

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

ЛЕВИЦЬКА І. В., КОРЖ Н. В., ОНИЩУК Н. В.

ГОТЕЛЬНА СПРАВА

Навчальний посібник

Вінниця– 2015

УДК 640.43
ББК У 49
Л 36

Рекомендована до друку рішенням Вченої ради Житомирського державного технологічного університету (протокол №3 від 02.11.2015 року)

Рецензенти:

МОСТЕНСЬКА І. Л. – доктор економічних наук, професор, проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків Національного університету харчових технологій

БОЙКО М.Г. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу Київського національного торговельно-економічного університету

ВАЛІНКЕВИЧ Н.В. – кандидат економічних наук, професор кафедри економіки підприємства Житомирського державного технологічного університету

Корж Н.В.

Лзб Готельна справа: Навчальний посібник / І. В. Левицька, Н. В. Онищук – К.:Київ.нац.торг.-екон.ун-т,. Вінниця, ПП «ТД«Едельвейс і К» 2015. – 580 с.

ISBN 978-966-2462-99-9

У навчальному посібнику систематизовано виклад організаційних, управлінських та технологічних засад вивчення готельної справи як навчальної дисципліни теоретико-методологічного та прикладного спрямування. Послідовно розкрито питання еволюції сфери гостинності, проаналізовано проблему типології та класифікації готелів, висвітлені концептуальні та планувальні рішення до сучасних будівель готелю, наукові підходи та способи функціональної організації приміщень; розкрито основи сервісної діяльності, структуровані технологічні процеси надання основних та додаткових послуг в готелях; показані особливості організації продовольчого та матеріально-технічного постачання в готелі та вимоги до облаштування готелю інженерно-технічними засобами; розкрито сучасні механізми управління безпекою в готелі. Завершується вивчення курсу ознайомленням з системою управління операційною діяльністю, до якої віднесено механізм формування та планування експлуатаційною діяльністю, сучасні методи ціноутворення готельних послуг, організацію співпраці підприємств готельного господарства з туроператорами; управління персоналом.

Навчальний матеріал, який викладений у посібнику сприятиме формуванню теоретичних, професійних знань і практичних навичок необхідних для виконання організаційно-управлінської та сервісної діяльності в готелях та туристичних комплексах.

ЗМІСТ

	Стор
ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1 РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	
<i>1.1.Історія розвитку світового готельного господарства</i>	
1.1.1. Сутність індустрії гостинності та її ретроспективний аналіз.	13
1.1.2. Виникнення перших закладів гостинності (стародавній світ II тис. до н.е. – V ст.).	15
1.1.3. Початок формування спеціалізованих закладів розміщення (епоха середньовіччя).	18
1.1.4. Розвиток готельної справи в XVI – XX ст.	20
1.1.5. Сучасний розвиток готельного господарства.	23
1.1.6. Процеси концентрації і кооперації в готельному бізнесі.	30
1.1.7.Провідники готельного бізнесу як синонім елегантності та вишуканості в індустрії гостинності.	32
<i>Питання для самоконтролю</i>	39
<i>Тести</i>	40
<i>1.2.Історія розвитку готельного господарства України</i>	
1.2.1. Періодизація та особливості розвитку готельного господарства України.	41 50
1.2.2. Готельне господарство України на сучасному етапі.	57
<i>Питання для самоконтролю</i>	58
<i>Тести</i>	
<i>1.3.Організаційно–правові основи діяльності підприємств готельного господарства</i>	
1.3.1. Державне регулювання підприємств готельного господарства в Україні.	59 67
1.3.2. Характеристика основних стандартів які регулюють діяльність суб'єктів готельного бізнесу.	71
1.3.3. Основні положення сертифікації послуг в індустрії гостинності.	77
<i>Питання для самоконтролю</i>	78
<i>Тести</i>	79
<i>Практичні завдання</i>	
<i>1.4.Класифікація та типізація готелів й інших засобів розміщення готельного типу</i>	
1.4.1.Сутність класифікації та її основних критеріїв.	80
1.4.2.Сучасна класифікація готелів світу.	83
1.4.3.Особливості класифікації готелів різних країн в залежності від комфортабельності.	89

1.4.4.Класифікація готелів та аналогічних засобів розміщення України.	97
1.4.5. Типи готелів за функціональним призначенням.	109
Питання для самоконтролю	121
Тести	121
Практичні завдання	122

РОЗДІЛ 2 ПЛАНУВАЛЬНІ РІШЕННЯ ДО БУДІВЛІ ТА ПРИМІЩЕНЬ ГОТЕЛЮ

2.1.Архітектура та інтер'єр у готельному господарстві

2.1.1.Вимоги до ділянки під будівництво готелю.	124
2.1.2. Роль архітектури в формуванні іміджу готелів та їх сучасні форми	126
2.1.3. Концептуальні планувальні рішення готелів.	134
2.1.4. Сутність інтер'єру та особливості його застосування в приміщеннях готелю.	138
Питання для самоконтролю	147
Тести	147

2.2.Функціональна організація приміщень підприємства готельного господарства

2.2.1.Основи функціональної організації будівель готелів.	150
2.2.2.Схеми функціональної організації готелів різних типів.	152
2.2.3.Склад приміщень готелю та основні вимоги до їх планувальних рішень.	155
Питання для самоконтролю	157
Тести	157
Практичні завдання	159

2.3.Організація нежитлових груп приміщень

2.3.1.Організація приміщень вестибюльної групи.	160
2.3.2. Організація приміщень побутового обслуговування і торгівлі.	169
2.3.3. Організація службових, господарських та виробничих приміщень .	170
2.3.4. Організація приміщень культурно-дозвілєвого обслуговування.	181
2.3.5. Організація приміщень фізкультурно-оздоровчого призначення.	183
Питання для самоконтролю	186
Тести	186
Практичні завдання	188

2.4.Організація приміщень житлової групи

2.4.1.Організація приміщень житлової групи.	189
2.4.2. Вимоги до оснащення номерів.	192
2.4.3.Характеристика типів номерів та основні вимоги до організації номерного фонду.	195
Питання для самоконтролю	200
Тести	201

РОЗДІЛ 3 ОРГАНІЗАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

3.1. Теоретичні основи сервісної діяльності

3.1.1. Сервісна діяльність як основа продуктивної активності готелю.	203
3.1.2. Сутність та особливості готельних послуг.	207
3.1.3. Характеристика основних моделей гостинності.	209
3.1.4. Поняття технології гостинності. Моделі сервісного процесу.	212
Питання для самоконтролю	220
Тести	221
Практичні завдання	222

3.2. Організація роботи служби прийому і розміщення

3.2.1. Сутність та структура служби прийому і розміщення.	223
3.2.2. Функції і завдання служби прийому і розміщення.	228
3.2.3. Технологія прийому та реєстрації в готелі.	230
Питання для самоконтролю	242
Тести	243
Практичні завдання	245

3.3. Організація та технологія бронювання послуг

3.3.1. Функції і завдання відділу бронювання в готелі.	246
3.3.2. Типи резервування (бронювання).	248
3.3.3. Технологія бронювання.	251
Питання для самоконтролю	253
Тести	253
Практичні завдання	254

3.4. Організація роботи служби експлуатації номерного фонду та обслуговування

3.4.1. Сутність та структура служби експлуатації номерного фонду та обслуговування.	256
3.4.2. Підготовка покоївки до роботи.	267
3.4.3. Технологія прибиральних робіт приміщеннях житлової групи.	271
3.4.4. Технологія прибиральних робіт громадських приміщень та території.	279
3.4.5. Організація обслуговування VIP гостей.	283
3.4.6. Організація роботи білизняного господарства.	289
Питання для самоконтролю	292
Тести	293
Практичні завдання	295

3.5. Організація та технологія обслуговування в закладах ресторанного господарств при готелях

3.5.1. Характеристика основних типів підприємств ресторанного	
---	--

господарства при готелях.	296
3.5.2. Умови, системи та методи харчування в готелях.	300
3.5.3. Організація сніданків в готелі.	303
3.5.4. Організація шведського столу в ресторані при готелі.	306
3.5.5. Особливості обслуговування в номерах готелю.	309
3.5.6. Організація інших видів обслуговування.	314
Питання для самоконтролю	318
Практичні завдання	319

3.6. Організація та технологія надання додаткових послуг в готелі

3.6.1. Сутність та класифікація додаткових послуг в готелі.	320
3.6.2. Особливості надання транспортних послуг та бронювання квитків в готелі.	322
3.6.3. Організація побутового обслуговування в готелі.	325
Питання для самоконтролю	326
Тести	326

3.7. Анімаційні послуги в готелях

3.7.1. Сутність готельної анімації, її риси, функції.	327
3.7.2. Технологія анімаційного процесу.	331
3.7.3. Проектування анімаційних програм.	333
Питання для самоконтролю	341
Тести	341

РОЗДІЛ 4 ОРГАНІЗАЦІЯ ПОСТАЧАННЯ ТА ТЕХНІЧНОГО ОСНАЩЕННЯ ГОТЕЛЮ

4.1. Організація продовольчого і матеріально-технічного постачання в готельному господарстві

4.1.1. Загальні основи продовольчого і матеріально-технічного постачання в готельному господарстві.	343
4.1.2. Організація прийомки продовольчих та матеріально-технічних ресурсів.	349
4.1.3. Планування продовольчих матеріально-технічних ресурсів та їх запасів в готелі.	351
4.1.4. Шляхи економії та раціонального використання матеріальних ресурсів у готельному господарстві.	363
4.1.5. Організація складського і тарного господарства.	364
Питання для самоконтролю	366
Приклади розв'язку типових задач	367

4.2. Організація санітарно-технічного та інженерно-технічного обслуговування в готельному господарстві

4.2.1. Організація експлуатації готельного фонду.	373
4.2.2. Інженерно-технічне устаткування підприємств готельного господарства.	377

4.2.3. Організація роботи обслуговуючих господарств.	396
Питання для самоконтролю	398
Тести	399
Приклади розв'язку типових задач	400

4.3. Сучасні інформаційні технології в готельному бізнесі

4.3.1. Суть, значення та види інформаційних технологій в готельному бізнесі.	403
4.3.2. Сучасні інформаційні технології і автоматизовані системи управління готелями.	406
4.3.3. Інформаційний центр та інформаційні потоки в готелі.	411
Питання для самоконтролю	414
Тести	414

4.4. Управління безпекою готелю

4.4.1. Сутність і значення безпеки готелю.	415
4.4.2. Характеристика можливих загроз, що можуть виникнути в готелі.	416
4.4.3. Тактико-організаційні заходи забезпечення умов безпеки в готелі.	418
4.4.4. Комплекс технічних засобів безпеки в готелі.	418
Питання для самоконтролю	425
Тести	425

РОЗДІЛ 5 УПРАВЛІННЯ ОПЕРАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ГОТЕЛЮ

5.1. Експлуатаційна діяльність готелю

5.1.1. Сутність та показники експлуатаційної діяльності готелю.	427
5.1.2. Методика планування експлуатаційної програми.	431
5.1.3. Планування доходів від експлуатаційної діяльності.	433
5.1.4. Планування доходів від додаткових послуг.	435
5.1.5. Розробка плану підвищення якості експлуатаційної діяльності готелю.	440
Питання для самоконтролю	442
Тести	443
Приклади розв'язку типових задач	444

5.2. Ціноутворення в готельному бізнесі

5.2.1. Особливості ціноутворення в готелях.	447
5.2.2. Методи формування цін в готелях.	452
5.2.3. Структура вартості послуг розміщення.	456
5.2.4. Практика використання цінових знижок та спеціальних тарифів в Україні та за кордоном.	463
Питання для самоконтролю	466
Приклади розв'язку типових задач	467

5.3. Організація співпраці готелю з тур фірмами	
5.3.1. Основи ефективної співпраці між готелем та туроператором.	476
5.3.2. Схеми співпраці ґруновані на ризику.	478
5.3.3. Безризикові схеми співпраці між готелем і туроператором.	483
Питання для самоконтролю	484
Тести	484
Практичні завдання	485
5.4. Управління персоналом в підприємствах готельного господарства	
5.4.1. Вимоги до обслуговуючого персоналу готелів.	487
5.4.2. Особливості роботи у сфері сучасного готельного бізнесу.	490
5.4.3. Планування чисельності обслуговуючого персоналу.	493
5.4.4. Планування кар'єри в готельному бізнесі.	501
5.4.5. Професійна етика персоналу готелю.	505
Питання для самоконтролю	508
Тести	508
Практичні завдання	509
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	515
ДОДАТКИ	

ВСТУП

На сучасному етапі розвитку сфери обслуговування значно зріс інтерес до готельного господарства, оскільки воно перебуває в стані підйому. Це, в свою чергу, вимагає від вищих навчальних закладів, які здійснюють підготовку спеціалістів цієї сфери, якісної та ефективної підготовки здобувачів вищої освіти.

Вивчення та засвоєння дисципліни «Готельна справа» підкріплено наявністю значної кількості літератури (Волков Ю. Ф., Кабушкін Н. І., Байлик С. І., Бойко М. Г., Ляпіна І. Ю., Мальська М. П. та інші), в якій належним чином висвітлюються теоретичні положення та практичні аспекти готельного господарства. Проте ці видання були опубліковані або достатньо давно та містять дані, які вже втратили свою актуальність з плином часу, або їх структура не висвітлювала всіх питань програми курсу, що ускладнює вивчення дисципліни.

Готельне господарство – це сфера обслуговування, яка швидко змінюється, модернізується та не стоїть на місці. В основу вивчення курсу покладено принцип бачення умов організації конкретної готельної послуги та рівня розвитку всієї інфраструктури готельного господарства.

Метою вивчення курсу «Готельна справа» є формування системи знань та вмінь з ведення готельної справи, зокрема, технологічного процесу обслуговування споживачів у готелях, організації готельного сервісу та експлуатаційної діяльності.

Навчальний посібник «Готельна справа» побудовано відповідно до змісту навчальної програми з курсу, який викладається у Вінницькому торговельно-економічному інституті КНТЕУ та розрахований на 360 год, з яких 94 год. лекцій, 52 год. практичних занять. Структура посібника розрахована на 3 семестри та містить матеріал відповідно до годин, що плануються на його вивчення в кожному з семестрів.

Серед основних питань, розглянутих у першому розділі, автори досліджували історію розвитку готельного господарства України і світу; нормативно-правове регулювання готельної індустрії; фактори типізації та сучасні класифікації засобів розміщення. Другий розділ присвячений основам архітектурно-планувальної організації підприємств готельного господарства. Зокрема, розглянуто організацію планування приміщень готелю, особливості та засоби формування інтер'єру приміщень сучасних готельних підприємств. У третьому розділі детально досліджується організація та технологія обслуговування на підприємствах готельного господарства, розкриті особливості сервісу, організації основних служб готелю, специфіка надання основних та додаткових послуг, технологічні

особливості та інноваційні тенденції в організації процесу обслуговування споживачів готельних послуг. У четвертому розділі наведені особливості організації та експлуатації допоміжних господарств та вимоги до їх технічного оснащення й питань безпеки; вказані особливості визначення ресурсного потенціалу підприємств готельного господарства, специфіка співпраці готелів та туроператорів.

Тематичний план дисципліни
«Готельна справа»
для студентів напряму підготовки 6.140101
«Готельно-ресторанна справа» денної форми навчання

Назва теми	Кількість годин				Форми контролю
	Усього годин/кредитів	з них:			
		лекції	практичні	СРС	
2 курс , 1-й семестр					
<i>Розділ 1 «Розвиток готельного господарства»</i>					
Тема 1.1. Історія розвитку світового готельного господарства	17	4	2	11	УО, Т
Тема 1.2. Історія розвитку готельного господарства України	16	2	2	12	КТ
Тема 1.3.Нормативно-правове регулювання діяльності підприємств готельного господарства України	16	4	2	10	УО, НДЗ
Тема 1.4. Класифікація та типізація готелів й інших засобів розміщення готельного типу	16	4	2	10	УО, Т
<i>Розділ 2 «Планувальні рішення до будівлі та приміщень готелю»</i>					
Тема 2.1. Архітектура та інтер'єр у готелі	16	4	2	10	КТ
Тема 2.2. Функціональна організація приміщень підприємства готелю	14	2		12	УО
Тема 2.3.Організація приміщень нежитлової групи	20	6	2	12	КТ
Тема 2.4.Організація приміщень житлової групи	18	4	2	12	НДЗ
<i>Разом за семестр</i>	<i>135/4,5</i>	<i>32</i>	<i>14</i>	<i>89</i>	Екзамен
2 курс, 2-й семестр					
<i>Розділ 3. Організація технологічних процесів в готелі</i>					
Тема 3.1. Теоретичні основи сервісної діяльності	14	4	2	8	УО, Т
Тема 3.2. Організація роботи служби прийому і розміщення	14	4	2	8	КТ
Тема 3.3. Організація та технологія бронювання послуг	10	2	2	6	УО, НДЗ
Тема 3.4.Організація роботи служби експлуатації номерного фонду та	18	8	2	8	УО, Т

обслуговування					
Тема 3.5. Організація та технологія обслуговування в закладах ресторанного господарств при готелях	12	4	2	6	УО, Т
Тема 3.6. Організація та технологія надання додаткових послуг в готелі	12	4	2	6	УО, НДЗ
Тема 3.7. Анімаційні послуги в готелях	12	4	2	6	УО, Т
<i>Разом за семестр</i>	<i>90/3</i>	<i>30</i>	<i>12</i>	<i>48</i>	Екзамен
3 курс, 1-й семестр					
<i>Розділ 4. Організація постачання та технічного оснащення готелю</i>					
Тема 4.1. Організація продовольчого і матеріально-технічного постачання в готелі	20	6	4	10	УО, Т
Тема 4.2. Організація санітарно-технічного та інженерно-технічного обслуговування в готелі	22	6	6	10	КТ
Тема 4.3. Сучасні інформаційні технології в готелях	18	2	2	14	УО, НДЗ
Тема 4.4. Управління безпекою готелю	18	4	4	10	УО, Т
<i>Розділ 5. Операційна діяльність готелю</i>					
Тема 5.1. Експлуатаційна діяльність готелю	20	4	4	12	УО, Т
Тема 5.2. Ціноутворення в готельному бізнесі	14	2	2	10	КТ
Тема 5.3. Організація співпраці готелю з турфірмами	17	4	2	11	УО, НДЗ
Тема 5.4. Управління персоналом в готелі	16	4	2	10	УО, Т
<i>Разом за семестр</i>	<i>135/4,5</i>	<i>32</i>	<i>26</i>	<i>77</i>	Екзамен
РАЗОМ ЗА КУРС	360/12	94	52	214	

УО- усне опитування; КТ- комп'ютерне тестування;
Т – тестування; НДЗ- науково-дослідне завдання

РОЗДІЛ І

РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

ТЕМА 1.1. ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

План

- 1.1.1. Сутність індустрії гостинності та її ретроспективний аналіз
- 1.1.2. Виникнення перших закладів гостинності (стародавній світ II тис. до н. е. – V ст.)
- 1.1.3. Початок формування спеціалізованих закладів розміщення (епоха середньовіччя).
- 1.1.4. Розвиток готельної справи в XVI – XX ст.
- 1.1.5. Сучасний розвиток готельного господарства.
- 1.1.6. Процеси концентрації і кооперації в готельному бізнесі.
- 1.1.7. Провідники готельного бізнесу як синонім елегантності та вишуканості в індустрії гостинності

Ключові слова. *американський постійний двір, бальнеологічний курорт, госпіція, гостинні двори, готель, готель «Тремонт», гільдія власників постійних дворів, едикт Карла Великого, інни, класифікація постійних дворів, постійний двір, поштові станції, поштовий готель, притулки на гірських дорогах, релігійні притулки, сільський готель, таверна, ханни, ями.*

1.1.1 Сутність індустрії гостинності та її ретроспективний аналіз

Гостинність є одним з фундаментальних понять людської цивілізації. Гостинність має три похідні з латині, французької та англійської:

Hospitalis (лат.) – гостинний;

Hospitality (англ.) – гостинність;

Hospice (фр.) – притулок мандрівника.

Загалом, **гостинністю вважають** сукупність засобів розміщення, харчування і розваг для туристів, а також традиції прийому гостей в різних культурах.

Головні чинники, що вплинули на становлення та розвиток сфери гостинності можна розглянути на рисунку 1.

З розвитком надання послуг гостинності людям, котрі з певних причин покидали свої домівки, гостинність перетворилася на професію, а потім і на справжню індустрію.



Рисунок 1 – Чинники становлення та розвитку засобів розміщення

Індустрія гостинності – це бізнес, який спрямований на забезпечення мандрівників житлом, харчуванням, а також на організацію їхнього дозвілля. Індустрія гостинності об'єднує всі суміжні галузі економіки, що спеціалізуються на обслуговуванні через спеціалізовані підприємства: готелі, ресторани, туристичні агентства, національні парки, парки культури та відпочинку та ін. Зокрема, в США ця індустрія є другою за значенням за кількістю робочих місць. Тому одна з головних задач індустрії гостинності полягає в розвитку послуг та культури сервісу. Індустрія гостинності є невід'ємною частиною туристичної індустрії та готельної індустрії. В межах готельної індустрії розвивається готельний бізнес.

Сфера гостинності як фундаментальна складова туристичної індустрії адекватна розвитку основних етапів еволюції людського суспільства. Ретроспективний аналіз розвитку сфери гостинності дозволяє виділити декілька етапів цього процесу:

1-й етап – стародавній світ II тис. до н. е.–V ст. – виникнення перших закладів гостинності;

2-й етап – VI–XV ст. (епоха середньовіччя) – початок формування спеціалізованих закладів розміщення;

3-й етап – XVI–XX ст. (епоха відродження → епоха промислової революції, індустріалізації суспільства → перша світова війна) – розвиток готельної справи;

4-й етап – 20-і роки XX ст.–початок XXI ст. – сучасний розвиток готельного господарства.

1.1.2 Виникнення перших закладів гостинності (стародавній світ, II тис. до н. е.–V ст.)

В епоху античності родину, що приймала гостей в своєму будинку, називали гостинною. За притулок в цей період грошей не брали. Мандрівники завжди могли знайти привітний прийом в приватних будинках. Перші ж згадки про гостьові підприємства припадають на період античності. Ними були караван-сараї, таверни, постоялі двори.

Караван-сараї представляли собою 2-х, 3-х поверхові будинки. Частину приміщень першого поверху займав господар зі своєю родиною, решта приміщень була облаштована для прийому гостей. На цьому ж поверсі передбачалося місце для стійла коней. Все це було обнесено оборонними мурами для захисту від розбійників та непогоди (рис. 2).



Рисунок 2 – Залишки караван-сараю Ribat-I Sharaf, 1124 р. до н. е.

Ці заклади не були схожими один на одного, в кожній місцевості дизайн приміщень караван-сараю залежав від клімату, рельєфу, вимог безпеки, доступності будівельних матеріалів. Якщо в період становлення в мусульманських країнах послуги караван-сараїв надавалися безкоштовно, що пояснювалося релігійними міркуваннями, то пізніше дах та харчування протягом трьох діб надавалися за рахунок держави, решту днів необхідно було оплатити мандрівникові. На територіях східніше Константинополя, крім такого «пансіону», бідним мандрівникам додатково безкоштовно видавалася пара взуття. Караван-араї розташовувалися на території Туреччини, Ірану, Афганістану, північної Індії (палац Тадж-Махал).

Виникнення перших спеціалізованих підприємств готельної індустрії пов'язано з Древнім Римом та Древньою Грецією (близько 50-й р. до н. е). На той час велика кількість чиновників і купців активно подорожували у справах. У зв'язку з потребою в їх розміщенні формувалася доволі розгалужена мережа державних та приватних постійних дворів і таверн. Римляни будували засоби розміщення як засіб відшкодування витрат на будівництво доріг. Внеском греків в розвиток гостинності стало проведення Олімпійських ігор, на час проведення яких зводили палаткові містечка, збільшували кількість таверн та інших закладів гостинності.

Таверни – це заклади, що надавали послуги з харчування та мали приміщення для розміщення мандрівників. Проте мова щодо комфорту навіть не йшла, адже, ночували зазвичай в одному приміщенні з тваринами, а само спальне місце являло собою солому на підлозі. В Римі таверни можна було розпізнати за колонами, навколо яких висіли ланцюги фляг та червоні ковбаси. Підлога була прикрашена яскравою мозаїкою, стіни прикрашалися картинами. Разом з тим, репутація власників таверн була низькою, їх підозрювали в шахрайстві, утриманні «гнізд гріха».

Розвиток торгівлі та пов'язані з нею тривалі поїздки вимагали організації не лише харчування, але й ночівлі. Ці обставини визначили появу іншого типу закладів розміщення – постійних дворів.

Постоялі двори розвивалися майже однаково і в Греції, і в Римі. Вони були одно-, двоповерховими будинками з окремими кімнатами для мандрівників, складськими приміщеннями, крамницями, майстернями, стійлами для коней. Постоялі двори зводилися зі знанням справи і для свого часу були досить зручними. Будувалися вони з каменю і мали у своєму розпорядженні необхідний перелік послуг. У зимовий час обігрівалися. У деяких дворах існувала кімната для умивання. Такі заклади характеризувалися вишуканим обслуговуванням, оригінальним архітектурним стилем. Пізніше Марко Поло говорив, що в них «і королю

зупинитися не соромно». Постоялі двори, що розташовувалися в містах, мали систему водопостачання, яке здійснювалося за допомогою керамічних труб, туалет (латрик), водоймища, фонтани, декоративне озеленення. Користувалися послугами постоялих дворів багаті патриції, котрі подорожували з метою відвідування спортивних змагань, театрів, відомих храмів. Слідкували за порядком, чистотою і дотриманням законності під час обслуговування державні чиновники – еділи. Постоялі двори зобов'язані були вести список гостей і бухгалтерію. Про те, наскільки розвинутими були ці засоби розміщення, може свідчити хоча б той факт, що римським законодавством («Кодекс вавілонського царя Хаммурапі», 1792–1750 рр. до н. е) було передбачено особливу відповідальність такого закладу за речі гостя, обман відвідувачів. Окремі положення Римського права, що регламентували діяльність установ, які надавали мандрівникам притулок і харчування, можна знайти і у сучасному законодавстві, стандартах і правилах готельного обслуговування багатьох країн.

У римлян постоялі двори для плебеїв називались **стабулярії**, для патриціїв – **мансіонес**. В Древній Греції постоялі двори розрізняли за формою власності: державні називалися **пандокеями**, а приватні – **катагогіями**.

Державні постоялі двори, зазвичай, розташовувалися уздовж головних шляхів один від одного на відстані дня їзди конем (25 миль = 40,2 км) або в містах. Вже на той час користуватися такими засобами розміщення можна було за наявності урядового документа, що свідчив про статус його власника. Питання розміщення державних чиновників вирішувалося їхніми підлеглими заздальгідь, решта мандрівників змушені були самостійно дбати про нічліг та домовлятися про його оплату.

Важливу соціальну та суспільну функції в Стародавній Греції нарівні з тавернами виконували лазні або, як їх тоді називали, «**лаконікуми**», які, насправді, були прообразами сучасних відкритих і закритих клубів. Якщо в тавернах в основному надавали послуги з харчування (а для охочих були приміщення і для відпочинку), то в грецьких лазнях охочий міг не тільки попаритись, але й зайнятися спортом, зустрітися й відпочити з друзями, отримати комплекс лікувально-оздоровчих послуг.

Отже, функцію засобів розміщення в період стародавнього світу відігравали караван-сараї, постоялі двори, таверни, лазні. Основними послугами розміщення було надання нічлігу та харчування, а додатковими: охорона, послуги цирульника, догляд за тваринами, зберігання вантажу, медична допомога, ванна, поштові послуги та гральні майданчики.

1.1.3 Початок формування спеціалізованих закладів розміщення (епоха середньовіччя)

У Європі після падіння Римської імперії діяльність закладів розміщення почала поступово завмирати і лише з часом, у зв'язку з масовими подорожами купців, підмайстрів, ремісників, учнів, артистів, паломників, знову починають розвиватися найрізноманітніші форми надання притулку, які на той час були безкоштовними. Заради любові до ближнього притулки надавалися церковними організаціями, княжими дворами.

Подальший розвиток готельної справи ознаменувався появою едикту Карла Великого (768–814 рр.) (імператора Великої Римської імперії), відповідно до якого на монастирі і церкви покладался обов'язок утримання «госпіцій». При цьому притулок мандрівникам й паломникам надавався безкоштовно лише на 2 дні. Госпіції влаштовувалися в населених пунктах і надавали притулок усім мандрівникам. Проте багатих і знатних гостей саджали поруч з головним прелатом, а бідняків розміщували і годували в окремих приміщеннях.

Найзаможніші притулки пропонували мандрівникам безкоштовний хліб, послуги цирульника і чоботаря, фрукти і горіхи зі своїх погребів, шпиталі для безнадійно хворих і навіть освячене місце для поховання.

Слід зазначити, що розцінок на кімнати не існувало, однак завжди власники очікували пожертви.

Згодом церква стала відігравати вирішальну роль у житті суспільства і була єдиним авторитетом, який визнавали в будь-якій країні. Функцію «адміністратора» з розселення при монастирях виконували охоронці (воротарі). Слід зазначити, що вже тоді церква управляла першим «готельним ланцюгом».

Особливого розвитку госпіції набули у Швейцарії, яка завдяки цьому має найстаріші готельні традиції і до сьогоднішнього дня користується у світі найвищим авторитетом в цій сфері.

Впродовж сторіч зовнішність стародавнього готелю кардинально не змінювалася. В основному вона складалася з огорожі для коней і двоповерхової будівлі, в якій на першому поверсі розташовувалася таверна, а на другому – спальні. Потім до цього комплексу основних послуг мандрівникам почали додавати відкриті і криті галереї, в яких влаштовували театральні вистави.

Інни – типові дорожні засоби розміщення, забудовані по периметру з виходом у внутрішній двір. На першому поверсі розміщувалися таверна і конюшня, службові приміщення, а на верхніх поверхах – спальні. Протилежні сторони будівлі об'єднувалися дахом, утворюючи галерею. У

внутрішньому дворі відбувалися театралізовані вистави, надавалися різні побутові послуги. Історично вони надавали не тільки послуги харчування і розміщення, але й фураж для коней мандрівників, та утримували коней для заміни у поштових екіпажах. Традиційні функції іннів і зараз використовуються готелями світу (готельний ланцюг Holiday Inn).

Розвиток ярмарків та Хрестові походи сприяли відродженню постійних дворів і в Європі. Постоялі двори розташовувалися зазвичай на перетині важливих торговельних доріг або в центрі міста на ринковій площі, де знаходилися головний собор і ратуша. Зокрема, в північній Італії готельна справа стала основним 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 безпосередньо біля міських воріт і направляли їх до гільдії з подальшим розміщенням у певних готелях.

Разом з тим, розвиток приватних закладів розміщення стримувався безкоштовними послугами, що їх надавали монастирі.

Поштовх до розвитку приватних постійних дворів і таверн в 1530 р. було здійснено королем Великобританії Генріхом VIII, який перевів церковну власність в світську. Відповідно до чого мандрівники вже не мали змоги розраховувати на безкоштовний притулок в монастирях, а змушені були зупинятися в приватних постійних дворах. Переписом 1577 року виявлено 14202 пивних, 1631 готель та 329 таверн в Англії та Уельсі.

Засоби розміщення в містах Близького Сходу та Середньої Азії були представлені ханнами і ямами.

Ханни можливо, були триповерховими, адже стіни нижньої їхньої частини непомірно товсті, у нижніх поверхах споруд частково розміщувалися стійла, частину приміщень займав господар зі своєю родиною, інші пристосовані для постояльців.

У монголів (в цей же час і на Русі) вже до XII–XIII ст. була широко розвинена ямська служба. Татарське слово «ям» означає «станція». Величезні володіння Чингісхана та інших монгольських завойовників були вкриті мережею ямів. Ями, як і караван-сараї та арабські ханни, розміщувалися на відстані одного кінного переходу. Ями і були готелями того часу. Від яму до яму гінці хана везли накази. В ямах вони відпочивали, міняли коней.

Наступний помітний період в розвитку готельного господарства пов'язаний зі встановленням в Європі регулярної поштової і транспортної мережі на кінній тязі (диліжанси в Західній Європі, станції ямщиків в Росії). Уздовж поштових трас з'явилися ***поштові станції*** для державного

транспорту, що служили також і місцем відпочинку; вони захищали від негоди і спрощували процедуру зміни коней.

До XV ст. постоялі двори приєдналися до поштових станцій. По суті їх можна назвати прообразами мотелів. У великих містах з'явилися *гостині двори*, що відрізняються від постоялих тим, що тут подорожні діставали можливість не тільки розміщення і харчування, але і здійснення комерційних операцій, тобто в гостиних дворах об'єднувалися мебльовані кімнати, торгові ряди, лавки, склади. Як правило, все це обносилося стінами і баштами з в'їзними кімнатами.

1.1.4 Розвиток готельної справи в XVI–XX ст.

В епоху Просвітництва виникло нове соціальне явище – туризм. Метою подорожей стало задоволення потреб у раціональному відпочинку, розвагах, виконанні релігійних призначень, лікуванні та рекреації. Основними категоріями туристів були дворяни. Для молодих дворян своєрідний «гранд-тур» по Європі був доповненням до основної освіти, і вони його здійснювали перед тим, як розпочати свою професійну або політичну кар'єру.

Спочатку в цей період потребу у розміщенні задовольняли постоялі двори, які намагалися покращити умови проживання. В них чітко виконувались правила обслуговування гостей, які належали до різних соціальних верств. Заможні люди, зазвичай, обслуговувались в таверні або в своєму номері. Бідняки харчувались разом з господарями закладу, на кухні. Їм подавали просту їжу без права вибору, але за мінімальною ціною. Французи називали таке обслуговування *table d'hôte*, тобто хазяйський стіл. Заможні споживачі могли замовляти для себе спеціальні страви з продуктів, які були в господаря в меню (*a la carte*), і могли заходити до кухні, щоб спостерігати за процесом приготування їжі. Намагаючись догодити гостю, господар пропонував певну страву, якою славилась дана місцевість.

Суттєвий поштовх розвитку готелів був пов'язаний з промисловою революцією, яка привела до появи паровозів, теплоходів та відкрила еру сучасного масового туризму. Крім того, розвиток курортної справи в Європі привів до появи великої кількості готелів, які розташовувалися поблизу бальнеологічних курортів, на узбережжі Середземного моря, на мальовничих архіпелагах. Отже, на початку Нової історії розвиток готельної індустрії здійснив якісний стрибок.

У XVII сторіччі стала очевидною відмінність між міськими (*hotel*) та сільськими (*auberge, inn*) готелями. Надалі ці відмінності лише посилювалися. ***Вичленовування сільських готелів – трактирів і постоялих дворів – стало першою сегментацією готельного продукту***, заснованого на

певному наборі послуг і зручностей, а також ціні. Трактири розташовувалися в найпростіших сільських будинках і пропонували нічліг і сніданок.

Готелі конкурували в містах з мебльованими кімнатами і пансіонами. На відміну від цих засобів розміщення, готелі пропонували всі зручності і повне обслуговування.

Пропозиція готельних послуг еволюціонувала в суворій відповідності з мінливим попитом. На рубежі XVI–XVII ст. основні вимоги, що визначають споживчий попит на послуги готелів, були в цілому сформовані. З розвитком видів транспорту, що дозволив поєднати швидкість і безпеку подорожей, а також з поширенням географії засобів розміщення, здатних прийняти клієнтів різного рівня і достатку, змінюється психологія споживача. Поступово відходить у минуле традиція «нести все своє на собі», «страхуючись від мінливостей далекого шляху». Відповідно зростають і вимоги найбільш платоспроможної клієнтури до асортименту та якості готельних послуг.

Готель, щоб залучити найбагатшого клієнта, мав забезпечити його перебування на такому рівні, щоб останній відчував себе «як вдома». Це змусило зводити спеціальні будівлі, оформляти їх не просто красиво, а розкішно. Нерідко траплялося так, що мандрівники знімали цілі поверхи, щоб розміститися зі звичним комфортом і належним їм розмахом. Передбачалося також, що готель має відповідати вимогам VIP-клієнтів не тільки розкішною номерів, а й з наданням необхідних зручностей: чистоти, наявності водопостачання і каналізації. У XIX сторіччі найкращі готелі були забезпечені гарячим водопостачанням, центральним опаленням та каналізацією. Технічні нововведення терміново впроваджувалися власниками закладів розміщення. Зокрема, з'явилися ліфти (на той час – підйомні машини), пізніше – електрика в номерах.

Само слово «*готель*» з'явилося в XVIII ст. У Франції спочатку готелем іменували багатоквартирну будівлю, в якій квартири здавалися на місяць, на тиждень і навіть на один день, а пізніше – міський палац магната, місце перебування представництва іноземної держави або міських властей. Скоро цей термін широко розповсюдився і в Америці. Більшість таверн швидко перейменували в готелі, що, на думку власників, додавало їм європейський (французький) шик. Розглянемо особливості готелів в провідних країнах світу.

Англійський готель другої половини XVII ст. був місцем занять різноманітними видами спорту. Існували різні ігри з дротиками і гральними кубиками, доміно, більярд і *bagatelle* (гра, схожа на більярд), користувалися

успіхом і півнячі бої. Проте головним проведенням часу вважалося вживання пива, еля, вина, а пізніше джина.

Найкращим зразком староанглійського готелю слугує **поштовий готель**, який розвивався в XVIII ст. Ера поштових карет у Великобританії отримала свій розмах в 1784 році, коли Парламент уповноважив карети перевозити урядову пошту. До цього часу її перевозили посильні, пересуваючись на конях поганими дорогах. Була встановлена національна поштова система, і більшість готелів стали використовуватися виключно як поштові; незабаром з'явилися і поштові карети. Їх легко було впізнавати за яскраво-червоним колесами в нижній частині і чорним верхом. Приватні компанії мали свої власні поштові карети і набирали стільки пасажирів, скільки можна було вмістити на даху і всередині карети. Іноді таким способом перевозили 13 осіб: четверо всередині, четверо нагорі, а п'ятеро позаду, багаж був на даху.

Коли в 1838 році Парламент дозволив перевозити пошту залізницею, завершилася ера поштових карет.

В кінці XVIII сторіччя назви готелів Європи стали містити слово arms (зброя), наприклад, «King's Arms» («Зброя короля»). Виставлення напоказ зброї лорда в готелі означало, що готель знаходиться на території, котра належить певному знатному роду, і перебуває під його захистом.

Особлива роль у розвитку підприємств індустрії гостинності належить США. На думку істориків, перший постійний двір тут з'явився значно пізніше, ніж у Європі, лише в 1607 році.

Американські постоялі двори продовжували свій розвиток від англійських постійних дворів. Їх кількість збільшувалася по мірі того, як європейські переселенці освоювали нові території. Ці заклади були однотипними будівлями, про призначення яких можна було дізнатися ще здалеку. Як і в Європі, постоялі двори в Америці будувалися і як житло для господарів, і як тимчасовий притулок для мандрівників, але це ще не були комерційні підприємства.

Одна з перших таверн була відкрита в Бостоні в 1634 році. У 1642 році в Нью-Йорку (тоді він називався Новий Амстердам) голландською компанією Dutch East India була відкрита таверна Stadt Huys. Хоча є свідчення, що таверна з'явилася вже в перші роки колонізації в Джеймстауні (штат Вірджинія). З цього часу таверни стали центрами громадського життя, місцем зустрічей для солдатів і бізнесменів. Вони процвітали не тільки в містах, а й уздовж великих доріг, і особливо на перехрестях.

Поява на Американському континенті європейських переселенців принесла з собою свій досвід будівництва та управління постійними дворами

і тавернами, який був накопичений ними за сторіччя. Американські постійні двори і таверни часто копіювали англійські, тому що в ті роки саме англійський тип організації послуг гостинності в Західному світі вважався найкращим. З точки зору архітектури, розташування, пропонованого обслуговування американські постійні двори і таверни дещо нагадували європейські. Відрізнялися вони відсутністю дискримінації за класовою ознакою під час розміщення гостей.

На відміну від європейських підприємств, які багато в чому виконували соціальну функцію, американські таверни з самого початку свого існування переважно мали комерційну спрямованість, тобто створювалися з метою отримання прибутку.

Якісні зміни стали відбуватися лише наприкінці XVIII сторіччя. У **1794 році з'явився перший комерційний готель**, зведений виключно з метою обслуговування клієнтів. Відкриття 70-кімнатного «Сіті-готелю» на Бродвеї в Нью-Йорку поклало початок будівництва готелів і в інших містах. Усі приміщення – як для відпочинку, так і для прийняття їжі – носили комунальний характер. У **1829 р. в Бостоні відкрився готель «Тремонт» – перший в США готель першого класу** – з коридорними, реєстратурою (рецепцією), замками на дверях номерів (двомісних і одномісних) і навіть з безкоштовним милом для гостей. Він перевершив усі готелі Америки та Європи. Готель складався зі 170 кімнат, 4 поверхів, гранітного фасаду, одинадцяти галерей, коридорів, веранд. Ця подія поклала початок готельному буму в цій країні.

У другій половині XVIII сторіччя здійснена перша офіційна спроба класифікації засобів розміщення: у Берліні, який на той час налічував 130 тисяч мешканців, було 9 постійних дворів першого класу, з яких два вже називались готелями, 10 постійних дворів другого класу і 13 постійних дворів третього класу.

1.1.5 Сучасний розвиток готельного господарства

Інтенсивний розвиток готельної справи починається у XIX сторіччі. Зростання запитів заможної клієнттури щодо мандрівок і відпочинку стимулює виникнення сучасних готельних підприємств з розкішними апартаментами, високим рівнем комфорту і широким асортиментом послуг. Готельний бізнес перетворюється на важливу галузь економіки з високим рівнем доходності. Виникають великі сучасні готелі, розташовані у спеціально призначених для цієї мети спорудах на зразок приватних резиденцій або величних і гарних державних особняків.

XIX сторіччя стало переломним у розвитку готелів. Разом з перенесенням назви «готель», що означала раніше приватну міську резиденцію французького аристократа, на будівлю, що служить тимчасовим місцем перебування багатого мандрівника, ***почався період будівництва готелів палацового типу з підвищеною комфортністю по всій Європі.*** Потік заможних англійців і американців до Європи змінює традиційний характер готельних послуг: вони стають більш уніфікованими і стандартизованими. Саме тоді в побут входять англійські слова «експрес», «комфорт», «дизайн». З середини XIX століття в Європі (насамперед в Швейцарії) починають будувати сучасні готелі з високим рівнем комфорту. На зміну традиційним готелям зі скромними назвами («Англійський двір», «Стара пошта») з'являються розкішні готелі під звучними назвами: «Брістоль», «Метрополь», «Палас», «Савой», «Ексельсіор» або просто «Гранд-Готель», позбавлені будь-якого зв'язку з місцевими традиціями.

На початку XIX ст. в Лондоні відкривається Royal Hotel. На французькій та італійській Рив'єрі з'являється безліч курортних готелів. В Японії виникають постійні двори «рьокан», в Індії – державні дак бунгало (поштова станція).

Зростає і кількість наданих послуг. Так, в Holt Hotel (Нью-Йорк) у вартість проживання вперше входить вартість послуги хлопчика, що доставляє багаж постояльца до нього в номер. В цей же час починається перетворення старих особняків і палаців у комерційні підприємства.

Перші ванні кімнати в номерах в Америці з'явилися в готелі New York Hotel.

Одна з головних подій в готельному бізнесі XIX ст. сталася 5 травня 1862 р., коли в Парижі пройшло урочисте відкриття «Гранд готелю». Проект будівлі був розроблений одним із найвідоміших архітекторів. Тут поєдналися досягнення науки, мистецтва і промисловості. В готелі було встановлено перший гідравлічний ліфт. Для освітлення використовувалося 4000 газових ріжків, готель опалювали 18 печей з 354 повітроводами. У 1890 р. готель переводиться на електричне освітлення, а з 1901 р. – на центральне парове опалення. Готель діє і по сьогоднішній день.

До кінця XIX ст. були поширені два типи готелів:

1) великі і розкішні, а деякі з них були просто архітектурними шедеврами – з просторими вестибюлями, залами для балів. Вони мали в своєму розпорядженні всі можливі у той час зручності: ліфт, туалети, електричне освітлення та ін.;

2) маленькі і застарілі готелі, що пропонували послуги за низькими цінами.

У той же час нарешті стає очевидною потреба в професійних кадрах. Перша школа для готельєрів створена в Лозанні у 1890 р. У 1896 р. швейцарський готельєр Каспар Бадрутт відкрив знаменитий Palace de Saint Moritz, а в 1898 р. Цезар Рітц, котрий за виразом короля Едуарда VII був названий «королем готельєрів і готельєром королів», відкрив на Вандомській площі в Парижі готель і дав йому своє ім'я.

Однак в роки Першої світової війни готельне будівництво в Європі та США призупиняється. Багато готелів в той період ледь зводили кінці з кінцями.

Відновлення готельного бізнесу розпочинається в перші роки двадцятого сторіччя розбудовою готелів для бізнесменів і комерсантів. Один з перших таких готелів – «Буффало Статлер» – був відкритий в 1908 р. та презентував принципово нову концепцію в готельній справі, засновану на наданні споживачам готельних послуг максимальних зручностей. Крім того, починається масове будівництво готелів з раціональними і зручними номерами, без зайвої розкоші. Лідерами в готельному бізнесі стають США і Європа, де скрізь з'являються нові форми організації готельного господарства (об'єднання в готельні ланцюги), розширюються послуги, з'являється цікава диференціація. Створюється *Міжнародна спілка власників готелів*, яка об'єднує 1700 готелів різних країн світу. В Дюссельдорфі відкривається перший у світі інститут готельного господарства.

Але такий прогрес був зупинений Великою депресією та Першою світовою війною – найважчий період для готельної індустрії США і Європи. В Америці відродження індустрії гостинності почалося лише на початку 40-х років, а в європейських країнах лише в 50-і роки XX ст.

В 50-і роки XX ст., розпочався другий готельний бум, в якому виділяються два періоди:

- середина 50-х років – перша хвиля: розбудова готельних мереж; початок впровадження сучасних методів управління в готельний бізнес; розвиток мотелів; будівництво готелів при аеропортах; будівництво готелів для сімейного відпочинку. Цей період пов'язаний з ім'ям Конрада Хілтона та розбудовою його готельної імперії. Сформувалися готельні мережі Sheraton та Statler;

- кінець 60-х–початок 70-х – друга хвиля, яка пов'язана з технічним оснащенням готелів. В готелях високого класу з'явилися кондиціонери повітря з апаратурою для індивідуального контролю, телевізійні системи в номерах з автономною демонстрацією фільмів, індивідуальна сигналізація, досконалішими стали засоби зв'язку та ін.

В подальшому відбувається об'єднання готелів, казино й гральних будинків.

Однією з найбільш вагомих подій стало проникнення на міжнародний ринок готельних послуг авіакомпаній та зростання кількості бізнес-туристів, що викликало у 70-і роки масове будівництво бізнес-готелів. Так, перший готель «Inter-Continental» або Inter-Continental Hotels Corporation (ІНС) був побудований авіакомпанією Пан-Америкен та виконував подвійну задачу: надавав послуги розміщення міжнародним туристам, що подорожують літаками Pan Am, та екіпажам літаків американської авіакомпанії. Перший готель був відкритий у «Фелемі» (Бразилія). Згодом готелі ІНС з'явилися на всій території Латинської Америки та країн Карибського басейну.

