронювання відбувається таким чином. Клієнт заходить на WEB-сайт системи Інтернет-бронювання і знайомиться з правилами бронювання. Далі він вибирає готель. Переконавшись в наявності вільних номерів, заповнивши необхідні інформаційні поля, він відправляє замовлення в систему електронною поштою.

Система автоматично обробляє замовлення (за винятком нестандартних випадків) і відправляє попереднє підтвердження з умовами внесення передоплати, а клієнт заноситься до листа очікування. Після одержання відповідних гарантій (передоплати, гарантійного листа тощо) від клієнта останній одержує від агента остаточне підтвердження броні. Копія остаточного підтвердження відправляється в готель. Тут бронь заноситься до графіку завантаження з наступною автоматичною зміною.

Якщо готель має свою власну сторінку, реакція на заявки, що надходять, є функцією служби резервування самого готелю.

Інтернет дає можливість, не виходячи з дому, без посередників отримати необхідну інформацію про готель, побачити, як оформлені номери.

При телефонному або комп'ютерному бронюванні існує небезпека раптового припинення резервування, і тоді клієнт, що не одержав підтвердження, може прибути для реєстрації і не одержати номер, оскільки може не виявитися вільних місць.

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

Відділ бронювання повинний постійно взаємодіяти зі службою прийому і розміщення, що подає інформацію про завантаження номерів у поточний час. Якщо ж звіт про завантаження складений неправильно, то менеджери можуть винести неправильне рішення, що стосується прогнозів завантаження. А коли номер залишається непроданим, це знижує доходи готелю.

Бронювання, підтверджене спеціальним повідомленням, що висилається готелем клієнтові, називається підтвердженням. Для одержання підтвердження про резервування потрібно якийсь час, щоб повідомлення про резервування надійшло до клієнта поштою або факсом. Звичайно в підтвердженні вказуються номер реєстрації заявки, дата передбачуваного прибуття і вибуття гостя, тип замовленого номера, число гостей, число ліжок, що вимагаються, а також будь-які вимоги гостя, що спеціально обумовлюються. Клієнт бере із собою в готель це підтвердження на випадок будь-яких непередбачених ситуацій. Але таке підтвердження не завжди є гарантією для клієнта, оскільки існує правило: якщо гість не приїхав до 18 години, бронь знімається в тому випадку, коли в цьому є необхідність для готелю.

Гарантоване бронювання – це бронювання зі спеціальним | підтвердженням готелю про те, що він гарантує клієнтові одержання їм замовленого номера. Таке підтвердження необхідне, якщо є ймовірність, що гість може прибути в готель із запізненням. На таких умовах номер залишається вільним до прибуття гостя. Зручність гарантованого резервування

полягає в тому, що гість намагатиметься анулювати замовлення, якщо побачить, що не зможе ним скористатися. При такому підтвердженні готель матиме точну картину наявності вільних номерів.

Іншою формою гарантованого бронювання може бути депозитна (авансова) оплата. У деяких ситуаціях (наприклад, у пік сезону відпусток) для того, щоб уникнути простою номерів через неявку очікуваного гостя, готель може попросити переказати авансом вартість проживання протягом одного дня або навіть усього терміну. Передоплата потрібна і при розміщенні туристської групи. Це теж спосіб боротьби з «неявками».

Відповідно до правил надання готельних послуг у випадку запізнення споживача з нього стягується, крім плати за бронювання, також плата за фактичний простій номера (місця в номері), але не більш ніж за добу. При запізненні більш ніж на добу бронь анулюється. У випадку відмови споживача сплатити бронь його розміщення в готелі здійснюється в порядку загальної черги.

Адміністрація готелю встановлює обумовлений розмір сплати за бронь. Звичайно з індивідуальних туристів беруть 50 % від тарифу номера або місця в номері. Для туристських груп передбачені знижки за бронювання, проживання і навіть деякі послуги. Обсяг знижки залежить від числа людей у групі, терміну проживання. У середньому за бронювання місць для туристської групи береться оплата в розмірі 25 – 35% від тарифу.

3. Технологія і організація обслуговування споживачів готельних послуг.