На 1970–1980-і роки припадає розвиток готельних ланцюгів «Mariott», «Ramada», «Sheraton», «Radisson» й ін. Так, готелі великої готельної корпорації «Sheraton» мали вже конференц-зали, технічне оснащення яких мало систему синхронного перекладу, бездротові мікрофони, проектори та інше обладнання. У наступні роки відбувається подальша сегментація й спеціалізація готельного ринку, поява нових видів готелів: «замкових» готелів, суперготелів, екологічних готелів тощо

Багато готелів переходить на електронну систему управління і резервування місць. Ця система, розроблена спеціально для готельного сервісу, забезпечувала виконання таких ключових операцій, як розподіл номерів, контроль за використанням телефонів, перевірка рахунків тощо. Великі корпорації «Ramada Inns», «Holiday Inns» та інші, що мають розгалужену мережу готельних підприємств, використовують єдину систему електронного бронювання місць.

Особливим і дуже цікавим явищем туристичного бізнесу другої половини ХХ ст. став *таймшер*. Принцип таймшеру полягає у тому, що бажаючи регулярно відпочивати в розкішних умовах, можуть придбати право перебування у дорогих апартаментах протягом 1–3 тижнів на рік. Це вигідніше, ніж придбати у повну власність будинок біля моря. Власник таймшеру може не турбуватися про ремонт, охорону та комунальні платежі. Крім того, ті, хто сплатив за таймшер, отримують можливість обмінюватися будинками (квартирами), відпочивати кожний сезон в іншому будинку. Таким чином, власники таймшеру стають членами своєрідного великого клубу.

Перша таймшерна система була створена ще у 1974 р. у США. Вона, не володіючи жодним курортом, контролювала обмін туристами та певними послугами. В 1990-і роки з таймшером було пов'язано багато гучних скандалів, надійшло безліч скарг про недобросовісність роботи фірм, які

продавали таймшери. Шляхом психологічного тиску під час презентацій, підробки документів та підкупу посадових осіб численні шахраї обманювали довірливих представників заможної частини населення. Поширеними такі шахрайства були в Росії в середині 1990-х, а в останні роки XX ст. вони набули розповсюдження й в Україні.

Однак таймшер до кінця XX ст. залишався однією з популярних форм проведення дозвілля представниками «середнього класу» країн Європи та Америки. У 1999 р. кількість родин – власників таймшеру сягнула 3,5 млн. Найбільша кількість таймшерних курортів (понад 40% від загальносвітової кількості) і кількість власників (1,4 млн. чол.) у 1999 р. була зафіксована у США.

Складності ведення бізнесу, що виникли у зв'язку з фінансовою кризою транснаціональних компаній, змусили вишукувати шляхи залучення клієнтів. На перший план виходить маркетинг – впровадження системи знижок, бонусів.

Отже, **третій бум** готельного бізнесу почався в 1980 р. і був обумовлений досконалим *маркетингом і зростаючою спеціалізацією готелів відповідно до конкретних типів клієнтів*. Посилюється конкурентна боротьба. Важливими цільовими категоріями клієнтів стають бізнесмени і туристи пенсійного віку.

Основними досягненнями в період «третього буму» стали:

1. Поява перших системи адміністрування та управління готелем;
2. Зростає ефективність систем бронювання готельних номерів, а готельєр отримує новий потужний інструмент роботи з постійними клієнтами – електронні бази даних. Наявність індивідуальних відомостей про кожного клієнта допомагає створювати цільові маркетингові програми і дозволяє готелям краще виконувати побажання клієнта з моменту його прибуття в готель;

3. Зростає кількість готелів, що надають такі новітні комунікаційні технології, як: Pad offering, що має вільний безпроводний доступ до мережі Інтернет та до локальної мережі; сенсорний екран; вибір потрібного стандарту передачі даних шляхом заміни PC-карти, гнучкий інтерфейс, віртуальну клавіатуру та розпізнання рукописних букв;

4. Триває глобалізація готельного бізнесу. Так, наприклад, «Holiday Inns», «Inter-Continental» та «Plaza» об'єдналися, сформувавши готельну мережу; «Sol Melia» відкрив нову готельну лінію «Boutique»; «Accor» запустив кілька спільних східних, далекосхідних та інших проєктів; «Forte» для посилення свого становища придбав «Meridien»; а «Sheraton» поглинув італійську мережу готелів «Giga» і «Westin».

Сьогодні у світі налічується понад 300 готельних ланцюгів. За кількістю об'єднаних у групи готелів в Європі лідирує Велика Британія, де розташовано 15% готельних груп. У Франції зосереджено 10% таких груп, в Іспанії – 5%, у Швейцарії – 5% усіх готельних мереж світу. Практика ведення бізнесу свідчить, що готелі, які входять до мережі, мають на 60% більше прибутку, ніж незалежні готелі. У таблиці 1 наведений рейтинг найбільших готельних ланцюгів світу.

Таблиця 1 – Рейтинг найпотужніших готельних мереж світу 11]

Рейтинг за кількістю номерів		Назва мережі	Кількість номерів у:		Кількість готелів у:	
у 2013 р.	у 2012 р.		2013р	2012р	2013р	2012р
1	1	ING (Inter Continental Hotels Group), Великобританія	693072	658348	4700	4480
2	2	Hilton Hotels Corp., США	652378	631131	3992	3861
3	3	Marriott International, США	638793	622279	3672	3595
4	4	Wyndham Hotels Group, США	627437	613126	7342	7205
5	6	Choice Hotels International, США	497023	502460	6198	6203
6	5	Accor, Франція	450199	531714	3515	4426
7	7	Starwood Hotels & Resorts Worldwide, США	328055	315346	1121	1076
8	8	Best Western International, США	311611	295254	4024	4018
9	9	Home Inns (+ Motel 168), Китай	214070	176562	1772	1426
10	10	Carlson Hotels Worldwide, США	166245	165802	1077	1077

5. Відбулася диференціація серед п'ятизіркових готелів (табл. 2).

Таблиця 2 – Диференціація серед п'ятизіркових готелів в Європі

Готелі середнього цінового сегменту, mid-market, (46% номерного фонду)	Готелі високого цінового сегменту, (26% номерного фонду)	Готелі економічного класу, (21% номерного фонду)	Готелі бюджетного сегменту, (5% номерного фонду)	Готелі висококласного сегменту, deluxe, (2% номерного фонду)
Marriott Courtyard Holiday Inn Novotel Park Inn Ramada, Scandic	Clarion Crowne Plaza Hilton Intercontinental Marriott, Radisson Sheraton, Kempinski	Campanile Comfort, Days Inn Holiday Inn Express Ibis, Premiere Inn Travelodge	Etap Formule 1 Premiere Class	Four Seasons Luxury collection Mandarin Oriental Orient Express Ritz Carlton, Rocco Forte St. Regis Waldorf Astoria

6. Посилилася боротьба між п'ятизірковими готелями за диференційований попит. У зв'язку з цим виникло нове поняття «**колекція готелів**» – об'єднання унікальних готелів, котрі перебувають у вищому сегменті висококласного готельного продукту, під одним брендом, із

спільними цінностями, але не втрачають індивідуальності. Готельна колекція, на відміну від готельної мережі передбачає преміум-клас та ексклюзивність. **Мережа** – це, в першу чергу, універсальність та прагнення до географічного розширення («горизонтальної» експансії). Колекція – це відповідність готелю традиціям регіону, історична цінність будівлі (кожний готель відображає стиль того міста, де він розташований), творчий підхід у використанні історичного минулого; надання додаткових послуг, які важко скопіювати. Однією з найвідоміших колекцій є «The Rocco Forte Collection», яка нараховує 13 готелів по всьому світу.

До основних тенденцій світового готельного ринку відносять:

- розповсюдження інтересів готельного бізнесу на інші продукти та послуги, котрі надаються підприємствами суміжних галузей (організація харчування, дозвілля, розваг, виставкової діяльності тощо);
- зростання демократизації індустрії гостинності, яка значною мірою сприяє підвищенню доступності для масового споживача;
- посилення спеціалізації готельного бізнесу, яка дозволяє більш чітко орієнтуватися на певні сегменти споживачів з урахуванням різних ознак;
- глобалізація та концентрація готельного бізнесу, яка проявляється у створенні готельних мереж, асоціацій, міжнародних урядових і неурядових організацій;
- глибока персоніфікація обслуговування та клієнтоорієнтованість;
- подальше застосування новітніх засобів комунікації та інформаційних технологій, що дозволяють здійснити глибоку та системну економічну діагностику;
- прискорення процесу злиття компаній та зростання кількості договорів франшизи та зовнішніх інвестицій;
- розвиток еко-готелів.

На сучасному етапі провідне місце в світовому готельному господарстві займає Європейський континент. На його частку припадає в середньому близько 70% туристського потоку, відповідно і готельний фонд складає значну частку (близько 45%) світового готельного фонду.

Американський континент складає 35% світового готельного фонду. За темпами приросту готельна база континенту випереджає Європу.

Третім за потужністю континентом є Азія, що складає 14% світового готельного фонду. Темпи її зростання в 2–3 рази перевищують середньосвітові темпи і сягають 15–20% на рік, що виводить цей континент за динамікою зростання в лідери.

Частка Африканського континенту складає 3% світового фонду, хоча динаміка зростання (10–15%) також перевищує середньосвітові темпи. Частка готельного фонду Австралії і Океанії складає також близько 3%.

Серед окремих країн лідерами світової готельної індустрії за потужністю готельної бази є: США (близько 3,5 млн номерів), Японія (1,65 млн), Італія (1 млн), Франція, Іспанія, Англія, Китай, Австралія (близько 0,5 млн), Австрія, Мексика, Канада, Греція (близько 0,3 млн), Таїланд, Росія, Індонезія, Туреччина (0,15–0,23 млн), Швейцарія, Бразилія, Аргентина (менше 0,15 млн).

1.1.6 Процеси концентрації і кооперації в світовому готельному бізнесі

Конкуренція, що загострюється щороку, змусила готелі об'єднуватися заради створення ефекту масштабу.

Об'єднання незалежних готелів в добровільні ланцюги під єдиною торговою маркою має такі форми:

- професійні асоціації;
- готельні консорціуми;
- злиття і поглинання.

Консолідація приводить до збільшення продажів і створення постійної клієнтури, яка має впевненість в отриманні в іншій країні заздалегідь відомого набору послуг, якість яких відповідає певним стандартам. Проте не всі власники готелів хочуть поступитися самостійністю, але для утримання своєї позиції на ринку їм необхідно кооперуватися з іншими готелями. Тому в умовах гострої конкуренції з боку інтегрованих готельних ланцюгів незалежні готелі об'єднуються в готельні консорціуми (або асоціації). Ступінь такої кооперації може бути різною з погляду організаційної та фінансової інтеграції.

Готелі, що входять до консорціуму, сплачують внески до єдиного фонду, який витрачається на об'єднану рекламну та маркетингову діяльність, просування продукту. По суті ці готелі об'єднуються єдиним договором, відповідно до якого повністю зберігається їх фінансово-економічна та управлінська самостійність. Такі об'єднання виграють від економії в масштабі при маркетингу, бронюванні місць, матеріально-технічному забезпеченні, просуванні готельного продукту, підготовці кадрів та ін.

У світовій практиці також поширено **об'єднання готелів в професійні асоціації** з метою захисту професійних інтересів працівників готельної індустрії. Вони, у свою чергу, утворили Міжнародну асоціацію готелів і ресторанів (International Hotel&Restaurant Association, IH&RA). Міжнародні

готельні асоціації, по суті, консолідують проблеми національних організацій, сприяють їх успішному вирішенню, вносять відповідні зміни до міжнародного законодавства в готельній і туристській сферах, є ініціаторами проведення міжнародних заходів, присвячених готельній індустрії, беруть участь в міжнародних соціальних і культурних програмах.

На сьогоднішній день IH&RA є єдиною організацією, що є виразником інтересів міжнародної індустрії готелів і ресторанів. Важливим внеском асоціації в розвиток міжнародного готельного бізнесу було прийняття в 1981 р. «Міжнародних готельних правил», які визначають принципи взаємин клієнта і готельної адміністрації та які не втратили своєї актуальності до теперішнього часу.

Концентрація і централізація в міжнародному готельному бізнесі породили такі нові організаційні форми і способи управління готельним бізнесом, як франчайзинг (або договір франшизи) і контракт на управління, завдяки яким незалежні готелі приєднуються до готельних ланцюгів.

Франчайзинг (від французького franchise – привілей, пільга) означає систему договірних відносин між крупними і дрібними самостійними підприємствами, згідно з якою останні (франшизоотримувачі) отримують право на виробництво і реалізацію від імені і під торговою маркою крупної фірми (франшизодавця) певного виду товарів і послуг на зазначений в договорі термін.

Готельна корпорація разом з торговою маркою передає іншій стороні свої методи роботи, ноу-хау, надає консультаційну підтримку і допомогу в навчанні персоналу, а також надає технічну і комерційну інформацію. Така форма співпраці дозволяє новим готелям знизити ризики при виході на ринок, більш цілеспрямовано розпоряджатися своїми фінансовими ресурсами й мінімізувати поточні витрати завдяки проведенню єдиної рекламної і маркетингової кампанії, використанню централізованої системи бронювання та ін.

Крупна готельна корпорація (франшизодавець) надає готові технічні розробки незалежним готелям (франшизоотримувачам), які підтримують її стандарти обслуговування і комфорт. Франшизоотримувач сплачує гонорар за контрактом франшизи у розмірі 3–4% від обороту і вносить франшизодавцеві первинний внесок, який зазвичай складає фіксовану суму з кожного готельного номера (табл. 3).

Франчайзингові фірми визначають стандарти дизайну, устаткування та процесів їх експлуатації, дотримуватися яких повинні всі підприємства франшизоотримувачі. Ця стандартизація дозволяє франчайзинговим ланцюгам розширюватися, зберігаючи традиції і рівень сервісу.

**Таблиця 3 – Структура типових франчайзингових платежів
європейського готелю**

Компанія/ торговая марка	Вступний внесок	Річний платіж (роялті)	Щорічні внески на маркетинг і просування	Плата за підключення до системи бронювання
Accor	2 000 FF за номер	4% валового доходу від реалізації послуг розміщення (ВДРПР)	2% ВДРПР	Сума не фіксована, складає близько 30FF за бронювання однієї ночівлі
Choice Hotels International	\$120 за номер	1-ий рік: 1% ВДРПР , 2-ий рік: 2% 3-ій рік: 2,5% , 4-ий рік і далі – 3%	1 ВДРПР	\$6 за одну операцію резервування
Grupo Sol	Договірна ціна	4% ВДРПР	1,5% ВДРПР	4% заявленого тарифу і 8% від тарифу зі знижкою
Holiday Inn	\$400 за номер (мінімум 30 000\$)	4% ВДРПР	Фіксований річний платіж, 2 – 3% ВДРПР	Включена у витрати на маркетингові дослідження і просування
Marriott International	\$300 за номер	4% ВДРПР + 1% від реалізації послуг харчування та напоїв	1,5% від виручки	\$12,5 за одну операцію резервування
Radisson SAS Hotels	близько \$40 000	від 3% ВДРПР	2,5% ВДРПР	\$11,0 за одну операцію резервування

Сьогодні франчайзингову систему широко застосовують такі американські готельні компанії, як Holiday Inn, Hilton, Marriott, Sheraton, причому не стільки на внутрішньому ринку, скільки в міжнародній практиці. На основі даної системи вони контролюють готельні підприємства інших країн без суттєвих капіталовкладень. У Франції система франчайзингу широко розвинута в одно- та двозірковому секторі, число готелів в якому за останнє десятиріччя помітно збільшилося. Цей успіх можна віднести до політики французьких готельних ланцюгів, яка полягає в залученні франшизоотримувачів з незначним початковим внеском від 270 до 540 тис. дол.

1.1.7 Провідники готельного бізнесу як синонім елегантності та вишуканості в індустрії гостинності

Готельна індустрія знала багато особистостей, що зробили значний внесок у її розвиток. Серед найбільш відомих піонерів індустрії кінця XIX–початку XX ст. були Елсворт Статлер (Ellsworth Milton Statler), Конрад Хілтон, Дж. Уїллард (Білл) Марріотт, Цезар Рітц, Ісідор Шарп.

Цезар Рітц. Цезар Рітц став легендарною особистістю ще при житті. Як і багато інших піонерів готельної індустрії, він почав із самого низу і за рахунок завзятої праці, дуже швидко освоюючи секрети готельного бізнесу, піднявся до висот професії.

У 22 роки Рітц стає керуючим Grand National Hotel у Люцерні (Швейцарія), що став завдяки йому одним із найпопулярніших готелів міста. Чарівність і винахідливість Рітца дозволили йому швидко залучити заможну клієнтуру. Після одинадцяти років успішної роботи він ризикнув прийняти звабну пропозицію – запрошення в Savoy Hotel у Лондоні, який тільки що відкрився і справи його йшли не дуже добре. Так 38-річний Цезар Рітц став керуючим одного з найзнаменітніших фешенебельних готелів у світі. І знову його чарівність і здібності справили належне враження на публіку.

Здобутками Рітца було те, що, по-перше: він зробив свій готель центром культурного життя вищого суспільства. По-друге, разом з Опостом Ескоф'є, шеф-кухарем, створив колектив, що вміє готувати найвишуканіші європейські страви, а також створювати витонченішу атмосферу в ресторані, що відповідає цим стравам. По-третє, він ввів традицію, відповідно до якої відвідувачі приходили тільки у вечірніх вбраннях, запрошував у ресторан кращі інструментальні оркестри і взагалі не шкодував коштів на різні спецефекти. Один раз він влаштував навколо плавучого ресторану дійсну Венецію з гондолами і гондольєрами, які співали італійські пісні про любов. Завдяки музиці відвідувачі довше залишалися за столами, що, природно, підвищувало доходи від продажу напоїв. Рітц довго експериментував з освітленням в ресторані готелю, домагаючись того, щоб коштовності на пані «заграли».

По-четверте, Рітц вважав необхідною якістю керуючого вміння спілкуватися з публікою. Його увага до людей та їхніх бажань підняли мистецтво менеджера на новий щабель.

І дотепер ім'я Рітца в готельному бізнесі – синонім елегантності і вишуканості.

Ісідор Шарп. Головою, президентом і засновником готельної мережі Four Season's Regent є Ісідор Шарп, канадець у першому поколінні. Почавши з єдиного мотелю на Джарвіс-стріт, вулиці в Торонто, на початку 1960-х, він згодом створив найбільшу у світі мережу розкішних готелів, яка в індустрії гостинності є багатомільйонною глобальною імперією. Успіх Four Season's Regent в основному, відображення наполегливості, цілеспрямованості, особистого смаку і стилю його засновника – Ісідора Шарпа.

Мережа Four Season's будувалася досить повільно, блок за блоком. Починаючи з першого при шляхового мотелю, який Шарп буквально сам

допомагав проектувати і будувати, до укладання і реалізації складної угоди в Азії, за умовами якої Four Season's придбала Regent Hotels International Inc.

В даний час Four Season's володіє і керує сорока одним готелем і продовжує будувати плани розвитку готельного бізнесу в різних країнах світу. Успіх Ісідора Шарпа тим більше вражає, оскільки він не успадкував ніякого капіталу і не просувався кар'єрними сходами якої-небудь великої готельної корпорації, де можна придбати корисні зв'язки, що допомагають вийти на міжнародні ринки грошей. Ісідор Шарп із тих людей, про яких говорять, що ця людина зробила себе сама. Він наполегливий і вмів контролювати свої почуття. Ісідор Шарп упевнений, що і його готелі, і його компанія в цілому відрізняються найвищою якістю обслуговування своїх клієнтів. Шарп від усієї душі любив свій бізнес і вважав, що успіх його компанії є результатом відмінної роботи всіх службовців готелів Four Season's Regent.

Елсворт Мілтон Статлер (1863–1928). Багато людей вважають його головним фахівцем у готельній справі всіх часів і народів. Саме він увів високі стандарти комфорту і зручності в готелях для мандрівників середнього класу за досить помірною ціною. Його власне життя – це історія подолання труднощів. У віці п'ятнадцяти років, маючи за плечима усього два роки роботи посильним у провідному готелі м. Уілінга, штат Західна Вірджинія, Статлера підвищують до посади старшого коридорного. Незабаром молода людина помічає, які великі прибутки приносять більярдна кімната і готельний стіл замовлень залізничних квитків, і переконує власника готелю віддати ці два прибуткових місця йому в концесію. Талановитий організатор, Статлер влаштовує спеціальні змагання з більярду, на які приходять багато людей. Незабаром він влаштовує майданчик для боулінгу, а потім створює і власний ресторан – The Pie House, що стає кращим у місті. До 1894 р., коли Статлеру виповнився 31 рік, він одержував \$10000 на рік і був готовий завойовувати нові землі в індустрії гостинності.

Місцем для його наступного нововведення стало м. Буффало, штат Нью-Йорк, що спочатку ледве не призвело його до краху. Статлер відкрив свій ресторан на нижньому поверсі нового офісного будинку Ellicott Square Building, що рекламувався як «найвищий у світі». Однак незабаром Статлер з'ясував, що Буффало – це місто, у якому більшість мешканців віддають перевагу харчуванню вдома, та незважаючи на всі його старання, у справу втрутилися кредитори. Статлеру довелося прикласти величезні зусилля і використати творчу фантазію, щоб змінити звички ділових людей, що працюють у центрі міста, харчуватися не вдома. Так, однієї з його рекламних кампаній була «Усе, що ви можете з'їсти за 25 центів». Але йому знадобилося

цілих три роки, щоб домогтися бажаного. Тепер його справи тут йшли добре, і він міг замахуватися на більше.

Для початку він відкрив Inside-Inn – готель на 2257 номерів, що рекламувався в газетах як найбільша визначна пам'ятка Всесвітньої виставки, що проводилася в Сент-Луїсі. У 1908 р. він відкрив у Буффало готель Buffalo Statler на 300 номерів, в організації діяльності якого його геній проявився в повній силі.

У 1912 р. він побудував Cleveland Statler – спорудження, що могло робити послуги великим бізнес-групам, де одним з нововведень була гарантія надання кожному клієнтові «безкоштовної газети щоранку». Серед інших нововведень Статлера відзначимо встановлення в номерах освітлювальних приладів біля ліжок, безкоштовних радіоточок, наявність безлічі рушників. Статлер запропонував встановлювати в готельному номері велике дзеркало, вимикач поряд з дверима, при ньому в номерах з'явилися телефони, канцелярський папір; він же ввів уніформу для готельного персоналу. Він був автором ідеї попарного розміщення номерів при будівництві готелів. Нумери почали розташовувати симетрично щодо вертикальних сантехнічних труб, загальних для двох номерів, що дало значну економію коштів.

Крім того, саме Статлер придумав гасло «Клієнт завжди має рацію», яке і на даний час служить основою «наукового» підходу до обслуговування.

Джон Уїллард Марріотт. Джон Уїллард Марріотт, другий з восьми дітей у родині, народився і виховувався в штаті Юта. Саме він став першим, хто запропонував годувати пасажирів під час перельоту. На практиці ця ідея була реалізована ним у 1937 р. разом з вашингтонською компанією Hoover Airfield. А всього через два роки після цього він вийшов на ринок продуктів харчування, запропонувавши свої послуги в цій сфері урядовим закладам, шкільним кафетеріям і лікарням. У 1957 р. Марріотт відкрив перший з готелів «Marriott». А вже його син – Білл-молодший, син Марріотта, офіційно став головним виконавчим директором Marriott Corporation у 1972 р.

Marriott контролює більше півмільйонами готельних номерів по всьому світу, при цьому самій компанії належить 0,3%. Половина номерів управляються на умовах франчайзингу. Це означає, що власники готелів в якості плати за користування іменем «Marriott» відраховують компанії від 5% до 6% своїх доходів, сплачують внесок за користування системою резервування номерів. Іншою половиною готельних номерів «Marriott» управляє самостійно, за конкретну плату. Діючи як оператор, «Marriott» забирає собі близько 65% доходів. З цієї суми виплачує заробітну плату, страхові внески, здійснює закупівлю продуктів. 29% залишається власнику готелю, який оплачує податок на нерухомість.

Відповідно до політики «Marriott», якісний сервіс починається зі співробітників. «Чим краще компанія буде ставитися до своїх співробітників, тим краще вони будуть ставитися до клієнтів», – пояснював Уїллард Марріотт.

Головним для готелів є відповідність стандартам мережі «Marriott». Власники бренду це жорстко контролюють. Раз на рік в готель приїздить «таємний гість» – ніким не впізнаний інспектор. Він відвідує всі сервіси готелю і фіксує, в якому стані обстановка в готелі, чи посміхається йому персонал, через скільки хвилин подали замовлену страву. До послуг інспектора функціонує загальна комп'ютерна база, де зібрані відгуки клієнтів «Marriott» з усього світу. Зрештою інспектор знімає маску, представляється директору і отримує доступ до службових приміщень. За підсумками цього візиту готель одержує оцінки. Потрібно набрати мінімум 75 балів зі 100. Якщо готель три рази підряд не набере 75 балів, у власника будуть проблеми. Завдяки такому підходу «Marriott» регулярно входить до рейтингу кращих роботодавців журналу Fortune.

Конрад Ніколсон Хілтон (Conrad Nicholson Hilton) народився 25 грудня 1887 року в містечку Сан-Антоніо, що знаходиться в американському штаті Нью-Мексико. Його батько, Август, іммігрував з Норвегії, а мати – з Німеччини. Батько тримав у Сан-Антоніо універсальний магазин, доходів від якого цілком вистачило на будівництво місткого будинку зі спальнями для кожного з восьми дітей.

Згодом, на сімейній раді було вирішено деякі кімнати здавати постояльцям. Шукати клієнтів доводилося саме 20-річному Конраду, який щовечора пропонував цей імпровізований мотель пасажиром на місцевому вокзалі. За чисту кімнату, вечерю і сніданок з гостей брали лише \$ 1.

Конрад отримав ґрунтовну освіту: коледж святого Майкла, військовий інститут. Конрад вивчився на гірничого інженера, але жодного дня за спеціальністю не працював. Він не сумнівався, що повинен стати підприємцем. Після невдалих спроб у банківській кар'єрі, у червні 1919 року придбав невеличкий отель «Моблі» в містечку Сіско штату Техас, який обійшовся йому не так дешево. Крім власних \$ 5 тис. Хілтону довелося \$ 15 тис. позичити у друзів і ще взяти кредит у банку на \$ 20 тис. Тепер все залежало від самого Конрада. Йому виповнився 31 рік.

Основну клієнтуру «Моблі» складали робітники з найближчих нафтових копалин, які знімали кімнати тільки для сну на 8 годин. Номери коштували \$ 1 і \$ 2.5 за ніч. І хоча сам Хілтон називав готелі типу «Моблі» не інакше як «нічліжками», вони чимось нагадували його перший готельний досвід організації сімейного пансіону під час депресії 1907 року. Перше, що

зробив Конрад у своєму готелі, це збільшив число спальних місць, щоб ліквідувати вируючий натовп очікуючих нічліг. Потім йому прийшла в голову думка чимось зайняти відвідувачів, при цьому, бажано, з вигодою для себе. Для цього він розмістив навколо колон у вестибюлі кілька вітрин, в яких продавалася різні дрібнички – від газет і журналів до одержних щіток і зубної пасти. Пізніше Хілтон говорив, що кожна колона принесла йому \$ 8 тис.

Уже через рік Хілтон купив ще один готель в містечку Форт Ворт, а потім ще два готеля. До 1924 року у Хілтона було вже 350 номерів і достатньо грошей, щоб побудувати перший власний готель «з нуля».

Конрад вирішив вирватися зі сільської глибинки і побудувати перший готель на свою честь в столиці Техасу Далласі. Урочисте відкриття 325-кімнатного Dallas Hilton відбулося 2 серпня 1925 року. Цікаво, що кімнати в ньому були не набагато дорожчі, ніж в «Моблі», – \$ 1.5 та \$ 3 за ніч. З цього моменту Хілтон відкривав у Техасі приблизно по одному готелю в рік.

Щасливе життя тривало недовго і закінчилося разом з біржовим крахом 1929 року. Тоді розорилися 80% американських готелів. Конрад боровся до кінця, ввівши режим найсуворішої економії і намагаючись вибити з банків нові кредити. Рятуючи свій бізнес, Хілтон закрив три готелі з восьми, але й це не допомогло. У 1930 році він отримав кредит у \$ 300 тис. під заставу всіх своїх готельних активів. Але криза затяглася і в грудні 1931 року Хілтон позбувся прав власності на свою компанію Hilton Hotels. Це був повний крах.

Врятувала Хілтона та ж сама Велика депресія, яка його і розорила. У той період готелі не належали до числа бізнесів з великою прибутковістю, і ніхто в родині Муді National Hotel Company не уявляв, що можна робити ще з вісьмома збитковими готелями. Загалом, продати їх було нікому, закрити – шкода. Тому нові господарі запропонували купити Hilton Hotels самому Хілтону. Його поставили керуючим компанії з річним окладом в \$ 18 тис. Отримавши фінансовий перепочинок, Конрад почав викупувати назад свої власні готелі. Через три роки, в 1934 році, він отримав назад три готелі і новий кредит під їх заставу на суму \$ 95 тис. З цього моменту навчений досвідом Хілтон продовжив будувати свою всесвітню компанію, яка вже була в його мріях. І тактика поглинань не змінилася, просто готелі стали більшими. П'ятнадцять років Конрад кропітко скуповував готелі конкурентів і будував нові.

Основні ж зміни відбувалися всередині готелів. Конрад зробив з них щось на кшталт «Макдональдс» – у всіх готелях клієнта зустрічав стандартизований набір послуг. Вийшла навіть реклама, в якій було зображено таксі з єдиним написом: «до Хілтона». Щоб ще більше «зрівняти»

свої готелі, Конрад одним з перших став позначати клас готелю зірочками – як коньяк. Не менш цікавий і спосіб роботи Конрада Хілтона з клієнтами. В готельному номері їх зустрічав вражаючий набір безкоштовних пропозицій і послуг: від телевізора (у 50-і роки ХХ ст. це було великою рідкістю) до шампуню. Комфорт гостей досягався кропіткою роботою персоналу. Все, що може знадобитися клієнтам, Хілтон вимагав купувати заздалегідь, тому клієнтам залишалося тільки подзвонити адміністратору і зажадати (наприклад: «Холодно. Хочу обігрівач»). Нарешті, Хілтон вважав, що гроші має приносити весь простір готелю. І завжди ставив в холі своїх готелів прилавки, де можна було купити необхідні речі: від ранкової газети до ниток і гудзиків. Зараз цей підхід Хілтона до роботи з клієнтами став стандартом готельної індустрії.

Відповідно до вислову Конрада Хілтона була сформована філософія його готелів:

- будь-який новий готель має бути необхідністю;
- вдале розташування;
- вигідне фінансування;
- відповідний дизайн;
- належне управління – запорука успіху готелю.

Сам Конрад скоро отримав прізвисько *enthusiastic dealmaker* («захоплений ділок») за свою невгамовну енергію у вивченні конкурентів. Збираючись купити готель, він особисто вивчав обстановку. Наприклад, дивився, скільки чоловіків і жінок входять і чи посміхаються вони, коли виходять з готелю, який розмір вестибюля і навіть скільки лампочок горить перед входом і скільки з них перегоріло.

Після закінчення Другої світової війни обороти його компанії так вирости, що в 1949 році він зміг здійснити мрію свого життя (він постійно тягав у своєму портмоне фотографію свого готелю), купивши самий фешенебельний готель Нью-Йорка – Waldorf-Astoria. У тому ж році відкрився перший «Хілтон» за межами Сполучених Штатів. Це був 300-кімнатний Caribe Hilton в Пуерто-Ріко. А в 1954 році Конрад заплатив \$ 111 млн. за свого головного конкурента в технологічному оснащенні готелів – мережу Statler Hotels. На той момент ця угода стала найбільшим в США придбанням нерухомості.

На початок 1960-х років «Хілтон» став найбільш «технологічною» мережею готелів в світі і його розширення не зустрічало перешкод. До кінця 1960-х у Конрада було близько 40 готелів в США і стільки ж за їх межами. «Хілтон» стали природною ознакою належності Лондона, Рима, Каракаса і Барбадосу. У 1964 році Хілтон виділив всі «заморські» активи в компанію

Hilton Group, якій з цього моменту належить право на марку Hilton за межами США і Мексики.

Основоположні принципи роботи корпорації «Хілтон»:

1. Клієнту безкоштовно треба пропонувати якомога більше послуг;
2. Все, що може знадобитися клієнту, має продаватися в готелі;
3. Гроші має приносити весь простір готелю.

Основні ноу-хау:

1. «Стандартна пропозиція» послуг, єдина в усіх готелях «Хілтон»;
2. «Зоряна» градація готелів – за аналогією з коньяком;
3. Об'єднання готелю й казино ще в кінці шестидесятих років XX ст., коли в Лас-Вегасі (США) були побудовані два незвичайні готелі – «Las Vegas Hilton» і «Flamingo Hilton»;

4. У 1994 році Hilton стала першою в світі мережею готелів, всі об'єкти якої обладнані пристроями автоматичного відмикання, замикання і блокування входних дверей;

5. Впровадження в роботу нових електронних пристроїв і пов'язаної з ними інфраструктури, яке почалося задовго до появи всім відомих і поширених понять – e-business (електронний бізнес) і Інтернет-технології.

Сам Конрад відійшов від управління компанією в 1966 році у віці 78 років. Управління перейшло його синові Барроу.

Сьогодні контроль над американською частиною імперії Хілтона належить його родині. Корпорація має свій девіз: «Гарантія елітарної розкоші – за доступним сервісом високої стандартної якості!».



Питання для самоконтролю:

1. Назвіть фактори, які впливають на розвиток сфери гостинності
2. З чим пов'язана періодизація розвитку гостинності та які основні історичні періоди вона охоплює?
3. Які гостинні споруди виконували функцію засобів розміщення до н. е. та збереглися до наших часів?
4. Чим відрізнялася організація обслуговування в постійних дворах Греції та Риму? Чи існувала диференціація в обслуговуванні гостей?
5. Яка роль законів Хамурапі в становленні та розвитку готельної справи?
6. Охарактеризуйте соціальну і суспільну функції таверн в Стародавній Греції
7. Яка роль монастирів в організації постійних дворів?
8. Як називалися постійні двори середньовічного сходу? Розкажіть про особливості їх облаштування.

9. Розкрийте концепцію засобу розміщення «інн».
10. Розкажіть про розвиток сфери готельних послуг в Європі в Новий час.
11. Подумайте, чим відрізнялося готельне обслуговування в європейських і американських готелях в кінці XVIII – першій половині XIX ст.
12. Чим характеризують розвиток готельної справи в новий час?
13. Оцініть внесок Рітца, Марріотта, Статлера, Хілтона в розвиток готельної індустрії.
14. Чим характеризується розвиток індустрії гостинності на початку XX ст.?
15. Розкажіть про перший, другий і третій бумі готельної індустрії.
16. Обґрунтуйте необхідність використання інформаційних технологій в готельній справі.
17. Які нові регіони світу випереджальними темпами розвивали готельну індустрію в останні десятиріччя 20 ст.? Чому?

Тестові завдання

1. *Постоялі двори в Європі, особливо у Великобританії, отримали стимул до розвитку внаслідок*
 - а) закриття багатьох монастирів;
 - б) королівських указів;
 - в) технічного прогресу;
 - г) збільшення кількості паломників.
2. *До складу додаткових послуг в епоху нового часу в Європі входили:*
 - а) відправлення і доставка пошти, транспортно-технічні послуги (перекування коней, лагодження возів);
 - б) надання ночівлі та сніданку;
 - в) надання цілодобового обслуговування;
 - г) надання холодного водопостачання.
3. *Назвіть нові регіони світу, де розвиток готельної індустрії в кінці XX ст. здійснювався випереджальними темпами.*
 - а) Африка;
 - б) Австралія;
 - в) Європа і США;
 - г) країни Південно-Східної Азії, Японія і Китай.

ТЕМА 1.2. ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

План

1.2.1 Періодизація та особливості розвитку готельного господарства України

1.2.2 Готельне господарство України на сучасному етапі

Ключові слова: асоціація готельних об'єднань і готелів міст України, Асоціація малих готелів та апартаментів України, інвентаризація готельного фонду, комунальні готелі, модернізація номерів, мебльовані кімнати, нічліжні будинки, прийомники мандрівників, пансіонати, санаторії, типові проекти готелів, фешенебельні готелі.

1.2.1 Періодизація та особливості розвитку готельного господарства України

Історія української гостинності тісно пов'язана з історією прадавнього слов'янства. Для слов'ян, як і для греків і римлян античного світу, постать мандрівника була священною, а гостинність – почесним обов'язком.

Але власне історія вітчизняної готельної справи бере свій початок з епохи Середньовіччя. Одними з перших притулків для подорожніх були «**гостині двори**», які будувались у великих містах та призначалися для розміщення іноземних купців. У X–XII ст. гостиний двір являв собою об'єднані в єдине подвір'я будинки та крамниці «гостей». «Гостині двори» були в Архангельську, Пскові, Володимирі, Києві. У Києві були «вірменський двір», «генуезький двір», «венеціанський двір» та ін. Поступово житлова частина відділилася від торговельної та отримала назву «гостиниця». Звідси і бере початок російська назва «гостиница».

У період володарювання Золотої Орди (XIII–XIV ст.) на Русі виникають постійні двори для чиновників і гінців великого хана, які називалися «**ямми**» і про які говорилося в попередній темі. Наші попередники згодом перейняли ямську службу і у XV ст. у Московській державі був створений так званий Ямський приказ, що керував ямською (поштовою) справою на Русі (з 1723 до 1781 р. Ямська канцелярія). На початку XVIII ст. на Русі з'являються «поштові тракти» – лінії далекого кінного зв'язку з поштовими станціями та заїжджими дворами уздовж них. Ці поштові тракти обслуговувались ямщиками, котрі перевозили пошту, подорожніх і вантажі.

У той же час при поштовому відомстві почали організовувати готелі, які спочатку призначалися лише для відпочинку іноземних гостей.

Ще одним популярним закладом розміщення у Росії були *трактири*, в Україні – шинки та корчми, які будували на торговельних і чумацьких шляхах. Плата за проживання тут була невеликою, але й умови далекі від комфортних.

З прийняттям християнства посилюються культурні й релігійні зв'язки з країнами християнського світу, великого розвитку набуває паломництво. В Україні до паломників ставилися дуже шанобливо. Паломники могли зупинятися у приватних будинках і садибах, при церквах і монастирях, де нічліг був переважно безкоштовним, рідше вимагав посильного пожертвування.

Особливої уваги заслуговував «Зелений готель», збудований у 1803–1805 рр., що належав Лаврі і був найпопулярнішим у 50-х рр. XIX ст. Лаврський готель складався з одного чотириповерхового і трьох, двоповерхових корпусів, розташованих за огорожею монастиря, в Гостинно-Лаврському провулку, що веде до печер. У цьому готелі в 1850 р. вже було 200 окремих номерів і близько 20 загальних кімнат, не враховуючи навісів для простих прочан і кількох маленьких будиночків. Помешканнями готелю можна було користуватися безкоштовно впродовж двох тижнів. Один із корпусів готелю був зайнятий лікарнею для прочан з жіночим і чоловічим відділеннями, по 40 ліжок у кожному. Готель приймав до 85 тис. відвідувачів за рік. Утримувався переважно за кошти графині Орлової та княгині Турчанінової.

Безкоштовним було і харчування для бідних прочан в їдальні Лаври. Для інших категорій паломників страви також коштували недорого. Харчування паломників, що зупинялися в Лаврі, забезпечувалось частково власним виробництвом, а цукор, сіль, солонина, риба, крупи, борошно, олія, вино купувалися у постачальників. Харчування було, в основному, пісним, але досить різноманітним: готувалися страви з овочів, картоплі, грибів, випікався хліб, пиріжки. В якості напоїв подавали чай і квас.

Безкоштовно годували мандрівників і в Троїцькому монастирі, в Китаєвській і Феофанівській пустинях (монастирі).

Функціонування готелів при монастирях і в Лаврі забезпечувалося, в основному, силами послушників і ченців. Суттєву допомогу складали благодійні пожертвування заможних віруючих та власні підсобні господарства.

На відміну від деяких світських закладів гостинності церковно-монастирські відрізнялися не тільки доступністю послуг для прочан, але й

доволі високим санітарно-гігієнічним рівнем, чистотою, охайністю. Тим, хто зупинявся в церковно-монастирських готелях, видавалася чиста білизна. Підтримувався чіткий розпорядок дня.

На рубежі XVIII–XIX ст. у столицях Російської імперії, а згодом і в губернських та повітових містах починають масово будувати невеликі, як правило, **двоповерхові готелі з внутрішнім двором** для постою коней та екіпажів, з ресторанами чи трактирами та поганим комфортом.

Наприкінці XIX–на початку XX ст. у Російській імперії починає бурхливо розвиватись велика промисловість, закладаються основи капіталістичного виробництва. З другої половини XIX ст. починається будівництво залізниць, зростають міста. Активно втілюються в життя ідеї технічного прогресу, вдосконалюється будівельна техніка. Зростає і кількість готелів, підвищується їх якісний рівень.

Історичний розвиток готельного господарства України цього періоду можна дослідити найбільш детально на прикладі Києва, Одеси та Криму.

Після прокладення у 70-х роках XIX ст. Києво-Одеської і Києво-Курської залізниць та з розвитком пароплавства на Дніпрі Київ перетворився на важливий транспортний вузол. Згодом Південно-Західна залізниця з'єднала Київ з Варшавою і Петербургом, Харковом і Миколаєвом, Московсько-Воронезька – з Москвою. На початку XX ст. були відкриті залізничні лінії від Києва до Полтави, Криму, до західних кордонів Російської імперії. У місті розвивається велика промисловість. Зростає благоустрій міста.

У 70–72-х роках XIX ст. споруджено міський водогін, з 1894 р. обладнано каналізацію. Почала діяти перша електростанція для освітлення вулиць та роботи транспорту. У 1892 р. в Києві з'явився перший у Російській імперії та другий в Європі електричний трамвай.

Стрімко збільшується населення Києва, протягом другої половини XIX ст. його кількість зросла майже в 4,5 рази. Так, у 1861 р. у місті було 65 тис. мешканців, а у 1897 р. – вже 247,7 тис. Все це викликає наприкінці XIX ст. справжню будівельну лихоманку. У тому числі швидко зростає кількість готелів.

До 1880 р. в Києві було всього 15 готелів. А вже в **період «будівельної лихоманки»** – останні 20 років XIX ст. (до 1901 р.) – у Києві було побудовано 64 готелі, **які можна було умовно поділити на такі великі групи:**

- 1) готелі, які розміщені поруч з вокзалом;
- 2) суперзіркові готелі: «Європейський», «Гранд-Готель» (на цьому місці нині стоїть корпус Головнопоштамту), «Французький» («Hotel de

France»), «Континенталь» і готель «Савой». У київському путівнику 1910 р. було зазначено, що «кімнати в цих готелях коштують від 1 крб., 1 крб. 50 коп. до 12 крб. «Гранд-Готель» на 110 номерів у центрі Хрещатика поблизу поштової контори (нині Майдан Незалежності) мав власний омнібус на вокзалі, чудовий ресторан. Готель «Європейський» був найкращим вибором для заможних людей та знаходився на Царській (тепер Європейській) площі, мав один з найкращих ресторанів у місті, свого представника на вокзалі та зручну карету для доставки клієнтів до готелю чи з готелю на вокзал. Неподалік знаходився теж першокласний «Hotel de France», а на Миколаївській вулиці (нині вулиця архітектора Городецького) у 78–80-х роках ХІХ ст. архітекторами Е. Брадтманом і Г. Шлейфером був збудований великий (на 100 номерів) готель «Континенталь» для дуже заможних людей. У 1941 р. при відступі з Києва радянських військ «Континенталь» було висаджено в повітря, на його місці тепер Оперна студія Національної музичної академії.

На початку ХХ ст. на Бібіковському бульварі (нині бульвар Тараса Шевченка) були збудовані готелі «Палас» та «Марсель», у 1953 р. об'єднані в єдиний готель «Україна», нині «Прем'єр Палац». У готелі «Марсель» було обладнано перший механічний ліфт.

Великі багаті готелі мали вишкалену прислугу та пропонували постояльцям екіпажі для поїздок містом, окремих кабінет у ресторації, а в номерах – ванну, телефон, гарячу воду, парове опалення. Їжу можна було отримати в номер, але зазвичай споживачі обідали у ресторані готелю. У ресторанах першокласних готелів обід коштував у середньому 2 карбованці. Працювали кухарі з Франції, Німеччини, Австрії, Польщі, які готували фірмові делікатеси. У великих готелях були винні погреба. Одним з найдорожчих ресторанів у цей час був ресторан готелю «Метрополь» купця Дьякова. Користувалися популярністю також ресторани готелів «Бель-Вью», «Європейський», «Гранд-готель», «Оріон» та «Континенталь».

У великих готелях були магазини, працював цілий штат посильних, які виконували дрібні побутові доручення постояльців і могли працювати на них щодобово або навіть помісячно за відповідну плату. Великих готелів у Києві було порівняно небагато. Набагато більше було готелів «середнього класу»: «Ермітаж», «Ліон», «Італія» «Франсуа», «Прага» та «Північний» на Володимирській; «Берлін», «Оріон», «Імперіаль», «Сан Ремо» і «Росія» на Думській площі (нині Майдан Незалежності); «Версаль» та ін.

Крім готелів у Києві існували також **«мебльовані кімнати»** або «нумери», сервіс в яких часто не поступався хорошим готелям другого класу. У таких «мебльованих кімнатах», які знаходилися в центрі міста, сервіс

коштував недешево. Але в багатьох невеличких готелях і «мебльованих кімнатах», що знаходилися біля вокзалу або біля святинь Подолу, номери були значно дешевшими і коштували 30–40 копійок за добу.

Для невибагливої публіки, особливо для тих, хто прибував до Києва на тривалий час, існували «постоялі двори», а для богомольців недорогі або зовсім безплатні «прийомники мандрівників» Свято-Успенського, Києво-Печерського, Софійського, Михайлівського, Покровського та Братського Богоявленського монастирів.

Були в Києві й «*нічліжні будинки*» («нічліжки»), або як їх називали «народні будинки» для бідноти, що будувалися коштом заможних громадян і меценатів Терещенків, Ханенків. У жовтні 1885 р. прийняв перших постояльців народний будинок Миколи Терещенка поблизу Бесарабського ринку. Він мав три поверхи і міг прийняти 500 чоловік, але часто тут ночувало більше 600. Побудова його обійшлася М. Терещенку в 60 тис. крб., і ще стільки ж він виділив на утримання будинку. Наприкінці сторіччя у Києві було 12 нічліжок на 1280 місць, тисяча з яких у двох будинках Миколи й Федора Терещенків. До того ж інші приватні притулки брали 5 копійок за ночівлю, а ці були безкоштовними.

В Одесі напередодні революції 1917 р. було 34 готелі й 6 постійних дворів. Більшість з них була середнього рівня з гучними європейськими назвами – «Лондонський», «Марсель», «Франція» або з такими, що вказували на статус мешканців – «Купецький», «Біржа» тощо.

Велике будівництво курортних готелів проводилось у Криму, починаючи з середини XIX ст. У цей час Крим стає популярним місцем відпочинку, а його містечки перетворюються на модні курорти. У 1843 р. затверджується проект забудови Ялти, яка раніше була маленьким поселенням і отримала статус міста тільки у 1837 р. Згідно з проектом у місті починається будівництво фешенебельних готелів, великих магазинів, лікарень і приватних дач. У 1915 р. у місті працюють 14 готелів на 800 номерів, 5 пансіонатів і 3 комфортабельних приватних санаторії.

Будуються *готелі, санаторії та пансіонати* в Євпаторії, Саках, Судаку, Сімеїзі. У Севастополі в 1890 р. було 14 готелів і 5 пансіонатів. Великі готелі надавали розкішні номери від 1 до 15 карбованців за добу з «безкоштовним електричним освітленням» та автомобілями для перевезення пасажирів і багажу, другорядні готелі пропонували номери з балконами та «чудовим краєвидом», але за значно меншу платню – від 75 копійок на добу. За 100 карбованців і вище можна було винайняти віллу на березі моря, де гарантувалося «здорове повітря, спокій і посилене харчування». Крім

дорогих дач, пансіонатів, санаторіїв і готелів пропонувалося розміщення у невеличких будиночках та помешканнях, малопридатних для житла.

	== ==	
	Таким чином, на початку ХХ ст. структуру готельного	
	господарства України складали великі фешенебельні готелі у великих	
	містах і на курортах, де існували також санаторії, пансіонати, вілли і	
	притулки, а також готелі другого класу, мебльовані кімнати, постійні	
	двори та прийомники мандрівників, нічліжні будинки.	
	== ==	

Після 1917 р. та встановлення радянської влади в Україні історія вітчизняного готельного господарства розвивалася переважно в рамках розвитку готельного господарства СРСР.

У 1918 р. декретом радянського уряду готелі були націоналізовані й передані місцевим органам радянської влади. У перші після революційні роки більшість готелів використовується не за їх прямим призначенням. Частину готелів віддають під житло робітникам і службовцям, частину використовують під різні державні заклади й установи. Це зумовлювалося, передусім, складними соціально-побутовими умовами в країні та порівняно високим рівнем благоустрою готельних будинків. Так, московські готелі «Національ» та «Метрополь» послідовно у 1918–1919 рр. використовувались як місце роботи радянського уряду (ВЦВК) та проживання його членів. У «Націоналі» у 107 номері проживав В. І. Ленін, у «Метрополі» – Я. М. Свердлов. У петербурзькому готелі «Європейський» був обладнаний приймальник-розподільник для безпритульних дітей. Подібні процеси відбувались і в українських містах до кінця 20-х років ХХ ст.

З початком відбудови господарства у рамках перших державних п'ятирічних планів починається й планомірний розвиток готельної справи. У містах проводиться *інвентаризація готельного фонду*. Невеликі, погано пристосовані для готелів будинки зносяться або використовуються з іншою метою, придатні готелі відбудовуються та передаються за призначенням.

У 1928 р. розроблено та затверджено *«Положення про комунальні трести»*, в якому остаточно було закріплено підпорядкованість готелів місцевим радам, запропоновано їх типовий статут. Таким чином був визначений юридичний статус готелів *«комунальні готелі»*.

Серед відомчих готелів найбільша кількість належала «Інтуристу», який отримав власну матеріальну базу після об'єднання у 1933р. з ВАТ «Готель». ВАТ «Готель» для прийому іноземних гостей було створено в 1932 р., до складу якого входили найкращі готелі – «Національ» і «Метрополь» у Москві, «Асторія» та «Європейський» у Санкт-Петербурзі (Ленінграді),

«Червоний» та «Лондонський» («Одеса») в Одесі. У Києві «Інтуристу» належали готель «Ермітаж» («Інтурист»), «Україна» (нині «Прем'єр Палац»), у Львові – «Жорж», у Ялті – «Ореанда» і «Таврида». Всі ці готелі були побудовані наприкінці XIX–на початку XX ст. У 1938 р. *«Інтурист»* мав у своєму розпорядженні 27 готелів на 2778 номерів і 26 ресторанів на 5713 посадкових місць, 334 одиниці автотранспорту. Для потреб внутрішнього туризму наприкінці 30–х років XX ст. в СРСР існувало 165 будинків туриста, 50 турбаз, 12 туристичних готелів, 24 стаціонарних табори, 19 притулків, туристські кемпінги та сезонні стоянки.

У 30-х роках розробляються перші *типові проекти готелів* спочатку на 50–100 місць, згодом більших, на 150 місць. Підвищується благоустрій готелів, а саме: частина номерів оснащується умивальниками, з'являються багатокімнатні номери, заклади харчування при готелях, збільшується кількість послуг. Починається будівництво великих, добре обладнаних готелів у столиці СРСР Москві, Ростові-на-Дону, Челябінську. У 1940 р. готелі існують у більш ніж половині міст СРСР – 669 міст з 1246 мають готелі. Київські готелі у 1941 р. могли одночасно розмістити 1370 осіб.

Величезними були збитки, завдані готельному господарству СРСР під час Другої світової війни. Особливо постраждало готельне господарство окупованої України, майже всі великі готелі були знищені. У Києві на Хрещатику було зруйновано п'ять великих готелів. У перші повоєнні роки починається відбудова готельних об'єктів, будівництво нових закладів. У 1950 р. готельний фонд СРСР вже досягає довоєнного рівня та з цього часу поступово збільшується, розширюється його географія, будуються готелі у Прибалтиці та Середній Азії, Закавказзі й Молдові.

Проблеми відбудови й подальшої розбудови народного господарства, його поступове перетворення на єдиний народногосподарський комплекс вимагали великої кількості готельних місць, що зумовило масове будівництво готелів, але у своїй більшості низького рівня якості. У 1960 р. в СРСР було 1476 готелів на 137 тис. місць (у 1364 містах з 1685). У столиці СРСР Москві у 1956 р. відкривається Всесоюзна сільськогосподарська виставка, що пізніше перетворилася на Виставку досягнень народного господарства СРСР. Для учасників та відвідувачів Виставки передового досвіду України в 1958–1961 роках будується готель «Золотий колос» у Києві, призначений для відвідувачів виставки.

З 1956 р. починається розвиток масового іноземного туризму в СРСР, швидкими темпами розвивається туризм внутрішній, молодіжний.

Все це сприяло становленню та розбудові існуючої готельної бази. *Перша всесоюзна класифікація готелів у 1952 р.* показала їх невідповідність

світовим вимогам – більшість з них була низького рівня комфорту і лише поодинокі висококомфортабельні готелі («*позарозрядні*») могли приймати іноземних гостей, забезпечуючи їм необхідні умови. Тому 60–ті р.р. ХХ ст. в історії вітчизняного готельного господарства були періодом *широкої модернізації готельної бази*. У готелях запроваджуються системи холодного та гарячого водопостачання, монтуються ліфти, переоформляються вестибюлі, відкриваються пункти харчування, упорядковується територія; у номерах обладнуються збірно-розбірні кабінки санвузлів, з'являються номери підвищеної комфортності тощо. Наприкінці 1960-х років у вітчизняній готельній практиці складається комплекс вимог до готельного стандарту: сучасний комфорт, велика площа різного роду громадських приміщень, набір різних видів номерів, розвинена мережа закладів ресторанного господарства (ЗРГ) і торгівлі, упорядкована територія, наявність автостоянки, достатній асортимент додаткових послуг.

Поряд з модернізацією існуючих готелів активно будують нові. За період з 1961 до 1972 р. в Україні збудовано 56 готелів. Станом на 1972 р. в Україні існувало близько 800 готелів на 73300 місць, з них 92 готелі – у сільських населених пунктах, 366 – у селищах міського типу і 399 у містах. Значно менше на цей час мотелів, лише 5 і 6 кемпінгів. Усього до середини 1970-х рр. в Україні збудовано 97 готелів на 11079 місць у Києві, Донецьку, Сімферополі, Львові, Харкові, Івано-Франківську та інших містах.

Порівняно з 1956 р. кількість готелів зросла майже на 165%, місць у них збільшилось у 3,5 рази. У 1960-ті рр. у Києві збудовано готель «Дніпро» та мотель-кемпінг «Пролісок», готелі «Москва», «Мир», «Дружба», у Харкові – готель «Інтурист».

У 1970-ті – на початку 1980-х рр., коли остаточно складається єдиний народно-господарський комплекс у країні; з'являються великі господарські об'єднання; промисловість, сільське господарство, будівництво стають на індустріальну основу, спостерігається справжній *«бум» готельного будівництва*. Кількість готелів у СРСР за цей час зростає більше ніж удвоє.

Значно підвищується рівень комфортності готелів, їх інженерно-технічний благоустрій. Будуються великі готельні комплекси покращеної архітектури. Готелі нагороджуються преміями й дипломами за архітектуру.

У 1978 р. більшість готелів будується вже як комплекси, до складу яких обов'язково входить заклад ресторанного господарства, інколи – конгресний або рекреаційний блок. Поряд з готелями активно будуються додаткові засоби розміщення.

Якщо до 1970-х рр. будівництвом готелів в основному займаються місцеві комунальні органи, то у 1970–80-ті р.р. переважаючими темпами

будуються відомчі готелі, в основному це готелі туристських відомств: «Інтуриста», ЦБТЕ, «Супутника». Матеріальну базу «Інтуриста» складали також 13 мотелів, 11 кемпінгів – загалом на 55 тис. місць у всіх засобах розміщення, з них 10096 місць в Україні. Деякі з готелів будуються за участю зарубіжних фірм. Це «Космос» у Москві (збудовано французькою фірмою «Сефрі»), «Віру» в Таллінні (за участю фінських будівельників), «Олімпія» – також у Таллінні (шведські фірми). В Україні готель «Ялта» в Ялті збудований за участю югославських будівельників, готелі «Черемош» у Чернівцях і «Закарпаття» в Ужгороді – угорських, готель «Інтурист» у Києві – польських. Система «Супутника» охоплювала 20 молодіжних центрів і таборів, 7 молодіжних готелів.

Збільшення готельної бази та зростання вимог до її якості вимагали нового підходу до нормативно-правової бази її організації та управління. У серпні 1977 р. виходить постанова «Про заходи з подальшого покращення обслуговування населення в готелях». У результаті цієї постанови змінюються будівельні стандарти, переглядається якісне оцінювання наявної бази, збільшується кількість додаткових послуг. У 1979 р. прийнято нові «Будівельні норми та правила», 2 березня 1979 р. – «Положення про віднесення готелів до розрядів, а номерів у них до категорій» – нова класифікація готелів у СРСР, яка після змін і доповнень 1984 р. діяла до початку 1990-х рр.

У 1970–80-ті рр. остаточно складається система управління готелями в СРСР. Комунальні готелі були підприємствами подвійного підпорядкування. Безпосередньо господарське управління готелями здійснювали виконкоми місцевих рад через свої управління, відділи та комунальні комбінати в залежності від розміру міста, кількості готелів у ньому, їх місткості тощо. У Києві роботою готелів керувало Управління комунального та побутового обслуговування Київського міськвиконкому, у складі якого був відповідний відділ.

Готельне будівництво в СРСР досягає піку в 1980 р. – час проведення **XXII Олімпійських ігор**. Тільки в Москві напередодні Олімпіади було здано в експлуатацію 27 тис. нових готельних місць. У Києві до Олімпійських ігор були збудовані готелі «Русь» і «Братислава».

Розпочинається підготовка професійних кадрів для готельного господарства. У той же час у готельному господарстві країни намітилася низка негативних тенденцій. Наприкінці 80-х років темпи готельного будівництва значно знизилися, з'явилися «довгобуди». Забезпеченість готельними місцями складала 2,5 місця на 1 тис. жителів, що є дуже низьким показником. Нестача готельних місць і відсутність економічних стимулів в

управлінні персоналом породжували штучний дефіцит готельних місць, на основі якого процвітали корупція, хабарництво.

Відсутність зацікавленості персоналу в результатах роботи, орієнтації на споживача призводили до інерції, небажання розширювати асортимент послуг, підвищувати культуру обслуговування. *Готельне господарство перетворилося на збиткову галузь*, часто існувало на державних і відомчих дотаціях. Екстенсивний підхід до організації праці призвів до розростання управлінського апарату на всіх рівнях, що знов таки мало негативні наслідки для економіки готельних підприємств. Відсутність достатньої мотивації в роботі разом з низькою компетенцією кадрів породили той самий потворний «радянський сервіс», що викликав стільки нарікань у іноземних туристів. Робота у готелях вважалася престижною, тому часто приваблювала випадкових людей, що не мали спеціальної освіти, процвітав протекціонізм. Дуже повільно запроваджувалася сучасна техніка, зокрема комп'ютерна. Низьким був ступінь механізації праці.

Отже, мережа туристських підприємств активно формувалась наприкінці 70-х—упродовж 80-х років ХХ ст. Як свідчить аналіз, більшість готелів, мотелів, кемпінгів, санаторіїв, баз відпочинку та туристських баз будувались за проектами, які не відповідали міжнародним стандартам. Інтенсивна їх експлуатація в період масового туризму (60–80-ті рр.), а також несвоєчасне проведення капітальних і поточних ремонтів призвели до значного зносу цих будівель та їхнього оснащення.

В готелях, збудованих ще за радянських часів, занадто багато двомісних номерів, тоді як за європейськими стандартами номерний фонд готелів на 70–80% повинен складатися з одномісних номерів із одним великим ліжком.

У багатьох готелях відсутні кондиціонери, громадські зони (холи, фойє), не кажучи вже про конференц-зали, фітнес-центри, підземні гаражі та паркінги, до яких звикли інтуристи. Тому пріоритетним напрямом зміцнення матеріальної бази туристських підприємств мало стати проведення реконструкції, модернізації та будівництва

1.2.2 Готельне господарство України на сучасному етапі

Початок 90-х років ХХ ст. ознаменував новим етапом розвитку готельного господарства у незалежній Україні. Він розпочався цілою низкою проблем. Через припинення належного фінансування припиняється й готельне будівництво. Після розвалу СРСР та його монопольних структур виникають проблеми з управління підприємствами готельного господарства. Втрачає чинність нормативна база діяльності готелів.

У другій половині 90-х років ситуація в готельній галузі почала стабілізуватися, хоча все ще залишалася незадовільною. З початку 1990-х років спостерігалася **тенденція до зменшення готельної бази**. Якщо в 1993 р. в Україні було 1654 готелі на 157370 місць, то в 1994 р. – вже 1466 на 140013 місць. Ця тенденція продовжувалася й у другій половині 1990-х рр. Станом на 2001 р. база закладів розміщення в Україні (готелів, пансіонатів, будинків і таборів відпочинку) мала 4,5 тис. одиниць загальною місткістю 620 тис. місць, у тому числі 1258 готелів на 100677 місць. Зниження місткості готельної бази порівняно з 2000 р. склало 3,8%.

Готелі використовувалися під офіси, житло, але найчастіше зменшення кількості готелів в Україні відбувалося за рахунок закриття збиткових підприємств. У період з 2002 р. до 2004 р. кількість готелів продовжувала знижуватись. У Європі показник забезпеченості готельними місцями складає 10–15 місць на 1000 мешканців. У Києві він становить 6, а в середньому по Україні ледве дотягує до 2–3. Окрім того, близько 700 зареєстрованих пансіонатів, баз відпочинку, санаторіїв, в останні роки або неефективні, або не працюють взагалі. Проте ситуація дещо змінюється на краще: з'являються чотири- і п'ятизіркові готелі європейського рівня, десятки і сотні нових невеликих приватних малих готелів різноманітного типу. Але діяльність більшості з них перебуває в тіні через недосконалість законодавчої бази.

Найбільшим некомерційним готельним об'єднанням в Україні стала **Асоціація готельних об'єднань і готелів міст України, яка була створена у 1991 р.** як методичний, організаційний та координаційний центр підприємств готельного господарства України. Нині до неї входять більше 100 готелів. Вона забезпечує обмін досвідом працівників готельних підприємств, надає їм юридичну та методичну допомогу, займається удосконаленням нормативної бази та підготовки кадрів, допомагає у питаннях матеріально-технічного забезпечення і маркетингової діяльності готелів.

В грудні 2006 року почала діяти **Асоціація малих готелів та апартаментів України**, мета якої – сприяння, захист та підтримка діючих та асоційованих членів асоціації, підвищення стандартів обслуговування через брендинг – програму «Золотий ключ».

На початку 2000 року **готелі України приєднуються до світових готельних асоціацій**. Прикладом цього є приєднання двох українських готелів – «Донбас Палац» (Донецьк) та «Опера» (Київ) до асоціації Leading Hotels of the World, що є однією з найстаріших готельних організацій у світі, заснованою у 1928 р. У 2003 році почала розвиток бельгійська готельна мережа ReikartzHotels&Resorts під брендом Reikartz. Готелі мережі (10

готелів у Львові, Закарпатті, Почаєві, Кіровограді, Миколаєві, Дніпропетровську, Кривому Розі, Севастополі) охоплюють сегмент 3–4 зірки відповідно до Європейської класифікації Hotres. До 2015 року планується відкрити 20 готелів по Україні.

У вересні 2003 р. створена перша в Україні національна готельна мережа «Premier International» під брендами:

– «Accord Hotels». Філософія бренду – перевершити очікування гостя від готелю середнього рівня з орієнтацією на бізнес–послуги та потреби бізнесменів, а також професійний підхід до організації та проведення заходів різного формату;

– «Premier Hotels» – колекція розкішних готелів;

– «Компас Готелі» – мережа бюджетних готелів.

Її членами стали відомі в Україні та за її межами готелі «Premier Palace»–5* (Київ), «Ореанда»–4* (Ялта), «Дністер»–4* (Львів), «Star»–4* (Мукачеве), «Лондонський»–4* (Одеса), «Cosmopolit»–4* (Харків). Ця система покликана створити нове «слов'янське обличчя» нашого готельного бізнесу. В майбутньому до мережі долучатимуться 4–5-зіркові готелі інших міст України, які пропонуватимуть послуги гостинності згідно з міжнародними стандартами, але не позбавленими українського колориту.

План розвитку бренду відбувається за рахунок приєднання готелів до мережі на умовах франчайзингу або контрактного управління, а також придбання готелів у власність.

До 2013 р. на українському ринку з'явився ряд відомих готельних брендів (табл. 4).

Таблиця 4 – Присутність іноземних готельних брендів на ринку України

Назва	Категорія (зірки)	Кількість кімнат	Дата відкриття
Fairmont Grand Hotel Kyiv	5	250	2010–2011
Ibis	3	215	2010–2011
Holiday Inn	3–4	210	2011–2012
Radisson SAS, Kyiv	5	255	2012–2013
Hilton	5	270	2012–2013
Park Inn (Дніпропетровськ)	4	250	2011–2012
Novotel (Львів)	4	70	2012–2013

Український готельний ринок істотно пожвавився після перемоги України і Польщі в тендері на право проведення чемпіонату Європи з футболу «Євро–2012». За європейськими нормативами у Києві станом на 2012 рік повинно було бути щонайменше 20 тис. готельних місць (загальна

кількість номерів на 2010 рік становила 8,7 тис., що було вдвічі менше, ніж у Москві, і в 6 разів менше, ніж у Парижі). За даними Knight Frank, найбільш привабливими регіонами для відкриття готельного бізнесу стала Західна Україна, наприклад, Львів, Івано-Франківськ, Закарпаття, а також південний берег Криму. Показник забезпеченості готелями (кількість готельних місць на 1000 осіб) в Україні низький (при нормі 10 місць на 1000 осіб в Україні є лише 2,9 готельних місця (для порівняння: у Москві – 9,3; у Санкт-Петербурзі – 6,4; у Парижі – 38,4; у Відні – 25,6).

Згідно з функціональною структурою підприємств готельного господарства, на території України послуги з тимчасового проживання напередодні Євро-2012 у 2010 р. надавали 815 готелів, 19 мотелів, 6 готельно-офісних центрів, 9 кемпінгів, 42 молодіжні турбази та гірські притулки, 191 гуртожиток та 341 інше місце для тимчасового проживання. Найпоширенішими в Україні є підприємства готельного господарства, що пропонують своїм клієнтам повний комплекс послуг з прийому, розміщення, харчування та обслуговування. В окремих регіонах, особливо в сезон відпочинку, інші місця тимчасового проживання здатні розмістити та прийняти більше клієнтів, ніж основні. До їх числа відносять сезонні бази відпочинку, літні будиночки, котеджі тощо.

За два роки (2010–2012р.р.) готелів вищого класу було побудовано стільки, скільки не було побудовано за час, починаючи із закінчення Другої світової війни. Станом на 2013 р. приїжджих обслуговують 7 п'ятизіркових готелів: «Premier Palace», «Hilton», «St Sofia Regency Hyatt», «Intercontinental» та «Опера (Інтерн)» у Києві, «Donbass Palace» у м. Донецьку, «Україна» у м. Дніпропетровську та «Ортодос» у м. Одесі; 46 чотиризіркових готелів, близько 350 – тризіркових, двозіркових та однозіркових, решта – близько 410 готелів – не мають категорії.

Велика кількість «безкатегорійних» готелів пояснюється низкою причин:

- більшість із них не відповідає комплексу вимог до матеріально-технічного забезпечення, номенклатури та якості наданих послуг, рівня обслуговування; деякі отримали сертифікат лише на безпеку проживання;

- ряд готелів проводить поточний або капітальний ремонт та реконструкцію або знаходиться в стадії ліквідації; новозбудовані готелі ще не встигли одержати категорію;

- значна кількість готелів перейшла у власність фізичних осіб, в яких немає коштів.

Разом із тим існуюча інфраструктура туризму ще не відповідає вимогам міжнародних стандартів.

До проблемних моментів у функціонуванні ринку готельних послуг України слід віднести:

1. На сучасному етапі в Україні існує тільки один національний готельний оператор – Premiere-Hotels, до складу якого входять шість готелів. Це свого роду монополіст в готельному секторі економіки України. Він створювався в розріз із загальноприйнятими стратегіями, оскільки став об'єднанням досконало різних за концепцією та набором послуг готелів в ділових і туристичних центрах України. За рахунок специфіки кожного окремого готелю не доводиться вирішувати проблеми, пов'язані з уніфікацією продукту. Таке своєрідне об'єднання дозволяє подвоїти конкурентну перевагу, пов'язану з позиціонуванням на ринку і впізнаваністю бренду. Також всі готелі користуються перевагами єдиної системи бронювання;

2. Поступова експансія титулованих іноземних операторів на український готельний ринок створює умови, за яких окремі підприємства вимушені співпрацювати і виробляти єдину бізнес-стратегію;

3. Сектор готелів рівня трьох зірок і нижче залишається в Україні незаповненим і представлений, в основному, підприємствами з дуже низьким рівнем обслуговування і невеликим набором послуг;

4. Слабка активізація підприємницької діяльності в готельному секторі України, що може призвести до наповнення ринку іноземними операторами. Разом з тим, західний інвестор не бажає виходити на готельне поле України без активної присутності там українських компаній;

5. Неефективний менеджмент національних готелів;

6. До розряду «небезпечних» питань взаємодії з державними структурами можна віднести:

- процес реєстрації об'єкта готельного господарства;
- відведення земельної ділянки під будівництво;
- проходження обов'язкових процедур у відомствах пожежної охорони і санепідеміологічного контролю;
- отримання необхідних дозволів і сертифікатів;

7. Питання стандартизації послуг також є проблематичним внаслідок невідповідності української і європейської систем стандартизації надання готельних послуг;

8. Невідповідність цін рівню якості готельних послуг. Вартість проживання в українських готелях в 2–3 рази перевищує вартість проживання в готелях аналогічного рівня країн Європи, що зумовлено неналежним державним регулюванням цієї сфери (відсутній державний орган з обліку готелів та інших закладів розміщення, регулювання та

контролю за їх діяльністю) та низьким рівнем диференціації готельних продаж послуг (слаборозвинена мережа хостелів, мотелів, кемпінгів, пансіонатів та ін.);

9. Низький рівень конкуренції на готельному ринку внаслідок відсутності корпоративних стандартів управління якістю готельних послуг;

10. Непристосованість готелів та інших закладів розміщення до потреб людей з обмеженими фізичними можливостями. Мізерний відсоток готелів в Україні пристосовані до потреб інвалідів, хоча відповідно до державних будівельних норм проектів цивільних будівель і споруд, 10% місць в готелі мають бути спеціально облаштовані для людей з особливими потребами;

11. Проблема завантаженості та утримання готелів після проведення чемпіонату Європи з футболу;

12. Відродження туристичного збору в розмірі від 0,5 до 1% з продажу послуги з розміщення без чіткої норми в податковому кодексі на цільове його використання для розвитку інфраструктури туризму даної місцевості.

Перспективні моменти

1. Вперше в історії українського готельного бізнесу готель «Donbass Palace» увійшов до асоціації Leading-Hotels of the world. У листопаді 2005 року готель отримав перемогу в найпрестижнішому конкурсі туристичного бізнесу – World Travel Awards – і був визнаний «Провідним Готелем України», а в 2008 р. – «Провідним бізнес-готелем України». Сьогодні компанія розглядає можливість будівництва п'ятизіркових готелів в крупних містах України під брендом «DP» («Donbass Palace»).

2. Необхідно відзначити, що саме сектор готелів «де-люкс» задає і визначає високу динаміку галузі в Україні. Така підвищена увага готельного бізнесу до вищої категорії готелів пояснюється тим, що в спадок від попереднього устрою Україні не дісталось жодного готелю, який міг би претендувати на п'ятірку за системою європейських зірок, а попит на послуги екстра-класу зростає унаслідок процесів перерозподілу капіталу в країні і різкого збільшення кількості іноземних туристів. Найбільш прибутковий сьогодні ринок готелів екстра-класу наближається до насичення. З'явився ринок середніх і малих готелів з помірним набором послуг.

3. Найбільш адекватною стратегією укрупнення на ринку готельних послуг є поява готелів з рівнями 2–3 зірки. Цільовий сегмент підприємств цього сектору – представники внутрішнього туризму (ділові туристи, екскурсанти, відпочиваючі). В умовах відсутності конкуренції представники цього сегменту готельної галузі вважають за краще недооцінювати потребу своїх клієнтів у високому рівні обслуговування.

4. Створення єдиної мережі готелів з універсальним набором послуг і високим рівнем обслуговування за допомогою придбання і реконструкції існуючого готельного фонду малої і середньої категорій може принести компанії не тільки статус національного оператора, але і переваги пов'язані з домінуванням на ринку.

5. Регіональні ринки готельних послуг в Україні не насичені, готелі вищої категорії затребувані в великих містах і курортних центрах. У більшості міст споживачі віддають перевагу готелям середнього рівня, що багато в чому визначається диференціацією доходів населення в регіонах.

6. Прискорився процес модернізації номерів – перетворення їх в апартаменти європейського типу.

7. Звільнення нових та реконструйованих до «Євро-2012» готелів класу 3–5 зірок від сплати податку на прибуток до 2020 року.

8. Зародження соціальної відповідальності вітчизняних готелів (екологічні програми, підтримка культурних і спортивних ініціатив, тощо).

9. Розвиток технологічних інновацій, що проявляється через оптимізацію просування і продаж в Інтернеті та розширення мобільного маркетингу, участь в соціальних мережах.

10. Енергетичний аудит підприємства та впровадження нових енергозберігаючих технологій.

11. Поява нової групи гостей для чотири- та п'ятизіркових готелів як критерій їх категоризації – «таємний гість».

12. Розвиток мультисенсорного (багато чуттєвого) маркетингу.

На підставі виявлених вище проблем і перспектив розвитку ринку готельних послуг в Україні наведемо **пріоритетні напрями розвитку вітчизняного готельного оператора:**

1) в процесі розповсюдження свого впливу на конкретному ринку компанія – потенційний готельний оператор – може розбудовувати власну мережу за рахунок будівництва нових проектів або придбання старих об'єктів з подальшою їх реконструкцією та перекваліфікацією персоналу;

2) визначивши цільовий сегмент ринку, потенційний національний готельний оператор неминуче може зіткнутися з проблемами відомості бренду і ефективного управління. У разі достатнього фінансування і розуміння необхідності залучення професіоналів, ці питання необхідно довірити консалтинговим компаніям. У разі ж обмеженості фінансування, компанії доведеться вирішувати ці питання власними зусиллями, віддаючи їм статус пріоритетних;

3) для досягнення максимальної ефективності національному операторові необхідно базувати управлінську систему готельного бізнесу на

стратегічному баченні і передбаченні. На основі цього бачення розробляється політика компанії, яка охоплює загальні цілі і норми відносин, забезпечуючи життєздатність і розвиток структури;

4) для досягнення поставлених цілей і завдань власникам підприємств готельного господарства необхідно, насамперед, розуміти, що їх менеджмент повинен забезпечувати чітку організаційну структуру, а робота в ній має бути розподілена між всіма працівниками на основі професіоналізму.

Підводячи підсумок сказаному вище, можна зробити висновок, що поява національного готельного оператора в Україні – не утопія, більш того, подібні спроби робляться вже сьогодні. У секторі готельних послуг вищої категорії національному операторові доведеться зіткнутися з жорсткою конкуренцією, причому не тільки ціною, але й конкуренцією якості послуг. Виграти таке суперництво, зберігаючи індивідуальну марку, можна тільки за умови безпомилкового менеджменту і маркетингу. В секторі готельних послуг середнього класу поява національного готельного оператора найімовірніша, оскільки цей сегмент не насичений і одночасно є досить перспективним. Готельні об'єкти за таких умов розташовуватимуться переважно в регіонах і мають бути об'єднаними єдиною концепцією.

У будь-якому випадку розвиток українських готельних підприємств означатиме перехід на принципово новий рівень в рамках участі на світовому ринку готельних послуг.



Питання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте етап зародження готельної справи в Україні. Назвіть види засобів розміщення, характерні для цього періоду.
2. Охарактеризуйте організацію обслуговування в «приймниках мандрівників», будинках при церквах і монастирях України.
3. Особливості розвитку готельної справи України в період «будівельної лихоманки» – останні 20 років XIX ст.
4. Які події сприяли розвитку готельної справи в СРСР загалом і в Україні зокрема? Розкрийте особливості розвитку матеріально-технічної бази туризму на території України в радянські часи
5. Охарактеризуйте діяльність монополіста туристичних послуг «Інтуриста» в Україні.
6. Які причини викликали у 1970–ті – на початку 1980–х рр. справжній «бум» готельного будівництва.
7. Розвиток готельної індустрії у другій половині 90–х років XX ст.
8. Які причини розбудови готельної індустрії на початку XXI сторіччя.
9. Назвіть причини великої кількості «безкатегорійних» готелів в Україні на початку XXI сторіччя.

10. Охарактеризуйте проблемні моменти у функціонуванні ринку готельних послуг України після чемпіонату Європи з футболу «Євро-2012»

11. Які перспективні напрями і тенденції розвитку ринку готельних послуг намітилися в Україні.

12. Задачі і перспективи розвитку вітчизняного готельного оператора.

Тести

1. *Що було найбільш характерною рисою розвитку готельного господарства України радянського періоду у 20–30-ті роки XX ст.:*

- а) визначення юридичного статусу готелів;
- б) використання готелів не за призначенням;
- в) масове готельне будівництво?

2. *Що було найбільш характерною рисою розвитку готельного господарства України радянського періоду у 50-ті роки XX ст.:*

- а) масове будівництво готелів низького рівня якості;
- б) поява відомчих готелів;
- в) різке підвищення якості готельного будівництва?

3. *Що було найбільш характерною рисою розвитку готельного господарства України радянського періоду у 60-ті роки XX ст.:*

- а) масове будівництво готелів відомчого підпорядкування;
- б) будівництво готелів за участю іноземних фірм;
- в) широка модернізація готельної бази?

4. *Що було найбільш характерною рисою розвитку готельного господарства України радянського періоду у 70–80-ті роки XX ст.:*

- а) передача готелів у відання місцевих органів влади;
- б) «бум» готельного будівництва та підвищення його якості;
- в) початок розбудови комунальних готелів?

5. *Забезпеченість готелями в Україні на початку 2000-х років знаходилась на рівні:*

- а) менше 3 місць;
- б) між 4 і 7 місцями;
- в) більше 5 місць.

6. *Найбільшу частку в готельному господарстві України на початку 2000-х років складали:*

- а) готелі та мотелі;
- б) готельно-офісні центри та мотелі;
- в) готелі й гуртожитки для приїжджих.

7. *Перспективними типами готельних підприємств для розбудови в Україні тепер є:*

- а) готелі високого класу, малі готелі й хостели;
- б) гуртожитки для приїжджих і молодіжні табори;
- в) готелі на воді й флайтелі.

ТЕМА 1.3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ОСНОВИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

План

- 1.3.1 Державне регулювання підприємств готельного господарства в Україні
 - 1.3.2 Характеристика основних стандартів які регулюють діяльність суб'єктів готельного бізнесу
 - 1.3.3 Основні положення сертифікації послуг в індустрії гостинності
-

Ключові слова: адміністративні, фінансові, правові методи регулювання, сертифікація, ліцензування, ДСТУ, СНіП, ДБН

1.3.1 Державне регулювання підприємств готельного господарства в Україні

Аналізуючи стан вітчизняного ринку готельних послуг, необхідно зазначити, що на сьогодні Україна займає одне з останніх місць у списку європейських країн за кількістю готелів. У нашій країні на тисячу мешканців припадає в середньому два готельні номери, тоді як в Європі цей показник становить не менше чотирнадцяти-вісімнадцяти. Розвиток готельного господарства нині уповільнюється через ряд негативних факторів, до яких належать:

- недосконалість нормативно-правової бази;
- відсутність легітимної стратегії розвитку галузі;
- економічна та політична нестабільність у країні;
- обмеженість інвестиційних ресурсів;
- непрозорість процедур відведення землі під будівництво об'єкта;
- складність процесу узгодження проектів у нашій країні триває від півтора до двох років, тоді як в Європі це займає не більше двох місяців;
- недостатня популяризація України та її туристських центрів за кордоном.

Ринкові умови наділяють підприємства готельного бізнесу певними свободами у здійсненні господарської діяльності на засадах самоокупності, самофінансування, але в межах правового поля, яке регламентує організацію, технологію виробництва та реалізацію готельних послуг в розрізі:

- термінів і визначень, котрі необхідні для однозначного розуміння понять, що описують готельний продукт та умови реалізації продукту;

- договірних відносин, якості та безпеки споживачів готельних послуг;
- класифікації типів підприємств готельного господарства і видів їх господарської діяльності;
- способів і методів формування, просування і реалізації готельного продукту;
- змісту та форми інформації про готельні продукти, що пропонуються підприємствами готельного господарства;
- стандартних вимог до форм документів і складу інформації в них.

Успішний розвиток готельного господарства неможливий без державної підтримки, політика якої зводиться до:

- визначення і стимулювання пріоритетних напрямів розвитку галузі;
- підготовки нормативних актів, необхідних для налагодження ринкового механізму діяльності галузі;
- координації процедур ліцензування і сертифікації готелів різних форм власності;
- корегування різних аспектів генеральних планів розвитку міст з урахуванням створення оптимального рівня забезпеченості готельним обслуговуванням;
- стимулювання створення і розвитку малих готелів;
- створення регіональних програм розвитку готельних асоціацій на основі координації діяльності самостійних готелів, автоматизованих колективних систем бронювання та резервування місць;
- організації підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів, проведення науково-дослідних робіт у сфері готельних послуг;
- стимулювання розвитку зовнішньоекономічної діяльності в готельній сфері, представництво інтересів України з цих питань за кордоном, укладання міжнародних угод, розробка заходів для входження готелів України у міжнародні готельні ланцюги;
- контролю за використанням цільових коштів, що надходять до місцевих бюджетів у вигляді готельного та туристичного збору з метою розвитку готельного господарства;
- відпрацювання механізму відшкодування коштів під час відчуження готельних підприємств від відомчої власності;
- розробки системи відповідальності посадових осіб за збитки, заподіяні готельним підприємствам під час їх приватизації чи діяльності.

Свій вплив на розвиток готельного господарства держава здійснює за допомогою адміністративних, фінансових, правових методів регулювання.

До адміністративних методів регулювання розвитку готельного господарства належать:

- стратегічне планування та прогнозування розвитку галузі;
- проведення наукових досліджень спрямованих на розроблення теоретичних й практичних рекомендацій щодо вдосконалення управління готельним господарством;
- формування кадрової політики в галузі, що охоплює визначення потреб готельного сектора в кадрах, удосконалення системи підготовки і перепідготовки осіб, зайнятих у готельному бізнесі, надання консультацій, проведення семінарів, форумів, створення науково-освітніх центрів, впровадження механізму безперервного контролю за якістю підготовки фахівців;
- сприяння у формуванні професійних об'єднань галузі; централізований збір статистичної інформації;
- сприяння будівництву й реконструкції тощо.

Інструментами адміністративного регулювання є документальне забезпечення, за допомогою якого реалізуються організаційні, розпорядчі, контрольні, облікові та довідкові функції різних служб, забезпечується операційний зв'язок між ними та власне технологія виконання робочих процесів.

Всю документацію, що використовується в готелях, можна поділити на адміністративну та спеціальну. *Адміністративна документація* забезпечує організацію управління діяльністю підприємства. Вона ідентична управлінській документації, яка містить накази, договори, протоколи, заяви, доповідні та службові записки тощо. Оформлення подібної документації відбувається відповідно до форм, встановлених чинними нормами діловодства.

Спеціальна документація використовується тільки на підприємстві певної галузі чи сфери діяльності й відповідає специфіці його роботи. Вона забезпечує технологію роботи служб підприємства. Спеціальну документацію підприємств готельного господарства можна розділити на три групи:

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

- експлуатаційно-технологічну – це документи, що забезпечують правильну експлуатацію готелю, документальне оформлення всіх технологічних процесів та окремих операцій з прийому й обслуговування гостей у готелі. Експлуатаційно-технологічна документація складає найбільшу частину всієї документації готельного підприємства та представлена такими видами:

1) типові форми – бланки, розроблені на основі типових форм первинних документів, рекомендованих державними статистичними органами, які мають однаковий вигляд у всіх готелях з несуттєвими відмінностями, зумовленими відомчими вимогами або специфікою готельного підприємства. Це документація, що використовується при бронюванні місць, обліку руху номерного фонду, оформленні поселення, розрахунках з проживаючими, організації виїзду та роботи з багажем тощо. Типові форми відповідають державним стандартам технічної документації. Деякі з них мають характер бланків суворої звітності, наприклад, рахунок. Робота з ними вимагає дотримання певних правил, установлених державою для такого роду документів: особлива чіткість в оформленні, суворий облік, періодична звітність з їх використання тощо;

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

Ці два види готельної документації складають перелік форм первинного обліку та суворої звітності в готелі. Крім них в готелях існує також інша документація довільної форми, що використовується тільки на конкретному підприємстві і відображає специфіку його роботи. Наприклад, туристичні форми – документи, що забезпечують процес прийому та обслуговування в готелі вітчизняних та іноземних туристів. До них належать туристичні повідомлення, ваучери, путівки, обмінні та маршрутні ордери, списки туристів, технологічні карти туристських маршрутів. Значна кількість туристичних документів є бланками суворої звітності.

Нині все більше готелів застосовують у своїй роботі так звані «безпаперові технології», засновані на використанні комп'ютерної техніки. Але опції меню готельних комп'ютерних програм подібні до реквізитів документів, що обслуговують відповідні операції. Крім того деякі документи потребують роздрукування з комп'ютера для видачі клієнту, звітності тощо.

У готелях, де поки що не застосовується комп'ютерна техніка, робота служб повністю забезпечується відповідною документацією.

До фінансових методів регулювання розвитку готельного господарства відносять, насамперед, забезпечення сприятливого кредитного, інвестиційного середовища та чинну податкову систему (включаючи пільги і преференції).

До правових методів регулювання розвитку готельного господарства належить розроблення та вдосконалення нормативно-правової бази в цій сфері: законів та інших законодавчих актів, системи стандартизації, сертифікації та категоризації готелів, загальнодержавних і регіональних програм розвитку готельного бізнесу тощо. Основною метою розробки таких законодавчих актів є регламентація правових, економічних та організаційних основ створення й подальшого функціонування підприємств готельного бізнесу.

Основні нормативно-правові акти та інші документи, що визначають порядок надання готельних послуг

1. Закон України «Про туризм» (від 15.09.95 р. № 324/95–ВР (зі змінами та доповненнями)).

2. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг (Наказ Державної туристичної адміністрації України від 16 березня 2004 року № 19).

3. Порядок встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) (Постанова Кабінету Міністрів України від 29 липня 2009 року № 803).

4. Правила обов'язкової сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання) та Правила обов'язкової сертифікації послуг харчування (наказ Державного комітету України по стандартизації, метрології та сертифікації від 27.01.1999 року №37).

5. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги».

6. ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів».

7. ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення».

Основи функціонування суб'єктів господарювання визначені Господарським кодексом України, відповідно до якого готелі, як і будь-які інші суб'єкти підприємництва, покликані функціонувати на ринку на засадах самостійності, самоокупності та самофінансування. Іншими словами, готельні підприємства можуть вільно обирати напрями й обсяги роботи, ділових партнерів, розпоряджатися результатами своєї діяльності, зобов'язані

повністю покривати власні витрати за рахунок одержаних коштів, забезпечувати беззбиткову роботу на ринку і розширене відтворення усіх ресурсів, досягнення необхідного рівня рентабельності.

Відповідно до закону України «Про туризм» (із змінами на основі Закону № 2468–VI от 08.07.2010):

1) **готель** є підприємством будь-якої організаційно-правової форми і форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання та обов'язкового обслуговування. Порядок встановлення категорії готелям визначається Кабінетом Міністрів України.

2) **готельна послуга** – дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням. Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, що надаються споживачеві відповідно до його категорії.

3) **аналогічні засоби розміщення** – підприємства будь-якої організаційно-правової форми власності, що складаються з номерів та надають обмежені готельні послуги включаючи щоденне заправлення ліжок, прибирання кімнат та санвузлів.

З метою впорядкування діяльності з надання тимчасового проживання у засобах розміщення як юридичними, так і фізичними особами у березні 2006 р. в Україні Постановою Кабінету Міністрів був затверджений також «Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» (додаток А). Основним завданням цього документа є впорядкування понятійно-термінологічного апарату в цій сфері для його подальшого однозначного трактування і застосування в будь-яких нормативно-правових актах, що стосуються надання послуг проживання. Відповідно до даного документа між колективними й індивідуальними засобами розміщення України проведена чітка межа, у зв'язку з чим визначені правила їх функціонування (таблиця 5).

Таблиця 5 – Особливості організації засобів розміщення туристів в Україні

Показники	Засоби розміщення	
	Колективні	Індивідуальні
1	2	3
Загальна кількість місць для ночівлі	10 місць і більше	Менш 10 місць
Оплата	За встановленими цінами	Договірна плата або безкоштовно

Продовження табл.5

1	2	3
Державна реєстрація	Юридична або фізична особа	Реєстрація не потрібна
Фінансова звітність	Комплект документів в повному обсязі	Декларація про дохід, отриманий від надання послуг з тимчасового розміщення
Статистична звітність	Комплект документів в повному обсязі для даного виду діяльності (форми №1-готель, №1-курорт)	Книга реєстрації, де зазначена інформація про паспортні дані, дату прибуття й від'їзду туриста, вартість наданих послуг тощо

Таким чином, критерієм віднесення засобу розміщення до того або іншого виду служить показник місткості готелю, що дорівнює 10 місць.

Відповідно до *«Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг»* готель зобов'язаний надати споживачу необхідну, достовірну, доступну та своєчасну інформацію про готельні послуги.

Інформація доводиться до відома споживача у доступній наочній формі і розміщується у приміщенні, що призначене для оформлення розміщення споживача, у зручному для огляду місці та повинна містити таке:

- зазначення нормативних документів, вимогам яких повинні відповідати готельні послуги;
- Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг;
- свідоцтво про присвоєння готелю відповідної категорії (якщо вона присвоєна);
- копію сертифіката на послуги, що підлягають обов'язковій сертифікації;
- копію ліцензії, якщо даний вид діяльності підлягає ліцензуванню;
- ціну номера (місця в номері);
- перелік основних послуг, що входять у ціну номера (місця в номері);
- перелік і ціну додаткових послуг, що надаються за окрему плату;
- відомості про форму та порядок оплати послуг;
- перелік категорій осіб, що мають право на отримання пільг, а також перелік пільг, що надаються при наданні послуг у відповідності до законодавства;
- відомості про роботу закладів (підприємств) громадського харчування, торгівлі, зв'язку, побутового обслуговування та інших, що розташовані в

готелі. У разі їх відсутності – дані про місцезнаходження та режим роботи найближчих до готелю підприємств харчування, зв'язку та побутового обслуговування;

- відомості про органи, що здійснюють захист прав споживачів.

Збитки, завдані споживачу послугами, що надані готелем і були придбані в результаті недобросовісної інформації (реклами), підлягають відшкодуванню готелем у повному обсязі.

Готель має право укладати договір з замовником (споживачем) на бронювання номерів (місць) шляхом підписання його двома сторонами, а також шляхом прийняття заявки на бронювання за допомогою поштового, телефонного або іншого зв'язку (засобів електронної пошти, також факсимільної), який дозволяє достовірно встановити належність заявки споживачу або замовнику. Договір вважається укладеним тільки в разі письмового акцепту готелем направленої йому заявки на бронювання та досягнення сторонами згоди в обумовленій формі щодо всіх істотних умов.

Готель має право застосовувати вільні ціни і тарифи та систему знижок на всі послуги, що надаються, за винятком тих, щодо яких здійснюється державне регулювання цін та тарифів.

Ціна номера (місця), вартість додаткових послуг, у т. ч. бронювання, встановлюються готелем самостійно, форма оплати визначається договором між споживачем/замовником та готелем.

Готель може застосовувати добову або погодинну оплату готельних послуг та визначає перелік основних послуг, які входять у ціну номера (місця в номері).

Договір про надання основних готельних послуг споживачу вважається укладеним після оформлення документів на проживання (заповнення анкети, реєстрації) та засвідчується розрахунковою квитанцією або іншим розрахунковим документом, що підтверджує укладення договору і містить у собі:

- найменування готелю, його реквізити (для приватного підприємця – прізвище, ім'я по батькові, інформацію про державну реєстрацію);
- прізвище, ім'я та по батькові споживача;
- інформацію про номер (місце в номері), що надається;
- ціну номера (місця в номері);
- інші необхідні дані на розсуд готелю.

Плата за надання готельних послуг стягується відповідно до єдиної розрахункової години – 12-ї години поточної доби за місцевим часом. Разом

з тим, готель з урахуванням місцевих особливостей має право змінити єдину розрахункову годину.

Без згоди споживача/замовника готель не має права надавати додаткові послуги, які не внесені у договір. Споживач/замовник вправі відмовитись від оплати таких послуг, а в разі їх сплати готель зобов'язаний повернути сплачену суму.

Забороняється обумовлювати виконання одних послуг за умови надання інших послуг.

Готель зобов'язаний надати споживачу без додаткової оплати такі види послуг:

- виклик швидкої допомоги;
- доставка в номер кореспонденції;
- побудка у визначений час;
- надання необхідного інвентарю в залежності від категорії готелю.

Наявність у готелі Книги відгуків і пропозицій споживачів є обов'язковою.