У готелях використовують два види розрахунків – готівковий і безготівковий (переведення грошей на рахунок готелю). У готелях високого класу як безготівковий розрахунок приймаються кредитні картки. Ними розплачуються індивідуальні туристи. У заявці на бронь вказується номер кредитної картки, назва платіжної системи і термін дії картки. Для розрахунків за допомогою пластикових карток у готелі повинне бути спеціальне обладнання: імпринтер або електронний термінал.

Існують також електронні ключі, що одночасно є і платіжним засобом у всіх торговельних точках готелю.

Кредитна картка – це пластикова картка або пластина, застосовувана клієнтом банку або іншої кредитно-фінансової установи в рамках установленого ліміту для запозичення готівки для покупки товарів і одержання послуг у кредит. На ній зазначені ім'я власника, зразок його підпису, привласнений йому номер і термін дії картки. Звичайно інформація про клієнта і номер його рахунку закодована на магнітному носії або у вигляді отворів, вибитих у певному порядку на пластині. При розрахунку за кредитною картою касир готелю перевіряє приналежність картки, а також наявність на рахунку необхідних коштів. Картки можуть бути дисконтними, тобто надавати суттєві знижки користувачам.

Для оплати за безготівковим розрахунком можуть використатися дорожні та іменні чеки.

Дорожні чеки виписуються на певну суму, тому клієнт вибирає послуги в готелі. Одержувач чека, тобто готель, повинний визначити лише дійсність чека,

тому що чекова компанія, що виписала дорожній чек, гарантує оплату по ньому, оскільки він уже оплачений клієнтом. Дорожній чек не може бути переданий іншій особі, але його можна обміняти на готівку в будь-якому банку.

Іменні чеки виписує гість на необхідну до оплати суму кожного разу, коли це необхідно. Для зарахування платежу за таким чеком на рахунок готелю потрібен певний час.

Слід зазначити, що за даними світових досліджень перше місце займає розрахунок за кредитними картами; на другому місці – розрахунок за чеками; на третьому – розрахунок готівкою.

У західних готелях розрахунок готівкою використовується дуже рідко: у випадку виробничої необхідності і на короткий час. В Україні на першому ж місці – саме розрахунок готівкою і переведення на розрахунковий рахунок готелю. Кредитні картки та чеки приймаються до оплати лише в готелях високого класу. Оплата готівкою рятує готель від неприємностей, якщо чек за якимись причинами не може бути оплачений банком. Система оплати на базі пластикових карток підвищує престиж готелю, наближає його до світових стандартів і тим самим сприяє залученню кредитоспроможних клієнтів.

Електронна замикаюча система практично витіснила механічні замки у готельних номерах. Централізована електронна замикаюча система управляється через головну контролюючу консоль в адміністраторській, котра з'єднана з дверима кожного номера. Ключ-картка, що видається гостю, є єдиним діючим ключем від номера.

Електронні замикаючі системи управляються як окремі одиниці. Кожні двері мають свій власний мікропроцесор, що містить заздалегідь установлену послідовність кодів. Головна консоль містить запис усіх кодів, що відповідають кожним дверям. При реєстрації черговий адміністратор кодує ключ-картку кодом відповідно до призначеного гостю номеру. Консоль і кожен мікропроцесор повинні відповідати кожному кодові в тій послідовності, що використовується.

Більшість електронних замикаючих систем забезпечують кілька чітких рівнів безпеки, паралельно з рівнями ключів у традиційних системах. Системи можуть включати різні інші безпечні та зручні для гостей якості, як, наприклад, такий сигнал «Прошу не турбувати». Одна з форм електронних замикаючих систем не вимагає ключів або карток зовсім; гості встановлюють на замикаючому механізмі шляхом програмування свій власний чотиризначний код.

Централізовані електронні замикаючі системи надають додаткову можливість забезпечити безпеку. Багато цих систем стежать за ключами або картками, що відкривають кожні двері по датах або за часом. Якщо готельний персонал знає цей аспект можливості системи, крадіжок персоналу можна уникнути, оскільки працівники, які здатні на крадіжку, знають, що введений запис може їх викрити. Ведення звіту й інші функції системи контролюються за допомогою ідентифікації оператора і паролем безпеки кодів.