1.3.2 Характеристика основних стандартів які регулюють діяльність суб'єктів готельного бізнесу

В Україні у 2003 р. прийнято два стандарти, які регулюють діяльність суб'єктів готельного бізнесу – ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» та ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги». Основна мета введення національних стандартів – гармонізувати національне законодавство з європейським, сформулювати зміст термінів і визначень, зорієнтувати власників готелів на дотримання єдиних норм у діяльності готелів.

ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги» вперше регламентує умови до матеріально-технічної бази засобів розміщення, наданих послуг з урахуванням параметрів, висунутих ВТО. Відповідно до нового стандарту засоби розміщення поділяють на колективні та індивідуальні. До перших належать готелі й аналогічні їм засоби розміщення. До других – кімнати, орендовані у сімейних будинках, і житло, орендоване в приватних осіб або через агентства, а також неосновне особисте житло, надане безплатно родичам та знайомим.

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

Відповідно до нього в готелі необхідно передбачити таке:

1. Архітектурно-будівельні проекти готелів та їх обладнання мають відповідати будівельним нормам і вимогам стандарту;

2. Повинні бути зручні під'їзні шляхи, дорожні знаки та вимощені пішохідні доріжки;

3. Прилегла територія мусить бути добре освітленою, впорядкованою й озелененою;

4. Наявність обладнаного майданчика з твердим покриттям для короткотермінового паркування автотранспорту;

5. Довідково-інформаційні стенди зі зазначенням назви засобу розміщення і категорії, а також інформації стосовно виконавців послуг, режиму роботи та переліку надаваних послуг, повинні розміщатись при вході на територію та (або) в приміщення.

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

- освітлення у житлових і громадських приміщеннях – природне та штучне, у коридорах – цілодобове;

- систему електропостачання, підведену до житлових приміщень. Електричні розетки повинні бути промарковані зі зазначенням напруги;

- холодне й гаряче водопостачання та каналізацію цілодобово. У районах із перебоями у водопостачанні – мінімальний запас води не менше ніж на добу та підігрів води;

- опалення із підтриманням температури повітря в житлових приміщеннях у межах 18–22 °С;

- вентиляцію з циркуляцією повітря, що запобігає проникненню сторонніх запахів у житлові приміщення;

- телефонний зв'язок;

- мережу радіомовлення або радіомовлення, незалежне від мережі;

- пасажирський ліфт (за необхідності).

Згідно з пунктом «характеристики житлової та нежитлової частини» заклади розміщення повинні відповідати таким параметрам:

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

2. У засобах розміщення в номері повинен бути санвузол із відповідним санітарним інвентарем та обладнанням загального користування; окрема кімната побутового обслуговування; місце для праці, забезпечене необхідним обладнанням та інвентарем; приміщення або частина приміщення для перегляду телепередач; камера зберігання; приміщення для надання послуг

харчування і (або) кухня для самостійного приготування їжі, обладнаної холодильником, електричною (газовою) плитою чи пічним опаленням.

3. Мати пристрої для зручного користування інвентарем згідно зі стандартом.

Обслуговуючому персоналу, який забезпечує послуги в колективних засобах розміщення, необхідно:

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

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

- цілодобово приймати споживачів готельних послуг;
- здійснювати послуги з громадського харчування або створювати умови для самостійного приготування їжі;
- щоденно прибирати житлову кімнату та санвузол (окрім гуртожитків, таборів праці й відпочинку, гірських притулків і т.д.);
- змінювати постільну білизну;
- відправляти, отримувати і доставляти пошту;
- зберігати цінності та багаж;
- надавати медичну допомогу і викликати «швидку допомогу», користуватися аптечкою першої допомоги;
- володіти туристичною інформацією.

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

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

- забезпечувати відповідність вимогам нормативних документів, інструкцій експлуатації всього санітарно-технічного, технологічного й іншого обладнання;

- гарантувати вимоги експлуатації електричного, газового обладнання згідно зі стандартом;

- дотримуватись санітарно-гігієнічних та проти-епідеміологічних правил і норм, спрямованих на утримання санітарно-технологічного обладнання та інвентарю, стану території, місць загального й індивідуального перебування споживачів готельних послуг, прання, прасування, зберігання білизни, видалення відходів і захисту від комах та гризунів;

- забезпечити допустимий рівень звукового тиску та рівень звуку в приміщенні відповідно до стандарту;

- гарантувати в епідеміологічному безпечному стані питну воду;

- використовувати засоби миття, які входять до «Переліку продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні», препарати для дезінфекції, дезінсекції, дератизації, дезодорації згідно з «Гігієнічним висновком державної санітарно-гігієнічної експертизи на вітчизняну та імпортовану продукцію»;

- забезпечити медичний огляд обслуговуючого персоналу відповідно до вимог, установлених чинним законодавством.

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

- функціонувати згідно з вимогами охорони навколишнього середовища (щодо утримування території, технічного стану і зберігання приміщень, вентиляції, водопостачання, каналізації) відповідно до чинних нормативних документів;

- передбачити систему санітарного очищення та прибирання території згідно з нормативними документами;

- під час надання послуг не допускати шкідливого впливу на довкілля;

- мати екологічний паспорт або висновок природоохоронних служб, що підтверджує відсутність шкідливих впливів на навколишнє середовище та довідку про екологічний стан навколишнього середовища.

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

У Національному стандарті України «Послуги туристичні. Класифікація готелів» (ДСТУ 4269:2003) відображені основні підходи до класифікації готелів і аналогічних засобів розміщення за категоріями. Такі

заклади класифікують згідно з загальною характеристикою готелю і комплексом вимог до матеріально-технічного оснащення, переліком надаваних послуг і фаховістю персоналу.

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

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

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

У готелі повинні бути внутрішні «Правила проживання», що не суперечать «Правилам користування готелями», книга відгуків і пропозицій, а також «журнал реєстрації вступного інструктажу працівників з питань охорони праці» й «журнал реєстрації інструктажів з питань техніки безпеки».

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

1.3.3 Основні положення сертифікації послуг в індустрії гостинності

Важливу роль у поліпшенні роботи готельного господарства відіграють процедури ліцензування і сертифікації. Ліцензування спрямоване на захист прав й інтересів споживачів, із забезпеченням певного рівня обслуговування, дотриманням екологічних, санітарних та інших норм і правил. Слід зазначити, що всі готелі поділяються на категорії відповідно до рівня

комфорту, що надається клієнтам. А отже, готелі надають різний набір послуг, на здійснення яких потрібна ліцензія (наприклад, на медичні, транспортні послуги).

Крім ліцензування готель може претендувати на певну категорію. Дана процедура носить назву атестації або добровільної сертифікації.

Атестація готелів переслідує мету полегшити клієнтам прийняти рішення щодо можливості отримання гарантованого набору послуг, які може надати готель певної категорії. Атестація готелів може проводитися як на національному, так і міжнародному рівнях.

Процедура сертифікації повинна забезпечувати документальне підтвердження того, наскільки якість послуг відповідає конкретним стандартам.

Сертифікація продукції (послуг) – це діяльність щодо підтвердження відповідності продукції установленим вимогам.

Сертифікацію здійснюють з метою:

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

Відповідно до Наказу № 238 «Правила обов'язкової сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання) процедура обов'язкової сертифікації передуює процедурі оцінювання засобів розміщення на предмет відповідності категорії.

Об'єктами обов'язкової сертифікації виступали послуги з тимчасового розміщення, що надаються фізичними та юридичними особами в колективних (10 місць і більше) і індивідуальних засобах розміщення (менше 10 місць). Тобто процедурі сертифікації підпадали послуги з розміщення всіх без винятку засобів розміщення.

Об'єктами ж оцінювання відповідності вимогам певної категорії є готелі та інші об'єкти, призначені для надання послуг з розміщення на добровільних засадах.

13 вересня 2012 р. набрала чинності постанова Кабінету Міністрів «Про внесення змін до порядків, затверджених постановами Кабінету

Міністрів України від 15 березня 2006 р. № 297 і від 29 липня 2009 р. № 803» від 5 вересня 2012 р. № 830. Відповідно до нової Постанови скасовується обов'язкова сертифікація послуг з тимчасового розміщення, за результатами якої встановлюються категорії готелями та іншими об'єктами, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання). Натомість запроваджується добровільна сертифікація послуг з тимчасового розміщення (проживання) стосовно безпеки для життя і здоров'я людей, захисту їх майна та охорони довкілля відповідно до договору між органом із сертифікації та власником або уповноваженою ним особою і оцінювання відповідності готелів вимогам певної категорії. Це означає, що тепер присвоєння «зірок» готелям здійснюватиметься за результатами добровільної сертифікації послуг з тимчасового розміщення. Сертифікацію та оцінювання готелю здійснюють органи із сертифікації, що призначаються Мінекономрозвитку для виконання у державній системі сертифікації УкрСЕПРО робіт із сертифікації.

Як і раніше функції уповноваженого органу із встановлення категорій готелям виконує Держтуризмкурорт, яке утворює комісію із встановлення категорій готелям, до складу якої входять представники Держтуризмкурорту, Мінекономрозвитку, інших заінтересованих центральних органів виконавчої влади, органів з питань сертифікації та за згодою представники громадських організацій і яка приймає рішення про присвоєння категорії готелю за результатами розгляду документів про результати його оцінювання. Комісія оформлює та видає заявнику свідоцтво про встановлення готелю відповідної категорії за формою, що розробляється та затверджується Мінінфраструктури. Зазначене свідоцтво видається не більш як на три роки або за наявності в готелі системи управління якістю не більш як на п'ять років.

Ряд країн, зокрема Польща, Литва, Латвія, напередодні вступу в ЄС привели свої нормативні документи в галузі готельного господарства до єдиних європейських стандартів, які не передбачають обов'язкової сертифікації. Згодом, наприкінці 2009 року, Європейська готельно-ресторанна конфедерація затвердила єдині стандарти класифікації готелів HOTREC, за якими здійснюється категоризація готелів.

Процедура сертифікації та оцінювання на предмет присвоєння категорії готелям складається з таких етапів:

- проведення комплексу робіт за визначеною схемою сертифікації;
- видача сертифіката відповідності, занесення сертифікованої послуги до Реєстру державної системи сертифікації;

- при позитивних результатів сертифікації створюється комісія з питань оцінювання, що спрямоване на підтвердження певної категорії готелю та є добровільною процедурою;
- проведення комплексу робіт щодо оцінювання відповідності засобу розміщення певній категорії;
- підготовка пропозицій щодо встановлення засобу розміщення певної категорії;
- передача результатів оцінювання комісії щодо встановлення категорії готелям.

Об'єкти перевірки для проходження процедури сертифікації представлені на рисунку 3.

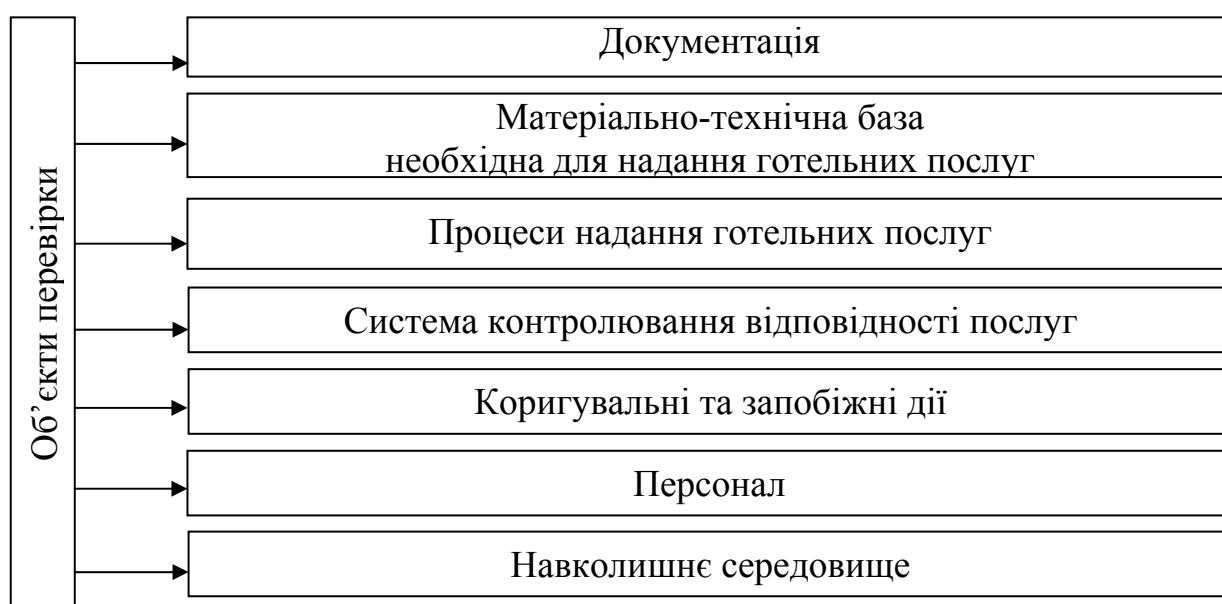


Рисунок 3 – Об'єкти перевірки готелів для проходження процедури сертифікації

Розглянемо більш детально зміст перевірки (обстеження) засобу розміщення:

1. Під час перевірки документації звертається увага на:

1.1 наявність нормативної та організаційної документації на послугу, що сертифікується;

1.2 аналіз організаційно-структурної схеми та Статуту підприємства, переліку кадрового складу;

1.3 наявність висновків (актів перевірки) органів державного нагляду: пожежного, нагляду за охороною праці, санітарно-епідемічного, інших (за потреби), наявність дозволу на відкриття для засобів розміщування сезонного функціонування;

1.4 наявність у зручному для огляду споживачем місці (у приміщенні, що призначене для оформлення розміщення споживача) достовірної інформації про послуги з розміщення згідно з вимогами Правил готельних послуг;

1.5 наявність внутрішніх правил проживання у готелі, які не суперечать Правилам готельних послуг, а також книги відгуків та пропозицій;

1.6 наявність інформації стосовно виконавців послуг засобу розміщування, режиму їх роботи при вході на територію і (або) у приміщенні, та відповідність цієї інформації вимогам Закону України «Про захист прав споживачів»;

1.7 наявність у кожному номері внутрішніх правил проживання у готелі, правил протипожежної безпеки та інструкції щодо дій в екстремальних умовах, перелік додаткових послуг та прейскурант цін на них, відомості про роботу закладів громадського харчування, торгівлі, зв'язку, побутового обслуговування та інших, що розміщені в готелі, внутрішній телефонний довідник;

1.8. забезпеченість нормативною та організаційною документацією служб і робочих місць, зокрема наявність затверджених посадових інструкцій для персоналу, технологічних (робочих) інструкцій щодо виконання основних видів робіт (прибирання номерів, прибирання громадських приміщень, обслуговування в номерах з харчування тощо);

1.9 ведення журналу реєстрації вступного інструктажу працівників з питань охорони праці та журналу реєстрації інструктажів з питань охорони праці;

2. Під час перевірки матеріально-технічної бази, що необхідна для надання готельних послуг, звертається увага на:

2.1 відповідність засобу розміщування будівельним нормам та правилам (на підставі акта приймання в експлуатацію або висновку уповноваженої організації);

2.2 наявність зручних під'їзних шляхів, упорядкованої прилеглої території;

2.3 наявність необхідного устаткування і матеріально-технічної бази та забезпечення їх придатності до використання;

2.4 наявність на об'єктах засобу розміщування інженерних систем, що забезпечують освітлення, електропостачання, водопостачання і каналізацію, опалення і вентиляцію, телефонний зв'язок, радіомовлення, справність пасажирських ліфтів (у разі потреби);

2.5 відповідність устаткування за п.3.4 вимогам експлуатації на підставі розгляду договорів на обслуговування цих систем компетентними організаціями і висновків органів державного нагляду в конкретних сферах;

2.6 відповідність засобу розміщування вимогам, передбаченим в Правилах пожежної безпеки (на підставі експертного висновку або акта пожежного нагляду);

2.7 відповідність засобу розміщування вимогам органів санітарно-епідеміологічного нагляду (на підставі акта обстеження цими органами);

2.8 відповідність засобу розміщування вимогам органів нагляду за охороною праці (на підставі експертного висновку або акта обстеження цими органами);

2.9 відповідність технічної оснащеності житлових кімнат, санвузлів та інших приміщень засобу розміщування вимогам ДСТУ 4268 (ДСанПіН 5.5.5.23 – для дитячих оздоровчих закладів).

3. Під час перевірки процесів надання готельних послуг звертається увага на:

3.1 цілодобовий режим роботи засобу розміщування (цілодобове оформлення споживачів, які прибувають та вибувають з готелю);

3.2 функціонування організаційної структури підприємства, яка передбачає наявність усіх необхідних для ефективного надання послуг підрозділів;

3.3 забезпечення своєчасної і якісної підготовки приміщення під заселення, зокрема комплектності і справності обладнання в номері;

3.4 виконання мінімального набору готельних послуг відповідно до вимог ДСТУ 4268:2003, а також додаткових послуг (за наявності);

3.5 надання споживачу без додаткової оплати таких послуг:

- виклик швидкої допомоги;
- доставка в номер кореспонденції;
- побудка у визначений час;
- надання необхідного інвентарю в залежності від категорії готелю.

4. Під час перевірки системи контролю відповідності послуг звертається увага на:

4.1 облік претензій та пропозицій і побажань споживачів (наприклад, у вигляді опитувальних анкет);

4.2 функціонування системи внутрішнього контролю, зокрема:

- контроль процесів бронювання та управління договорами;
- контроль процесу надання номера (місця) споживачу відповідно до Правил готельних послуг;
- контроль якості надання готельних послуг;

- контроль справності технічного устаткування.;
- контроль санітарного стану номерів та приміщень загального користування;
- контроль санітарного стану персоналу.

5. Під час перевірки системи коригувальних та запобіжних дій в готелі звертається увага на:

5.1 організацію робіт з виявлення невідповідностей та їх потенційних причин.

5.2 застосування коригувальних та запобіжних дій на рівні персоналу та керівництва засобу розміщування;

5.3 організацію контролю за реалізацією заходів, необхідних для виконання коригувальних та запобіжних дій;

6. Під час перевірки кваліфікації персоналу звертається увага на:

6.1 наявність відповідної професійної підготовки персоналу, що бере безпосередню участь у прийманні та обслуговуванні споживачів, дотримання персоналом правил службового етикету (ввічливість, люб'язність, охайний вигляд); знання персоналом своїх посадових обов'язків, наявність відгуків про майстерність персоналу у книзі відгуків та пропозицій;

6.2 кваліфікацію, освіту і спеціальну професійну підготовку посадових осіб, які безпосередньо здійснюють керівництво засобом розміщування, згідно з вимогами Правил готельних послуг;

6.3 стан підготовки та підвищення кваліфікації персоналу.

7. Під час перевірки системи захисту навколишнього середовища звертається увага на:

7.1 розташування засобу розміщування – в екологічно безпечній зоні (для замських засобів розміщування) на підставі довідки щодо екологічного стану навколишнього середовища);

7.2 відсутність шкідливих впливів на навколишнє середовище.

Після проходження процедури сертифікації виносяться рішення **щодо відповідності (невідповідності) вимогам безпеки**, що встановлені в ДСТУ 4268:2003, ГОСТ 28681.3–95, ГОСТ 12.1.004–91, СНиП 2.04.01–85, ДБНВ 2.2–9–99, СанПіН 42–128–4690–88, СанПіН 42–123–5777–91, ДСанПіН 5.5.5.23–99, Правилах користування готелями й аналогічними засобами розміщування та надання готельних послуг, Правилах пожежної безпеки в Україні, та відповідності (не відповідності) вимогам ДСТУ 4269:2003 до певної (заявленої замовником) категорії готелю.

Термін дії сертифіката відповідності залежить від встановленої заявнику схеми сертифікації і може складати 1 рік, 3 роки, 5 років.

Не пізніше ніж за три місяці до закінчення строку дії сертифіката заявник подає нову заявку для отримання сертифіката на наступний період.

Таким чином, сертифікація покликана підтвердити не просто категорію готелю чи його якість, а, насамперед, його безпечність для життя та здоров'я людей.

Питання для самоконтролю:



1. Назвіть основні законодавчі акти, на які спирається у своїй діяльності готельне підприємство.
2. Які документи можна віднести до типу адміністративної, а які до спеціальної документації готелю?
3. Назвіть приклади нормативних документів, що регулюють діяльність готельного та туристського підприємства.
4. Визначити основні види експлуатаційно-технологічної документації готелю.
5. Дайте характеристику Правил користування готелем та надання готельних послуг як основного документа, що регулює відносини між адміністрацією готелю та споживачами його послуг.
6. Розкрийте суть і значення сертифікації послуг в готельному господарстві.
7. Види і процедура процесу сертифікації готельних послуг
8. Роль стандартів в сфері надання готельних послуг. Назвіть основні стандарти, які розкривають зміст якості готельних послуг в Україні.
9. Назвіть групи вимог до готельних підприємств різних категорій, передбачених ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів.»
10. Охарактеризуйте загальні вимоги до врахування потреб інвалідів, передбачених ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів.»
11. Розкрийте суть основних положень ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування.»
12. Розкрийте суть основних вимог до охорони навколишнього середовища згідно з ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування»
13. Охарактеризуйте порядок оплати готельних послуг згідно з чинними Правилами користування готелями.

Тести:

1. Документація, що встановлює правила виконання певних видів робіт у готелі, носить назву:

- а) експлуатаційної;
- б) туристської;
- в) нормативної.

2. Правила користування готелем та надання готельних послуг визначають взаємні права та обов'язки:

- а) адміністрації та персоналу готелю;
- б) готельного підприємства та вищого органу;
- в) адміністрації готелю та проживаючих (замовників).

3. Згідно з Правилами користування готелем та надання готельних послуг оплата за проживання в готелі здійснюється:

- а) подовово та погодинно;
- б) подовово з оплатою додатково за півдобу при виїзді після 12 до 0 годин;
- в) подовово з оплатою додатково за півдобу при заїзді з 0 до 12 годин і при виїзді після 12 до 0 годин.

4. Згідно з Правилами користування готелем та надання готельних послуг готель гарантує гостям зберігання їх речей:

- а) усіх, що знаходяться в номері;
- б) усіх, що знаходяться в номері, крім цінних, які слід здавати на окреме зберігання;
- в) усіх речей без винятку.

5. У разі порушення Правил користування готелем та надання готельних послуг адміністрацією готелю споживач має право:

- а) тільки записати скаргу у Книгу скарг і пропозицій;
- б) тільки скаржитись у вищі органи;
- в) розірвати договір з готелем і вимагати відшкодування збитків.

Практичне завдання

Опрацювання нормативних документів:

1. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги» та ДСТУ 4269:2003 «Класифікація готелів».

2. Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання).

3. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг.

ТЕМА 1.4. КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ТИПІЗАЦІЯ ГОТЕЛІВ Й ІНШИХ ЗАСОБІВ РОЗМІЩУВАННЯ ГОТЕЛЬНОГО ТИПУ

План

- 1.4.1 Сутність класифікації та її основних критеріїв.
- 1.4.2 Сучасна класифікація готелів світу.
- 1.4.3 Особливості класифікації готелів різних країн в залежності від комфортабельності.
- 1.4.4 Класифікація готелів та аналогічних засобів розміщення України.
- 1.4.5 Типи готелів за функціональним призначенням.

Ключові слова: *бальна система класифікації, ботель, готель, класифікація, мотель, піктограми, рівень комфорту, типізація, європейська система класифікації*

1.4.1 Сутність класифікації та її основних критеріїв

Активний розвиток міжнародного туризму сприяв розширенню асортименту додаткових послуг в готелях, а отже і їх диференціацію за рівнем комфорту, складає основу класифікації підприємств готельного господарства. Таким чином, потреба в класифікації виникла з метою необхідності однозначного розуміння споживачем готельних послуг того рівня комфорту, який пропонує той чи інший готель і на який, відповідно, очікує споживач.

Класифікація готелів – система групування споріднених об'єктів готельного господарства складена на основі врахування загальних ознак щодо якості послуг та системи обслуговування, що дозволяє сформувати уніфіковану інформацію для споживача (туриста, турфірми, інших споживачів).

Згідно з дослідженням Всесвітньої туристичної організації та Міжнародної готельної асоціації у 2004 р. офіційна система класифікації готелів прийнята у 83 країнах. Проте, в багатьох країнах існують розбіжності в підходах до класифікації

Узгодження принципів класифікації готельних підприємств на міжнародному рівні вже давно привертало увагу фахівців туристичної сфери. Основною проблемою, що спричиняла дискусію стосовно єдиної системи класифікації стало визначення єдиного критерію, який мав бути покладений в основу цієї системи, Неможливість встановлення єдиного критерію пов'язана з різними підходами до оцінювання якості обладнання, а також

через існуючі природні, культурні та суспільні розбіжності між країнами. Історія цього питання охоплює такі визначні події:

- 1952 р. IUOTO (Міжнародний союз офіційних туристичних організацій (попередник ВТО) розробив стандарт «Hotel Trade Charter», у якому пропонував основні критерії класифікації готелів;

- 1972 рр. IUOTO спільно з Міжнародною готельною асоціацією (МГА) розробили «Проект єдиної міжнародної класифікації готелів». Згідно з цією класифікацією, готелі поділялися на 5 категорій залежно від стану номерів, технічного оснащення, видів і обладнання приміщень громадського призначення, набору послуг і якості обслуговування;

- 1975 р. створення Всесвітньої туристичної організації та прийняття попередніх рекомендацій і документів IUOTO в якості офіційних;

- 1982 рр. утворилися регіональні комісії ВТО, які розробляли і впроваджували стандартизовані класифікаційні системи в окремих країнах з урахуванням національних особливостей. Стандарти регіональних класифікацій згодом були покладені в основу «Міжрегіональної гармонізації критеріїв готельної класифікації на основі класифікаційних стандартів, схвалених регіональними комісіями» (листопад 1989 р.), яка набула статусу міжнародного стандарту класифікації готелів за комфортом. Цей стандарт ВТО рекомендує враховувати при створенні національних класифікацій, але він не відіграє ролі єдиної класифікації;

- 1982 р. Європейський економічний союз запропонував створити загальну європейську систему категоризації готелів. Цей проект викликав суперечності між офіційними органами ЄЕС і HOTREC (європейською Конференцією готелів, кафе і ресторанів). HOTREC виступила за створення більш ефективної стандартизованої системи інформування споживачів готельних послуг, побудованої на єдиних графічних символах, але без проведення офіційної класифікації.

- 1988 р. HOTREC розробила єдину глобальну стандартизовану інформаційну систему класифікації готелів (SIS – Standardized Information System), що складається з великої кількості піктограм (умовних рисунків) (рис.4). Система є прозорою, інформативною, допомагає споживачам добре орієнтуватися у готельному сервісі, контролюється законодавством, що не допускає хибних трактувань. Проте вони виступають проти ідеї створення єдиного міжнародного стандарту для класифікації готелів за які ратує Міжнародна організація стандартизації (ISO);

	Плавальний басейн
	Конференц-зал
	Бар
	Міні-бар
	Дозволено вхід з тваринами
	Автостоянка
і т.д.	

Рисунок 4 - Приклади піктограм єдиної глобальної стандартизованої інформаційної системи (SIS) класифікації готелів

– 1997 р. Міжнародна організація стандартизації (ISO) визначила стандарти якості готельних послуг та офіційно запропонувала використовувати ISO 9000 як основу для стандартів міжнародної готельної класифікації, що ще більше загостило суперечку з професійними готельними асоціаціями. На думку останніх стандарти розробляються та запроваджуються в готелях індивідуально і не вирішують проблем якості послуг.

– з 2003р. по цей час ведеться дослідження сучасних схем класифікації готелів у державах Євросоюзу.

Отже, єдиного стандарту в світі немає, не дивлячись на всі зусилля Комітету готельної та ресторанної індустрії Європейського Союзу, ВТО, МГА.

Неможливість вирішення глобальних завдань класифікації не суперечить необхідності створення на національних рівнях механізму присвоєння готелям категорій, який адекватно відповідав би потребам ефективного розвитку туріндустрії в окремих країнах.

Готельні підприємства класифікують за різними критеріями, найбільш розповсюдженими серед яких є:

- рівень комфорту;
- місткість номерного фонду;
- функціональне призначення;
- місце розташування;

- тривалість роботи;
- забезпечення харчування;
- тривалість перебування;
- рівень цін.

Встановлення ступеня комфортності відповідного готельного підприємства визначається планувальним рішенням житлових приміщень, громадських приміщень, групи вхідних приміщень, групи ресторанів, санітарно-технічного обладнання, опорядження приміщень, оснащення і меблів, а також кількістю і якістю послуг для проживаючих. Визначення категорії готелів встановлюється техніко–економічними умовами, необхідністю диференціації готельної мережі з метою задоволення різного споживчого попиту. Всі ці складові впливають на обсяг відповідних капіталовкладень.

1.4.2 Сучасна класифікація готелів світу

Класифікація готельних підприємств за рівнем комфорту відіграє величезну роль у вирішенні питань управління якістю готельних послуг.

Рівень комфорту – це комплексний показник благоустрою та психологічної атмосфери, складовими критеріями якого є

- стан номерного фонду: площа номерів (m^2), частка одномісних (однокімнатних), багатокімнатних номерів, номерів-апартаментів, наявність комунальних зручностей та ін.;
- стан меблів, інвентарю, предметів санітарно-гігієнічного призначення та ін.;
- наявність і стан закладів ресторанного господарства при готелі: ресторанів, кафе, барів тощо;
- стан будівлі, під'їзних шляхів, облаштування прилеглої до готелю території;
- інформаційне забезпечення і технічне оснащення, зокрема наявність телефонного, супутникового зв'язку, телевізорів, холодильників, міні-арів, міні-сейфів та ін.;
- забезпечення можливості надання додаткових послуг.

Зважаючи на те, що готельний бізнес залежить від якості обслуговування, налагодження комунікативних зв'язків з гостями, рівень комфорту теж багато в чому залежить від психологічної атмосфери, яка формується його працівниками. Оцінювання персоналу як складової комфорту проводять за такими критеріями:

- освіта;
- кваліфікація;

- вік;
- зовнішній вигляд;
- знання іноземних мов.

Зазначені критерії оцінюються практично в усіх системах класифікації готелів.

Загалом, встановлення рівня комфорту лежить в основі більше тридцяти систем класифікації, найбільш поширеними серед яких є:

- «європейська» (французька національна система класифікації) застосовується у Франції, Австрії, Угорщині, Єгипті, Китаї, Росії, Україні та низці інших країн;

- «бальна» (індійська національна класифікація).

«Європейська» система класифікації оснований на таких показниках: площа приміщень, відсоткове співвідношення номерів з санвузлом, наявність тих чи інших послуг.

Серед послуг виділяються тільки деякі елементи загального комфорту: наявність паркінгу, ресторану. Якісні оцінки практично відсутні. Лише для найвищої категорії готелів висовуються такі вимоги, як «організація доброякісного харчування», «гарне обслуговування», «досвідчений персонал». Такий «кількісний» підхід може мати успіх тільки в економічно розвинених країнах, де існують високі загальні стандарти якості готельного обладнання, єдиний підхід у їх оцінювання. Тому такий тип класифікації характерний для розвинених європейських країн.

При цьому він має свої особливості у різних країнах, про які буде сказано нижче.

У країнах Азії та Африки, що розвиваються, найбільшого розповсюдження набув другий тип класифікації – *якісний, оснований на бальній системі оцінювання (індійська система класифікації)*. Готелі поділяються на 5 категорій – від 1 до 5 зірок. Зірки привласнюються спеціальною комісією на підставі визначеної суми балів. Переважають якісні оцінки, такі як «гарний район», «зручні ліжка», «доброякісне харчування», «гарне обслуговування», «досвідчений персонал». Велика увага приділяється асортименту послуг.

Комісія може за своїм розсудом дати до 15 балів за будь-які, непередбачені кваліфікаційними вимогами, додаткові послуги. Для одержання тієї або іншої категорії необхідно набрати встановлену для даного класу мінімальну суму балів, причому їхня кількість для кожного пункту повинна становити не менше 50% максимальної оцінки.

Наприклад, готель категорії «1 зірка» повинен бути розташований у гарному районі, у придатній для розміщення гостей споруді з усіма

необхідними зручностями. Для отримання відповідної категорії слід набрати мінімальну суму балів:

1 зірка – 100 балів;	2 зірки – 150 балів;
3 зірки – 210 балів;	4 зірки – 260 балів;
5 зірок – 290 балів.	

Готелі й ресторани перевіряються щорічно й анонімно. Крім чорних зірок готелям дають і додаткові оцінки у відсотках. Відсотки відображають якісну різницю в обслуговуванні у готелях з однаковою кількістю зірок. Цю відсоткову оцінку виставляє інспектор, ґрунтуючись на своїх особистих враженнях від обслуговування.

Крім «зірок» чорних кольорів використовується й більш престижна класифікація. Готелям, які забезпечують прекрасний рівень гостинності й комфорту, присвоюють від 1 до 5 «зірок» червоних кольорів.

Класифікація готелів за критеріями GDS – глобальних дистриб'юторських систем (Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre)

У 2001 р. один з провідних провайдерів в електронному резервуванні готелів UTELL за участю як готелів, так і турагентів розробив власну систему категоризації готелів, яку запропонував до використання чотирьом найбільшим GDS (Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre). Система поділяє готелі на три основних категорії за комфортом і чотири за призначенням:

1) за комфортом:

- найвищий стандарт якості, що відповідає 5 зіркам, – категорія *Luxury* (Superior Deluxe, Deluxe, Moderate Deluxe згідно класифікації OHG);
- стандарт якості, що відповідає 4 зіркам – Superior – підвищена якість послуг для споживачів середнього класу;
- стандарт якості, що відповідає 4-3 зіркам плюс, – Superior First Class, First Class, Limited Service First Class (за OHG);
- стандарт якості, що відповідає економічному класу *Value*, – від скромних тризіркових до однозіркових готелів з обмеженим сервісом за помірну ціну (за OHG – Moderate First Class, Superior Tourist Class, Tourist Class, Moderate Tourist Class);

2) за призначенням відповідно до їх ніші на ринку:

Style – готелі з власним іміджем (історичні будинки або оригінальний проект);

Resort – курортні готелі для відпочинку;

Apartment – апартготелі довгострокового проживання;

Airport – транзитні готелі для пасажирів, розташовані в аеропорту.

Класифікація готелів за місцем розташування такий їх поділ:

1. Готелі, розташовані в місті (у центрі або на околиці). У центрі, зазвичай, розташовані готелі ділового призначення, готелі – люкс, готелі середнього класу;

2. Готелі, розташовані на околицях міста або в аеропортах;

3. Готелі, розташовані в сільській (гірській) місцевості. Це невеликі готелі, що розташовані на туристському маршруті або іншому зручному місці. Часто мають у своєму розпорядженні все необхідне для літнього і зимового відпочинку (альпіністський, лижний інвентар та спорядження), доступ до підйомників;

4. Придорожні, що розташовані уздовж доріг, мають, як правило, один або два поверхи з автостоянками – motel;

5. Екзотичні готелі

а) готелі, розташовані на морському узбережжі. Найбільш важливим критерієм є ступінь віддаленості цих готелів від моря (50, 100, 150, 200 м і так далі). Ці готелі розрізняють також з таким критерієм:

- перша берегова лінія – це готелі, розташовані безпосередньо на березі моря;
- друга берегова лінія – це готелі, між територією яких і пляжем знаходиться дорога або бульвар.

б) плавучі готелі. Плавучі засоби розміщення (дебаркадери) призначені для відпочинку споживачів готельних послуг біля водних об'єктів – річок, озер та ін. За бажанням місцеположення такого готелю можна змінити – пересувати уздовж берега. Наприклад, Об'єднані Арабські Емірати (ОАЕ), не задовільнившись можливістю будувати готелі на узбережжі, створили групу штучних островів і на одному з них побудували всесвітньо відомий готель «Бурдж аль Араб» – «Арабська башта»;

в) готелі, що знаходяться під водою. Підводні готелі щоразу з'являються в різних куточках світу і неодмінно стають «магнітом» для туристів і прихильників екзотики та пригод. Так, готель Jules Undersea Lodge, розташований на глибині 7 метрів в маленькій мангровій лагуні у Флориді (США) і побудований ще в 70-х роках XX ст., був спочатку дослідницькою лабораторією. Зараз через його круглі вікна метрового діаметра можна спостерігати морських янголів, кораловий риф, баракуд та інших мешканців тропічних вод в їх природному середовищі. При цьому умови перебування в готелі такі ж комфортні, як і на суші, – в номерах є кондиціонер, камбуз, гарячий душ, бібліотека, DVD-програвачі.

Класифікація готелів за місткістю (за кількістю номерів або місць номерів). Місткість готелів визначають кількістю номерів або числом спальних місць, тому дуже часто використовують обидва ці показники.

Критерій місткості готелів використовують для того, щоб проводити порівняння за ступенем ефективності функціонування однакових готельних підприємств (табл. 6).

Таблиця 6 – Порівняльна класифікація готелів за місткістю

Розмір готелів	Україна	Росія	США	Швейцарія	Чехія
малі	до 100 місць	до 50 номерів	до 100 номерів	до 100 місць	до 120 місць
середні	101–500 місць	150–400 місць (до 300 номерів)	до 500 номерів	100–200 місць	до 500 місць
великі	понад 500 місць	понад 400 місць (понад 300 номерів)	понад 500 номерів	понад 200 місць	понад 500 місць

Як видно з таблиці, в світі відсутня єдина система оцінювання місткості готелів, хоча переважна частка готелів припадає на готелі малої та середньої місткості. Разом з тим існує розумна межа кількості місць в готелях. Так, при перевищенні 2000 місць готелем стає важко управляти, тому рекомендується будувати готельні комплекси.

В кожній країні, враховуючи соціально-економічні та історичні особливості розвитку, існує свій підхід до визначення місткості малих, середніх та великих готелів.

ВТО рекомендує вважати малим готелем підприємство, номерний фонд якого складає 30 номерів. Для більшості країн Європи (Італії, Греції, Німеччини та ін.) характерні невеликі готелі, для Америки і Азії характерні готелі великої місткості.

Класифікація готелів за поверховістю.

В світі зустрічаються готелі від одного поверху до 30–40 і більше. Будівництво готелю великої поверховості залежить: від ряду нормативних і економічних вимог, містобудівних умов, будівельних матеріалів і конструкцій, методів зведення будівель, що існують в тій чи іншій країні.

Умовно будівлі готелів можна розділити на такі групи:

- малоповерхові (1–2 поверхи);
- середньої поверховості (3–5 поверхів);
- підвищеної поверховості (6–9 поверхів);
- багатоповерхові (1-ої категорії – 10–16 поверхів; 2-ї категорії – 17–25 поверхів; 3-ї категорії – 26–40 поверхів);
- висотні будівлі (більше 40 поверхів).

Класифікація готелів за тривалістю функціонування протягом року:

- що працюють цілорічно;
- що працюють два сезони;

- що працюють один сезон.

Класифікація готелів за способом надання харчування:

- повний пансіон – розміщення плюс триразове харчування (сніданок, обід і вечеря) – Full Board (FB);
 - напівпансіон – розміщення плюс дворазове харчування (сніданок і обід або сніданок і вечеря) – Half-Board (HB);
 - тільки сніданок – розміщення і одноразове харчування – Bed-and-Breakfast (BB);
 - все включено у вартість – у готелях, що працюють в системі клубного відпочинку, пропонується великий вибір безплатних закусок, алкогольних і безалкогольних напоїв національного виробництва – All Inclusive (AI) або національного та іноземного виробництва – Ultra All Inclusive (UAI).

Класифікація готелів за спеціалізацією:

- повносервісні (перелік послуг повносервісних готелів іноді сягає 800);
- спеціалізовані підприємства (концентруються на обслуговуванні певних сегментів споживачів, наприклад, конгресних турів, спортсменів певного виду спорту тощо).

Класифікація готелів та засобів розміщення за формою власності:

- приватні;
- відомчі;
- муніципальні;
- змішаної власності (у т.ч. за участю іноземного капіталу);
- громадських організацій.

Окремо необхідно відзначити:

кондомініум (лат. *com* – разом і *dominium* – володіння) – спільне володіння, володіння єдиним об'єктом, найчастіше будинком, але також і іншим нерухомим майном. Поняття «кондомініум» отримало велике розповсюдження у ряді держав, зокрема в США;

таймшер або *таймшерінг* (англ. *timeshare*, «розділення часу») – право використання одним із власників спільної власності у відповідний проміжок часу. Найчастіше застосовується в нерухомому бізнесі, частково як міжнародна система обміну відпочинком серед співвласників, наприклад, курортних готелів клубного типу. Час використання вимірюється в тижнях, які згруповані в 3 кольори: червоний (найдорожчий), білий, блакитний.

1.4.3 Особливості класифікації готелів різних країн в залежності від комфортабельності

Франція

Класифікація готелів Франції передбачає «зоряну» шкалу оцінювання готелів, хоча і з власними варіаціями – у Франції вкрай рідко зустрічаються готелі категорії «5 зірок», що пов'язано з дуже високими податками, якими обкладаються готелі класу 5 зірок. Такі готелі прирівнюються за набір послуг 4L (де: L – це *luxe*). Керівництво цих готелів навмисно відмовляється від підтвердження або підвищення категорії готелю до 5-ти зірок, а якість чотиризіркових готелів нічим не поступається п'ятизірковим.

Для отримання певної категорії французький готель має відповідати таким мінімальним вимогам, як:

- кількість номерів: мінімально – від 5 до 10 номерів залежно від категорії;
- громадські приміщення: мінімальна площа холу залежить від кількості номерів і категорії, чітко встановлена норма необхідної площі громадських приміщень для великих готелів та ін.;
- загальне обладнання готелю: обов'язкова наявність гарячої та холодної води, телефону, кондиціонера;
- житлова частина: необхідність захисту приміщень від світла з використанням завіс, акустичний комфорт; визначена мінімальна площа номерів, санітарне обладнання, площа ванних кімнат, освітлення та ін.;
- персонал: необхідність знання мов, відповідна кваліфікація, фірмовий одяг та ін. Усі вимоги є мінімальними та обов'язковими до виконання.

Класифікацію готелів у Франції проводять службовці державної адміністрації у справах туризму, уповноважені рішенням Комісара Французької республіки, на добровільних засадах згідно з заявкою власника

Великобританія

Починаючи з січня 2008 року, у всіх путівниках по країні інформація про готелі надається на основі нових стандартів, які базуються на п'ятизірковій системі і вперше в історії класифікують всі готелі за єдиним зразком, а всі регіональні туристичні підрозділи Великобританії почали слідувати «Національним стандартам гарантії якості».

Готелі оцінюються (як і в багатьох країнах світу) від однієї зірки до п'яти. Але навіть в готелі 1* є всі умови для нормального проживання без особливої розкоші. При цьому оцінюється кількість, якість послуг, місткість номерного фонду (розмір готелю).

Таблиця 7 – Характеристика категорій готелів у Великобританії

Європейська класифікація	Класифікація Association of British Travel Agents	Характеристика критеріїв зірковості
5*	Вища категорія	номери мають рівень обслуговування і проживання екстра- класу
4*	Перший клас	пропонують дуже високу якість проживання і відмінний рівень обслуговування
3*	Середній клас	мають досить високий рівень обслуговування
2*	Туристський клас	мають у своєму розпорядженні бар і ресторан
1*	Бюджетний	розташовані в центральній частині міста і мають мінімум зручностей, проте при цьому слугує свого роду гарантією того, що в готелі підтримуються стандарти чистоти

У Великобританії сертифікацію проводять недержавні організації:

- Automobile Association Development Limited (A.A.), що є організацією, яка надає достовірну інформацію щодо готелів на сторінках свого загальнодоступного сайту;
- Royal Automobile Club (Королівський автомобільний клуб) –присвоює червоні та золоті зірки готелям;
- Association of British Travel Agents (Асоціація британських тур агентств) – АВТА – присвоює червоні та золоті зірки готелям;
- English Tourist Board (Англійська Туристична Рада) – присвоює готелям корони.

Для готелів Великобританії існує цілих три типи зірок:

- чорні (початкова категорія ві 1* до 5* характеризує відповідність підприємств єдиним прийнятим світовим стандартам, проте готель 3* не завжди відповідає трьом зіркам, а саме: номери менші за стандарт, а сервіс скромніше;
- червоні («особливо рекомендовані» – додаткова висока оцінка інспекторів за враження від готелю);
- золоті (це знак особливого класу, який видається за результатами інспекції представників Royal Automobile Club (Королівський автомобільний клуб).

Найбільш вживаною у Великобританії вважається класифікація, запропонована Асоціацією британських турагентств –АВТА.

Проте, збереглася і стара система оцінювання, де готелям присвоюються не зірки, а корони, що надається Англійською Туристичною Радою (English Tourist Board).

Відмітними особливостями рейтингу «корон» є «ensuite» номери з прямим доступом із спальні у ванну кімнату. Такі номери зобов'язані бути присутнім як мінімум в третині номерів готелів Великобританії класу «3 корони» і у всіх номерах готелів класу «5 корон».

Listed – готелі з мінімальними зручностями, які, проте, є достатньо чистими і зручними. Існує обмежений діапазон послуг і можливостей.

 Розміщення з такими додатковими зручностями, як раковини, вітальня і телефон.

 Готель з ширшим діапазоном послуг, включаючи ранішній чай і побудку, TV, вітальню і допомогу з багажем.

 Готель з третиною спалень типу «ensuite» (номери, де є прямий доступ із спальні у ванну кімнату) з ванною, туалетом і душем, м'яким кріслом, дзеркалом у повний зріст, чищенням взуття і феном, наявність закладу ресторанного господарства.

 В таких готелях, принаймні, три чверті спален – «ensuite», в номерах є телефон, радіо. Також є всі послуги готелів з 3-ма коронами плюс цілодобовий доступ в готель і обслуговування холу до опівночі.

 Всі спальні – «ensuite», а також всі вище названі послуги плюс обслуговування номерів, пральня, ресторан.

Іспанія

В Іспанії введена градація категорій готелів, що позначаються зірками. Ця градація введена для кожної групи засобів розміщення:

- для готелів – від 1* до 5*;
- для бунгало і апартаментів – від 1* до 4*;
- для заїжджих дворів і пансіонів – від 1* до 3*.

Існують готельні підприємства з прийому туристів «алькасар» (іспан. alcazar – фортеця, королівський палац або замок), які обладнані за класом «люкс» та перебувають у підпорядкуванні Державного міністерства з туризму.

Греція

Грецька система або система «букв». З 2006 року Греція офіційно перейшла на стандартну класифікацію готелів з наданням «зірок» від однієї до п'яти, а до цього грецькі власники готелів дотримувалися такого розподілу готелів:

- de luxe (відповідає категорії 5*);

- А (4*) – характеризуються високим рівнем обслуговування, найчастіше розташовані у відомих курортах;
- В (3*) – найчастіше розташовуються у курортній зоні, на узбережжі;
- С (2*) – пропонують мінімальний набір послуг, розташовані на певній віддалі від узбережжя, у курортних зонах;
- D та E – відповідає категорії готелю в 1*.

Сьогодні класифікацією займається Грецька національна туристична організація (Greek National Tourism Organisation – GNTO) при Міністерстві туризму. Особливості податкового законодавства провокують заниження «зоряності» готельних підприємств, що заважає адекватному перекладу грецьких категорій в міжнародні.