Після стадії перебування клієнта у готелі йде оформлення розрахунків і виїзд із готелю. У день від'їзду клієнт одержує повний розрахунок, його просять оплатити заборгованість, повернути ключі від номера, перш ніж залишити готель.

Для оформлення розрахунків з гостями передбачені бланки суворої звітності. Це рахунок (форма №4г), що виписується касиром у трьох екземплярах (у випадку автоматизованої обробки даних – у двох екземплярах): перший видається гостеві; інший разом з «Касовим звітом» (форма №9-г) протягом доби здається в бухгалтерію, третій екземпляр залишається в касира і зберігається до виїзду гостя з готелю.

Існують ще бланки суворої звітності, що використовуються для взаєморозрахунків із клієнтом. Це квитанція за використання автостоянки готелю (форма № 10-г), що виписується на підставі техпаспорта автотранспортного засобу і документа, що засвідчує особистість гостя, при прийомі і видачі автотранспортних засобів. Вона виписується в двох екземплярах: перший екземпляр видається платникові, а другий – здається в бухгалтерію.

Крім того, існує ще один документ – це корінець квитанції на прийом речей до камери схову (форма №13-г). Він заповнюється комірником камери схову в двох екземплярах: один залишається в комірника, інший видається гостю, що здав речі до камери схову і пред'являється комірникові тоді, коли необхідно їх забрати.

Розрахунок оплати за бронювання номерів (місць) проживання за безготівковим розрахунком здійснюється заповненням бланка форми №8-г. Титульний лист форми спочатку заповнюється агентом з бронювання (адміністратором або портьє) і передається в бухгалтерію для передоплати.

Після того, як гроші надійшли на рахунок готелю від юридичних осіб, що подали заявку на бронь, бухгалтерія передає форму №8-г, яка у кінцевому підсумку підраховується після від'їзду гостя та є підставою для оплати рахунку за фактом виконання замовлення.

Агент служби прийому і розміщення після виписки клієнта переводить номер у статус вільного і повідомляє відділ покоївок про від'їзд клієнта. Покоївка прибирає номер і готує його для контролю і подальшого збуту.

Служба прийому і розміщення повинна виявляти оперативність у питаннях інформації про номери, що звільнилися, у точній і доцільній формі.

Файл, що містить інформацію про гостя – це набір особистих його реквізитів і відомості щодо фінансового стану. Наявність такої інформації дозволяє працівникам готелю краще зрозуміти свою клієнтуру і забезпечити міцну базу для стратегічного маркетингу.

Файли, що містять інформацію про клієнта, можуть отримати з анкет, реєстраційних карток або створені на основі комп'ютерних систем, що автоматично направляють відомості при вибутті клієнта до файлу даних про клієнта. Відповідний аналіз даних історії клієнта може забезпечити готель цінною конкурентноздатною інформацією на ринку готельних послуг.

Тема 7. Організація інтер'єру на підприємствах готельного господарства.

1. Архітектура та інтер'єр на підприємствах готельного господарства
2. Колір та освітлення в інтер'єрі готелів
3. Озеленення готелів

1. Архітектура та інтер'єр на підприємствах готельного господарства.

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

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

Звичайно різні приміщення готелів групують за функціональними ознаками, що дозволяє організувати між ними чіткі технологічні взаємозв'язки, що відповідають санітарно-гігієнічним і протипожежним вимогам та сприяють зручності експлуатації готелю, а також підвищують комфорт проживання в ньому. Складність організації правильного взаємозв'язку різних приміщень полягає ще й у тому, що проживаючі в готелі не повинні бачити повсякденну роботу складного комплексного організму, а повинні лише користуватися результатами цієї роботи.

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

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

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

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

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

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

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

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

7. Необхідно дотримуватися умови економічності процесу будівництва будинку.

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

Функціональне призначення готелів істотно впливає на їхнє розташування в планувальній структурі міста. Містобудівний аналіз розміщення готелів у планувальній структурі великих та найбільших міст дозволяє виділити кілька характерних прийомів їх розташування :

- у центрі міста;
- на територіях, що прилягають до центра;
- у центрі житлових районів і мікрорайонів;
- на межі міста;
- за межами міста.

Кращі сучасні готелі являють собою багатофункціональний комплекс, до якого включаються і власне готельний фонд, і зали (виставочні, банкетні, конференц-зали тощо), і численні харчові блоки. У силу цього, з огляду на зростаюче громадське значення готелів, останнім часом розвивається тенденція будувати нові готелі як-композиційні центри житлових районів і мікрорайонів. Це зокрема характерно для таких країн, як США, Німеччина, Італія, Швеція, Норвегія, Росія, Україна та ін.

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

У вітчизняній практиці ця тенденція набуває все більшого поширення, особливо в Криму і Західній Україні. Рельєф і природне оточення є основними компонентами для досягнення естетичної виразності готелю. Тому необхідно зберігати і підсилювати ландшафтні особливості ділянок за рахунок закріплен-

ня природних домінант – пагорбів, мисів, терас тощо. їх ні в якому разі не можна руйнувати.

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

При виборі ділянки варто також враховувати наявність міських інженерних комунікацій (водопровід, каналізація, електрокабель), можливість телефонізації і підключення до існуючих інженерних міських мереж, що значно знижує вартість будівництва готелю.

Функціональна організація будівлі будь-якого готелю насамперед залежить від його типу і місткості. Місткість готелів визначається числом постійних спальних місць. Диференціація готелів за місткістю в багатьох країнах світу різна. Наприклад, у Швейцарії та Австрії готелі, що мають менше 100 місць, вважаються малими; 100-200 місць – середніми; більше 200 місць – великими. У США готелі до 100 номерів вважаються малими, до 500 номерів – середніми, понад 500 – великими. Світовий готельний фонд розташований, в основному, у малих і середніх готелях.

Для функціональної організації готелю істотне значення має також число входів у будинок. Готелі великої місткості й високого рівня комфорту звичайно мають не менше 3-4 входів. Готелі малої місткості нерідко обмежуються двома входами (головним і до службово-побутового приміщення), а також вантажно-розвантажувальним майданчиком на господарському подвір'ї.

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

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

Інтер'єр готелів – це організація внутрішнього простору будівлі, що являє собою зорво обмежене, штучно створене середовище, яке забезпечує нормальні умови життєдіяльності людини. Це складне, багатопланове явище, яке здатне справляти величезний естетичний психофізіологічний вплив на людину.

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

Екологічний комфорт створюється оптимальним для організму людини поєднанням температури, вологості, швидкості руху повітря і впливу променистого тепла. Наприклад, у стані спокою або при виконанні легкої

фізичної роботи температура взимку не повинна перевищувати 18-22, а влітку 23-25°C; швидкість руху повітря взимку повинна складати 0,15, а влітку 0,2-0,4 м/с; відносна вологість – 40-60% .

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Першочергова задача – проектування композиції простору. Це означає таку побудову інтер'єру приміщення, при якій окремі елементи сприймаються у певній системі (стильовій єдності). На сьогодні найбільш поширені три прийоми художньо-просторової організації інтер'єрів готелів – стиль «ретро», сучасний і змішаний.

Інтер'єр у стилі «ретро» створюється стереотипними елементами минулих століть (ампір, бароко, рококо тощо). Сучасний інтер'єр в організації простору відбиває строгість, простоту, логічність і лаконічність форм, їхню функціональну виправданість. Інтер'єр, вирішений у змішаному стилі, містить елементи двох попередніх прийомів композиції простору. Велике декоративне значення в інтер'єрі готелів мають завіси, гобелени, килими, оббивка меблів. Вони багато в чому визначають колірне вирішення та емоційне фарбування приміщень.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2. Колір та освітлення в інтер'єрі готелів

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

Колір є активним засобом архітектури інтер'єру. Поєднання яскравості і кольору формують пластику інтер'єру, а також його просторову композицію.

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

Звичайно, врахувати вплив усіх цих факторів на колірне вирішення інтер'єру неможливо. Однак деякі характерні риси готелів дозволяють визначити основні вимоги до колірного вирішення їх інтер'єру. Так, наприклад, номери характеризуються невеликими розмірами і великою насиченістю меблями та устаткуванням. У плані номери можуть бути квадратними і подовженими. Для них необхідно вибирати таку кольорову гаму, при якій вони справляли б враження просторих.