Італія

Зоряну класифікацію в Італії почали використовувати з 1981 року. Спочатку лише в деяких регіонах власники готелів для позначення їх якості використовували «зірки». З жовтня 2008 року в Італії прийняли єдиний базовий принцип класифікації готелів від однієї до п'яти зірок і всі 20 регіонів Італії зобов'язали в законодавчому порядку налагодити належний контроль за дотриманням загальнонаціональних правил:

- luxury (фешенебельний) – 5*;
- перший клас – 4*;
- комфортний клас – 3*;
- стандартний клас – 2*;
- туристський клас – 1*.

Окрім традиційних готелів в Італії функціонує ще й інша група, яка має назву «гостьовий сектор», де за зірками класифікуються фермерські господарства, які надають відпочинок туристам, а також кемпінги. Готелі «Bed and Breakfast» і приватні апартаменти, поки не підлягають сертифікації в Італії, оскільки вони не вносяться до загальнонаціонального реєстру.

Відмітна особливість готельного господарства Італії – наявність невеликого номерного фонду (40–80). Найчастіше такі готелі не претендують на високу категорію і відповідають рівню 1–2*. Проте готелі, що розташовані в Альпах, пропонують часто високо комфортабельні умови. Іншою особливістю італійських готелів є наявність конференц-залів.

Туреччина

У Туреччині використовують «зіркову» класифікацію від 1* до 5* і при цьому категорії готелів від 1* до 4* можуть отримувати додаткові півзірки за те, що готель пропонує кращі умови, ніж це вимагає Міністерство культури і туризму, яке проводить сертифікацію. Іншим органом, що підтримує високі

стандарти в Туреччині, є Турецька Асоціація Готелів і Інвесторів, або TUROB.

Особливої уваги заслуговує «спеціальний» клас готелю, який позначається літерою «S» через те, що невелика кількість номерів, обмежена кількість штату, невелике число місць в ресторані або відсутність басейну заважає присвоїти таким готелям категорію 4* чи 5*. Вони розташовані в історичних місцях, характеризуються ексклюзивністю, унікальністю та відповідають модній концепції бутик-готелів.

Малайзія

У Малайзії використовують «зіркову» класифікацію, але рівень сервісу набагато вищий, ніж у Туреччині. Наприклад, готель категорії 4* у Малайзії може бути прирівняний до 5* європейського готелю.

Китай

У Китаї готелі різних рівнів називають по-різному: європейський готель 3* називають «гостьовим будинком» (zhaodaisuo), готель 4* – «винний будинок» (dinguan), готель 5* – «туристичний готель» (jindian).

Німеччина

Відповідальність за сертифікацію готелів в Німеччині лежить на організації «DEHOGA» (Німецький Союз власників готелів та ресторанів).

Німецька класифікація встановлює вимоги за двадцятьма двома обов'язковими і незалежними від класу підприємств критеріями:

1. Робота служби прийому (рецепції);
2. Сервіс сніданку;
3. Сервіс напоїв;
4. Сервіс харчування;
5. Наявність телефону в номері;
6. Робота телефону;
7. Мінімальна площа для 75% номерів, в т.ч. і площа санвузла;
8. Санітарний комфорт (у відсотках до загального оснащення санвузлами);
9. Оснащення санвузлів;
10. Наявність «suite»-номерів (номерів-апартаментів);
11. Меблювання і оснащення номерів;
12. Наявність радіо і приймачів телебачення в номері;
13. Наявність подарунків для гостей;
14. Послуги прання і прасування;
15. Наявність сейфів;
16. Кількість холів і стан їхнього оснащення;
17. Можливість безготівкового розрахунку;

18. Наявність телефаксу;
19. Кількість і режим роботи готельних барів;
20. Кількість і режим роботи ресторанів;
21. Можливість проведення конференцій і банкетів;
22. Число додаткових послуг.

Класифікація готелів у Німеччині відповідно до «зоряного» рейтингу є добровільною та платною. Деякі готелі Німеччини прагнуть отримати для опису своїх послуг міжнародний «зоряний» рівень.

Швеція

З 2003 р. класифікація готелів Швеції приведена у відповідність із загальноєвропейськими нормами та здійснюється за єдиним стандартом з 270 критеріїв. Аналогічних критеріїв оцінювання готелів тепер дотримуються ще й Німеччина, Австрія, Швейцарія, Голландія, Угорщина і Чехія.

Загалом, у Швеції прийнято виділяти дві основні групи готелів: звичайні готелі і готелі гарні. Рейтинг кожної з груп визначається зірками. Крім того, серед популярних типів шведських готелів є: vandrarhem – аналог хостела, Rum & Frukost – аналог В & В, stuga – котедж за містом, slott – готель-замок, manor – готель-садиба за містом.

Готелями «гарні» є невеликі готелі. Їх відрізняє тип харчування. У шведських гарні можна розраховувати тільки на сніданок. Обіди і вечері в них не передбачені. Для готелів гарні максимально високий рейтинг – 4 зірки.

Рівень звичайних готелів Швеції визначається в стандартному діапазоні від 1 до 5 зірок. При цьому для ряду готелів передбачаються додаткові класи, які позначаються як superior.

1* – представлені нижчим рівнем готелів, який передбачає загальні душові і туалети, щоденне прибирання номера, сніданки.

1* superior – передбачають в кожному номері ванну та телевізор;

2* – крім задоволення вимог класифікації готелю 1* необхідно мати як мінімум 40% номерного фонду з окремими ваннами та засобами індивідуального користування (мило, гель для душа);

2* superior – в кожному номері, телевізор має бути окрема вана;

3* – обов'язкові критерії: стійка реєстрації, яка працює мінімум 14 годин на добу, номери обладнані окремими санвузлами і ваннами. У них є фен, дзеркало на повний зріст, місце для зберігання багажу, доступ в Інтернет, ліфт, телевізор, устаткування для чищення взуття, послуги пральні і доставки багажу.

4*– у готелі служба прийому і розміщення працює мінімум 18 годин. Мінімальні вимоги: рівень 3* та додатково сейф, ПК, бар, який працює 6 днів на тиждень, Інтернет в номерах, газети, ліфт, послуги з ремонту одягу.

4* superior – ресторан готелю повинен працювати як мінімум 6 ночей в тиждень.

5* – передбачає цілодобовий рецепції, номера – «suite» з декількома кімнатами, додаткова парфумерія і засоби по догляду за тілом, халати і тапочки, додаткові подушки, меню подушок, зручні крісла в номерах, бар, який працює весь тиждень, послуги з прасування, послуги пральні, обслуговування в номері.

Болгарія

Готелі в Болгарії оцінюються сьогодні за європейською системою. Сертифікація готелів в Болгарії носить обов'язковий характер, а контроль за якістю готелів та їх сертифікацію покладено на Міністерство економіки країни. Слід зазначити, що в Болгарії дозволено місцевим органам самоврядуванням визначати клас готелю від 1* до 2*.

Сьогодні «зірки» в Болгарії отримують не тільки готелі, але також мотелі, готелі на воді, сімейні готелі, апартаменти, бунгало і кемпінги. Для кожного з типів передбачений свій поріг.

Зокрема, мотелі, невеликі приватні готелі, готелі на фермах та сільських будинках в Болгарії можуть отримати від 1 до 3 зірок, апартаменти підлягають класифікації – від 1 до 3 зірок, а кемпінги і бунгало оцінюються в межах 1–2 зірки.

Нижче приведений мінімальний список послуг, який повинен забезпечити готель щоб отримати той чи інший клас:

- 1 зірка – в готелі мають бути передбачені мінімальні зручності, також поштова служба, послуги телефонного зв'язку, парковка і сейф;

- 2 зірки – готель повинен додати до вказаних вище послуг - телебачення, пральню, послуги хімчистки, міні-бар;

- 3 зірки – крім вищезазначеного передбачається місце для гри дітей, ділові і поштові послуги, оренда машини, надання послуг гіда, обслуговування в номерах, а також парковку, міні-бар;

- 4 зірки – обов'язково має бути присутнім критий і / або відкритий басейн, Інтернет, конференц-зал, спортивний або фітнес-центр. Нерідко пропонується 4–5-разове харчування в готелі;

- 5 зірок – це готельний комплекс, в якому є спа-центр, зал для занять спортом, магазини, ресторан, кафе і бар, а також перукарня і зал для переговорів. Серед обов'язкових вимог – цілодобове обслуговування в номерах.

Окремо слід відзначити, що в готелях Болгарії не прийнято включати вартість сніданку до ціни номера.

Отже, готелі світу намагаються дотримуватися Єдиної європейської класифікації, міжнародних стандартів. Відмінності в позначенні категорії зумовлені національними традиціями та технічним розвитком країни.

1.4.4 Класифікація готелів та аналогічних засобів розміщення України

Однією з найважливіших національних статистичних класифікацій є Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД), розроблена на основі Міжнародної стандартної галузевої класифікації видів економічної діяльності ООН (ISIC) та Міжнародної стандартної галузевої класифікації видів економічної діяльності в Європейському Союзі (NACE). Відповідно до КВЕД, готелі відносяться до класифікаційного угруповання: тимчасове розміщування (табл. 8).

Таблиця 8 – Виклад фрагмента КВЕД 2014

Код КВЕД	Назва класифікаційних угруповань
1	2
Секція І	Тимчасове розміщування
55.1 55.10	<i>Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування</i> <i>Цей клас включає надання місць для переважно короткострокового проживання гостей і відвідувачів зазвичай на добовій або тижневій основі. Ця діяльність включає надання упорядженого житла в гостьових кімнатах або номерах люкс. Послуги включають щоденне прибирання та заміну постільної білизни. Також можливе надання широкого переліку додаткових послуг, таких як забезпечення харчуванням і напоями, паркування, послуги пралень, басейнів і тренажерних залів, місць для відпочинку та розваг, а також конференц-залів і місць для проведення нарад.</i> <i>Цей клас включає діяльність з розміщування у:</i> готелях курортних готелях готелях класу люкс мотелях

Для аналітичних потреб виникає необхідність побудови угруповань готельних підприємств за різними ознаками.

За рекомендацією Всесвітньої туристичної організації (ВТО) всі засоби розміщування в Україні можна представити двома категоріями – колективні та індивідуальні (рис.5).



Рисунок 5 – Класифікація засобів розміщення в Україні

До колективних засобів розміщення відносять засоби розміщення, в яких надають місце для ночівлі в кімнаті чи іншому приміщенні, де число місць перевищує певний мінімум для груп осіб, більших ніж одна сім'я, а всі місця підлягають єдиному керівництву та оплаті відповідно до встановлених цін.

До готелів та аналогічних засобів розміщення відносять колективні засоби розміщення, що складаються більше ніж з 6 номерів; мають єдине керівництво; надають готельні послуги, зокрема обслуговування в номерах, щоденне заправлення ліжок та прибирання кімнат і санвузлів; згруповані в класи і категорії відповідно до переліку надаваних послуг та наявного устаткування і не входять до категорії спеціалізованих закладів.

До готелів відносять засоби розміщення, в яких надають готельні послуги, не обмежені щоденним заправленням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів (наприклад, готелі, готелі квартирного типу, мотелі, дорожні готелі, клуби з проживанням, готелі у пристосованих транспортних засобах тощо).

До аналогічних готелям засобів розміщування відносять засоби розміщування, що складаються з номерів і надають обмежені готельні послуги, зокрема щоденне заправлення ліжок, прибирання кімнат та санвузлів (наприклад, пансіонати, будинки відпочинку, туристичні бази тощо). До інших колективних засобів розміщення відносять засоби розміщення, що можуть бути безприбутковими, мають єдине керівництво, надають мінімум послуг (крім щоденного заправлення ліжок), не обов'язково складаються з номерів, а можуть мати окремі одиниці житлового типу, майданчики для кемпінгу або колективні спальні приміщення.

До спеціалізованих засобів розміщування відносять засоби розміщування, що можуть бути неприбутковими, мають єдине керівництво, надають мінімум готельних послуг (крім щоденного заправлення ліжок), не обов'язково мають номери, а можуть мати одиниці житлового типу або колективні спальні приміщення, і, крім розміщення, виконують ще яку-небудь функцію (наприклад, лікування, оздоровлення).

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

Вимоги до готельних установ України відповідають «європейському» стандарту, в основу якого покладено кількісні і якісні показники

матеріально-технічної бази, котра уможливилює надання основних, додаткових та супутніх послуг.

Згідно з ДСТУ 4269:2003 «Класифікація готелів. Послуги туристичні» категорію готелю позначають символом «*» (зірка). Готелі класифікують за п'ятьма категоріями. Найвищу категорію позначають «*****», а найнижчу – «*». Категорію готелю зазначають на всіх рекламних матеріалах, на вивісці, на квитанціях та у реєстраційній картці гостя.

Критеріями віднесення готелю до певної категорії є: якість обслуговування, рівень устаткування, структура номерного фонду, набір послуг та кваліфікація персоналу.

Класифікація готелів України за рівнем комфорту

Згідно з загальними вимогами до зазначених критеріїв готелі України різних категорій повинні забезпечити нижченаведені мінімальні вимоги.

1. Однозіркові готелі можуть зводити з недорогих будівельних матеріалів, мати обладнання та меблі. Всі меблі й електроприлади повинні бути справними. На фасаді обов'язкова вивіска з зовнішнім освітленням, а навколо будівлі – облаштована територія. Автостоянка повинна розташовуватись на відстані не більше 700 м, з кількістю місць не менше 20% від кількості номерів. Засоби розміщення цієї категорії повинні мати зону приймання клієнтів площею не менше 10 м² у готелях до 50 номерів; якщо готель більший, – додаткову площу в 0,2 м² на кожен номер, що перевищує 50 номерів. У житлових приміщеннях обов'язкові меблі та килимове покриття, сейф для зберігання дорогих речей у рецепції.

У технічному сенсі такі готелі мають аварійне освітлення, резервуар для одностороннього запасу води, вентиляцію, опалення, ліфт, якщо будинок має понад чотири поверхи, телефон у рецепції та міський телефон на поверсі, доступний для гостей. Кожен номер неодмінно повинен мати електричні розетки із зазначенням напруги, звукоізоляцію, телевізор (на прохання гостя), радіоприймач.

У структурі номерного фонду частка одно- двомісних номерів повинна складати не менше 60%. Житлова площа одномісних номерів (без площі санвузла, коридору, балкона) – 8 м², двомісного – 10 м², тримісного – 14 м²..

Необхідно передбачити такий комплект меблів й інвентарю в номері:

- односпальне ліжко розміром 80х190 см, двоспальне 140х190 см, дитяче або розкладне ліжко (на прохання), тумбочку для кожного спального місця, стільці для сидіння, стіл, поличку для багажу, шафу;
- комплект постільних речей і білизни;
- килимок біля кожного ліжка (за відсутності килима або килимового покриття підлоги);

- вішак для верхнього одягу та головних уборів;
- цупкі й прозорі гардини на вікнах;
- дзеркало;
- щітку для одягу;
- склянку на кожного гостя;
- інформаційні матеріали про перелік послуг та прейскуранти цін; інформатори «Прошу не турбувати», «Можна прибирати»; протипожежну інструкцію й інструкцію щодо дій в екстремальних ситуаціях.

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

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

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

У готелях такої категорії до обов'язкових послуг належать:

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

Персонал однозіркових готелів повинен:

- бути компетентним відповідно до займаної посади;

- знати інструкції, що фіксують функціональні обов'язки та встановлені правила роботи;
- володіти іноземною мовою міжнародного спілкування, якщо працює в контактній зоні;
- проходити періодичний медичний огляд;
- мати формений одяг, відповідно до служби, а також службові позначки.

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

Одно- двомісні номери повинні складати не менше ніж на 80% номерного фонду. Житлова площа однокімнатних одномісних номерів (без площі санвузла, коридору та балкона) повинна бути не меншою 9 м², двомісних – 12 м², тримісних – 16 м², чотиримісних – 18 м². Кількість номерів із повним санвузлом має становити не менше 50%. У двозіркових готелях, порівняно з однозірковими, передбачений один з основних закладів ресторанного господарства – ресторан, кафе чи бар. Місткість ресторану має складати 60% місць готелю, кафе – 25%, буфетів – 10%, бару при вестибюлі – 1%. Окрім цього готелі повинні надавати послуги з бронювання або продажу квитків до театру й інших розважальних закладів.

Тризіркові готелі. Їх будівлі повинні гармонійно вписуватись в архітектурні ансамблі вулиці, мікрорайону; а головний фасад – відповідати певному архітектурному стилю з використанням сучасних підходів, виражених у будівельних технологіях із застосуванням новітніх матеріалів, що дають змогу створити привабливий зовнішній вигляд. Меблі й обладнання можуть бути з матеріалів середньої вартості, проте естетично оформленими та відповідати єдиному стилю. Все устаткування потрібно зберігати в доброму технічному стані, зі створенням затишку. Відмінності від готелів другої категорії – у зовнішніх елементах благоустрою й облаштування території необхідно передбачити вивіску, що світиться, з емблемою на фасаді готелю. Готель повинен мати щонайменше два входи: парадний – для гостей у вестибюль, обладнаний дашком над дверима чи подвійними дверима, які відкриваються автоматично, та окремий службовий вхід, облаштовану територію, автостоянку.

Якщо у готелі до 50 номерів, зона прийому гостей у структурі приміщень громадської частини готелю повинна охоплювати мінімальну площу 20 м²; якщо номерів більше, то площа визначається - 0,5 м² у розрахунку на кожен номер. Зона рецепції має забезпечуватись меблями для відпочинку, в тому числі гарнітурними; покриття підлоги – спеціальне, з

використанням граніту, мозаїки, оздоблювальної плитки; озеленення – декоративне; гармонійний інтер'єр оформлений картинами чи іншими художніми творами; освітлювальні прилади гармоніюють із загальним стилем приміщення з килимами або килимовим покриттям (у тому числі в коридорах). В наявності є сейфи для зберігання цінностей.

У технічному обладнанні готелю має бути стаціонарний генератор, що забезпечує освітлення готелю протягом не менше ніж 24 годин, резервна система гарячого водопостачання, кондиціювання повітря у приміщеннях спільного користування з дотриманням температури 18–22 °С і вологості 45–60%, центральне теплопостачання, пасажирський ліфт (якщо будинок має понад три поверхи), телефон у рецепції, вестибюлі та прямий з міською, міжміською, міжнародною мережею у всіх номерах.

Номерний фонд повинен складатись на 100% з одно-, двомісних номерів, хоча водночас допускаються багатокімнатні номери. Житлова площа в однокімнатних номерах: одномісних – не менше 10 м², двомісних – 14 м². Місткість ресторану має складати 75% місць готелю, кафе – 15%, буфетів – 5%, бару при вестибюлі – 1,5%, бару на поверсі – 5%. Між номерами забезпечена звукоізоляція на рівні 35 дБА.

За технічними характеристиками номери необхідно оснащувати:

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

Меблі й інвентар номерів мають складатися з:

- односпального ліжка розміром 90х200 см, двоспального – 140х190 см і дитячого або розкладного (на прохання);
- комплекту постільних речей і білизни;
- килимка біля кожного ліжка (за відсутності килима або килимового покриття підлоги);
- тумбочки або столика біля кожного спального місця;
- шафи з полицями та вішалкою;
- вішака для верхнього одягу й головних уборів;
- стільців або інших меблів для сидіння (предмет на кожного гостя, але не менше двох у номері);
- стола;
- полички для багажу;

- цупких завіс або жалюзі, які забезпечують затемнення приміщень, і прозорих завіс;
- дзеркала – у кімнаті й окремо у ванній кімнаті над умивальником;
- швацького набору, щіток для одягу та взуття;
- склянки на кожного гостя;
- інформаційних матеріалів у номері, в тому числі іноземною мовою в папці з емблемою готелю, прейскурантів цін, рекламних матеріалів, телефонних довідників;
- набору письмового приладдя (конверта, поштового паперу, ручки, олівця);
- інформаторів «Прошу не турбувати», «Можна прибирати», пакетів для прання та хімчистки;
- протипожежної інструкції та інструкції щодо дій в екстремальних умовах.

До санітарного обладнання номера належать:

- дзеркало над умивальником з бічним або верхнім освітленням;
- поличка для туалетних речей;
- завіси(штори) для ванни чи душу;
- килимок на підлозі;
- тримач для рушників, гачки для одягу;
- склянка;
- рушники (не менше трьох на кожного гостя), в тому числі банний;
- банна шапочка на кожного гостя;
- туалетне мило, туалетний папір, тримач для паперу;
- щітка для унітаза;
- кошик для сміття з вогнетривкого матеріалу.

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

Обов'язкові послуги готелів цієї категорії (крім зазначених в категорії 1*):

- піднесення багажу (на прохання);
- чищення та дрібний ремонт одягу;
- чищення взуття персоналом готелю або автоматом;
- надання в користування комп'ютерів, електронних засобів зв'язку, відео-, аудіоапаратури;

- обмін валюти (допускається наявність пункту обміну валюти або банкомату на відстані до 100 м);
- приймання кредитних карток;
- бронювання квитків на різні види транспорту, бронювання та продаж квитків до театру та в інші заклади розваг;
- туристичні послуги;
- прокат спортивного й відпочинкового інвентарю для готелів, розташованих у курортно-рекреаційній зоні;
- надання сніданку та обслуговування в номері від 7-ї до 24-ї год.

Обслуговуючий персонал повинен знати посадові інструкції, функціональні обов'язки та правила роботи, мати кваліфікацію стосовно виконуваної роботи і гарантувати безпеку в готелі. Персонал служби приймання обов'язково мусить володіти англійською та ще однією мовою, популярною в цьому регіоні, що підтверджує документ про освіту.

Чотиризіркові готелі. Відмінності від категорії 3*:

1. Обов'язкова автостоянка з охороною або гараж із технічним обслуговуванням автомобілів, розташований у безпосередній близькості до готелю.

2. Декілька входів – безпосередній до вестибюля, де міститься служба приймання, обладнаний повітряно-тепловою завісою та дашком. У ресторан повинні бути входи з готелю та з вулиці.

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

3. Технічне обладнання чотиризіркових готелів складається (крім зазначених у 3*) з:

- стаціонарного генератора подачі струму, який забезпечує функціонування всіх життєво необхідних технічних систем упродовж не менше 24 год.;

- кондиціювання житлових приміщень, що забезпечує заміну повітря та дотримання температури 18–22 °C і вологості 45–60%;
- центрального опалення з термостатом для індивідуального регулювання температури;
- пасажирського ліфта, якщо у будинку понад два поверхи (ліфт на кожні 60 номерів);
- вантажного ліфта, якщо кількість номерів перевищує 30;
- телефону прямого з міською, міжміською, міжнародною мережею в усіх номерах; у багатокімнатних номерах – у кожній кімнаті; у вестибюлі – телефону колективного користування, в кабіні або під ковпаком – міського, міжміського, міжнародного.

Номерний фонд повинен складатись на 100% з одно-, двомісних номерів, хоча водночас допускаються багатокімнатні номери. Житлова площа в однокімнатних номерах: одномісних – не менше 12 м², двомісних – 15 м². Місткість ресторану має складати 90% місць готелю, кафе –10%, буфетів – 5%, бару при вестибюлі – 2%, бару на поверсі –10%. Багатокімнатні номери (не менше 5% загальної кількості) повинні мати вітальню площею не менше 16м², спальню з санвузлом площею не менше 3 м², коридор із додатковим туалетом, а всі номери – підвищену звукоізоляцію дверей та вікон, що забезпечує захист від вуличного шуму.

Технічне оснащення номерів:

- замок на дверях підвищеної секретності з внутрішнім запобіжником;
- електричні розетки із зазначенням напруги (не менше двох на кімнату) в санвузлі, для підключення Інтернету, різнофазові;
- телевізор кольоровий у кожному номері з прийняттям програм основних телекомпаній світу, готельного відеоканалу, з дистанційним управлінням;
- міні-бар або холодильник у всіх номерах;
- міні-сейф у кожному номері або сейф з індивідуальним відділенням у службі приймання.

Номери повинні бути оснащені:

- ліжком односпальним 90х200 см, двоспальним 160х200 см, дитячим або розкладним ліжком (на прохання);
- комплектом постільної білизни з білих/кольорових тонкотканих натуральних тканин;
- тумбочкою біля кожного спального місця;
- вішалкою для верхнього одягу та головних уборів;
- шафою з полочкою;

- кріслом для відпочинку (щонайменше два на номер) або м'яким диваном;
- письмовим столом зі стільцями;
- журнальним столиком;
- поличкою для багажу;
- щупкими шторами або жалюзьями, які забезпечують затемнення приміщення, прозорі завіси;
- дзеркалом – одне великого розміру або у повний зріст, додаткове – у ванній кімнаті;
- швацьким набором;
- набором посуду для питної води, чаю та міні-бару;
- водою мінеральною або столовою – 0,2 л на гостя щоденно;
- інформаційними матеріалами про перелік послуг, ціни на них, рекламними матеріалами, телефонним довідником у папці з емблемою готелю, в тому числі іноземними мовами;
- набір письмового приладдя;
- інформаторами «Прошу не турбувати», «Можна прибирати»;
- пакетами для пральні й хімчистки;
- протипожежною інструкцією та інструкцією щодо дій в екстремальних ситуаціях.

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

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

З-поміж інших обов'язкових приміщень для надання послуг з харчування повинен бути банкетний зал, бар, додатковий бар у залі приймання, окреме приміщення для харчування персоналу.

Чотиризіркові готелі повинні забезпечувати:

- універсальний зал для культурно-масових (ділових) заходів із наданням аудіо-, відеоапаратури;
- бізнес-центр з телефаксом, копіювальною технікою, комп'ютерами, підключеними до Інтернету;
- плавальний басейн, сауну, тренажерний зал, солярій, масажну кімнату (щонайменше два об'єкти з перелічених); перукарню вищої категорії, відповідно до вимог стандарту;
- кімнати побутового обслуговування;
- камеру зберігання;
- магазин і торгові кіоски.

Серед обов'язкових загальних послуг (крім зазначених в 3*):

- послуги швейцара;
- обов'язкове піднесення багажу;
- щоденне прибирання номерів, контроль їхнього стану впродовж доби;
- щоденна зміна (за бажанням гостя) постільної білизни та рушників;
- прання з поверненням білизни впродовж 12 год.;
- прасування, виконання послуги за 1 год., у тому числі у вихідні;
- чищення одягу (хімчистка);
- чищення взуття персоналом готелю;
- послуги секретаря, стенографіста, перекладача, посильного;
- організація зустрічі й проводів (аеропорт, вокзал та ін.).

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

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

П'ятизіркові готелі. Вимоги до таких готелів, згідно зі стандартом, в основній частині аналогічні чотиризірковій категорії: інтер'єр – виняткового дизайну; номери, холи, вестибюль прикрашені авторськими роботами –

картинами, декоративним оздобленням, живими квітами, керамікою, гобеленами тощо.

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

Номерний фонд повинен складатись на 100% з одно-, двомісних номерів, хоча водночас допускаються багатокімнатні номери. Житлова площа в однокімнатних номерах: одномісних – не менше 14 м², двомісних – 16 м². Місткість ресторану має складати 95% місць готелю, бару при вестибюлі – 3%, бару на поверсі – 10%. Санвузли повинні бути у всіх номерах з площею не менше 3 м² та додатковим туалетом площею не менше 2,2 м².

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

1.4.5 Типи готелів за функціональним призначенням

Всі готелі за функціональним призначенням поділяють на дві великі групи: транзитні готелі та цільові готелі (рис. 6)

1. Транзитні готелі призначені для обслуговування споживачів готельних послуг в умовах короткочасної зупинки (пересадка, затримка, відміна рейсу). Вони проектується, зазвичай, малої та середньої місткості з обмеженим рівнем комфорту, скороченим набором службових приміщень. Наприклад, у готелях при аеропортах, розташованих на відстані від міста, є спрощений склад закладів ресторанного господарства, розрахований лише на тих, хто проживає 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.

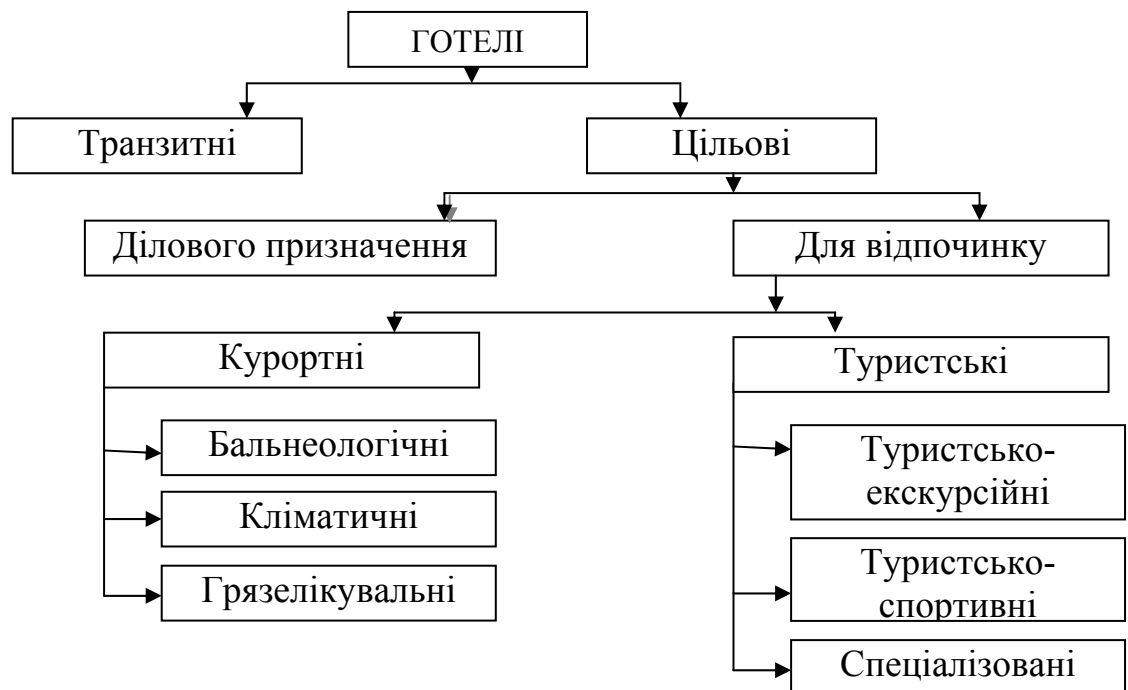


Рисунок 6 - Класифікація готелів за функціональним призначенням

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

До транзитних засобів розміщення відносять мотелі та кемпінги.

Мотелі диференціюються за місткістю, рівнем комфорту та рівнем технічного обслуговування автомобілів. Вони надають обмежений набір послуг. Клієнтами мотелів є різні категорії туристів, що подорожують рухомим транспортом, тому мотелі повинні мати місця для паркування автівок, що складають 100% від місткості мотелів та станцію технічного обслуговування автомобілів. Мотелі для автотуристів рекомендується розміщувати повздовж магістральних трас, при цьому відстань від них до житлових приміщень мотелю має бути не менша 50 м.

Кемпінги – підприємства готельного типу сезонного використання, що призначені для тимчасового проживання та відпочинку автотуристів, зазвичай на умовах самообслуговування.

Кемпінги також диференціюються за місткістю, рівнем комфорту та рівнем технічного обслуговування автомобілів. Кемпінги рекомендується розміщувати в приміській зоні на відстані не менше 200 м. від транспортних магістралей. Ділянка кемпінгу містить житлову зону, зону паркування та

технічного обслуговування транспортних засобів. Рекомендована місткість кемпінгів – від 100 до 500 місць. Житлову зону формують з житлових груп на 50–100 місць. В житловій зоні розташовують одно-, двоповерхові житлові корпуси, туристські будиночки, палатки, павільйони побутового обслуговування, туристські кухні.

2. До цільових готелів належать готелі ділового призначення і готелі для відпочинку (курортні, туристські).

2.1. Готелі ділового призначення обслуговують осіб, що перебувають в ділових поїздках і відрядженнях. Підприємства цієї групи найбільш відомі як готелі для конгресного обслуговування – симпозіумів, з'їздів, зборів, конференцій тощо. Ці готелі користуються найбільшим попитом, оскільки, згідно з дослідженнями, 50% людей подорожують з діловою метою, 40% – з метою відпочинку і лікування, 10% – з метою пошуку роботи, відвідин родичів, друзів.

Готелі ділового призначення повинні відповідати таким вимогам:

- місце розташування поблизу адміністративних, культурних центрів міста; переважна більшість одномісних номерів;
- наявність в номері «робочої зони»;
- належна ізоляція номерів від зовнішніх подразників;
- наявність номерів-апартаментів;
- наявність конференц-залів, центрів комунікаційних технологій;
- наявність технічного устаткування;
- наявність служб фінансового забезпечення;
- наявність стоянок, гаражів.

2.2. Курортні готелі передбачають надання послуг розміщення, дієтичного харчування, лікувально-оздоровчих програм, розташовані на територіях, що дають можливості для відпочинку, оздоровлення і лікування в природно-кліматичних умовах. Основна проблема таких готелів – це сезонність попиту.

Тривалість періоду може варіюватися в межах від 90 до 180 днів, що часто залежить від кліматичних і ряду інших факторів. З метою вирівнювання завантаженості в період міжсезоння курортні готельні підприємства прагнуть до завоювання нових сегментів ринків туристичних послуг, зокрема, сегмента ділового туризму.

Сезонність попиту на готельні послуги потребує вирішення ряду проблемних питань:

- кадри (раціональне співвідношення між найманим та постійним складом персоналу);

- утримання в належному стані матеріально-технічної бази готелю в несезонний період.

Готельні підприємства, що працюють цілорічно, мають більш високий рівень комфортності та ширший перелік додаткових послуг, розширений склад приміщень для проведення дозвілля (вітальні, клуби, кегельбани), майданчики для відпочинку та спорту, розвинену мережу закладів ресторанного господарства.

Функціональні вимоги до курортних підприємств готельного господарства передбачають наявність:

- курортної місцевості зі значними лікувальними ресурсами: бальнеологічними, кліматичними, грязелікувальними;
- умов для організації профілактичного та дієтичного харчування;
- можливості надання медичних послуг лікувально-профілактичного характеру, заняття спортом, активного відпочинку тощо;
- умов для організації лікувального сну на повітрі в межах номера, а також в аераріях і соляріях, на лікувальних пляжах;
- торговельної мережі.

Внутрішнє обладнання номерів курортних готельних підприємств характеризується облаштуванням спального місця не тільки в номері, але і у великих за розміром лоджіях, на балконах, терасах. У зв'язку з тривалим терміном проживання (до одного місяця) у номерах передбачаються збільшені за розміром шафи для зберігання одягу та білизни.

Функціональна схема організації готелю категорії – рекреаційні готелі курортного типу представлений на рис. 7.

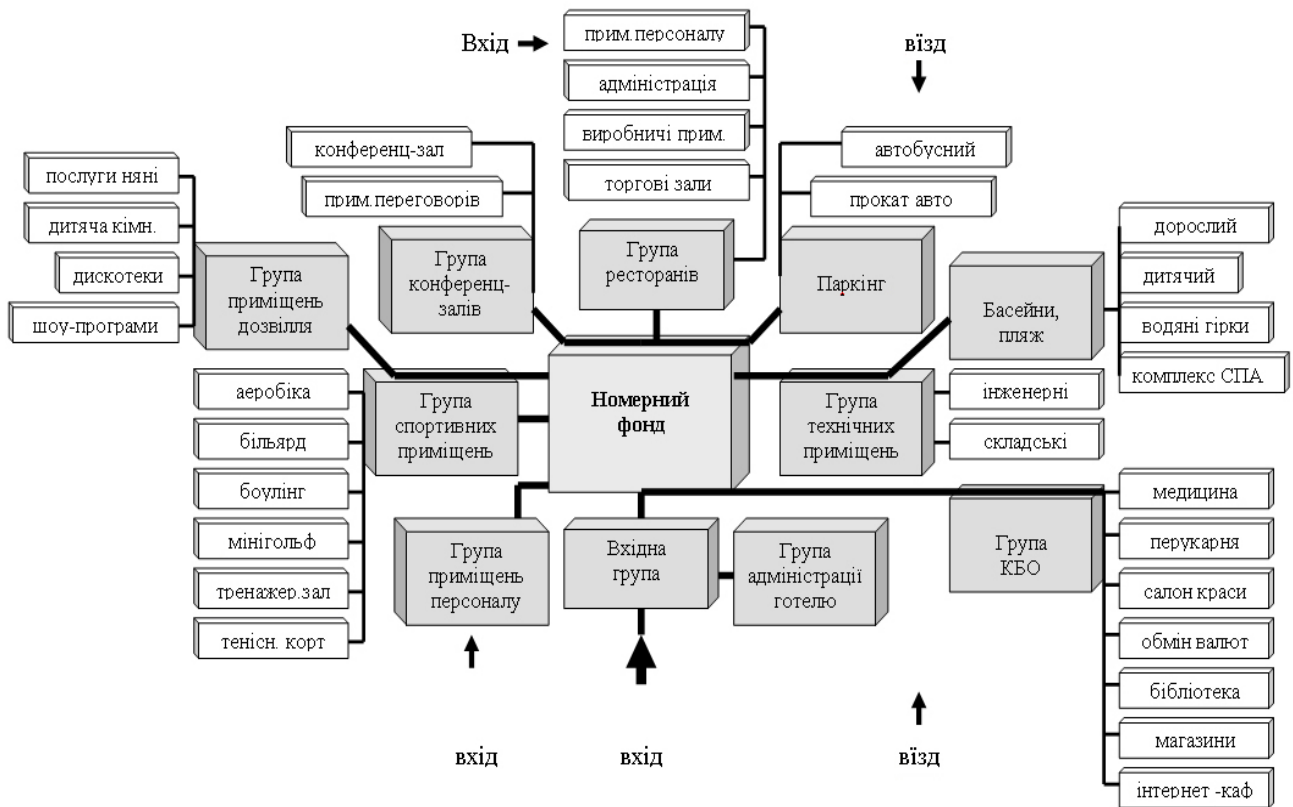


Рисунок 7 – Функціональна схема організації готелю категорії – «рекреаційні готелі курортного типу»

Об'єднання під одним «дахом» готелів різного призначення, рівня комфорту, місткості, поверховості (багатоповерхові корпуси, будиночки, бунгало і тому подібне), називають **курортним комплексом (санаторно-курортним комплексом)**.

В їх структурі функціонують заклади ресторанного господарства, зали багатофункціонального призначення, кінотеатри, підприємства торгівлі, корти, спортзали, стадіони, ігрові і спортмайданчики, басейни відкриті і закриті, кінноспортивні центри, обладнані пляжі, човнові станції, канатні дороги та ін. Курортні комплекси та інші установи, що займаються оздоровленням своїх клієнтів мають для цього спеціалізовані засоби – кліматолікувальні споруди, аеросолярій.

Невід'ємною складовою курортних готелів є пляж, розташований біля будь-якого водоймища (море, річка, озеро). Пляж є основним місцем проведення лікування кліматом і, насправді, влітку – це основна кліматолікувальна база будь-якої курортної або оздоровчої установи. Залежно від покриття пляжі класифікують як:

- піщані;
- складені з грубих наносів (галька, валуни);

- штучні, які розташовують на терасах і біля басейнів з дерев'яним настилом.

За функціональним призначенням пляжі бувають: громадськими (загальноміські, загальнокурортні) і лікувальні (для відпочиваючих курорту, санаторію). Підходи до пляжу (якщо вони не пологі) обладнуються сходами, фунікулерами, ліфтами, канатними дорогами. Пляж обладнують метеорологічним пунктом, радіовузлом (оповіщає про кількість сонячної радіації, температуру повітря і води, робить штормове попередження), оглядовою вежею і рятувальними плавзасобами. Має бути обов'язково годинник, обернений убік моря і добре помітний на відстані 50–75 м. На пляжі розміщують також медичну службу і оснащують її всім необхідним для надання швидкої медичної допомоги.

2.3. Туристські готелі (tourist hotel) – розраховані на туристів, котрі зайняті активним відпочинком, беруть участь в екскурсійному, спортивно-оздоровчому туризмі. Туристські готелі розташовані головним чином в містах, а також на узбережжі, в горах, тобто, на туристському маршруті. Особливістю такого типу готелів є наявність туристського обслуговування для: прокату туристського спорядження, транспортних засобів, майданчиків, фунікулерів. В структурі приміщень виділяють туристсько-методичні кабінети, приміщення для інструктажу, заклади ресторанного господарства, побутового призначення, торговельні, розважальні приміщення, та інші. Саме спеціалізація готелю визначає його необхідну матеріально-технічну базу. Готелі високої категорії забезпечують високий рівень комфорту за рахунок надання номерів «люкс», «апартаменти», послуг сауни, конференц-залу та ін.

Комплекс послуг, що пропонує туристам готель, формується відповідно до програми маршруту та заздалегідь визначається ваучером або путівкою; для організації обслуговування в структурі туристському готелю передбачено бюро подорожей і екскурсій.

Основні функціональні вимоги до організації туристичних готельних підприємств:

- наявність приміщень для роботи турагенцій;
- можливість номерного фонду змінювати свою місткість за рахунок «номерів-дубль»;
- організація приміщень для відпочинку, ігор, розважального та культурного дозвілля;
- наявність приміщень спортивно-оздоровчого призначення та озелененої території навколо готельного підприємства;
- організація майданчиків для стоянки екскурсійних автобусів.

Туристсько-екскурсійні готелі розраховані на туристів, що найчастіше подорожують автобусами. Туристсько-екскурсійні готелі розміщують на територіях міст або сільських поселень, і тому це вимагає наявності озелененої ділянки з майданчиками для відпочинку та спортивних занять. Передбачаються приміщення для відпочинку, ігор, розваг і закладів ресторанного господарства. Їх розміщують здебільшого поблизу (в радіусі 3 км.) об'єктів туристської привабливості, в центральних частинах їм непритаманна обов'язкова наявність власної озелененої території для відпочинку та спортивних занять. Для цього типу готельних підприємств не властиві приміщення для відпочинку, ігор, розваг тощо. Це пов'язано з тим, що потребу в цих приміщеннях задовольняє міська мережа діючих розважальних закладів.

Туристсько-спортивні готельні підприємства призначені для задоволення потреб споживачів готельних послуг у туристсько-спортивному обслуговуванні та відпочинку в різні пори року. Залежно від пори року передбачається спортивний туризм зимового та літнього сезонів. У зимовий сезон серед населення користуються попитом лижні та гірськолижні маршрути. У літній сезон найбільш популярними є піші, гірсько-пішохідні, водні маршрути спортивного туризму.

Готельні підприємства для спортивного туризму та відпочинку мають ряд функціональних особливостей:

- наявність приміщень туристсько-спортивного обслуговування;
- наявність приміщень і споруд, майданчиків спортивно-оздоровчого призначення;
- наявність трас, пляжів, споруд, що відповідають вимогам маршруту;
- озеленена територія навколо підприємства.

Особливі функціональні вимоги висуваються до готельних підприємств, що надають послуги спортсменам, які займаються окремими видами спорту: наявність приміщень для спортивно-тренувальних занять, проведення зборів; наявність приміщення для тренерського складу; забезпечення медичним обслуговуванням, профілактичним лікуванням, спортивно-оздоровчими заняттями у приміщеннях підприємства; створення умов для торгівлі, ремонту та зберігання спортивного інвентарю.

2.4 Спеціалізовані засоби розміщення

Готелі-казино (casino-hotel). Готелі цього типу поширені у країнах з розвиненою азартно-розважальною індустрією. Для України зазначена категорія готелів не є типовою. Казино у готельному комплексі – це основна структурна ланка закладу розміщення. Головною функцією таких готелів є створення сприятливих умов для проведення азартних ігор. Послуги

проживання та харчування у готелях-казино забезпечують на особливо високому рівні. У готелях фешенебельні номери, ресторани в меню яких екзотична кухня, дорогі напої, організовуються чартерні рейси на замовлення клієнтів, часто безкоштовний трансфер.

Готель-люкс – мале або середнє готельне підприємство, розташоване в центрі міста, орієнтоване на забезпеченого клієнта (бізнесмени, політики), оскільки ціни на проживання в номерах достатньо високі. Деякі номери обладнані кухнями, барами, холодильниками. Персонал забезпечує високий рівень сервісу.

Готель-гарні – засіб розміщення, що надає клієнтам обмежений набір послуг, а саме: розміщення й сніданок. Зокрема, в цьому готелі немає ресторану, а сніданок, включений до вартості номера, надають в невеликому кафетерії або буфеті.

Готель-лідо (від. фр. hotel lido) – невеликий готель, розташований безпосередньо на березі озера.

Готель-шато (від. фр. hotel chateau) – назва замиського замку або великого замиського будинку; різновид дорогих і особливо престижних французьких готелів, розташованих в сільській місцевості.

Гастрономічний готель

Туризм гастронома – це подорож по країнах і континентах для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями, з метою покуштувати унікальні для туриста страви чи продукти. Гастроном тури поділяють на два види: сільські («зелені») і міські. Їх принципова відмінність полягає в тому, що вирушаючи до сільської місцевості турист прагне спробувати екологічно чистий продукт. Міський тур гастронома може включати відвідування кондитерської фабрики або маленького ковбасного цеху і ресторанчика при ньому, де його продукції готується делікатесна страва. Крім того, існують тури, які знайомлять не з різними стравами однієї місцевості, а з одною але в різних місцевостях. Слід зазначити, що практично будь-яка країна має потенціал для розвитку гастрономічного туризму, адже в кожній країні своя неповторна національна кухня, свої традиції гостинності. Такий вид туризму цікавить гурманів, рестораторів, сомельє, дегустаторів, ресторанних критиків. Відгукнулися на гастрономічну тему й готелі. В Україні таких готелів не існує через відсутність подібних турів в чистому вигляді. Проте, вітчизняні готелі поступово почали включати до своїх послуг гастрономічні програми. Особливо це відчувається в готелях Львова. В розвинутих туристичних зонах гастрономічні готелі дуже поширені й тому доцільно розглянути основні елементи їх концепції (табл. 8).

Готелі гастрономів розраховані на вибагливого клієнта, який не є бідним, найчастіше це публічні особи, яких приваблює камерна атмосфера готелю, смак вишуканих страв, а також високий рівень номерів і індивідуальний сервіс. Смак, розкіш і ексклюзивність – ось основні складові успіху гастроном-готелю.

Таблиця 8 – Основні елементи концепції гастрономічного готелю (готелю гастронома)

Елемент концепції	Готель гастронома в місті	Готель гастронома в сільській місцевості
Сервіс	Фешенебельний (абсолютно розкішний і досконалий)	
Комфортабельність	Як правило 4* і вище	
Спеціалізація	Бізнес-туристи, відпочиваючі	Відпочиваючі
Місце розташування	Центральні вулиці крупних «модних» міст (Париж, Мілан, Нью-Йорк)	Важкодоступні райони курортних зон
Фонд розміщення	Невелика кількість номерів. Висококласна обробка з використанням останніх технологій. Використання предметів мистецтва в дизайні інтер'єру для створення емоційного контакту між будівлею готелю і клієнтом	
	Оснащення сучасною технікою: плазмові телевізори, безпроводні телефони і так далі	Відсутність засобів зв'язку
Ресторанний продукт	Страви високої кухні, екологічно чисті продукти	Страви високої кухні, місцевої, регіональної кухні. екологічно чисті продукти
– Додаткові послуги	Швидкий доступ в Інтернет	Екзотичні зручності і послуги (СПА, заняття живописом і так далі)
– Цільовий сегмент	Від 30–50 років; достаток «середній і вище середнього»; люди творчих професій	
– Стратегія (конкурентна перевага)	Створення атмосфери особливості, високотехнологічності, індивідуальності, модного «стану духу». Особистий контакт персоналу з кожним клієнтом	Власний впізнаний «аромат», що поєднує місцевий сільський колорит з комфортом і розкішшю. Особистий контакт персоналу з кожним клієнтом

Апарт-готель – готельне підприємство, що складається з декількох квартир. Передбачається самообслуговування і самостійне приготування їжі. Ціна не залежить від кількості тих, хто проживають в квартирі. Клієнтами є сімейні туристи і студентська молодь.

Готель-клуб, клуб-готель (від фр. hotel clubi) – готель, що містить, окрім номерного фонду для розміщення гостей, безліч залів, приміщень для організації активного відпочинку: тренажерний і гімнастичний зали,

кіноконцертний зал, спортмайданчики з штучним покриттям (теніс, футбол, баскетбол, волейбол та ін.), конференц-зал, кімнати для ділових переговорів, банкетні зали та ін. Готель-клуби, що розташовані на морському узбережжі, пропонують туристам міні-яхти, водні велосипеди, прогулянкові човни, віндсерфінг.

Палац-готель – готель, розташований в будівлі, що є історико-архітектурною пам'яткою палацової, замкової архітектури.

Готельно-офісний центр (hotel-office center) – готелі, що складаються з житлових приміщень – номерів – і нежитлових – спеціально обладнаних для використання під офіси. Їх розташовують в центрі ділової частини великих міст, біля важливих комерційних об'єктів. В окремих випадках утворюють значні за розмірами готельні комерційно-розважальні комплекси значної місткості з розвинуеною інфраструктурою (ресторан, кафе, фітнес-клуб, заклади торгівлі та ін.).

Молодіжний готель, хостел (youth hostel) – заклади розміщення готельного типу, розраховані на осіб студентського та учнівського віку, які подорожують, перебувають на навчанні, роботі. Головна відмінність хостелів від звичайних готелів полягає у поєднанні економічності та регламентованих згідно вартості умов проживання. Молодіжні готелі організовують в будівлях з коридорною системою планування. Вони складаються з номерів першої категорії і нижчого класу, часто обладнаних двоповерховими ліжками. У хостелах надається мінімальна кількість послуг. Кухня, санвузол розташовані на поверсі. Передбачені спеціальні кімнати для спілкування (common rooms). В більшості хостелів сніданок вартість сніданку включена до вартості проживання і забезпечується кафе, їдальнею, буфетом, що функціонують у структурі закладу розміщення. Також передбачені розважально-спортивні послуги, побутові послуги (зв'язок, камера схову, телебачення).

Гуртожиток – засіб розміщення, як правило, відомчого підпорядкування, з мінімальними зручностями та кухонним обладнанням на поверсі.

Ротель – пересувний засіб розміщення представлений вагоном-трейлером (англ. trailer від trail – тягнути) з одно-, двомісними номерами – спальними відсіками, який як прицеп рухається з автомобілем.

Кемпер – спеціально спроектований мобільний готель на автомобільному шасі для проведення літнього відпочинку. Цей тип мобільної споруди, зазвичай, збірного типу з легких матеріалів (пластмаса, фанера). З метою обслуговування автотуристів, які подорожують на мобільних автотранспортних засобах – ротелях, кемперах, караванах використовуються спеціальні трейлерні парки з відповідною інфраструктурою для паркування і

ремонту транспортних туристських засобів, санітарно-технічним обладнанням стоянок, електромережею, пунктами прокату, закладами ресторанного господарства. Особливо актуальна проблема функціонування трейлерних парків пов'язується зі зберіганням навколишнього природного ландшафту.

Акваторія – корабель, який вилучено з експлуатації як транспортний засіб, і він перебуває на стаціонарній стоянці та використовується як готель.

Флотель – плаваючий готель значних розмірів, що розміщений на спеціально обладнаному судні для обслуговування туристів, які подорожують по воді. Флотелі складаються з плавучих корпусів різного функціонального призначення, що за обсягом послуг інколи називають «курортом на воді». Місткість флотелів може коливатись в межах 100–3000 осіб, конструкція зручна у використанні, може розташовуватись на дебаркадері. Флотелі функціонують у цілорічному режимі, змінюючи при цьому дислокацію в залежності від сезону: літом перебувають у місцях масового відпочинку, зимою – в межах міста і використовуються як стаціонарний готель. У флотелях туристам пропонуються комфортабельні номери, значний обсяг додаткових послуг активного відпочинку: басейн, тренажерні зали, водні лижі, засоби риболовлі, оснащення для підводного плавання і полювання, зали для проведення конгресів і концертів, ресторан, бібліотека, приміщення для тимчасових офісів, засоби оперативного зв'язку та ін. Сьогодні готелі на воді часто використовуються для організації спеціалізованих подорожей і круїзів, зокрема бізнес-турів, конгрес-турів, турів з навчанням та ін. Норма житлової площі у флотелях у порівнянні з готелями нижча і становить для одномісного номера 7 м², двомісного – 9 м², тримісного – 14 м².

Флотокемпінги – засоби розміщення туристів у наплавних засобах, що розташовані у проміжних пунктах через 20–25 км туристського водного маршруту. Особливість флотокемпінгів стосується забезпечення туристів, які рухаються індивідуальним водним транспортом (яхта, катер, човен) або круїзним судном житлом, стоянкою та технічним обслуговуванням прогулянкових суден. У структурі функціональної зони флотокемпінга виділяється надводна частина – корпус для обслуговування споживачів готельних послуг, їдальня, пункт технічного обслуговування суден, причал для плавальних засобів – та суходільна – пляж, будинки, намети для проживання, окремі споруди для побутового обслуговування та розваг.

Ботель – стаціонарний заклад розміщення туристів цілорічного використання, розташований на березі у початковому або кінцевому пункті водного туристського маршруту, у приміській відпочинковій зоні на відстані

150–200 км один від одного. Загалом, ботель є цілою системою житлових корпусів готельного типу, будівель культурно-побутового обслуговування, стаціонарних споруд і засобів технічного обслуговування плавзасобів.

Круїзне судно – спеціально обладнане судно, яке надає послуги з розміщення у каютах, а також послуги з перевезення, розваг та інших супутніх туристичних послуг під час круїзу.

Флайтель – засіб розміщення готельного типу, розрахований на короткий термін перебування власників літаків. Флайтелі разом з аеродромами, ангарами, ремонтними майстернями, ресторанами, концертними залами та іншими закладами утворюють туристські комплекси для ночівлі, заняття спортом із стрибків на парашуті, прогулянки на повітряній кулі, проведення концертів, конференцій та інших заходів. Обладнання: злітно-посадкова смуга, зв'язок з метеостанцією, ангари. Можлива наявність технічної і диспетчерської служб.

Лотель – засіб розміщення, призначений для туристів, що займаються кінним спортом. Має умови для утримування коней.

Пансіонат – засіб розміщення оздоровчого напрямку, розташований у замиській або рекреаційній зоні, призначений для тривалого перебування з регламентованим режимом відпочинку та харчування

Пансіон – засіб розміщення, який має невелику кількість кімнат, розрахований, як правило, на розміщення з харчуванням 10–20 осіб на декілька днів.

Будинок відпочинку – цілорічний засіб розміщення, призначений для надання оздоровчо-профілактичних послуг, відпочинку та організованого дозвілля з триразовим харчуванням. Розташовують в рекреаційній або курортній зоні.

Спортивно-оздоровчий комплекс – оздоровчий засіб розміщення, що надає послуги з розміщення, харчування, оздоровлення, занять спортом, відпочинку, дозвілля. Розташовують в рекреаційній або курортній зоні. Складається із: спортивних споруд, споруд громадського призначення, засобів розміщення різної місткості (багатоповерхові корпуси, будиночки, бунгало).

Санаторій – оздоровчо-лікувальна установа, розташована, в курортних зонах, на мінеральних, цілющих водах, термальних джерелах та ін.

Гостьовий будинок – засіб розміщення, де пропонуються мебльовані кімнати з мінімальними зручностями, у більшості випадків пропонується сніданок.

Агроготель – засіб розміщення, що розташований на території фермерського господарства і має умови для заняття сільськогосподарською діяльністю під час відпочинку.



Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення понять «засіб розміщення», «готель», «туристський комплекс».
2. За якими ознаками класифікують засоби розміщення?
3. Визначить основні порівняльні характеристики засобів розміщення за призначенням і дайте характеристику різних типів закладів розміщення за типом клієнтури, метою подорожі, засобами пересування туристів.
4. Що таке «готельний комфорт»? Назвіть його основні критерії та показники.
5. Опишіть існуючі у світі типи класифікацій за рівнем комфорту. У чому полягають особливості їх оцінних систем?
6. Чи існує єдина світова (європейська) класифікація готелів за рівнем комфорту? Обґрунтуйте відповідь.
7. Назвіть два типи класифікацій за комфортом, що існують у світі.
8. Дайте характеристику класифікації готелів за рівнем комфорту в Україні.
9. Які критерії лежать в основі класифікації готелів в Україні.
10. Розкрийте суть поняття «готель».
11. Які типи готелів Вам відомі?
12. Розкрийте сутність вимог до засобів розміщення відповідно до ДСТУ 4268:2003.
13. Розкрийте сутність вимог до засобів розміщення відповідно до ДСТУ 4269:2003.
14. Особливості класифікації готелів світу.
15. Розкрийте суть концепцій спеціалізованих готелів.
16. Дайте характеристику пересувним засобам розміщення.
17. Сформулюйте визначення для поняття «оздоровчі засоби розміщення», наведіть приклад.
18. Охарактеризуйте готельні установи для водного туризму.
19. Охарактеризуйте готельні установи для гірськолижного туризму.
20. Що таке «кондомініум» і «таймшер»?

Тестові завдання

1. У статистиці туризму засіб розміщення – це:

- 1) суб'єкт підприємництва, що реалізує послугу розміщення за гроші;

- 2) підприємство, яке надає послуги проживання;
 - 3) будь-який об'єкт, що надає ночівлю – платно або безкоштовно.
- 2. Готелі ділового призначення є переважно готелями:*
- 1) низького рівня комфорту;
 - 2) високого рівня комфорту;
 - 3) рівень комфорту не має значення.
- 3. Невеликі заклади, що пропонують домашній комфорт, носять назву:*
- 1) апарт-готель;
 - 2) Bed and Breakfast;
 - 3) таймшер.
- 4. Хостел – це:*
- 1) готель довготривалого проживання для ділових людей;
 - 2) рекреаційний заклад для сімей з дітьми;
 - 3) готелі спрощеного сервісу переважно для молоді.
- 5. До закладів розміщення рекреаційного типу належать:*
- 1) бізнес-готелі;
 - 2) готелі для екскурсійного туризму;
 - 3) туристичні містечка.
- 6. До засобів розміщення для подорожуючих автотранспортом належать:*
- 1) ботелі;
 - 2) ротелі;
 - 3) лотелі.
- 7. Серед основних критеріїв готельного комфорту:*
- 1) кількісний склад персоналу;
 - 2) місткість будівлі та кількість поверхів;
 - 3) склад і якість номерів.
- 8. Серед статичних показників готельного комфорту:*
- 1) площа номерів;
 - 2) умеблювання номерів;
 - 3) асортимент додаткових послуг.
- 9. Основою якісного типу класифікаційної оцінки є класифікація:*
- 1) французька;
 - 2) індійська;
 - 3) гонконгівська.
- 10. Сертифікацією називають процедури, що мають на меті:*
- 1) отримати дозвіл на здійснення певного виду діяльності;
 - 2) підтвердити відповідність якості послуг стандарту;
 - 3) зареєструвати готель як юридичну особу – суб'єкт підприємництва.

11. В Україні сертифікація готельних послуг здійснюється на засадах:

- 1) добровільності;
- 2) обов'язковості;
- 3) по-різному для різних готелів.

12. Обов'язковою є сертифікація готелів України за схемою:

- 1) відповідності вимогам нормативних документів;
- 2) відповідності категорії зірок;
- 3) оцінювання системи якості.

13. Нині в Україні діє стандарт класифікації готелів:

- 1) UN WTO;
- 2) міждержавний;
- 3) національний.

Практичні завдання

1. Користуючись ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» визначити категорію готелів за наступними умовами:

Задача 1

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

Задача 2

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

Задача 3

Готель має окремий від службового вхід для гостей, цілодобовий підйом і спуск на ліфті, двері і замки з внутрішнім запобіжником, холодильник у багатокімнатних номерах. Готель пропонує наступні послуги: щоденне прибирання номера покоївкою; зміна постільної білизни один раз на три дні; надання праски, гладильної дошки; зміна рушників один раз на три дні. У готелі є приміщення для перегляду телепередач, внутрішній телефонний зв'язок у 100% номерів, санвузол, розташований не менш ніж у 50% номерів.

РОЗДІЛ 2

ПЛАНУВАЛЬНІ РІШЕННЯ

ДО БУДІВЛІ ТА ПРИМІЩЕНЬ ГОТЕЛЮ

ТЕМА 2.1. АРХІТЕКТУРА ТА ІНТЕР'ЄР У ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

План

2.1.1 Вимоги до ділянки під будівництво готелю.

2.2.2 Роль архітектури у формуванні іміджу готелів та їх сучасні форми.

2.1.3 Концептуальні планувальні рішення готелів.

2.1.4 Сутність інтер'єру та особливості його застосування в приміщеннях готелю.

***Ключові слова:** архітектура, імідж готелю, чинники колориту, чинники емоційного рівня, чинники комфорту, концептуальне рішення будівлі, форми планів, атріум, складна, прямокутна форма, інтер'єр, композиція, стиль інтер'єру, екологічний комфорт, функціональний комфорт, естетичний комфорт.*

2.1.1 Вимоги до ділянки під будівництво готелю

На розташування готелю в місті впливає його місткість, категорія і тип. З містобудівної точки зору можна виділити п'ять варіантів розташування готельних підприємств у структурі міста:

- у центрі міста;
- на територіях, прилеглих до центру міста;
- в центрі житлових районів і мікрорайонів;
- на «порозі» міста;
- за межами міста.

При розміщенні готелів враховують ряд чинників, що впливають на вибір ділянки для готельного підприємства:

1) містобудівні чинники – необхідна площа території з урахуванням функціонального типу готельного підприємства (конгрес-готель, курортний готель) і його місткості. Враховують геометричні контури ділянки, і раціональне розміщення з урахуванням транспортної інфраструктури і віддаленості від аеропорту, порту, залізничного вокзалу або інших необхідних гостю об'єктів;

2) архітектурно-ландшафтні чинники – наявність природних компонентів у вигляді рельєфу, водних об'єктів, зеленого масиву на ділянці або прилеглий території, а також архітектурний ансамбль навколишньої забудови тощо. Основне завдання ландшафтної архітектури полягає у відтворенні природного середовища, створенні цілісних антропогенних ландшафтів, які позитивно впливають на людину. Розрізняють:

– природний ландшафт – це натуральне, природне середовище, що не є результатом діяльності людини.

– антропогенний ландшафт – це середовище, що виникло як результат людської діяльності. Залежно від соціально-економічних функцій розрізняють декілька видів антропогенних ландшафтів: сільськогосподарські; промислові; урбаністичні (міські); рекреаційні (для відпочинку);

3) інженерно-економічні чинники – наявність або відсутність інженерних комунікацій (водопровід, каналізація, газ, електрокабель, телефонний кабель) і можливість підключення до них з урахуванням їхньої потужності та розміщення, що значно змінює вартість будівництва підприємства готельного господарства;

4) екологічні – санітарно-гігієнічні параметри навколишнього середовища та їх відповідність встановленим в державі вимогам і нормам. До таких параметрів відносять: чистоту повітряного і водного басейнів, шум, інсоляцію, аерацію, наявність природоохоронних зон, заповідників і т. д. Ділянка, що пропонується для розміщення готелю, повинна відповідати вимогам санітарно-епідеміологічних правил і гігієнічних нормативів щодо рівнів природних і штучних радіонуклідів, вмісту потенційно небезпечних для людини хімічних і біологічних речовин у повітрі, ґрунті, негативних фізичних факторів (шум, вібрація, інфразвук, електромагнітні поля тощо) та інших. Розміщення й об'ємно-просторове рішення будинків готелів повинні відповідати вимогам держаних будівельних норм, санітарним правилам та нормам.

Площа ділянки визначається з урахуванням умов розміщення, характеру міського середовища, функціонального складу і категорії готелю. Земельна ділянка для розміщення готелю повинна забезпечити можливість її облаштування (розміщення місця для відпочинку, господарських потреб і стоянок автотранспорту) та озеленення.

При проектуванні готелів їхні ділянки рекомендується розміщувати в пішохідній доступності від зупинок громадського транспорту (у радіусі 700 м). Мотелі слід розміщувати переважно на крупних транзитних магістралях, що сполучають населені пункти.

У складі ділянки готелю (мотелю) повинні бути передбачені:

- упоряджені майданчики перед входами в будівлю (з розрахунку не менше 0,2 м² на одного проживаючого);
- майданчики для стоянки автомобілів;
- майданчики для тимчасового паркування автомобілів і автобусів для висадки та посадки пасажирів згідно з вимогами ДБН 360 і ДБН В.2.3–5 (з розрахунку одночасного розміщення не менше п'яти автомобілів);
- внутрішні наскрізні проїзди, під'їзди до головного та інших входів до готелю згідно з вимогами ДБН 360 та ДБН В.1.1–7.

При готелях категорії 4* і вище повинні передбачатися автостоянки, що охороняються. Кількість місць на автостоянках (згідно з ДСТУ 4269) залежно від категорії готелю (мотелю) приймається не менше зазначених у таблиці 9 (у % від кількості номерів).

Таблиця 9 – Кількість місць на автостоянках залежно від категорії готелю (мотелю)

Види готелів	Кількість місць, %, від кількості номерів при готелях категорій:				
	*	**	***	****	*****
Готелі	20	20	20	25	25
Мотелі	100	100	100	100	100

На ділянках готелів повинні бути передбачені індивідуальні стоянки для авто, якими користуються інваліди (з розрахунку 10% місткості готелю, але не менше одного машино-місця). Вони мають бути максимально наближені до входу у будинок.

2.1.2 Роль архітектури в формуванні іміджу готелів та їх сучасні форми

Роль готелю в сучасній інфраструктурі туризму важко переоцінити. Він покликаний виправдати всі очікування клієнта, стати для нього на певний час затишним і комфортабельним будинком, запам'ятатися чимось індивідуально-неповторним. Створення позитивного іміджу готелю є метою власника, персоналу і, зрештою, запорукою комерційного успіху підприємства.

Імідж готелю – результат втілення в життя концепції готелю, ідеї, яка лягає в основу його створення. Можна сказати, що позитивний імідж з'являється при гармонійному поєднанні форми і змісту. При цьому архітектурне рішення готелю є формою, а робота сервісних служб – змістом.

Архітектура готелю – поняття складне і багатогранне, яке охоплює зовнішній вигляд будівель, їх внутрішнє планування, ландшафтну

організацію території і внутрішнє облаштування приміщень. Кожна складова важлива і самостійна, але тільки в комплексі, поєднуючись в одне гармонійне ціле, вони стають закінченим художнім образом.

Створення індивідуального образу, а не просто споруди, і є тією метою, яку ставить автор проекту. При цьому важливо, щоб об'єкт був гармонійно вписаним в існуючу забудову або навколишній природний ландшафт.

Архітектурними засобами для створення атмосфери та іміджу готелю є:

- 1) виразна пластична зовнішність;
- 2) самобутній інтер'єр, що запам'ятовується;
- 3) використання національних особливостей місцевої архітектури і традиційних матеріалів.

Ще в глибокій давнині була винайдена формула архітектури – так звана формула давньоримського архітектора Вітрувія:

$$\begin{aligned} \text{Архітектура} &= \text{користь} + \text{міцність} + \text{краса} = \\ &= \text{функціональність} + \text{техніка} + \text{естетика} \end{aligned}$$

Функціональна сторона архітектури говорить про «необхідність» споруди для людини.

Технічна сторона архітектури відповідає за конструкцію кістяк споруди, її міцність, довговічність, стійкість.

Естетична (художня) сторона перетворює архітектуру на один з видів мистецтв. Її ще називають застиглою музикою.

Архітектурно-планувальні рішення готелів формуються під впливом природно-кліматичних чинників, культурно-історичних особливостей певного регіону, його архітектурних традицій. Архітектурні традиції можна класифікувати в такий спосіб:

1) чинники колориту – відображають ступінь використання традиційних для даної місцевості планувальних прийомів і будівельних матеріалів у поєднанні з несподіваними новаторськими ідеями;

2) чинники емоційного рівня (цілісного і виразного художнього образу готелю) проявляються через застосування в декорі і оформленні інтер'єру специфічних деталей – витворів мистецтва або авторського дизайну, антикварних меблів або виробів ремісничої творчості;

3) чинники комфорту готелю виражаються через раціональну функціональну організацію простору готелю, тобто, через поділ його на гостьову і службову зони, забезпечення зручного зв'язку між ними, а також через наявність сучасного інженерного устаткування.

Таким чином ще на стадії проектування, а потім і будівництва формуються основи сприятливого іміджу підприємства, закладається база для його процвітання.

В сучасному світі готелі розрізняються за призначенням, місткістю, поверховістю, типом конструкцій, рівнем комфорту, місцем розташування та іншими ознаками. Всі ці ознаки впливають на архітектурно-планувальне рішення, а значить і на імідж готелю. Адже сьогодні готель перестав бути просто місцем для тимчасового розміщення. Високого рівня комфорту вже недостатньо. Для успіху в конкурентній боротьбі необхідно враховувати вимоги сучасного ринку, дивувати гостей, а може навіть й приголомшувати.

Так якими ж архітектурними засобами добиваються успіху провідні готелі світу? Які основні сучасні тенденції, в яких напрямках розвивається архітектура готелів? Архітектурні споруди, як і інші явища сучасної художньої культури, важко загнати в жорсткі рамки одного стилю або напрямку. Вони часто перебувають на межі, є складним поєднанням різних традиційних і новаторських архітектурних прийомів. Тому вважається за логічне умовно розділити строкате розмаїття сучасних готелів на групи за принципами їх розташування і способом будівництва. Для кожної групи характерні загальні архітектурні особливості (табл. 10).

Таблиця 10 – Особливості архітектурних рішень готелів в залежності від їх розташування та типу будівлі

Місце розташування	Характеристики типів будівель
1	2
Нові міські райони	Багатопверхові комплекси з розвиненою інфраструктурою. Виразність зовнішності досягається за рахунок сміливих конструктивних рішень, застосування новітніх матеріалів і технологій. Відповідність містобудівним вимогам
Культурно-історичні центри міст	Поверховість, зазвичай, обмежена, особлива увага приділяється тому, щоб нова будівля гармонійно вписувалася в існуючу забудову і не порушувала цілісності навколишнього історичного середовища
Узбережна зона курортних міст	Особливістю архітектурно-планувального рішення є орієнтація номерів і ресторанів так, щоб звідти відкривався вид на рекреаційні ресурси; облаштування території для відпочинку і рекреації
Сільська місцевість	Зазвичай готелі будуються відповідно до архітектурних традицій даної місцевості. В оформленні інтер'єрів також присутній національний колорит
Гірськолижні курорти	У зовнішності готелів простежується вплив традиційної для гірської місцевості архітектури «шале». Двосхилі гостроверхі дахи, дерево і камінь. В інтер'єрах – каміни і рустикальний затишок

1	2
Клубні готелі	Розташовані в місцях живописної території у вигляді житлових корпусів або бунгала. Мають на території розважальний центр, ресторани і бари, спортивні зали і майданчики, корти і басейни
Туристичні і лікувальні комплекси	Велика увага приділяється ландшафтній організації території, озелененню і благоустрою. Такі комплекси стають самодостатніми, де є все для повноцінного відпочинку
Мотелі	Архітектурне рішення павільйонного типу, камерного характеру, архітектурний вираз якої має бути скромним і менш монументальними. Має бути можливість забезпечити укриття для автомобіля, а також можливість здійснення його дрібного ремонту
Реконструйовані історичні будівлі	Історичні будівлі оновлюються, фасади реставруються, інженерне обладнання повністю модернізується. Інтер'єр оформляється в стилі минулої епохи, або в сучасному стилі. Старовинні палаци, садиби і середньовічні замки перетворюються в заміські готелі, де сучасне інженерне устаткування, високий рівень обслуговування та атмосфера справжньої розкоші справляють незабутнє враження.
Будівлі функціонального призначення	Готелі розміщуються в будівлях, в яких раніше розташовувалися промислові підприємства, де конструкції і просторі площі дозволяють сформувати цікавий, багато-рівневий простір, організувати внутрішній двір – атриум та компенсувати безвиразність індустріального оточення дивовижністю внутрішнього дизайну

Розглянемо основні тенденції в архітектурі готелів.

1) Поява висотних готелів, які представлені комплексами з високим рівнем комфорту. Часто такі готелі входять до всесвітньо відомих міжнародних мереж «Sheraton», «Hilton» та ін. Різноманітні ресторани і бари, конференц-зали, магазини, підземні паркінги, відкриті і закриті басейни і фітнес-центри, а також оснащені всіма сучасними засобами зв'язку бізнес-центри роблять їх привабливими як для туристів, так і для людей, котрі подорожують з суто діловими цілями. Архітектурна зовнішність таких готелів зазвичай не має національного забарвлення – це, перш за все, візуальний образ сучасної архітектури, що вражає уяву сміливістю форм і технічних рішень. Архітектура таких готелів дуже функціональна та сучасна. Використовуються новітні досягнення будівельних технологій, сучасні конструкції й будівельні матеріали: каркасні системи (колони і балки із сталі

або монолітного бетону); легкі теплозберігаючі конструкції, удароміцне дзеркальне скло і таке інше. Новітнє прогресивне інженерне устаткування – системи енерго- і водопостачання, вентиляції і обігріву дозволяють створювати всередині готельного комплексу свій мікроклімат, комфортне для людини середовище. Сучасні конструкції дають можливість перекривати великі прогони, формувати складний багаторівневий простір з галереями, внутрішніми дворами-атриумами і зимовими садами, робити прозорий дах. Бувши насправді автономним «містом в місті», такі комплекси дають можливість клієнтові реалізувати свої потреби в розвагах і відпочинку, не виходячи за його межі. Зазвичай такі готелі розміщуються в урбанізованій щільній забудові нових районів мегаполісів, поблизу центрів ділової і комерційної активності, де підвищена поверховість будівель викликана високою вартістю землі. Об'єднані загальною належністю до сучасної архітектури, кожен з них все ж таки має свою неповторну зовнішність. Вони є в усіх найбільших містах світу і втілюють собою розквіт цивілізації високих технологій.

До цієї групи готелів можна віднести побудований в Дубаї єдиний в світі семизірковий «Borj al-Arab Hotel». Це найбільша споруда на близькому Сході, заввишки Ейфельової башти. Готель побудований у формі вітрила яхти. Він стоїть на трикутному штучному острові в семи з половиною метрах над рівнем океану і з'єднаний з материком за допомогою стрункого зігнутого моста. Будівля має сталеві діагональні кріплення по зовнішніх сторонах стін і встановлена на бетонних палях, що забиті в океанське дно на глибину три метри. «Borj al-Arab» будувався чотири роки. Загальна площа його приміщень складає 111480 кв. м, а висота будівлі – 321м. Готель обладнаний найшвидшими в світі ліфтами. Середня швидкість їх руху – сім метрів в секунду. На останньому поверсі розташований ресторан, звідки відкривається фантастичний вигляд на море і узбережжя. Розкішний готель містить двісті дворівневих номерів. Площа найменшого одномісного номера – 169 кв.м. Кращі апартаменти в «Borj al-Arab» обладнані трьома мармуровими ванними кімнатами і величезних розмірів ліжком. Оформлення віталень нав'язане творчістю Джанні Версаче, меблі оброблені золотом. Готель обладнаний вертолітним майданчиком на даху площею 780 кв.м. Готель є сучасним чудом світу, де атмосфера східної розкоші і багатства поєднується з новітніми досягненнями техніки.

2) Ще одна тенденція пов'язана з розвитком індустрії розваг. Зокрема, у Лас-Вегасі, світовому центрі азартних ігор відкриваються готелі-казино. До їх числа можна віднести готель-казино «Bellagio», що є справжнім художнім

музеєм, для якого спеціально були придбані полотна знаменитих художників: Ван Гога, Моне, Дега, Пікассо та ін.(додаток О, рис.1).

3) Тісно пов'язаний з індустрією розваг сучасний готельний бізнес іноді просто переходить уявні межі. Цю тенденцію можна прослідкувати на прикладі готелів, розташованих на територіях тематичних парків розваг, наприклад Діснейленда. В цих умовах готель стає свого роду декорацією казкової реальності, на тлі якої споживачі отримують дивовижне відчуття ожившої ілюзії.

«Venetian Hotel», наступний з якісно нових готелів, дає гостям можливість побувати у Венеції не виїжджаючи з США. З високою достовірністю в готелі відтворені Палац Дожів, Міст Зітхань й інші венеціанські визначні пам'ятки (додаток О, рис.2)

4) Готель «Paris», що належить корпорації Hilton Group, є комплексом копій найбільш відомих пам'яток французької столиці. Одна з будівель готелю побудована за зразком знаменитого паризького Hotel de Ville. Досвідчені в розвагах американці захоплюються копіями Паризької Опери, Лувру, Триумфальної арки і моста Олександра III. Вимощена камінцями вулиця в точності повторює відому Rue de la Paix в Парижі. Тут розташовані французькі ресторани, а танцювальний зал готелю – найбільший в Лас-Вегасі. Фасади будівель витримані в стилі, характерному для певних районів Парижа. Величезні капіталовкладення в будівництво споруд, що імітують справжні пам'ятки історії і архітектури пояснюються зростаючим інтересом людей до світової художньої культури, до історичного минулого. Відвідини таких готелів чимось схожі на подорож фантастичною машиною часу.

5) Реставрація історичних будівель. У Європі, де збереглася безліч справжніх пам'яток архітектури, сильні культурно-історичні традиції, в архітектурі готелів чітко простежується тенденція дбайливого ставлення до історії, коли старі будівлі знаходять нове життя. В столицях і історичних містах з багатими культурними традиціями такі готелі зазвичай знаходяться в безпосередній близькості від численних визначних пам'яток. Найбільш фешенебельні з них розташовуються в старовинних будівлях, які мають архітектурно-історичну цінність для міської забудови. Багато готелів існує вже давно, має свою історію та традиції, гордяться своїми знаменитими відвідувачами. Рівень комфорту в них на найвищому рівні, оскільки в процесі реконструкції та оновлення вони були оснащені всіма засобами сучасного інженерного устаткування. При цьому зовнішній вигляд будівлі та інтер'єр піддалися реставрації, їм була повернута первинна зовнішність, відтворена справжня атмосфера минулої епохи. Інтер'єри та все убрання таких готелів виконуються в стилі і традиціях певного історичного періоду. В оздоблені

використовуються дорогі матеріали. Це можуть бути дубові панелі для облицювання стін і стель, шпалери і гобелени, набірний паркет, мармур, широко використовується бронза і позолота. Інтер'єри рясніють справжніми відреставрованими деталями та антикварними меблями, вражають розкішшю, справляють враження повної відповідності певній епосі. Це може бути бароко або ампір, рококо або ар-нуво. Атмосферу достовірності створюють старовинні каміни і дзеркала, картини, підсвічники і люстри. Рішення ванних кімнат також відповідає загальному духу – сучасна сантехніка стилізована під колорит минулого. Завдання архітекторів, дизайнерів і декораторів при реконструкції інтер'єру подібної історичної будівлі полягає в тому, щоб вдихнути нове життя в старі стіни, зробити це дбайливо і делікатно, зберегти чарівність старовини і високий престиж закладу.

Такі готелі відомі на весь світ. Наприклад, паризький «Hotel Meurice» (Франція). у Швейцарії – готель «Dolder Grant Hotel»; у Великобританії – замок «Amberley Castle».

Останнім часом все більшого розповсюдження набуває декілька інший підхід до архітектурного рішення готелів, що розміщуються в історичних будівлях, коли архітектор залишає за собою право створювати абсолютно новий за стилем і духом інтер'єр. Так, розташований в самому центрі Лондона недалеко від Трафальгарської площі п'ятизірковий готель One Aldwych вражає різким контрастом: будівля початку сторіччя поєднана з суперсучасним інтер'єром. Власник готелю поставив перед архітектором завдання створити інтер'єр в якому б поєднувалися простота, ґрунтовність й престижність, і в той же час, щоб він був модним і вражаючим. Цей стиль він назвав сучасною класикою. В результаті виник один з тих невеликих розкішних готелів, які увійшли до моди в другій половині 90-х рр. XX ст.. і отримали назву «бутік-готелів».

Послідовників у цього модного напрямку виявилось чимало. Зокрема, в Парижі за фасадами старовинних будівель після реконструкції виникли сучасні інтер'єри готелів «Pergolese» і «Montalembert». Навіть у невеликому німецькому містечку Пегніц є гідний згадки готель «Pflaums Posthotel»: зовні – старовинний фахверк, зсередини – стиль хай-тек.

б) Поєднання національного колориту і сучасного комфорту. Високі темпи повсякденного життя і погана екологічна ситуація в сучасних мегаполісах змушують людину повернутися обличчям до природи, черпати в ній життєві сили. Переваги тихого та помірного провінційного життя, спокій і відокремленість на лоні природи, національний колорит і особливості місцевої кухні роблять «агротуризм» все більш привабливим. Готелі, що

пропонують такий відпочинок, зазвичай розташовуються в сільській місцевості в будівлях традиційної архітектури. Наприклад, готель «Борго» в Тоскані (Італія), який розташований в старовинній будівлі, типовій для середземноморської архітектури. Навколо готелю розкинулися виноградники і живописні оливкові гаї, панує спокійна атмосфера патріархальної Італії.

Якщо говорити про національний колорит і традиційну архітектуру, хочеться пригадати архітектуру готелів, котрі розташовані на популярних гірськолижних курортах Швейцарії та Французьких Альп, де поєднані кращі традиції з сучасністю. В середині традиційного шале – сучасний комфорт і обслуговування високого класу. Двосхилий гостроверхий дах на тлі гірського пейзажу, дерево і грубий камінь, затишний камін і інтер'єр в стилі «кантрі» – ось та живописна картина, яку малює уява при згадці про гірські лижі.

Життя повне контрастів. Але, відправляючись у пошуках екзотики і пригод із засніжених Альп на тропічні острови або африканське сафарі, можна переконатися, що і там в основі архітектурного рішення, а отже і іміджу готелю, лежить принцип поєднання національного колориту і високого рівня комфорту. До цього можна додати ще й те, що найважливішим чинником стає невинна природа, котра оточує готель. Саме вона в даному випадку є акцентним елементом, тією визначною «пам'яткою», заради якої людина відправляється в подорож.

Таким чином, архітектурні рішення будівель підприємств готельного господарства мають індивідуальний стиль, техніку виконання. За допомогою архітектурних засобів створюється мікроклімат для комфортного перебування людей.

При спорудженні будівлі готелів беруться до уваги такі принципи:

1. Будівля має органічно вписуватися в навколишнє середовище, зберігаючи особливості міського або сільського ландшафту;

2. Слід враховувати природно-кліматичні чинники, температуру і вологість повітря, кількість опадів, інсоляцію, швидкість і напрям вітру;

3. Архітектурне, конструктивне і планувальне рішення будівлі не мають бути надмірно дорогими. Планування будівлі покликано забезпечувати економічність її експлуатації;

4. При проектуванні будівлі певну роль відіграють рекламні міркування: забезпечення оформлення фасаду, що підкреслює престижність готелю; встановлення рекордів певного напрямку (найвища споруда, найекзотичніша споруда і т.д.); розташування вітрин готельних торгових центрів тощо;

5. Планування будівлі має забезпечувати раціональну організацію обслуговування і відповідний комфорт мешканцям готелю, відповідати функціональним вимогам;

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

2.1.3 Концептуальні планувальні рішення готелів

В світі зустрічаються різноманітні форми плану готельних будівель, наприклад у вигляді прямокутника, кола, дуги, у формі букв: П, Г, Т, О, С, Х, Y, Н, V, L.

План будівлі готельного підприємства залежить від: рельєфу місцевості, навколишньої забудови, запланованої кількості номерів і різних служб (додаток О, рис.3) .

У кожного з планів є свої переваги і недоліки. Так, П-подібний план, з розташуванням номерів з трьох боків, веде до більшої площі забудови на одиницю місткості, оскільки в центрі утворюється великий неосвоєний простір. Те ж саме відбувається і в схемах, що мають форму хреста або трилисника. Проте такі схеми часто використовують при спорудженні курортних готелів біля моря (наприклад, в ОАЕ, Туреччині, Єгипті, США). В цілому прийнято вважати, що об'єм готелю буде раціональним, якщо площа номерного фонду перевищує 50% всього об'єму будівлі. На форму плану впливають містобудівні особливості ділянки, її розмір, форма, санітарно-гігієнічні та протипожежні вимоги, техніко-економічні показники, ідея автора.

Прямокутну форму плану застосовують у будівлях різної поверховості та довжини.

Даний план передбачає розташування номерів відносно коридору таким чином:

- 1) розташування номерів по обидві сторони коридору (рис.8).

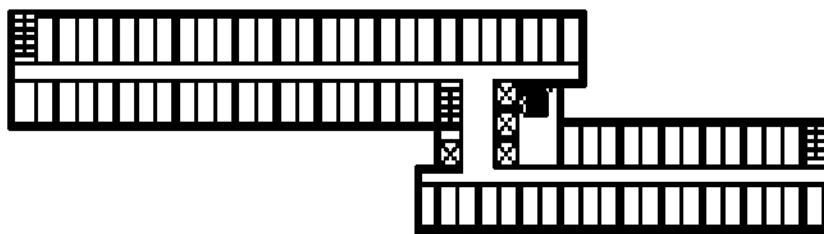


Рисунок 8 – План поверху прямокутної форми з номерами з двох боків уздовж коридору

2) номери, що розташовані з одного боку від коридору. Такий план використовують у випадках, коли номери потрібно зорієнтувати в певний бік (рис. 9). Коридори, які припускають розташування номерів тільки з одного боку, є економічно невигідними не тільки через більшу площу коридорів, але й з причини подвоєної кількості сходових кліток.

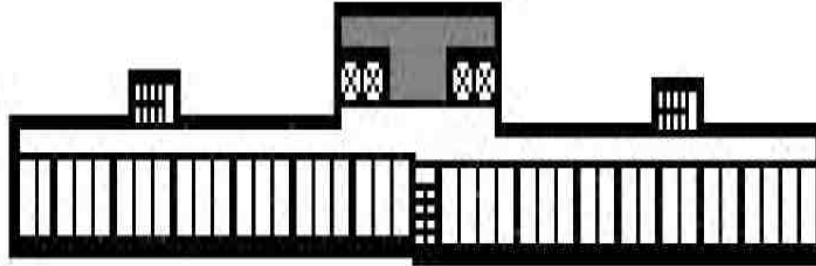


Рисунок 9 – План поверху прямокутної форми з номерами з одного боку

3) План житлового поверху з двома коридорами, між якими розташовані вертикальні комунікації і позбавлені природного світла службові приміщення (рис.10).

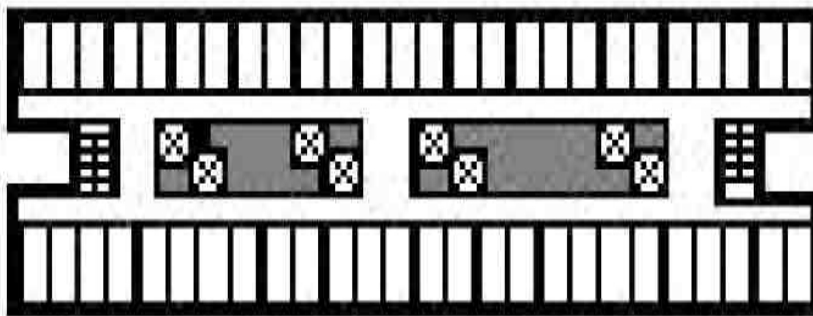


Рисунок 10 – План поверху прямокутної форми з двома коридорами

4) план житлового поверху з двох прямокутних форм, об'єднаних блоком вертикальних комунікацій. номери розташовані з двох боків уздовж коридорів (рис. 11).

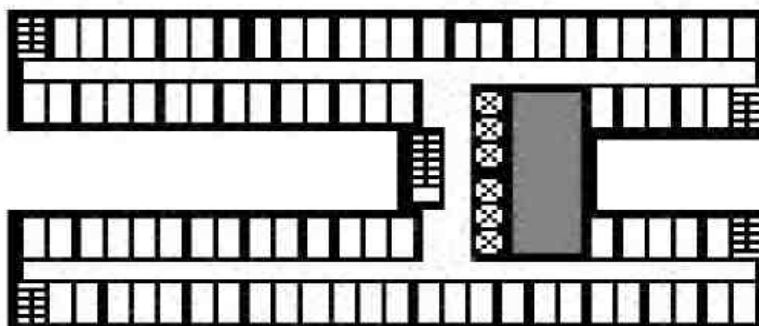


Рисунок 11 – План поверху прямокутної форми з комунікаціями посередині

Компактна форма плану (подібна до кола, еліпса, квадрата, кута) більш властива багатоповерховим готелям баштового типу. Вузол вертикальних

комунікацій при такому плануванні часто розміщений у центральній частині будинку. Загальні коридори не видовжені; відстані від вертикальних комунікацій до входів в номери відносно невеликі. Готельні підприємства з компактною формою плану доцільно споруджувати на невеликих ділянках, що звільняються в процесі реконструкції міст; у районах з великою кількістю зелених насаджень; на гірських схилах і т.д. (додаток О, рис.4).

Ускладнена форма плану житлової частини має багато варіантів: «трилисники», «хрестовини» (рис.16); різні криволінійні форми. Зміна напрямку загальних горизонтальних комунікацій не справляє враження монотонності коридору, що виникає у будинках із прямокутною формою плану.

Однак при складних формах не всі номери розташовані рівномірно. Крім того, в номерах, розташованих у внутрішніх кутах будинку, погіршуються умови освітлення та інсоляції. Можливе затінення номерів, особливо тих, що розміщені на нижніх поверхах. Номер проглядається з вікон інших приміщень.

Будівлі у формі зірки передбачають велику кількість сходових кліток, і це виправдано тільки у випадку будівництва мегаготелів.

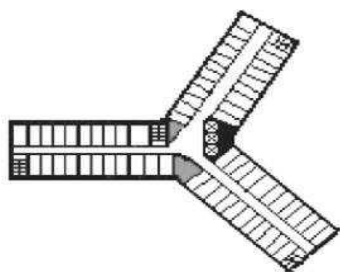


Рисунок 12 – План поверху у формі трилисника: вигляд зверху

Економічна компактна схема забудови показана на рисунку 13. План житлового поверху може мати вигляд замкнутого прямокутника, квадрата, кола.

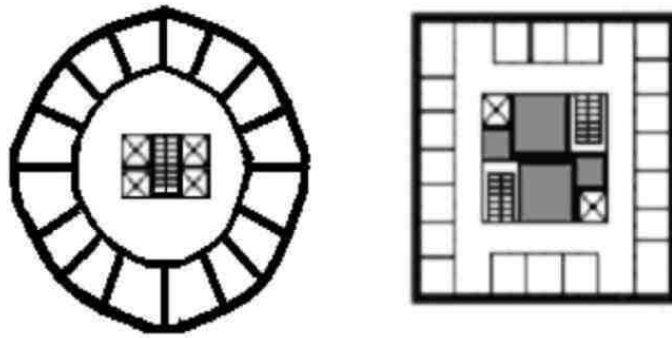


Рисунок 13 – Поверх круглої і квадратної форм з розташованими в центрі будівлі комунікаціями (вид зверху)

В цьому випадку номери можуть бути розташовані з однієї або двох сторін від коридору. Такий план будівлі належить до економічних компактних схем, в яких номери розташовані по зовнішній стороні кола, а служби - в його центрі. Подібна схема дає скорочення площі забудови. Найчастіше такі форми плану використовуються при будівництві багатоповерхових готелів.

Атріумна форма плану (з внутрішнім двором, забудованим по периметру) дозволяє розмістити на поверсі велику кількість номерів. Найчастіше у внутрішньому дворі розміщують галереї або приміщення для обслуговування. Атріум – це частина будівлі у вигляді добре освітленого простору, як правило, розвиненого по вертикалі з галереями, на які виходять приміщення різного призначення. Номери можуть виходити як на зовнішню, так і на внутрішню сторони від коридору або на обидві. При цьому у бічному розташуванні номерів недоліком є те, що номери усередині будови виходять у внутрішній двір, що позбавляє гостей гарного вигляду з вікна. Атріум, розвинений по горизонталі у вигляді витягнутого добре освітленого проходу, може називатися пасажем

Атріумні форми плану дозволяють дуже екстравагантно та, іноді, дивовижно оформити внутрішній простір вестибюлю готелю (рис.14, додаток О - рис.5). Зокрема на рисунку 5 додатку О показано (зліва) оформлення вестибюлю готелю «Radisson Blu Hotel» в Берліні, де гостям випадає шанс побачити величезний акваріум (985 тис. літрів води) з дивовижним видом, в якому плавають півтори тисячі яскравих тропічних риб, а всередині функціонує ліфт.

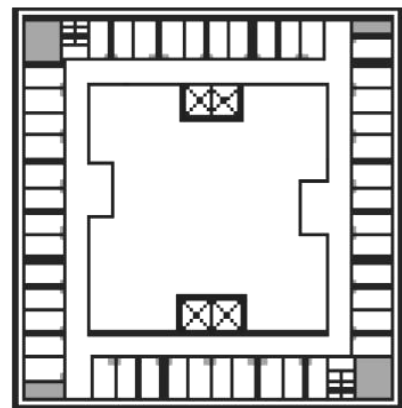


Рисунок 14 – План атриумної форми

Справа та знизу рисунка показана атриумна форма будівлі з двостороннім розташуванням номерів готелю «Бурдж Аль Араб», ОАЕ. Особливий інтерес викликає оформлення вестибюлю, основний акцент в якому припадає на систему фонтанів: перший фонтан круглої форми, струмені води якого грають у ритмі арабських мелодій, а центральний струмінь спрямовується на висоту 180 м; другий фонтан розташований посередині між ескалаторами. Він періодично починає грати «виплюваючи» короткі струмені води, які зустрічаються точно по центру фонтану і, розбиваючись, падають вниз.

Всі згадані вище плани готельних підприємств можуть мати змішані типи планування. Для всіх варіантів вважається за оптимальний поворот кімнат разом з коридором так, щоб з кімнат відкривався необхідний вигляд. У випадку, якщо готель будують у вигляді багатоповерхової башти, то вертикальні комунікації будуть знаходитись в центрі плану житлового поверху, а номери займатимуть зовнішній периметр будівлі.

2.1.4 Сутність інтер'єру та особливості його застосування в приміщеннях готелю

Специфіка функціонування готельного комплексу і контингент його клієнтури в основному зумовлюють архітектурно-художню композицію його інтер'єру, що вирішується ще в процесі проектування і будівництва. Навіть побудовані за одними та тими ж проектами готелі не повинні бути схожими. У кожному готельному комплексі має існувати дещо відмінне від іншого, своєрідне, таке, що запам'ятовується, цікаве для відвідувача і несподіване. Досягається ця мета оригінальним рішенням художньої композиції, ефектом штучного освітлення, особливостями інженерного оснащення, несподіваними колірними поєднаннями, декоративними прийомами оздоблення. Широко використовують у декоративному оздобленні інтер'єру національну своєрідність і багатство місцевих художніх традицій.