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

Залежно від архітектурного задуму інтер'єру колір має підкреслити, виявити одні елементи, а інші, навпаки, замаскувати, полегшити зорово або підсилити ту чи іншу деталь конструкції приміщення, видозмінити пропорції окремих деталей або приміщень.

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

До категорії приміщень, призначених для тривалого перебування гостей, відносяться номери; для короткочасного – приміщення вестибюльної групи і групи зв'язку. За призначенням приміщення поділяються на такі групи: приймальні приміщення – вестибюль, операційний хол, бюро оформлення; приміщення для відпочинку – холи; прохідні приміщення – сходи, ліфтові холи, коридори; житлові приміщення – номери. Кожній групі приміщень необхідно дати чітку колірну характеристику, що відповідає їхньому призначенню.

Важливе значення має колір як засіб орієнтування гостей. З цією метою різним приміщенням і навіть поверхам варто надавати різного кольору. Так, зовсім не схожі один на одного майданчики поверхів легко запам'ятовуватимуться. Використання кольору як засобу орієнтування гостей особливо необхідне у великих готелях, у яких можна легко порушити експлуатаційний режим, внести неспокій і безладдя. Кольором можна виділити місце чергового адміністратора, ліфти і сходи; різну колірну характеристику можуть мати коридори і холи різних типових поверхів.

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

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

Колір:

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

Критеріями оцінки колірного вирішення інтер'єру готелів з цих позицій є різні властивості кольору і характер його впливу на людину. Відомо, що червоні, жовтогарячі, жовті кольори створюють відчуття тепла; блакитний і фіолетовий – холоду. Світлі кольори більш веселі, темні більш сумні. Теплі кольори збуджують, холодні заспокоюють. За ступенем збудливого впливу на людей кольори розташовуються в тому ж порядку, у якому вони розташовані в спектрі, – інтенсивність зорової чутливості змінюється залежно від частоти хвилі. Спостерігається перехід стану людини від спокою при фіолетовому кольорі до збудження при червоному. Зелений, що знаходиться в середині спектра, – колір фізичної рівноваги. У загальному вигляді дані про психологічний вплив кольору зводяться до такого: червоний колір має стимулюючий вплив і викликає підвищені емоційні реакції, блакитний – холодний колір, діє заспокійливо; зелений – освіжаючий колір, заспокоює, зменшує занадто яскраве сонячне освітлення, бурий колір заспокоює, але викликає депресію, коли він вживається один. Його треба вживати з жовтим або жовтогарячим; жовтогарячий колір викликає радість; фіолетовий – сум; чорний, якщо він вживається один, гнітить; білий – холодний колір.

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

1) При вирішенні просторової композиції інтер'єру велике значення мають явища виступання та відступання кольорів.

Виступання або відступання кольору залежить від його тону. Теплі кольори (особливо червоний) виступають уперед, а холодні (особливо синій) відступають назад. Це явище досить сильно залежить і від освітленості кольору. Світлі кольори є виступаючими, темні – відступаючими.

Таким чином, явище виступу-відступу кольорів має важливе значення як засіб зорової зміни пропорцій і розмірів приміщень.

2) Об'єднуюча і розчленовуюча властивість кольорів. Велике практичне використання в оформленні номерів має об'єднуюча властивість кольору, суть якої в тому, що для зорового об'єднання декількох плям на площині остання має бути пофарбована в той самий колір, у який пофарбовані плями, або у більш насичений і темний. Якщо, наприклад, стіну, біля якої стоять меблі або висить дзеркало, бра та ін., пофарбувати, скажімо, у жовтогарячий колір, то вона стане композиційним центром, і всі предмети зорово об'єднуються з нею. Інтер'єр номера стане більш організованим і лаконічнішим.

При фарбуванні предметів у різні кольори виникає ілюзія їхнього розчленування, особливо при фарбуванні у кольори, що сильно відрізняються один від одного за інтенсивністю світла. Менше враження розчленування може бути при фарбуванні у кольори, що є різними за тоном і насиченістю. Розчленовуючу властивість кольору можна використовувати при фарбуванні довгих коридорів готелів. Окремі ділянки коридорів, пофарбовані у різні кольори, створюють відчуття укороченості довжини коридору.