Інтер'єр – це організація внутрішнього простору будівлі, який є зорovo обмеженим, штучно створеним середовищем, що забезпечує нормальні умови життєдіяльності людини.

Інтер'єр – поняття складне, багатопланове, яке володіє величезною естетичною і психофізіологічною силою впливу на людину. Сприятливі умови життєдіяльності людини в готелях забезпечуються завдяки створенню комфорту як в самій будівлі готелю, так і на прилеглий території.

Специфіка готелів полягає в різноманітті функцій об'єктів. Це одночасно і житлові, і громадські будівлі, що зумовлює особливості формування інтер'єрів.

Стиль інтер'єру – це сукупність основних ознак архітектури певного історичного періоду й окремого народу, що виявилися в особливостях функціональної, конструктивної та художньої складових.

На сучасному етапі основними проблемами розвитку архітектури в готельному господарстві є художня виразність архітектурної споруди та гармонійна цілісність її внутрішнього простору.

Організація внутрішнього простору готелю має відповідати таким принципам:

1. Відкритість внутрішнього простору для зовнішнього середовища;
2. Розміри внутрішнього простору мають відповідати кількості людей, на яку розраховує готель;
3. Внутрішній простір приміщення має бути ізольованим в межах функціонального призначення приміщення;
4. Простори всіх приміщень повинен бути цілісними та гармонійно сполучатися між собою.

Специфічні особливості інтер'єру підприємств готельного господарства пов'язані з планувальною структурою будівлі, функціональною структурою приміщень та їх поєднанням між собою, розміщенням меблів, дизайнерськими рішеннями в оздобленні, кольорі, світлі.

Композиційна схема інтер'єру закладена в основу архітектури будь-якої будівлі, тому головна роль в інтер'єрі належить не деталям, а принципам загальної архітектурної побудови.

Висока культура дизайну в оформленні інтер'єру сучасних підприємств індустрії гостинності пов'язана з досягненнями зарубіжних і вітчизняних дизайнерів та обумовлена не тільки прагненням людей до прекрасного, але й тим, щоб при цьому виникали позитивні емоції.

Таким чином, окрім естетичних функцій, інтер'єр безпосередньо впливає на рівень корпоративної культури, забезпечує фізичну і психологічну комфортність.

Загальний комфорт внутрішнього простору готелів є інтегрованим поняттям. Воно охоплює екологічний, функціональний та естетичний комфорт середовища будь-якого приміщення готелю (табл.11).

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

Таблиця 11 – Комфорт внутрішнього простору готелю

Види комфорту		
Функціональний	Естетичний	Екологічний
– захист від оточення;	– композиція простору;	– температура;
– безпека;	– колірне вирішення;	– освітленість;
– зберігання особистих речей;	– освітлення;	– інсоляція приміщень;
– ділові контакти;	– обробка поверхонь;	– воло스포живач повітря;
– відпочинок, сон;	– декоративні деталі;	– вентиляція;
– розваги;	– озеленення;	– шумовий режим;
– харчування;	– світлозвуковий ефект;	– вібрація
– особиста гігієна;	– розміщення меблів	
- функціональне зонування;		
- раціональний набір обладнання		

Важливим компонентом мікроклімату будь-якого приміщення є інсоляція (час опромінювання приміщень сонячним світлом). 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 більшу частину доби, повинно бути завжди чисте і свіже повітря та нормальний шумовий режим.

Екологічний комфорт забезпечує захист від оточення, безпеку і здійснення всіх функціональних процесів життєдіяльності людини: сон, харчування, відпочинок, особисту гігієну, розваги, ділові контакти та ін. Розподіл усіх процесів життєдіяльності людини в приміщеннях здійснюється прийомами функціонального зонування як загального простору готелю з виділенням функціональних блоків, так і мікрозонуванням. Мікрозонування здійснюється завдяки раціональному набору обладнання та його оптимальному розміщенню.

Функціональний комфорт в основному забезпечується оптимальним набором меблів і устаткування та визначає зручність експлуатації приміщення. Меблі є одним з активних компонентів у формуванні інтер'єрів багатьох приміщень готелів.

Естетичний комфорт визначає позитивний емоційний настрій людини, який досягається об'єднанням всіх елементів інтер'єру в єдине ціле. Естетичний комфорт інтер'єру залежить, насамперед, від гармонійності наочно-просторового оточення, від того, наскільки досягнута цілісність і узгодженість його елементів. Естетичний комфорт досягається шляхом

естетичної цілісності таких елементів: композиції простору, кольорового рішення, освітлення, обробки поверхонь, декору, озеленення, світлозвукових ефектів, розміщення меблів.

Для гармонізації зовнішнього та внутрішнього просторів в приміщеннях підприємств готельного господарства використовують такі *інтер'єрні прийоми*, як:

- застосування одного й того ж матеріалу для облаштування підлоги у вестибюлі та перед входом до нього;

- використання однакових матеріалів для оздоблення внутрішніх і зовнішніх стін, покриття підлоги вестибюля, холів, залу ресторану, фойє, розташованих на першому поверсі.

Побудову композиції починають з розробки схеми інтер'єру всієї споруди з виділенням основних великих груп приміщень – громадських і житлових. Значущість і розвиток тієї чи іншої групи повинні визначити прийоми колірних рішень і характер оздоблення. Продумується вибір основних декоративних прийомів і засобів, розподіл декоративно-художніх елементів, система освітлення і особливості оздоблення крупних або багатофункціональних приміщень. Перше враження на клієнтуру готельного комплексу справляє вестибюль. Саме тому його оздоблення й устаткування меблями та інвентарем є вирішальним чинником у художній якості всього інтер'єру.

У багатоповерховій споруді готельного комплексу питання побудови схеми світлової і колірної композиції інтер'єру розв'язуються особливим чином. У першу чергу визначаються основні вузлові елементи по поверхах і по вертикалі. Це стосується, як правило, поверхових холів, вестибюлів, віталень, які своїм оздобленням, кольором і устаткуванням визначають композицію поверху по горизонталі. Оскільки номери в готельних комплексах – приміщення ізольовані, їх фарбування може бути різним.

В умовах простих площинних з'єднань сучасних архітектурних конструкцій, коли відсутні пластичні форми декору, меблі є основою, яка вносить у композицію простору світлотінь, об'єм і масу. Правильний розподіл предметів меблів забезпечує рівновагу композиції, її статичність і цілісність.

Головна мета оформлення інтер'єру – забезпечити функціональність меблювання, безпосередньо пов'язаного зі зручністю і художньою якістю інтер'єру, комфортабельністю приміщень. Функціональні вимоги визначаються призначенням приміщень і тими процесами, які в них відбуваються. Залежно від цього підбирають тип меблів і прийоми їх розміщення.

Розміри та габарити людського тіла в різних положеннях у спокійному стані та в русі є основою для встановлення нормативів меблів та їх розміщення. Нормами регламентуються також площа приміщень і розстановка меблів. Вони є підставою для проектування і облаштування коридорів, сходів, вбиралень тощо.

Продумана і зручна розстановка устаткування, меблів, інвентарю – це, перш за все, скорочення відстаней для проходу від одного предмета до іншого і раціональна послідовність розташування предметів.

У вестибюлях, бюро обслуговування та інших приміщеннях великих готельних комплексів, що виконують не одну, а декілька функцій, меблювання містить предмети різного призначення, відповідно до зон. Така розстановка створює ілюзію розкритого простору і застосовується в усіх приміщеннях цього типу. Групи меблів можуть бути розставлені біля стін чи по центру залів симетрично або довільно, але завжди повинні відповідати певному ритму і рівновазі. Рівновага може бути підтримана кольором, зіставленням вертикальних і горизонтальних об'ємів або зіставленням одного великого об'єму та декількох маленьких, або іншими прийомами, але її треба неодмінно домогтися, інакше композиція сприйматиметься незавершеною і неспокійною. У будь-якому випадку важливо знайти типи меблів, найбільш відповідають конкретному приміщенню.

У громадських приміщеннях готельних комплексів меблі розставляють відповідно до їх призначення по-різному. У залах з великим скупченням людей в умовах тривалого їх перебування без руху основні предмети устаткування – меблі для сидіння і столики – розставляють рівномірно по всій площі, організовуючи лише невеликі проходи між місцями або рядами. Тут встановлюють тільки низькі меблі, які, всією масою заповнюючи підлогу, сприяють створенню статичності та врівноваженості композиції.

Завдяки рівномірному розподілу невисоких і невеликих (відносно розмірів площі і висоти) предметів – крісел і банкеток для сидіння, столиків із стільцями тощо – вони зорозово сприймаються такими, що збільшують площу і підсилюють враження значущості інтер'єру. Цьому повинна сприяти і художня виразність решти елементів – спокійний ритм дрібних однорідних об'ємів, малюнок і силует предметів, їх матеріал і колір, гармонійно вирішений у поєднанні із забарвленням архітектурних поверхонь, кольором стін, підлоги та різних архітектурно-будівельних елементів.

У невеликих концертних, музичних і танцювальних залах ресторанів, що функціонують при готельних комплексах, прийоми розташування меблів інші. У музичному залі виділяються дві асиметрично розташовані групи – інструмент із стільцем і меблі для слухачів. У танцювальному залі меблі для

сидіння встановлюють уздовж стін так, що велика частина площі залишається вільною.

Зональність меблювання зумовлена прагненням максимально розкрити простір приміщення. При вільному розміщенні груп меблів на великій площі приймалень, бюро обслуговування та інших аналогічних приміщень для отримання більшої просторовості інтер'єру самі групи меблів (декоративних предметів: ваз, кашпо і т. ін.) рекомендується встановлювати компактно.

Принцип меблювання невеликих приміщень полягає у тому, що всі предмети, як то меблі для сидіння, розташовують біля стін. При цьому бажано розставити меблі так, щоб проти високих предметів залишити вільне місце або легкий низький предмет і не ставити однакові за формою і масою предмети симетрично, один проти одного, оскільки це зорово звужить простір і викличе відчуття тісноти. Прийоми розташування меблів у невеликих приміщеннях можна виразити так: нічого не ставити посередині кімнати; композицію вирішувати асиметрично; високі предмети по можливості блокувати один з одним; меблі ставити тісними групами одного призначення; рівновагу будувати на зіставленні мас, а не форм.

Меблювання готельних комплексів за типом і видами меблів можна проводити як набором окремих предметів для номера, холу, вітальні тощо, так і поєднанням стаціонарних і звичайних меблів. При цьому застосовуються найрізноманітніші види та типи меблів.

Роль кольору в інтер'єрі

Колір є найважливішим фактором формування та сприймання інтер'єру, фізіологічно, психологічно і естетично впливає на людину згідно з функціональним призначенням інтер'єру. Колір може створюватись штучно: фарбуванням поверхонь і окремих деталей або засобом обробки матеріалів.

В останньому випадку суттєвий вплив на сприймання кольорових площин має фактура і характер матеріалів. Дзеркальна або глазурована фактура меблів при світлі, що падає на них, відбиває його паралельним пучком світла та дає світлі бліки. Від матових площин, дещо шершавих, світло розсіюється в різних напрямках.

Під час підбору наближених кольорових плям необхідно врахувати їх взаємодію один з одним. Так жовтий колір на синьому фоні здається жовтішим, ніж на червоному. Колір фону також впливає на зорове сприймання предметів, а саме: на світлому фоні предмет сприймається темнішим, а на темному – світлішим.

В приміщенні можна створити враження простору, використавши світлі холодні тони. Теплими – червоними, коричневими тонами – можна, навпаки, створити враження звуження простору.

Приміщення, пофарбовані в голубі, сині, зелені кольори, здаються більш прохолодними, ніж вони є насправді, а пофарбовані в оранжеві, жовті, – більш теплими.

Сучасне кольоробачення потребує цілеспрямованого кольорового оформлення інтер'єрів будь-якого призначення. Принципи кольоробачення повинні лежати в основі роботи архітектора і художника з інтер'єру, бо кольорове рішення інтер'єрів справляє значну психологічну дію на людину. Наприклад, в заводських приміщеннях колір повинен поліпшувати продуктивність праці, в лікувальних закладах – заспокійливо впливати. В громадських закладах кольорову палітру можна вирішувати як за допомогою контрастних співвідношень, так і нюансних зближень кольорів. При співвідношенні декількох кольорів в інтер'єрі повинен переважати який-небудь один колір. На вибір кольору впливає також об'єм приміщень – у великих приміщеннях кольори можуть бути більш насиченими..

Але оскільки інтер'єр – це невід'ємна частка архітектури, то не лише колір створює комфортні умови, а й багато інших факторів. Зокрема це:

- структура, форма і величина приміщення;
- ступінь освітленості природним світлом;
- характер джерела штучного освітлення;
- кольорове оточення;
- відстань до стіни, на якій присутні елементи оформлення (в даному випадку інформаційні стенди);
- загальна композиційна ідея;
- мікроклімат приміщень;
- розмір і матеріал захисних поверхонь;
- сторона світу, з якої знаходиться приміщення.

Із множини засобів необхідно вміти вибрати більш ефективні для конкретного інтер'єру, бо кожна ідея вимагає власних засобів вираження. При виборі кольору необхідно врахувати відбивальну властивість кольору. В залежності від призначення приміщення, його кубатури, кількості денного світла, характеру вечірнього освітлення визначається ступінь насиченості того чи іншого кольору. Щоб завчасно розрахувати насиченість і відтінки фарбування за цими ознаками, слід керуватися коефіцієнтами відбиття світла поверхнями, пофарбованими у різні кольори. Слід враховувати коефіцієнти відбиття кольору, щоб приміщення здавалися світлішими чи темнішими (табл.12).

Таблиця 12 – Коефіцієнти відбивання кольорів

Колір	Відсоток відбиття, %	Колір	Відсоток відбиття, %
Білий	85	Сірий, середній	55
Світло-коричневий	35	Зелений, середній	52
Світло-жовтий	75	Синій, середній	35
Світло-зелений	65	Темно-червоний	13
Світло-синій	63	Темно-синій	8
Жовтий, середній	65		

Крім наведених основних особливостей кольору в інтер'єрі хотілось би зазначити і його психологічний вплив на людей (табл. 13).

Відомо, що різні кольори та їх співвідношення справляють на людей різні враження, по-різному діють на їхню свідомість, кожен колір має в собі певний психологічний вміст, вносить певний ідейно-естетичний підтекст у суть зображуваного.

Використовуючи дані таблиці кольорової символіки, можна створити певний настрій, що потрібен для даного інтер'єру.

Встановлено, що деякі кольори сонячного спектра, так звані теплі тони – червоні, оранжеві, жовті – діють на людину збуджуючи, викликають розширення зіниць і навіть прискорюють пульс, викликають загальну втоми.

Таблиця 13 – Символи кольорів

Кольори	Символи	Геральдичні символи
Білий	чистота, невинність, світло, прохолодний, сліпучий, блискучий.	срібло, правдивість, християнство, Європа.
Жовтий	сонце, світло, радість, ревності, свіжий, юний, легкий, світлий, звеселяючий.	золото, сміливість, багатство, Азія, буддизм.
Оранжевий	спека, енергія, радість, злість, сухий, схвильований.	
Червоний	вогонь, енергія, радість, любов, боротьба, гнів, близький.	сила, революція, Америка.
Фіолетовий	старість, віра, смиренність, похмурий, важкий, задумливий.	сум, лихо.
Синій	космос, сум, холод, вірність, серйозність, свіжий, віддаляючий.	мудрість.
Зелений	природа, спокій, молодість, скромність.	плодючість, розквіт, Австралія, Іслам.
Чорний	темрява, морок, важкість.	смерть, жалоба, Африка.
Блакитний	холод, вода, лід, стомлений.	невинність
Пурпурний	пишність, гідність, влада, держава, зрілість, багатство, урочистість, розжареність.	

Інші, так звані холодні тони – сині, голубі, зелені – заспокоюють, зменшують втому очей. Враховуючи ту обставину, що людське око краще сприймає цю гаму, то можна з впевненістю сказати, що стіни навчальних закладів краще зафарбовувати (оформляти) в цій гамі. Загальна кольорова гама в світлих тонах сприяє збільшенню освітлення. Взаємопоєднані холодні і теплі кольори у приміщенні створюють робочий настрій.

Як правило, кількість кольорів робочого місця повинна обмежуватись трьома-чотирма, бо велика кількість кольорів може призвести до розсіювання уваги. Зі всіх кольорів один повинен бути головним і визначати основний колорит.

Озеленення готельних комплексів

Озеленення в інтер'єрі готельних комплексів – 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 оздоблення стін, меблювання тощо. За допомогою озеленення можна підвищити художню виразність внутрішнього простору, вдосконалити його функціональну організацію. Утилітарна функція рослин полягає у створенні певного мікроклімату в приміщеннях.

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

Найширше в приміщеннях готельних комплексів використовують озеленення у вестибюлях, холах, коридорах, ресторанах, кафе і в номерах.

У готельних комплексах з високим рівнем комфорту у вестибюлях створюють зимові сади. Для озеленення інтер'єрів застосовують, як правило, такі види рослин:

- декоративно-листяні;
- декоративно-квіткові;
- в'юнкі та ампельні;
- сукуленти.

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

Найширше використовуються декоративно-квіткові рослини, ампельні, а також застосовуються епіфітні рослини (засохлі дерева), які використовуються для кріплення інших рослин, особливо ампельних.

До озеленення слід також віднести живі квіти, що стоять у вазах. Вони завжди прикрашають інтер'єр, вносять затишок, створюють приємну атмосферу і підвищують художню якість декоративного оформлення. Квіти

рекомендується ставити у вітальнях багатокімнатних номерів-люкс і в загальних вітальнях, холах, на столах адміністраторів і чергових по поверху, на столиках кафе і ресторану. Скрізь доречно і святково виглядатимуть навіть найскромніші букети або гілочки рослин.



Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення архітектури та окресліть її місце у формуванні іміджу готелю.
2. Назвіть та охарактеризуйте чинники впливу на формування архітектурно-планувальних рішень готелю.
3. Тенденції світової архітектури готелів.
4. Назвіть основні принципи, що беруться до уваги при проектуванні та спорудженні будівлі готелю.
5. Які вимоги висуваються до ділянки під будівництво готелю.
6. Назвіть та охарактеризуйте головні типи планування споруд готелів.
7. Назвіть існуючі форми планів будівель готелю.
8. Сутність і роль інтер'єру у формуванні концептуального рішення готелю.
9. Що включає в себе поняття «загальний комфорт» внутрішнього простору готелю.
10. Назвіть основні принципи меблювання в готелі.

Тести

1. *Перевагами віддалення мережі міських готелів від центру міста є*
 - а) більша кількість придатних для будівництва територій;
 - б) нижча вартість землі;
 - в) добра транспортна доступність;
 - г) наявність комунікаційних мереж;
 - д) вища комфортність середовища.
2. *Розміщення готелів на околицях міста і за його межами в основному зорієнтоване на:*
 - а) іноземних туристів;
 - б) пішохідних туристів;
 - в) автотуристів;
 - г) екскурсантів
3. *Основними чинниками, що визначають вибір ділянки для розміщення готельного комплексу, є:*
 - а) архітектурно-ландшафтні;
 - б) політичні;
 - в) містобудівні;
 - г) екологічні;
 - д) естетичні;
 - е) інженерно-економічні.

4. Містобудівні чинники, що впливають на вибір ділянки для будівництва готельного комплексу, охоплюють:

- а) достатню площу території із врахуванням специфіки експлуатації готельного комплексу і його місткості,
- б) наявність природних компонентів на майданчику чи на прилеглій території;
- в) оптимальні геометричні обриси ділянки;
- г) урахування транспортних комунікацій;
- д) наявність міських інженерних комунікацій;
- е) наявність доброго зв'язку з центром міста, залізничним вокзалом, аеропортом.

5. Архітектурно-ландшафтні чинники, що їх враховують при виборі ділянки для будівництва готельного комплексу, охоплюють:

- а) достатню площу території з урахуванням специфіки експлуатації готельного комплексу і його місткості,
- б) наявність природних компонентів на будівельному майданчику чи на прилеглій території;
- в) оптимальні геометричні обриси ділянки;
- г) урахування транспортних комунікацій;
- д) наявність міських інженерних комунікацій.

6. Екологічні чинники, які впливають на вибір ділянки для будівництва готельного комплексу, охоплюють:

- а) достатню площу території з урахуванням специфіки експлуатації готельного комплексу і його місткості,
- б) наявність природних компонентів на будівельному майданчику чи на прилеглій території;
- в) оптимальні геометричні обриси ділянки;
- г) урахування транспортних комунікацій;
- д) комфортність території.

7. Інженерно-економічні чинники, які впливають на вибір ділянки для будівництва готельного комплексу, охоплюють:

- а) достатню площу території з урахуванням специфіки експлуатації готельного комплексу і його місткості,
- б) наявність природних компонентів на будівельному майданчику чи на прилеглій території;
- в) наявність міських інженерних комунікацій;
- г) урахування транспортних комунікацій;
- д) комфортність території.

8. Загальний комфорт внутрішнього простору готелю визначають такі види комфорту:

- а) екологічний;
- б) соціальний;
- в) механічний;
- г) функціональний;
- д) естетичний.

9. Функціональний комфорт забезпечує:

- а) захист від оточення, безпеку і здійснення всіх процесів життєдіяльності людини: сон, харчування, відпочинок, особисту гігієну, розваги, ділові контакти та ін.;
- б) оптимальне для організму людини поєднання температури, вологості, швидкості руху повітря і дії променевого тепла;
- в) позитивний емоційний настрій людини.

10. Екологічний комфорт в інтер'єрах готелів створюється завдяки:

- а) оптимальному набору меблів і устаткування;
- б) системам інженерного забезпечення готелів (вентиляції, кондиціювання повітря, централізованим системам видалення пилу та ін.);
- в) засобам і прийомам, за допомогою яких досягається об'єднання всіх елементів інтер'єру в єдине для сприйняття ціле.

ТЕМА 2.2. ФУНКЦІОНАЛЬНА ОРГАНІЗАЦІЯ ПРИМІЩЕНЬ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

План

2.2.1 Схеми функціональної організації готелів різних типів.

2.2.2 Склад приміщень готелю та основні вимоги до їх планувальних рішень.

Ключові слова: місткість готелю, вертикальні комунікації, горизонтальні комунікації, схеми поєднання простору всередині будівлі, взаємозв'язок функціональних груп приміщень, типи функціональної організації приміщень

2.2.1 Схеми функціональної організації готелів різних типів

Функціональна організація будівлі будь-якого готельного комплексу перш за все залежить від його типу і місткості. Місткість готелів визначається числом постійних спальних місць.

Сучасний готель середньої і великої місткості та високого рівня комфорту є складним комплексним об'єктом, до складу якого входить значна кількість приміщень різного функціонального призначення: номери, приміщення прийому і обслуговування, ресторанного господарства (з розвиненим складом виробничих приміщень і складним технологічним устаткуванням), приміщення культурно-масового призначення, побутового обслуговування, склад службових, господарських, технічних приміщень. До складу деяких готелів включають також приміщення для ділових контактів (конференц-зали або зали багатофункціонального використання), бізнес-центри, кіноконцертні зали, басейн, сауни, спортзали, кегельбани, приміщення для організації виставок, підприємства торгівлі, гаражі тощо.

Наявність в готелі житлової та приймально-вестибюльної груп приміщень є обов'язковою. Склад додаткових приміщень, котрі підвищують комфорт готелю, не нормується. Житлова частина готелів (номерний фонд) повинна бути функціональною і відокремленою.

Функціональна організація приміщень готелю означає таке розміщення приміщень, яке:

- 1) забезпечить зручність виконання функцій;
- 2) розподілить людські потоки в потрібних напрямках;
- 3) забезпечить доступність додаткових послуг.

Формоутворення основних і допоміжних приміщень, їхнє поєднання залежить від функції цих приміщень. Основні методи побудови

архітектурно-планувальної композиції залежать від вимог, що висувуються до формування внутрішнього простору.

Перший метод ґрунтується на чіткому розподілі всіх приміщень на однорідні функціональні групи та елементи функціональних зв'язків.

Другий метод ґрунтується на універсальності і багатоцільовому використанні внутрішнього простору шляхом створення єдиного великого гнучкого внутрішнього простору з простим контуром об'єму. В даному випадку функціональні групи або зони формуються за рахунок поділу простору спеціальними конструкціями – мобільними перегородками. Даний варіант використовують при зміні просторів в готельних і ресторанних приміщеннях, коли треба в одному приміщенні провести різні заходи (наприклад, проведення банкету окремо від всіх гостей готелю для учасників наукового симпозіуму; проведення виставок і ярмарок на основі використання площі готельного підприємства, коли великий простір розбивають на зони, тобто формують окремі приміщення для різних учасників заходу).

Залежно від характеру функціональних процесів під час групування приміщень враховують:

- 1) взаємозв'язки, що вимагають безпосереднього сусідства приміщень (наприклад, ресторанна зала, вестибюль і гардероб);
- 2) розташування горизонтальних і вертикальних комунікацій (коридори, сходи, ліфти та ін.).

Один і той же функціональний процес може мати декілька раціональних схем організації внутрішнього простору або об'ємно-планувальних схем. Вибір певної планувальної схеми визначається характером функціональних процесів, але в усіх випадках структура середовища повинна відповідати структурі функцій.

В межах великих просторів, що характеризуються безліччю різноманітних внутрішніх просторів, проводять функціональне зонування – розбиття на зони за однорідними групами приміщень, керуючись їх функціональним призначенням і внутрішнім взаємозв'язком. Функціональне зонування проводять на основі загальної ідеї архітектурно-планувальної композиції і функціонально-технологічної організації приміщень будівлі готелю.

2.2.2 Схеми функціональної організації готелів різних типів

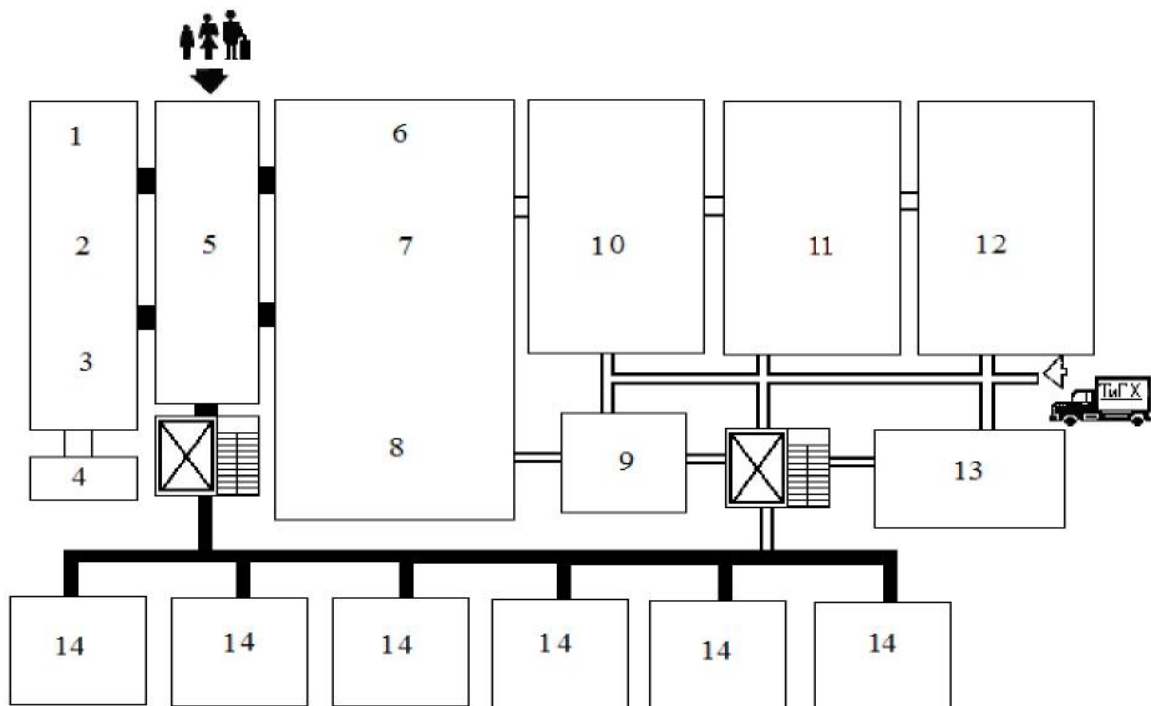
Організація взаємозв'язку всіх функціональних груп приміщень визначає архітектурну композицію внутрішнього середовища готелю. Розрізняють три прийоми композиції:

централізована композиція – всі групи приміщень, за винятком господарської, розміщують в одній будівлі;

блокова композиція – основні групи приміщень розташовуються в окремих корпусах сполучених між собою переходами;

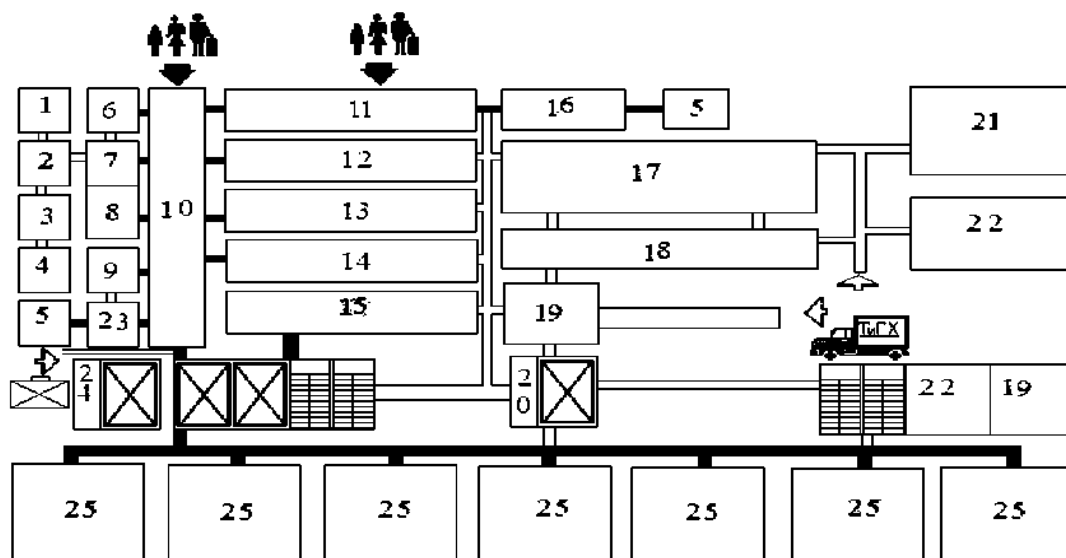
павільйонна композиція – основні групи приміщень знаходяться в окремих будівлях-павільйонах, які не пов'язані між собою.

Функціональна організація приміщень готелю деякою мірою залежить від специфіки технологічних процесів обслуговування мешканців готелю. Зокрема, готель ділового призначення обов'язково буде оснащено приміщеннями для проведення нарад, виставок, конференцій тощо. Житлова група в таких готелях здебільшого складається з одномісних номерів, де обов'язково передбачено робочу зону (рис. 15, 16).



1 – адміністрація; 2 – черговий адміністратор; 3 – портсь; 4 – телефонний вузол; 5 – вестибюль; 6 – бар; 7 – заклад ресторанного господарства; 8 – буфет; 9 – роздаткова; 10 – виробничі приміщення; 11 – склади; 12 – підсобні приміщення; 13 – приміщення для персоналу; 14 – номери

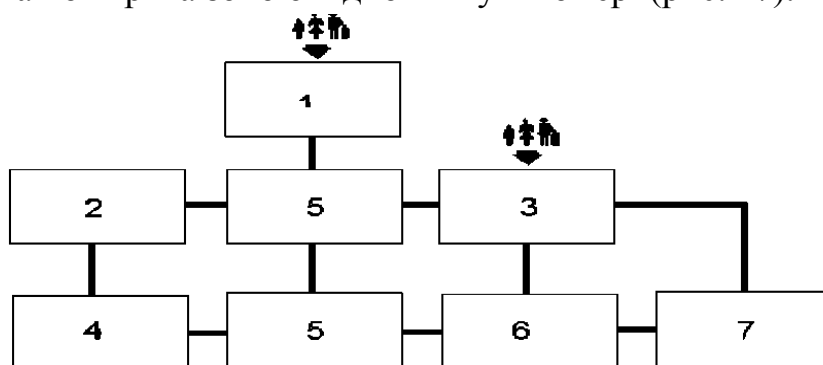
Рисунок 15 – Схема функціональної організації малого готелю категорії 3*



1 – дирекція; 2 – бухгалтерія; 3 – каса; 4 – телефонний вузол; 5 – туалет; 6 – адміністрація; 7 – черговий адміністратор; 8 – портсь; 9 – щитова; 10 – вестибюль; 11 – ресторан; 12 – бар-кафе; 13 – зал для конференцій і банкетів; 14 – клубне приміщення; 15 – зал для сніданків; 16 – гардероб; 17 – кухня; 18 – заготівкова; 19 – приміщення персоналу; 20 – роздаткова з підйомником; 21 – склад; 22 – гараж; 23 – підсобні приміщення; 24 – зберігання багажу; 25 – номери

Рисунок 16 – Схема функціональної організації готелю категорії 5* великої місткості

В курортних готелях передбачають приміщення для профілактичного лікування, культурно-масового призначення і відпочинку. Номерний фонд складається здебільшого з двомісних номерів із лоджіями для сну і відпочинку на повітрі та зоною відпочинку в номері (рис. 17).



1 – вестибюльна група; 2 – група приміщень адміністрації; 3 – група торгово-побутового обслуговування; 4 – група службових та господарських приміщень; 5 – група житлових приміщень; 6 – група приміщень ресторанного господарства; 7 – група приміщень культурно-масового обслуговування та рекреації

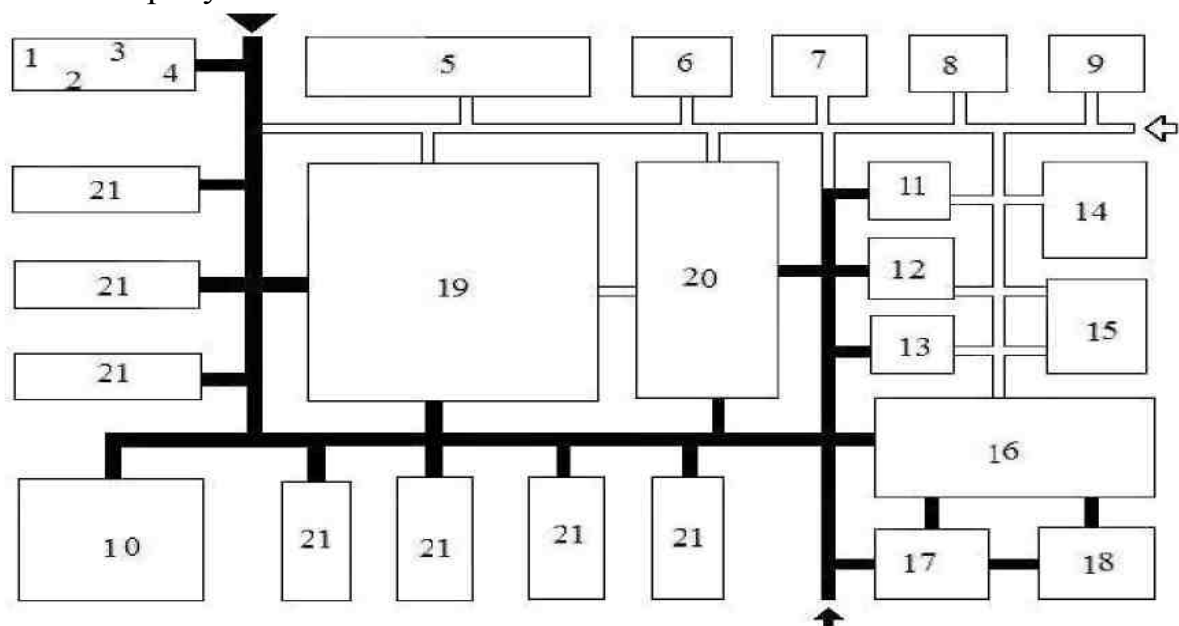
Рисунок 17 – Функціональна структура курортного готелю

Готелі для сімейного відпочинку передбачають у своєму складі приміщення культурно-масового призначення, дитячі кімнати, приміщення і споруди спортивно-оздоровчого призначення. Номери, зазвичай, тримісні з наявністю кухні-ніші або міні-кухні (для приготування і підігріву їжі), зон для сну і відпочинку, з лоджіями або балконами.

Туристично-екскурсійні готелі передбачають у своєму складі приміщення культурно-масового призначення і відпочинку та туристичного обслуговування. Номерний фонд складається двомісних номерів з можливою трансформацією додаткових спальних місць, з зонами відпочинку.

Туристично-спортивні готелі господарства передбачають такі додаткові приміщення: культурно-масового призначення і відпочинку, приміщення і споруди спортивно-оздоровчого призначення, туристичного обслуговування, туристично-спортивного обслуговування. Номерний фонд складається з двомісних номерів із можливістю трансформації додаткових спальних місць у два яруси та виділення зон для відпочинку як у номері, так і на лоджіях чи балконах.

Схему функціональної організації комплексу готелів в рекреаційній зоні, де для кожної функції виділена окрема будівля можна проаналізувати за допомогою рисунка 18.



1 – черговий адміністратор; 2 – адміністрація; 3 – директор; 4 – бухгалтерія; 5 приміщення персоналу; 6 – пральня; 7 – котельня; 8 – склад; 9 і 10 – підсобні приміщення; 11 – апартамент-готель; 12 – пошта; 13 – кіоски; 14 – склад; 15 – виробничі приміщення ресторану; 16 – ресторан; 17 – кафе; 18 – бар; 19 – спортивні споруди; 20 – кіномайданчик; 21 – житлові корпуси готелю

Рисунок 18 – Функціональна організація приміщень павільйонного типу

Для мотелів передбачають приміщення технічного обслуговування автомобілів, а також криті стоянки для автомобілів. До житлової групи належать здебільшого двомісні номери з можливою трансформацією спальних місць.

2.2.3 Склад приміщень готелю та основні вимоги до їх планувальних рішень.

Як видно з рисунків 15-18, склад приміщень готелю залежить від його типу і класу, що пов'язано з необхідністю створення високого рівня комфорту мешканців та поліпшення умов праці обслуговуючого персоналу.

Підсумуємо склад приміщень.

До приміщень житлової групи належать: номери всіх типів і категорій, коридори, холи, вітальні, приміщення для обслуговуючого персоналу, приміщення побутового обслуговування на поверсі.

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

До приміщень вестибюльної групи належать: вестибюль, приміщення для прийому, оформлення і розміщення гостей, приміщення для зберігання і транспортування багажу, гардероб, санвузли, відділення зв'язку, транспортне агентство, бюро обслуговування, кіоски тощо.

До приміщень ресторанного господарства належить цілий комплекс приміщень: торговельні приміщення, виробничі цехи, складські приміщення, адміністративно-побутові тощо.

До приміщень побутового обслуговування і торгівлі відносять перукарні, пункти прокату, фотолабораторії, комплексні приймальні пункти (для дрібного ремонту одягу, хімчистки, прання і прасування), каси квитків на транспорт та культурні, спортивні й видовищні заходи, торговельні кіоски та магазини.

До приміщень господарського і складського призначення відносять: центральні білизняні з пральнею, майстерні, склади, центральний диспетчерський пост, приміщення комунікаційного зв'язку (радіовузол, телестудія, часофікація та ін.), комп'ютерний центр.

До приміщень культурно-масового та спортивно-рекреаційного призначення належать універсальні зали, конференц-зали, танцювальні і дискотеки, бібліотеки, більярди, кегельбани, казино, плавальний басейн, сауна, зал спортивних тренажерів, масажний зал, лікувально-оздоровчий комплекс тощо.

Основні вимоги до планувальних рішень приміщень готелю

1. Просторова структура готелів повинна забезпечувати чіткий поділ потоків гостей, обслуговуючого персоналу і сторонніх відвідувачів закладів ресторанного господарства. Наприклад, у випадку розміщення при готелі ресторану відкритого типу має бути передбачений додатковий вхід з вулиці, аби сторонні відвідувачі не пересікалися на території готелю з його мешканцями.

2. В готелях повинні бути забезпечені умови доступу і проживання інвалідів, що пересуваються на кріслах-колясках (згідно з ДБН В.2.2–17 та ДСТУ 4269). Ось деякі з них. Необхідно передбачати резерв одно – і двомісних номерів з відповідним обладнанням, шириною проходів і дверних прорізів, а також пристрої для безперешкодного пересування інвалідів горизонтальними і вертикальними комунікаціями. Ганки основних входів повинні обладнуватися пандусами з нахилом не більше 1:12. Ганки і пандуси з висотою верхньої позначки від землі більше 0,45м повинні мати огорожу. Система відчинення, фіксації і зачинення дверей центрального входу повинна також забезпечувати інвалідам на кріслах-колясках безперешкодний вхід до будинку готелю.

3. Входи до будинків готелів необхідно обладнувати пристроями для захисту від атмосферних опадів.

4. Розсувні та обертові двері повинні дублюватися двостулковими дверима, які задовольняють умови евакуації згідно з вимогами ГОСТ 12.1.004. Основні входи до готелів повинні мати тамбури. Другорядні входи допускається обладнувати подвійними дверима, що відчиняються в напрямку виходу.

5. В готелях категорії 3* і вище, в яких місткість перевищує 300, необхідно, а в готелях меншого комфорту і місткості рекомендується, передбачати багажні входи, обладнані засобами механізації, що забезпечують переміщення багажу від автомобіля до ліфта або до будь-якої іншої проміжної точки.

6. Житлові, службові та адміністративні приміщення з постійним режимом роботи повинні мати доступ природного світла. Житлові приміщення повинні розташовуватись лише на наземних поверхах, а службові та адміністративні приміщення дозволено розміщувати у підземних поверхах за умови забезпечення природного освітлення за допомогою інженерних пристроїв (світловодів тощо).

Отже, сенс функціональної організації приміщень до готелю зводиться до забезпечення комфорту гостей і працівників готелю.

Склад приміщень залежить від типу готелю, його місткості, та цільового клієнта.

Взаєморозташування приміщень всередині готелю та взаємозв'язок між ними залежать від функціонально-технологічних процесів обслуговування клієнтів та напрямку потоків відвідувачів, архітектурних особливостей будівлі та території готелю. Але у всіх випадках структура середовища повинна відповідати структурі функцій.



Питання для самоконтролю

1. Проаналізуйте особливості архітектури входу у готель та структуру прилеглої до споруди готелю території.
2. Залежність структури приміщень готелю від його типу.
3. Особливості функціональної організації малого готелю категорії 3*.
4. Особливості функціональної організації готелю категорії 5* великої місткості.
5. Особливості функціональної структури курортного готелю.
6. Особливості функціональної організації приміщень павільйонного типу.
7. Дайте характеристику композиційним прийомам організації взаємозв'язку всіх функціональних груп приміщень готелю.
8. Які існують функціональні групи приміщень в підприємствах готельного господарства?
9. Основні вимоги до планувальних рішень приміщень готелю.

Тести

1. У розвинутій готельній будівлі виділяють такі основні функціональні приміщення):

- а) блок приймально-допоміжних приміщень;
- б) блок санітарно-гігієнічних приміщень;
- в) блок приміщень житлової групи;
- г) блок приміщень харчування;
- д) блок приміщень адміністрації;
- е) блок підсобних і господарських приміщень;
- є) блок ремонтних приміщень;
- ж) блок спортивних приміщень.

2. Для функціональної організації готелю істотне значення має кількість входів у будівлю. Готелі великої місткості і високого рівня комфорту мають

- а) 2 входи (основний і службовий);
- б) не менше 3–4 входів;
- в) 5 входів;
- г) один вхід.

3. *Схема, що складається з частин, в яких функціональні процеси проходять в невеликих рівнозначних просторових осередках називається:*

- а) осередкова;
- б) коридорна;
- в) загальна;
- г) анфіладна.

4. *Анфіладна схема формується:*

- а) з приміщень, розташованих окремо і не пов'язаних між собою;
- б) з ряду приміщень, розташованих одне за одним і об'єднаних між собою наскрізним проходом;
- в) з приміщень, з'єднаних спільним коридором;
- г) немає правильної відповіді.

5. *Схема, побудована на розподілі приміщень або їх груп в окремих об'ємах-павільйонах, пов'язаних між собою єдиним композиційним рішенням, – це:*

- а) анфіладна;
- б) змішана;
- в) коридорна;
- г) павільйонна.

6. *Склад додаткових приміщень, котрі підвищують комфорт готелю:*

- а) не нормується і приймається відповідно до завдання на проект;
- б) нормується відповідно до вимог ДБН В.2.20:2008;
- в) нормується відповідно до вимог ДСТУ 4269 2003;
- г) всі відповіді правильні.

7. *Композиційний прийом, за якого всі групи, за винятком господарської, розміщують в одній будівлі – це:*

- а) блокова композиція;
- б) павільйонна композиція;
- в) централізована композиція;
- г) змішана композиція.

8. *У павільйонній композиції всі групи приміщень:*

- а) знаходяться в окремих будівлях;
- б) знаходяться в одній будівлі;
- в) пов'язані між собою коридором;
- г) немає правильної відповіді.

9. *До приміщень господарського і складського призначення можна віднести:*

- а) перукарні, пункти прокату;
- б) фотолабораторії, пральні, медичний пункт;
- в) господарчі і складські;
- г) всі відповіді правильні.

10. У підвальних і підземних поверхах за умови забезпечення природного освітлення за допомогою інженерних пристроїв допускається розміщення:

- а) службових та адміністративних приміщень;
- б) житлових приміщень;
- в) вестибюльних приміщень;
- г) ресторанних приміщень.

11. Плавальний басейн, сауна, зал спортивних тренажерів, масажний зал, лікувально-оздоровчий комплекс належать до:

- а) приміщень спортивно-рекреаційного обслуговування;
- б) вестибюльних приміщень;
- в) культурно-масового обслуговування;
- г) немає правильної відповіді.

Практичні завдання

На основі прикладів, зображених на рисунках 19–22 здійсніть функціональне планування приміщень готелів різних типів. Накресліть схеми функціональної структури готелів таких типів:

- туристський;
- туристсько-спортивний;
- готель-казино;
- готель-клуб;
- бізнес-готель.

ТЕМА 2.3. ОРГАНІЗАЦІЯ НЕ ЖИТЛОВИХ ГРУП ПРИМІЩЕНЬ

План

- 2.3.1 Організація приміщень вестибюльної групи.
- 2.3.2 Організація приміщень побутового обслуговування і торгівлі.
- 2.3.3 Організація службових, господарських та виробничих приміщень.
- 2.3.4 Організація приміщень культурно-дозвілєвого призначення.
- 2.3.5 Організація приміщень фізкультурно-оздоровчого призначення.

***Ключові слова:** вестибюль, зона інтенсивного пішохідного руху, зона екстенсивного пішохідного руху, зона рецепції, зона відпочинку, приміщення побутового обслуговування і торгівлі, службові приміщення, виробничі приміщення, приміщення культурно-побутового призначення, приміщення фізкультурно-оздоровчого призначення.*

2.3.1 Організація приміщень вестибюльної групи

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

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

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

У відповідності з вимогами ДБН В.2.20:2008 «Будинки і споруди. Готелі» встановлено рекомендований склад та мінімальні площі приміщень

приймально-вестибюльної групи для готелів різних категорій та місткості (табл. 14).