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

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

5) У сприйнятті інтер'єру велике значення має розташування колірних плям відповідно до поняття «важкі» і «легкі» кольори. Психологи шляхом експериментальних досліджень встановили, що важкість кольору залежить

головним чином від інтенсивності його світла: чим темніший колір, тим він більш важкий. Це правило стосується усіх кольорів: і ахроматичних, і хроматичних, і кольорів того самого тону, й різних кольірних тонів. Важкість кольору залежить також і від його насиченості; з кольорів того самого кольірного тону та однакової світлової інтенсивності більш насичені здаються більш легкими.

Нарешті, важкість кольору певною мірою залежить і від фактури матеріалу: колір матеріалу з грубою фактурою за інших рівних умов більш важкий, ніж колір матеріалу з гладкою поверхнею.

У готелях використовується великий асортимент оздоблювальних матеріалів, різних за кольором і фактурою їхньої поверхні. Тому при вирішенні інтер'єру варто вибирати матеріали з урахуванням «важкості» і «легкості» їхнього кольору.

Враження від інтер'єру складається не лише від окремих кольорів, але також і від їхніх поєднань. Різні поєднання кольорів по-різному впливають на спостерігача: одні сприймаються легко, інші викликають почуття напруження і важкості.

Розрізняють три групи поєднань залежно від розміру інтервалу між кольорами в кольірному колі: малі і великі інтервали в більшості випадків є легкими, а середні – важкими поєднаннями.

При виборі кольірної гами інтер'єру готелів варто орієнтуватися на використання легких поєднань.

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

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

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

Суть явища послідовного кольірового контрасту зводиться до того, що якщо протягом деякого часу затримати погляд на якому-небудь кольіровому предметі, а потім відвести убік, то створюється враження, що очі бачать цей самий предмет, але пофарбований у менш інтенсивний додатковий колір. Те ж саме відбудеться, якщо з пофарбованого, скажемо, у червоний колір приміщення перейти до приміщення, що пофарбоване у білий або сірий колір; колір останнього здаватиметься ледь зеленуватим. Якщо ж приміщення буде пофарбоване в зелений колір, то його пофарбування буде здаватися ще більш насиченим.

При виборі фарб для готелів, де гостеві доводиться проходити ряд приміщень, послідовний колірний контраст можна використовувати для посилення декоративності інтер'єру.

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

Основні рекомендації щодо кольорового вирішення інтер'єру готелів:

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

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

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

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

Необхідно враховувати залежність кольорового вирішення від призначення приміщення і часу впливу даного колірної середовища на людину. Відповідно до цього до колірної вирішення приміщень готелів висувають такі вимоги:

1. У номерах повинні переважати спокійні кольори нейтральних тонів, що забезпечить умови для відпочинку і роботи. Кольорові акценти тут застосовуються обмежено.

2. У вестибюлі доцільно використовувати кольори середньохвильової частини спектра (жовті, блакитні, зелені) середньої насиченості, з великим коефіцієнтом відбиття. Кольорові акценти повинні бути розміщені таким чином, щоб під час роботи вони не потрапляли в поле зору обслуговуючого персоналу.

3. У прохідних приміщеннях (сходи, коридори) можна застосовувати будь-які кольори. Стіни і стеля повинні бути світлими з великим коефіцієнтом відбиття.

4. У холах не слід застосовувати яскраві кольори і різкі контрасти. Тут повинні переважати кольори нейтральних і мало насичених тонів.

5. Колір доцільно застосовувати для орієнтування гостей. З цією метою біля чергового адміністратора, в ліфтових холах і біля сходів варто використовувати «помітні» кольори, що привертають увагу приїжджаючих. Коридори різних поверхів рекомендується фарбувати у кольори, контрастні за яскравістю або колірним тоном. Хроматичні контрасти варто будувати на використанні насичених кольорів.

Важливим елементом інтер'єру є світло і освітлення. Штучне освітлення в приміщеннях готелів виконує утилітарну й естетичну функції.

Утилітарна функція визначається гігієнічними нормами, що забезпечують нормальну зорову працездатність людини.

Естетична функція визначається архітектурно-художніми вимогами. Штучне освітлення виявляє і підкреслює внутрішній простір і тектонічну систему, масштабність інтер'єру, забезпечує єдність стилістичного вирішення за допомогою форм світильників і їхнього світлорозподілу.

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

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

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

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

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

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

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

Крім власне освітлення, світло може виконувати також композиційні завдання. За допомогою освітлення можна зонувати приміщення. Це може бути досягнуто різним шляхом. Наприклад, для цієї мети може бути використана

комбінована система освітлення. Тут загальне освітлення здійснюється вбудованими крапковими світильниками, місцеве – підвісними світильниками. Прийнятий ритм вбудованих крапкових світильників («зоряне небо») сприяє композиційному об'єднанню вестибюля, холу, фойє. Світильники місцевого освітлення використовуються як засіб локалізації окремих зон.

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

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

Для підсвічування елементів декоративного оздоблення інтер'єру доцільно використовувати загальне освітлення приміщення або зони. Спеціальне (локальне) освітлення декоративних елементів доцільне лише в тому разі, якщо воно є органічною частиною композиції декоративного оздоблення інтер'єру.

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

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

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

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

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

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

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

Таким чином, у різних приміщеннях вестибюльної групи повинні бути передбачені різна освітленість і насиченість світлом простору. Тому найбільш доцільною вважається локалізована система освітлення, ефективна не лише з погляду архітектурно-художнього, але і з експлуатаційних розумінь.

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

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

2) Декоративні світильники, що можуть відігравати значну роль в архітектурному вирішенні інтер'єру. До декоративних світильників відносяться торшери, настільні і настінні світильники, підвіси з декоративними розсіювачами і затінювачами.

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

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

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

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

3. Озеленення готелів

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

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

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

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.

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

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

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

Тема 1. Тенденції та ознаки еволюції готельного господарства	3
1. Історія готельної справи. Історія найдавніших готелів	3
2. Готельна справа у період від середніх віків до XIX століття	6
3. Розвиток готельної справи в XIX-XX століттях	9
Тема 2. Типізація підприємств готельного господарства	14
1. Сучасні міжнародні готельні ланцюги	14
2. Характеристика основних типів підприємств готельного господарства	15
3. Основи гостинності у готельній справі	29
Тема 3. Організаційна структура готелю	32
1. Типи організаційних структур готелів	32
2. Система управління готелем	33
3. Функції підрозділів готелю	35
Тема 4. Технологія та особливості обслуговування клієнтів у готелі	40
1. Поняття обслуговування в готелі. Правила поведінки персоналу готелів	40
2. Технологія обслуговування клієнтів у готелі. Функції та обов'язки працівників готелю щодо надання послуг клієнтам	41
3. Види послуг, що надаються клієнтам в готелях	46
Тема 5. Технологія прибиральних робіт на підприємствах готельного господарства	48
1. Технологія прибиральних робіт у житлових групах приміщень та приміщеннях загального користування	48
2. Підготовка покоївки до роботи. Нормативи проведення прибиральних заходів	51
3. Організація білизняного господарства	52
Тема 6. Технологія бронювання та розміщення клієнтів у готелі	54
1. Технологія прийому та розміщення клієнтів у готелі	54
2. Технологія бронювання місць і номерів у готелі	56
3. Технологія і організація обслуговування споживачів готельних послуг	60
Тема 7. Організація інтер'єру на підприємствах готельного господарства	63
1. Архітектура та інтер'єр на підприємствах готельного господарства ..	63
2. Колір та освітлення в інтер'єрі готелів	68
3. Озеленення готелів	75

Організація готельного господарства [Текст]: Конспект лекцій для студентів освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форм навчання / уклад. Л.М. Поліщук. – Луцьк: Луцький НТУ, 2019з. – 80 с.

Комп'ютерний набір

Л.М. Поліщук

Редактор:

Л.М. Поліщук

Підп. до друку 2016. Формат 60x84/16. Папір офс.
Гарн.Таймс. Ум. друк. арк. 3,0. Обл.-вид. арк. 2,5
Тираж прим. Зам.

Редакційно-видавничий відділ
Луцького національного технічного університету
43018, м. Луцьк, вул. Львівська, 75
Друк – РВВ Луцького НТУ