Таблиця 14 – Рекомендовані склад та мінімальні площі приміщень приймально-вестибюльної групи в готелях категорії від * до*****

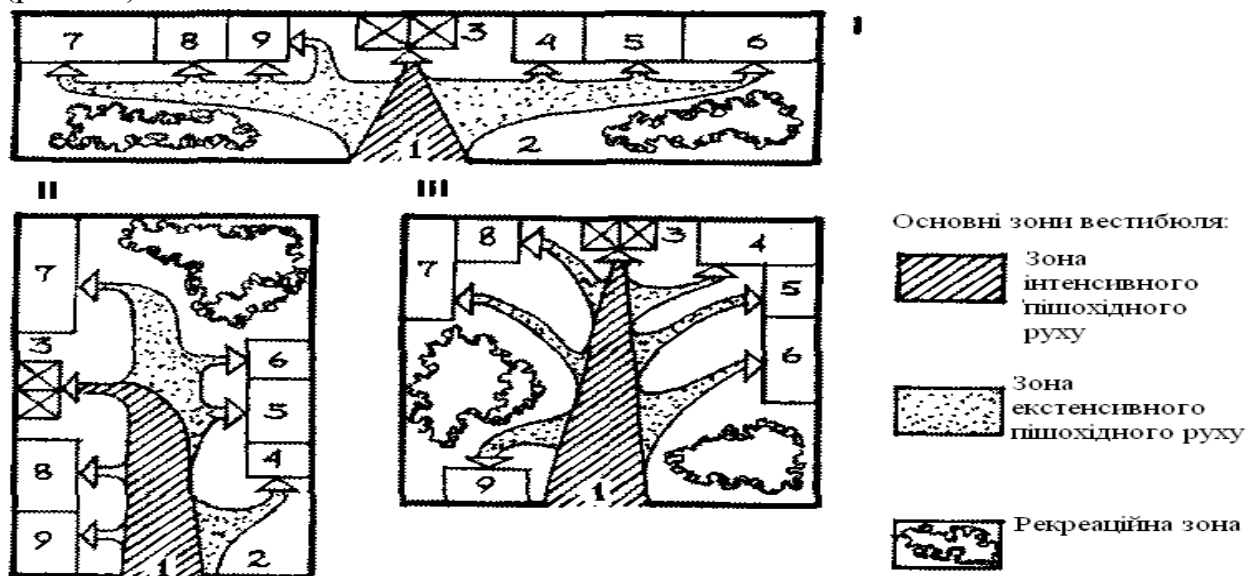
Приміщення	Площа приміщень, м ²	Примітки
1	2	3
1 Вестибюль	36–600	При вестибюлі
2 Бюро прийому і реєстрації	6–16	
3 Бюро бронювання	8–10	
4 Пункт оперативного та факсимільного зв'язку	6–10	При бюро бронювання або прийому
5 Кімнати чергового персоналу	8–16	1–2 кімнати
6 Службовий санітарно-технічний блок	3–14	Санвузол, душові, кімната особистої гігієни
7 Кімната чергового адміністратора	8–20	
8 Сейфова	6–12	При кімнатах чергового персоналу або відділеннях банків
9 Швейцарська і приміщення підносикив багажу	6–12	Поблизу головного входу
10 Камера схову	6–20	
11 Приміщення охорони	8	Допускається об'єднання декількох кімнат
12 Приміщення посильних	8–16	
13 Відділення зв'язку	12–42	
14 Телефонний переговорний пункт міжміського зв'язку	8–42	
15 Відділення банку, пункт обміну валюти	Допускається розміщення в бюро обслуговування з відповідним скороченням площ	
16 Бюро обслуговування	Допускається суміщення з бізнес-центром	
17 Гардероб	Місткість розраховується з розрахунку обслуговування до 10% проживаючих і гостей	
18 Приміщення порт'є	При застосуванні системи «Порт'є»	
19 Багажний вестибюль	0,1 м ² на одного гостя з обсягу організованого потоку, але не менше 12 м ²	
20 Приміщення для багажних візків	з розрахунку 3 м ² на 100 проживаючих у готелі, але не менше 3 м ²	
21 Комора прибирального інвентарю	з розрахунку 3 м ² на 100 м ² вестибюля, але не менше 3 м ²	
22 Медпункт	14–42	
23 Санвузол (роздільний для жінок та чоловіків) з умивальниками у шлюзах	За розрахунком на кожні 100 місць не менше: для жінок – два унітази, для чоловіків – один унітаз, один пісуар	

Відповідно до зазначеного документа в усіх готелях місткістю від 100 місць у приймально-вестибюльній групі приміщень слід передбачати

приміщення медпункту з санвузлом. Якщо передбачена сейфова кімната, то вона повинна мати капітальні стіни, двері і ґрати, двері з автоматичним механізмом запирання та систему охоронної сигналізації. Вхід до приміщення та саме приміщення повинні контролюватися системою відеонагляду з архівацією. Приміщення повинно мати окрему (відокремлену) зону для роботи з речами, яка не контролюється системою відеонагляду. У разі встановлення депозитних сейфів з комірками, вони повинні відповідати мінімум третій категорії стійкості згідно з вимогами ДСТУ 4012.2:2006 «Средства безопасного хранения. Депозитные системы. Требования. классификация и методы испытаний на стойкость к излому (EN 1143-2:2001. MOD)».

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

Форма планування функціональних зон може бути різною, її характеризують такі основні схеми: фронтальна, повздовжня і концентрична (рис. 19).



I – фронтальна, II – повздовжня, III – концентрична;
1 – вхід, 2 – приміщення вестибюля, 3 – ділянка вертикальних комунікацій, 4, 5, 6 – приміщення групи прийому, 7 – ділянка торгових кіосків, 8, 9 – ділянка поштово-телефонно-телеграфного зв'язку

Рисунок 19 – Схеми планування приміщень вестибюльної групи

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

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

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

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

Зона інтенсивного пішохідного руху передбачає маршрут транзитного руху до ліфтів і сходів. *Зона екстенсивного пішохідного руху* передбачає пішохідні підходи до допоміжних приміщень гардероба, торгових кіосків, телефонів-автоматів і групи прийому.

Рекреаційна зона забезпечує короткочасний відпочинок споживачів готельних послуг.

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

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

1. Зона реєстрації в холі готелю представлена у формі стійки, за якою знаходяться робочі місця:

- чергового адміністратора, який веде облік зайнятих номерів, попередніх замовлень;
- касира, котрий забезпечує розрахунок клієнтів за послуги;
- порт'є, до чийх обов'язків належить контроль за ключами, видача кореспонденції та ін.

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

- одностороннім, коли реєстрація розташована з боку головного входу;

- двостороннім – рецепція розташована з боку вертикальних комунікацій;
- тристороннім рецепція розташована між головним входом і вертикальними комунікаціями. Останній варіант найбільш раціональний в забезпеченні найкомфортабельнішого обслуговування гостей.

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

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

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

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

3. *Функції бюро обслуговування* пов'язані з наданням різної інформації, організації екскурсій, замовлення місць в установах культурно-розважального профілю, на транспорті та ін. Планувальна організація приміщення залежить від розміщення рецепції і прийнятої в готелі форми організації технологічного процесу. Зокрема, при організації єдиного

технологічного процесу бюро обслуговування розташовується безпосередньо біля рецепції. До планувальної структури приміщень бюро обслуговування іноді відносять транспортні служби, представлені трансгентством або транспортним бюро, а в курортних готелях виділяються приміщення каси з реалізації квитків.

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

5. *Гардероб*. При вестибюлі, в глибині приміщення вестибюля розташовується гардероб, який обслуговує в першу чергу відвідувачів ресторанів, барів, казино та інших функціональних приміщень готелю, а також споживачів готельних послуг. Розміщення гардероба має бути зручним, легко помітним, однак він не повинен особливо виділятися в структурі приміщень вестибюля. Прилегла зона до гардероба повинна бути обладнана дзеркалами і добре освітлюватися. Площа гардероба у вестибюлі визначається за нормою $0,08 \text{ м}^2$ на одне місце. Гардероб може бути відділений стінкою з отворами або невисоким бар'єром. В ньому встановлюють стаціонарні або настінні вішалки. Висота бар'єра-прилавка для прийому і видачі одягу повинна бути 90 см і ширина 55–60 см. Між бар'єром і вішалкою для зручності роботи залишають прохід не менше 70 см. Довжина прилавка визначається з розрахунку: 100 см довжини прилавка на 100 гачків. В гардеробі передбачають одну-дві полиць для взуття й інших речей. Підлога гардероба не повинна бути нижчою рівня підлоги вестибюля, щоб не створювати незручності під час приймання та видачі одягу. Важливо виділити зручне місце для зберігання головних уборів. Інтер'єр гардероба повинен бути привабливим.

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

Камеру схову обладнують вікном для прийому й видачі ручного багажу, стелажми для його зберігання. Тут же знаходиться і робоче місце комірника. Розташовують камеру схову зазвичай поблизу робочої частини вестибюля, недалеко від входу. Мінімальний розмір приміщення 6–8 м^2 , висота 2,2 м. Облаштування камери схову допускається без природного освітлення. Останнім часом, поруч або в самій камері схову, встановлюють

персональні сейфи для зберігання цінностей готельної клієнтури. В сучасних готелях вхід до камери схови роблять з вулиці, неподалік від автостоянки.

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

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

Коридори, як і вестибюль, справляють перше враження про готель. Ширина коридору розраховується так, щоб в ньому легко могли розминутися дві люди з валізами в руках (рис. 20).

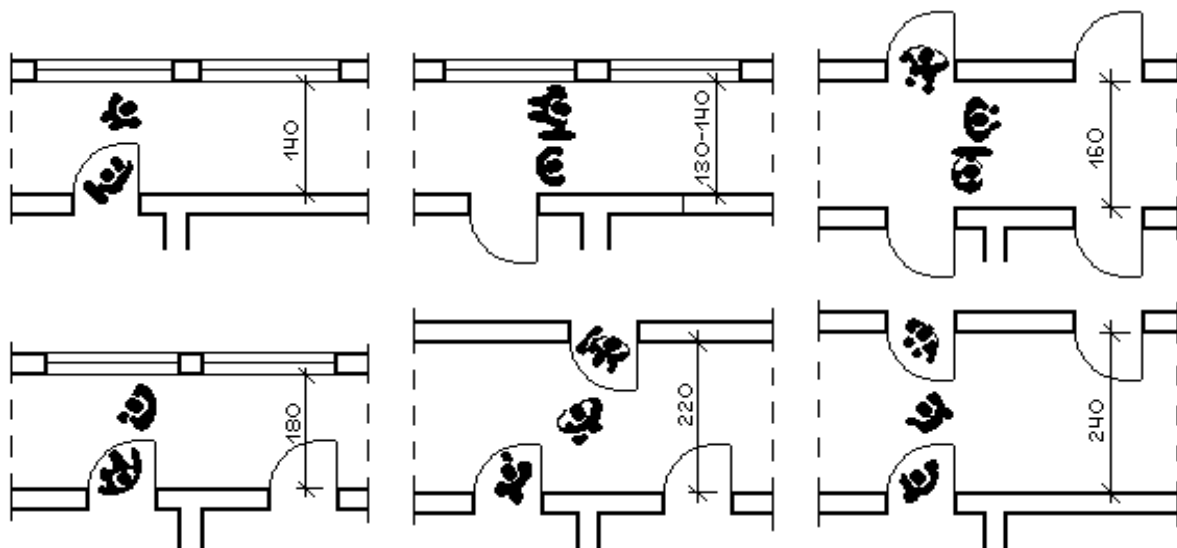


Рисунок 20 – Нормативні розміри ширини коридору в залежності від організації входів до прилеглих приміщень

Звідси мінімальна ширина одностороннього коридору становить 1,3–1,4 м, а двостороннього – 1,6–2,0 м (якщо двері відчиняються всередину номера). Якщо ж двері відчиняються в коридор, ширина його, відповідно збільшується. В зонуванні простору коридору окрему роль відіграє використання різних конструкцій – підвісних стель, важких прогонів і опор, різного рівня підлоги.

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

- оригінальність;

- використання матеріалів високої якості (природний камінь, дерево дорогих порід), що гармонійно підібрані за кольором;
- помірність декоративних елементів;
- використання прийому розподілу елементів декоративного оздоблення, освітлення і кольору в функціональному зонуванні простору вестибюля;
- взаєморозташування груп меблів різного функціонального призначення має відповідати руху відвідувачів та технологічному процесу надання послуг в готелі (табл. 15).

Таблиця 15 – Номенклатура меблевих виробів, що рекомендується для приміщень вестибюльної групи

Найменування зони	Склад зони	Функція зони	Меблі і обладнання	Розміри меблів, см
Зона інтенсивного та екстенсивного пішохідного руху	Вхід для відвідувачів. Спеціальний вхід	Розподіл людських потоків і багажу. Зберігання багажу	Стелажі	70 см або на ширину камери схову
Зона прийому	Приміщення гардероба. Робоче місце портьє	Тимчасове зберігання одягу.	Бар'єр гардеробний	45 x 80 (45 x 120)
		Оформлення, реєстрація, розрахунок. Видача ключів.	Стіл робочий	60 x 150
			Стійка-блок	45 x 154
			Крісло робоче	45 x 45
			Тумба для картотеки	40 x 80
			Шафа для сейфа	50 x 70
			Стіл-приставка	42 x 110
			Стенд для ключів	80 x 10
		Надання послуг	Стенд для інформації	80 x 10
			Бар'єр-блок «банк-каса»	154 x 157
Торговельна зона	Кіоски періодичної преси, сувенірний, тютюновий, парфумерний, аптечний. Відділення зв'язку	Продаж товарів. Поштові операції	Прилавок	90 x 90
			Вітринна шафа	30 x 90
			Бар'єр-блок	185 x 154
			Робоче крісло	45 x 45
			Тумба для документів	40 x 80
			Шафа для сейфа	50 x 70
Рекреаційна зона	Місця відпочинку	Відпочинок, очікування	Диван	66 x 198
			Крісло	75 x 75
			Банкетка	66 x 63
			Журнальний столик	60 x 120
			Підставка для квітів	63 x 68

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

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

Машинки для чищення взуття можуть бути виконані у вигляді циліндра з полірованої нержавіючої сталі або у вигляді плоского ящика (додаток П - рис. 1). Різноманітний дизайн машин дозволяє їх без зусиль вписати в інтер'єр. Існує можливість підібрати під інтер'єр зовнішні панелі, які різняться кольором і фактурою, а також вигравіювати логотип готелю. У машинках для чищення взуття використовується два витратні матеріали: комплект з трьох або двох щіток і безбарвний крем. Одна щітка – для зняття бруду, дві інші – для полірування світлого і темного взуття.

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

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

Стойки-огорожі і канати використовують для обмеження входу до певної зони або спрямування потоків гостей. Стойки-огорожі виготовляють з полірованої латуні, полірованої нержавіючої сталі або комбіновані (латунь і нержавіюча сталь). Разом із стійками огорожі використовуються канати довжиною від 1,5 м до декількох метрів (додаток П – рис.3).

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

2.3.2 Організація приміщень побутового обслуговування і торгівлі

У складі готелів відповідно до їх місткості та категорії передбачаються приміщення побутового обслуговування і торгівлі, склад і мінімальна площа яких наведені в таблиці 16.

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

Таблиця 16 – Склад і площі приміщень побутового обслуговування і торгівлі

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

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

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

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

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

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

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

2.3.3 Організація службових, господарських та виробничих приміщень

Організація приміщень адміністративної групи

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

Склад приміщень адміністрації та їх мінімальні площі вказані в таблиці 17.

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

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

Таблиця 17 – Рекомендовані склад та мінімальні площі приміщень адміністративної групи в готелях різної місткості

Приміщення	Площі приміщень, м ² для готелів місткістю, місць					
	50	100	300	500	800	1000
1 Кабінет директора	12	12	16	20	24	30
2 Кімната відпочинку	—	—	12	12	12	12
3 Санвузол	—	—	—	3	6	6
4 Приймальня	—	8	12	12	16	20
5 Кабінет заступників директора	12	12	14	16	16	20
6 Кімната головного інженера (техніка)	—	8	12	14	16	20
7 Кімната завгоспа	10	12	12	16	16	18
8 Кімната коменданта	—	—	8	10	10	12
9 Відділ кадрів	—	—	12	16	24	36
10 Архів	8	12	16	20	24	30
11 Бухгалтерія, у тому числі:	16	22	30	38	44	54
а) кабінет головного бухгалтера;	—	—	8	12	14	16
б) робочі приміщення;	12	16	16	20	24	30
в) каса	4	6	6	6	6	8
12 Планово–виробничий або аналогічні відділи оперативного планування, у тому числі:						
а) кабінет начальника;	—	—	8	10	12	14
б) робочі приміщення	—	12	12	16	20	24
13 Відділ праці і зарплати	—	—	12	16	20	24
14 Відділ матеріально–технічного постачання	—	—	8	10	12	14
15 Множильне (машинописне) бюро	—	—	8	8	12	16
16 Кабінети начальників служб експлуатації (головний енергетик, начальник сантехнічної служби, головні спеціалісти з опалення, вентиляції і кондиціювання, начальник будівельної групи та ін.)	—	—	8	8	12	16
17 Клас підвищення кваліфікації персоналу	—	—	—	36	36	36
18 Зал зборів	—	—	60	80	120	150
19 Санвузли з умивальниками у шлюзах	За розрахунком на 50% денної зміни: жіночі – один унітаз на 12 жінок, чоловічі – один унітаз, один пісуар на 18 чоловіків					

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

- приміщення дирекції (кабінет директора, заступника директора, приймальня);

- приміщення відділу кадрів (кімната начальника відділу, кімната інспекторів);
- приміщення бухгалтерії і каси (кабінет головного бухгалтера, службове приміщення бухгалтерії, приміщення каси, приймальне приміщення перед касою);
- приміщення інженерно-технічного персоналу (кабінет головного інженера, службові приміщення інженерно-технічного персоналу);
- приміщення планово-економічного відділу (кабінет головного економіста, службові приміщення);
- приміщення громадських організацій (кімната профспілкової організації, приміщення для проведення нарад, зборів) тощо.

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

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

Зона проведення нарад – великим столом для засідань і стільцями.

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

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

зона праці – ближче до вікна і навпроти дверей;

зона експозиції – поздовж стіни;

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

зона відпочинку – у вільному кутку приміщення.

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

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

У цих приміщеннях співробітники розміщуються групами від 3 до 10 осіб. Найбільш раціональним є безкоридорне і ландшафтне планування приміщень, без ізоляції робочих місць, що досягається завдяки

розташуванню секційного обладнання, легких перегородок і екранів. Для ландшафтних контор використовується сучасне офісне обладнання.

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

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

Організація приміщень господарської, складської та виробничої груп

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

Більш детальний склад і мінімальні площі приміщень представлені в таблиці 18.

Таблиця 18 – Склад і площі господарсько-виробничих приміщень готелів

Приміщення	Площі приміщень, м ² (не менше), для готелів місткістю, місць					
	50	100	300	500	800	1000
1	2	3	4	5	6	7
1.Центральний диспетчерський пост, у тому числі:						
а) машинний зал;	—	—	—	За розрахунком		
б) операційний зал;	—	—	12	18	24	30
в) пожежний пост;	За розрахунком, але не < 15 м ²					
г) ремонтна майстерня;	—	—	—	12	12	16
д) приміщення чергової ремонтної зміни;	6	8	10	14	18	22
е) диспетчерська ліфтів	—	—	—	—	—	8

Продовження табл. 18

1	2	3	4	5	6	7
2 Комп'ютерний центр	–	–	–	18	24	30
3. АТС (за технічними умовами оператора комунікаційної мережі)						
4 Вузол зв'язку, у тому числі:	12	14	72	80	110	134
а) радіовузол;	6	8	8	8	8	16
Б) телестудія;	–	–	30	30	42	42
в) ремонтна майстерня;	6	6	12	16	20	24
г) склад техніки;	–	–	6	6	12	12
Д) кімната персоналу;	–	–	8	8	12	12
е) служба часофікації;	–			–	–	8
Ж) служба відео проекції;	–	–	8	12	16	16
5 Центральна білизняна, у тому числі:						
а) відділення чистої білизни;	12	16	20	24	30	42
б) відділення брудної білизни;	6	8	12	16	20	30
в) приміщення розбирання брудної білизни (при відділенні брудної білизни);	6	8	8	12	12	12
г) майстерня лагодження білизни;	4	4	6	6	8	12
д) кабінет завідуючого білизняним господарством;	–	–	–	8	10	12
е) розвантажувальний майданчик	–	–	6	6	6	8
6 Служба дезінфекції	–	–	6	5	6	8
7 Служба прибирання території (двірницька), у тому числі:						
а) побутові приміщення;	6	6	8	12	12	16
б) склад прибирального інвентарю;	–	4	4	6	8	10
в) склад видаткових засобів;	–	4	6	8	10	12
г) склад садового інвентарю й прибиральної техніки (за наявності озеленення і дорожньо-паркової зони)						
8 Майстерні, у тому числі:	40	60	106	140	156	212
а) електротехнічна;	8	8	12	16	24	30
б) сантехнічна;	–	8	12	16	24	30
в) слюсарна;	8	8	12	16	30	42
г) КВП і А;	–	8	12	16	30	42
д) торговельного і технологічного обладнання;	–	–	12	24	36	48
е) столярна;	16	16	30	36	42	48
ж) малярна;	8	12	16	16	24	30
к) кімната художника	–	–	–	10	14	18
9 Складські приміщення, у тому числі:						
а) резервний склад білизни;	6	8	12	16	20	30
б) склад драпірувань;	–	6	8	10	12	16

Продовження табл. 18

1	2	3	4	5	6	7
в) матеріально–технічні склади;	20	30	40	50	70	90
г) склад видаткових матеріалів;	12	16	20	24	30	40
д) склад меблів;	20	30	50	70	90	110
е)склади технічних служб (електротехнічної, сантехнічної, КВП і А, засобів зв'язку тощо);	За розрахунком					
ж) склад лакофарбових матеріалів;	Розраховується на зберігання не більше 50 кг					
з) склад пиломатеріалів	16	20	24	30	40	60
10 Побутові приміщення виробничого персоналу, санвузли та душові (Згідно зі СНиП 2.09.04)	За розрахунком					
11 Пральня (Згідно з ДБН В.2.2– 11)	За розрахунком					
12 Господарські	1–2 на поверх із розрахунку 3 м ²					

Службово–господарські приміщення готелів слід групувати за виконуваними функціями.

Наприклад, центральні білизняні необхідно блокувати з комунікаціями білизнопроводів, а приміщення малярних майстерень – із складом фарб.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Організація приміщень пральні

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

- кошти на обробку білизни залишаються в готелі;
- економія на транспорті;
- повний контроль якості обробки білизни;

– повний контроль за якістю та термінами виконання замовлень клієнтів;

– можливість експлуатації обладнання в додаткову зміну в період піків відвідувань;

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

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

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

- якість роботи в пральні має відповідати руху потоків білизни. Для того, щоб потоки брудної та чистої білизни не перетинались, організовують в робочому цеху два входи: через один вхід вноситься брудна білизна, через другий виноситься чиста. При відсутності другого входу можна організувати додаткове вікно для прийому або видачі білизни. Наявності двох входів вимагає також пожежна інспекція;
- підлога в пральні повинна мати гідроізоляцію та бути вкритою кахелем. В довершеності вони виконуються під нахилом та мають зливні трапи. Деякі відділення СЕС вимагають це в обов'язковому порядку, щоб приміщення пральні мало можливість омиватися проточною водою;
- стіни на висоту 2м повинні бути вкриті кахелем;
- вимоги до електрообладнання регламентуються чинними ПУЕ та СНіПами для приміщень з підвищеною вологою: освітлювальні прилади, розподільні щити, розетки повинні бути волого-бризкозахищені.

Технологічний процес в пральні складається з 4 етапів:

- приймання, сортування та зберігання брудної білизни;
- прання білизни;
- сушіння/прасування;

- пакування, зберігання та видача чистої білизни.

Відповідно до цього пральня повинна мати такі допоміжні приміщення:

- склад брудної білизни;
- склад чистої білизни;
- приміщення для прибирального інвентарю, зберігання хімікатів та засобів миття;
- побутова кімната для персоналу;
- санвузол/душ.

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

- орієнтація пральні (обслуговування населення, робота з корпоративними клієнтами, обслуговування потреб готелю та інше);
- тип білизни (пряме /фасонне/махрове) та їх співвідношення в загальному обсязі. Необхідно дотримуватися правил неповного завантаження машини (70–80% для бавовняно-паперових тканин, а для махри, бавовни, поліестру 60–50%);
- ступінь та специфіка забруднення білизни.

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

Розглянемо приклад визначення ваги брудної сухої білизни в готелі за місяць.

Наприклад, в готелі 3* на 100 місць і кількістю персоналу, що носить уніформу в 20 осіб, вага білизни за місяць складе:

- 1) $100 \text{ місць} \times [30 \text{ днів} / 3 (\text{через 3 дні буде мінятися білизна})] \times 3 \text{ кг}$ (вага білизни з 1 номеру) = 3000 кг;
- 2) Вага уніформи: $20 \text{ чел} \times 1 \text{ кг (вага уніформи)} \times 4 \text{ рази прання} = 80 \text{ кг}$
- 3) разом: $3000 + 80 = 3080 \text{ кг}$.

Продовжуючи розрахунки, можна визначити скільки кг. білизни за день буде прати пральня. В місяці 21 робочий день. $3080 \text{ кг} / 21 = 146 \text{ кг.білизни}$ за день. Тепер можна визначити скільки пральних машин та якої місткості потрібно для пральні. За зміну машина здійснює 6 виробничих циклів. $146 \text{ кг} / 6 \text{ завантажень машини} = 24 \text{ кг}$. Таким чином ми встановили, що за один раз нам потрібно завантажити 24 кг білизни. Тепер можна підібрати потрібну пральну машину.

Ми розглянули мінімальний варіант прання (тільки готельна білизна+уніформа), але може бути ресторанна білизна, уніформа персоналу ресторану. Пральня може працювати ще й на зовнішнього клієнта. Крім того, білизна може бути неоднорідною за кольором, типом тканини, а машини – різної місткості (на 3, 5, 6, 12, 24, 3, 60, 120 кг завантаження). Всі ці умови потребують індивідуальних підходів до підбору обладнання.

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

- 1) Прально-віджимні машини;
- 2) тунельні пральні машини (розраховані на великий обсяг білизни);
- 3) сушильні машини;
- 4) машини для хімічної обробки виробів або машина мокрого чищення;
- 5) прасувальні машини, преси;
- 6) пароманекени;
- 7) складальні машини.

Також у пральнях зараз стали використовуватися гігієнічні пральні машини бар'єрного типу. Місткість таких пральних машин складає від 16 до 240 кілограмів. Для їх монтажу не потребується окремого фундаменту. Швидкість віджиму становить 625–960 оборотів в хвилину, залишкова вологість 50–55%, що усуває з технологічного ланцюга центрифуги. Особливістю таких машин є те, що брудна білизна завантажується з одного боку машини (спереду), а чиста білизна витягується з протилежного боку (ззаду). Застосування гігієнічних пральних машин дозволяє розділити приміщення пральні на 2 зони: брудну і чисту. Такий принцип роботи забезпечує найвищий рівень гігієни. Промислові пральні машини прості в обслуговуванні та надійні в експлуатації. Найбільшими виробниками обладнань для пралень в світі є «Uni Mac» (США), «BMM Weston Ltd», «HJ Weir Engineering Co Ltd» (Великобританія), «Primus» (Бельгія) та ін.

«Мокрочищення» – це спеціальний спосіб прання із застосуванням реагентів на основі рідкого мила, що замінюють хімічне чищення. Даним способом чищення можна замінити від 40–50% вживаного сьогодні хімічного чищення текстильних матеріалів та виробів зі шкіри. Машини мокрого чищення застосовуються там, де за вимогами СЕС організувати хімчистку неможливо, оскільки злив води в каналізацію дозволяється без додаткового очищення. Крім того, встановлення таких машин сприяє заощадженню витрат на чищення: ціна машин мокрого чищення майже на 50% нижча, ніж ціна машин хімчистки аналогічного завантаження. Витрати електричної енергії нижче, ніж у машин хімчистки: система працює при максимальній температурі 30–40°.

У пральнях для сушіння білизни використовують барабанні сушарки. Волога білизна закладається через завантажувальний люк в перфорований барабан сушарки, виготовлений з нержавіючої сталі. Усередині барабана є ребра жорсткості, завдяки яким під час обертання барабана білизна струшується, перерозподіляється і процес сушіння проходить більш ефективно. Через обертовий перфорований барабан пропускається потік повітря, нагрітого до певної температури електронагрівальними елементами або паронагрівачем. Сушильне обладнання підбирається за обсягом барабана і відсотком його завантаження. Правильний коефіцієнт заповнення для сушильних машин складає 1:18. За одну годину сушильний барабан здатний здійснити 2 цикли. Тому сушильний барабан може висушити білизну з 2 пральних машин. Для сушіння махрових виробів застосовують 1 барабан на кожну машину, що пере махрові вироби.

Прасування поділяється на прасування фасонної та прямої білизни. Фасонна білизна (сорочки, халати, піджаки і брюки, комбінезони) прасується на прасувальних дошках, пароманекенах, прасувальних пресах. Прасування прямої білизни здійснюється на прасувальних катках, які поділяються на катки жолобкового типу і катки типу «коландр». Вони відрізняються конструктивно і способом проходження білизни при гладінні. Більш простими вважаються катки жолобкового типу, проте у них менша продуктивність. Зазвичай обидва типи катків відрізняють залежно від діаметра вала та його ширини. Гладильно-сушильний каток (каландра) вибирається, виходячи з розміру прямої білизни (простині, ковдри, наволочки, скатертини та ін.) та продуктивності за годину. Пряма білизна не потребує сушіння і відразу прасується на каландрі через те, що він здатний обробити білизну з залишковою вологістю до 50%, а гладильні катки – до 25%.

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

Організація приміщень центральної білизняної

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

лагодження білизни, оснащене робочим столом, швейною машиною зі стільцями, засобами для прасування білизни.

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

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

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

Вимоги до приміщення для зберігання білизни:

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

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

2.3.4 Організація приміщень культурно-дозвілєвого призначення

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

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

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

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

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

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

Кегельбани можуть замінювати більярдні. У них розміщується спеціальне обладнання, що складається з автоматів для подавання куль,

встановлення кеглів, доріжок для прокатування куль, зона відпочинку і очікування.

Казино – ігровий заклад, в якому з використанням рулетки, ігрових столів, а також іншого ігрового устаткування здійснюється проведення азартних ігор з об'явленням грошових чи інших майнових виграшів. У казино, як правило, забезпечується одночасне проведення не менш як трьох азартних ігор (наприклад, гра в рулетку, покер, блек-джек). Основними цілями діяльності казино є надання послуг населенню у сфері організації дозвілля на високому професіональному і культурному рівні, а також отримання прибутку. Приміщення казино складається з зони обслуговування відвідувачів і зони службових приміщень із окремими входами до кожної зони. У зоні обслуговування відвідувачів розміщуються: ігрові зали; каси для грошових розрахунків із відвідувачами; пункт обміну валюти; місця для відпочинку відвідувачів казино і проведення видовищно-розважальних заходів; гардеробна. Ігровий зал казино – це спеціально обладнане приміщення, призначене для проведення гри, де розміщуються ігрові столи з місцями для відвідувачів і робочими місцями для співробітників казино. Приміщення ігрового залу не повинно бути доступним візуальному огляду з боку вулиці. У місцях для відпочинку відвідувачів казино можуть працювати ресторани і бари, проводитися дискотеки тощо. У зоні відпочинку повинні розміщуватися санвузли для відвідувачів у кількості, що відповідає санітарним нормам. У зоні службових приміщень казино передбачаються: кімнати відпочинку круп'є; ізольоване приміщення для співробітників служби безпеки; сейфова кімната – це спеціальне (з точки зору підвищених вимог до безпеки) обладнане приміщення, де зберігається страхова сума казино, вся внутрішня документація казино, ігрове обладнання казино, що не є стаціонарно встановленим. До такого обладнання належать: кульки для рулеток; ігрові жетони (фішки); колоди карт; карабіни для подавання карт; підноси для фішок тощо.

Казино можна розміщувати лише не у житловому приміщенні, яке має відповідати санітарно-гігієнічним і протипожежним нормам, а також вимогам забезпечення громадського порядку та матеріальних цінностей.

2.3.5 Організація приміщень фізкультурно-оздоровчого призначення

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

В готелях з високим рівнем комфорту передбачається блок спортивно-рекреаційних приміщень, склад та мінімальні площі яких залежать від місткості готелю та наведені в таблиці 19.

Таблиця 19 – Склад і мінімальні площі основних та допоміжних приміщень фізкультурно-оздоровчого призначення

Приміщення	Місткість готелю, місць					
	50	100	300	500	800	1000
1 Спортивний зал, м ²	–	–	108 (9 м на 12 м)	216 (12м на 18 м)	432 (18м на 24м)	648 (18м на 36м)
2 Приміщення при спортзалі, м ² :						
а) спортивна;	–	–	12	18	30	36
б) кімната інструктора;	–	–	8	8	12	8+12
в) роздільні роздягальні з душовими і санвузлами;	–	–	18	24	30	36
г) кімната медсестри;	–	–	8	12	12	16
д) господарська комора	–	–	4	4	6	8
3 Зал тренажерів	36	42	64	72	–	–
4 Приміщення при залі тренажерів, м ² :						
а) зберігання і ремонт тренажерів;	8	10	12	16	–	–
б) кімната інструктора;	8	8	8	8	–	–
в) роздільні роздягальні з душовими і санвузлами;	12	16	18	24	–	–
г) господарська комора	4	4	6	8	–	–
5 Плавальний басейн (ванна), м	–	–	17 x 8	25 x 9	25 x 12	25 x 9
6 Приміщення при басейні:	За розрахунком					
а) технічні приміщення;						
б) роздільні роздягальні з душовими і санвузлами;	–	–	20	30	40	50
в) кімната відпочинку;	–	–	8	12	12	12
г) кімната медсестри;	–	–	12	12	12	12
д) комора водного інвентарю;	–	–	4	6	8	8
е) господарська комора	–	–	4	6	6	8
7 Сауна:						
а) без басейну (у складі роздягальні, мийної, парильної, бара, кімнати відпочинку);	–	20	30	50	80	100
б) те саме з басейном	–	–	70	90	110	130

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

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

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

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

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

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



Питання для самоконтролю:

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

Тести

1. У вестибюлі витримується чітке зонування, яке зводить до мінімуму перетин всіх потоків. Тут передбачені такі основні зони:
 - а) зона руху туристів;
 - б) зона інтенсивного пішого руху;
 - в) транспортна зона;
 - г) зона екстенсивного пішого руху;
 - д) допоміжна зона;
 - е) зона руху персоналу; є) рекреаційна зона.
2. Розміщення функціональних зон у вестибюлі може бути:
 - а) фронтальним;
 - б) поперечним;
 - в) поздовжнім;
 - г) концентричним;
 - д) перпендикулярним.
3. Зона інтенсивного пішого руху у вестибюлі охоплює...
 - а) піші підходи до допоміжних приміщень, гардероба, торгових кіосків, телефонів-автоматів і групи прийому;
 - б) маршрут транзитного руху до ліфтів і сходів;
 - в) відділ зв'язку, ощадну касу, транспортну агенцію, перукарню, пункти прийому речей на ремонт, хімчистку і в пральню, в камеру схову;
 - г) маршрут руху до закладів харчування та побутового обслуговування.
5. Зона екстенсивного пішого руху у вестибюлі охоплює...

- а) піші підходи до допоміжних приміщень, гардероба, торгових кіосків, телефонів-автоматів і групи прийому;
- б) маршрут транзитного руху до ліфтів і сходів;
- в) відділ зв'язку, ощадну касу, транспортну агенцію, перукарню, пункти прийому речей на ремонт, хімчистку і пральню, в камеру схову;
- г) маршрут руху до закладів харчування та побутового обслуговування.

6. Ширина коридорів формує перше враження клієнта про готель, а тому...

- а) розраховується так, щоб у ньому могли легко розминутися дві людини з валізами в руках;
- б) розраховується так, щоб у ньому могли розминутися дві покоївки з візками;
- в) ширина одностороннього коридору повинна становити не менше 1,3–1,4 м, а двостороннього – 1,6–2,0 м (якщо двері відчиняються всередину номера);
- г) ширина одностороннього коридору повинна становити 1,5–2,0 м, а двостороннього – 2,0–2,5 м (якщо двері відчиняються всередину номера).

7. До блоку приміщень адміністрації відносять:

- а) приміщення дирекції;
- б) приміщення інженерно-технічного персоналу;
- в) приміщення планово-економічного відділу;
- г) приміщення прийому і розміщення споживачів;
- д) приміщення бухгалтерії і каси;
- е) приміщення обслуговуючого персоналу;
- є) приміщення відділу кадрів.

8. Блок приміщень культурно-масового обслуговування передбачається...

- а) в туристичних і курортних готелях;
- б) в готелях ділового призначення;
- в) в спеціалізованих готелях;
- г) у готелях для постійного проживання;
- д) у транзитних готелях.

9. Місткість гардеробу розраховується з розрахунку обслуговування:

- а) до 15% споживачів готельних полуг;
- б) до 10% споживачів готельних полуг;
- в) до 20% споживачів готельних полуг;
- г) не менш, ніж до 5% споживачів готельних полуг.

10. Санвузол (роздільний для жінок та чоловіків) з умивальниками у шлюзах встановлюється:

- а) з розрахунком на кожні 75 місць;
- б) з розрахунком на кожні 65 місць;
- в) з розрахунком на кожні 50 місць;

г) з розрахунком на кожні 100 місць.

Практичні завдання

Задача 1. Визначити обсяг білизни, що потребує прання в готелі 5* на 250 місць та персоналом в кількості 60 осіб. Підберіть необхідне обладнання та накресліть схему його розташування.

Задача 2 Розплануйте вестибюль таких готелів:

а) 4* бізнес-готелю;

б) туристичного готелю 5* на 250 місць;

в) арт-готелю на 50 місць.

Накресліть схему вестибюля з розташуванням обладнання.

ТЕМА 2.4. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРИМІЩЕНЬ ЖИТЛОВОЇ ГРУПИ

План

2.4.1 Організація приміщень житлової групи.

2.4.2 Характеристика типів номерів.

2.4.3 Вимоги до оснащення номерів.

Ключові слова: холи, вітальні, коридори, номерний фонд, тип номеру, номер, апартамент, стандарт, люкс, напівлюкс, сьюїт, дуплекс, ліжко-місце

2.4.1 Організація приміщень житлової групи

До групи житлових приміщень входять житлові кімнати (номерний фонд), приміщення поповерхового обслуговування, приміщення громадського призначення (вітальні, дитячі кімнати тощо). У готелях категорій 4* і 5* в групі житлових приміщень рекомендується передбачати приміщення інформаційного сервісу.

Призначення житлової зони полягає в забезпеченні умов для проживання гостя: надання ліжко-місця та обслуговування номеру, чищення і прасування одягу, прийом білизни для прання, виконання незначних послуг і доручень, подавання їжі в номер, транспортування багажу в номери.

Приміщення поповерхового обслуговування, як правило, блокують, передбачаючи один блок на 30 місць у готелях категорії 5*; на 40 місць – у готелях категорії 4*; на 50 місць – у готелях категорії 3*; на 60 місць – у готелях категорії 2*. Приміщення поповерхового обслуговування в готелях категорії 1* і 2* допускається розташовувати через поверх. Мінімальний склад приміщень поповерхового обслуговування може бути представлений лише кімнатою чергового персоналу.

Рекомендовані склад (розвинутий) і мінімальні площі приміщень поповерхового обслуговування наведені в таблиці 20.

Таблиця 20 – Склад приміщень поповерхового обслуговування готелів

Приміщення	Площа, м ²
1	2
1. Холи (вітальні)	Мінімальна площа: 9 м ² в готелі *, –30 м ² в готелі категорії 5* плюс по 1 м ² на кожен номер, починаючи з 21-го Максимальна площа: 25 м ² в готелі * та 160 м ² в готелі *****
2. Кімната чергового персоналу з вбудованими шафами для чистої білизни	10 м ² , а для готелів категорії 4* і в 5* – 12 м ²

1	2
3. Приміщення старшої покоївки (зав. поповерховим господарством, кастелянші)	12 м ²
4. Комора брудної білизни	6 м ²
5. Комора прибирального інвентарю	4 м ²
6. Майданчик розбирання брудної білизни при білизнопроводі	4 м ²
7. Кімната побутового обслуговування	6–8 м ²
8. Приміщення для зберігання візків покоївок	8 м ² , а для готелів категорії 4* і 5* – 12 м ²
9. Приміщення для чищення взуття	6 м ²
10. Санвузол персоналу (унітаз, умивальник, душ)	4 м ²

Поверхові загальні санвузли на житлових поверхах, а також санвузли у громадських зонах готелів проектує за розрахунком (на кожні 100 місць) не менше:

для чоловіків – одного унітазу, одного пісуару;

для жінок – два унітази.

Приміщення побутового обслуговування на поверсі призначені для надання на поверсі таких побутових послуг: ремонт і прасування одягу; чищення взуття; термінове прання і хімчистка одягу; подавання: сніданків, обідів і вечер у номер тощо.

Відповідно, до складу приміщень побутового обслуговування на поверсі входять: блок приміщень, де надаються побутові послуги споживачам готельних послуг; приміщення обслуговуючого персоналу; блок обслуговуючих приміщень, до якого включаються санвузол і сміттєпровід. Усі ці приміщення можуть знаходитись окремо або в єдиному блоці.

З метою якісного надання послуг житловий поверх повинен бути забезпечений комунікаційними сполученнями з виробничими приміщеннями (наприклад, при подаванні їжі в номери). Цей зв'язок забезпечується коридорами і сходами, ліфтами або з застосуванням спеціальних підйомників.

Приміщення обслуговуючого персоналу обладнується робочим столом, стільцями, диваном, вбудованою або окремою шафою, холодильником, телефоном, системою зв'язку з номерами і вестибюльними службами. У разі суміщення його, наприклад, з приміщеннями для чистої білизни, додатково встановлюються стелажі для білизни площею не менше 5 м² на 30 номерів.

На житлових поверхах готелів допускається влаштування приміщень громадського призначення (барів, кафе, буфетів, віталень, приміщень для ділових зустрічей, дитячих кімнат тощо) за умови шумозахисту житлових приміщень. Розміщення приміщень громадського призначення суміжно з житловими приміщеннями не допускається.

Холи. В сучасних готелях поверхові холи виконують такі функції: відпочинку, збору туристичних груп, відвідувачів; місць ділових зустрічей; комунікаційного вузла, який з'єднує сходи, пасажирські ліфти.

Обладнання поверхового холу залежить від його функціонального призначення, конфігурації приміщення, взаємного розміщення ліфтів, сходів і коридорів. З обладнання використовуються м'які дивани і крісла, бенкетки, журнальні столики, а також, залежно від типу і категорії готелю, – телевізори, радіоапаратура, музичні інструменти.

Вітальні – приміщення, що відокремлено від людського потоку різними декоративними перегородками. Призначення вітальні – організація відпочинку мешканців готелю поза межами номеру.

Вимоги до віталень:

- 1) розміщують на кожному поверсі з розрахунку – одне приміщення площею 30 м² на 50 місць;
- 2) багатофункціональні вітальні, що розміщені у групі приміщень культурно-масового призначення, повинні мати площу не менше 100 м²;
- 3) вітальні, в яких передбачено перегляд телевізійних передач, мають бути віддалені від номерів та звукоізованими.

Коридори належать до житлової групи приміщень і становлять горизонтальний комунікаційний вузол, котрий поєднує ліфти, сходи з номерним фондом готелю та іншими приміщеннями. Коридори по всій довжині повинні бути на одному рівні. У разі перепаду рівня коридору потрібно передбачати орієнтувальні засоби: освітлення, заміну сходів поступовим підйомом підлоги, озеленення низу стіни у місці перепаду тощо.

Вимоги до облаштування коридорів:

- підлога коридорів покривається матеріалами, що поглинають шум, і не є слизькою;
- стіни, стеля, підлога виготовляються з вогнестійких матеріалів;
- відсутність меблів;
- наявність денного і штучного освітлення;
- за великої довжини коридору передбачаються світлові розриви через кожні 20 м;
- ширина коридору розраховується так, щоб у ньому легко могли розминутися двоє людей з валізами у руках (1,3 м – 2,4 м);

- двері всіх приміщень повинні відчинятись назовні.

Групи житлових приміщень розташовуються одна над одною у багатоповерхових будівлях або в окремо збудованих корпусах.

2.4.2 Характеристика типів номерів

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

- площа номера і наявність різноманітних приміщень (спальна кімната, вітальня, кухня або кухонна ніша, повний, неповний або взагалі без санвузла, балкона, кабінету);

- кількість місць в номері (одне, два, три і більше);

- кількість ліжок та їх конфігурація (одномісне, двомісне, двоярусне ліжко);

- кількісні та якісні показники оснащення номера;

- вид з номера і його розташування в структурі готелю або готельного комплексу.

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

Номер – це окреме мебльоване приміщення, що складається з однієї або більше кімнат, оснащене інвентарем і устаткуванням для надання послуг з тимчасового розміщення споживача готельної послуги відповідно до вимог, які висуваються до даного готелю. Всі номери мають категорію.

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

Існують дві базових системи класифікації готельних номерів:

- 1) за типом номера;

- 2) за кількістю спальних місць.

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

Класифікація готельних номерів за кількістю спальних місць

Кількість місць в номері варіюється від категорії номера, його призначення, від типу засобу розміщення. Ліжко-місце (**ліжко – місце** – спальне місце, що призначене для використання однією людиною) може бути представлене у вигляді одномісних ліжок, двомісних – для подружжя, двоярусного або у вигляді дивана для гостя чи дитини.

Класифікація номерів в Україні дещо відрізняється від світової:

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

- президентський апартамент – найбільш дорогий номер, до складу якого входить декілька спален, вітальня, їдальня, кабінет, декілька повних санвузлів (ванна або джакузі, душ, умивальник, унітаз, чаша біде);
- апартамент – номер, що складається з двох і більше кімнат (спальня, їдальня або вітальня, можлива наявність кабінету), кухонної ніші, одного повного та одного додаткового санвузлів і розрахований на проживання однієї або двох персон;
- люкс – номер складається з спальні, вітальні або кабінету, є повний санвузол. Номер розрахований на проживання однієї або двох осіб;
- дуплекс – двоповерховий номер з двох і більш кімнат з внутрішніми стаціонарними сходами, повним санвузлом. Номер розрахований на проживання одного або двох чоловік;
- напівлюкс (студіо) – номер складається з однієї кімнати з вільним плануванням, що у результаті дає можливість використовувати різні частини одного приміщення як вітальню, кухонна ніша, спальню. Номер має повний санвузол. Номер розрахований на проживання однієї або двох осіб;
- стандарт або номер першої категорії – номер, що складається з однієї кімнати і повного санвузла і розрахований на проживання однієї або двох осіб;
- номер другої категорії – номер, що складається з однієї кімнати і неповного санвузла (умивальник і унітаз) і розрахований на проживання однієї або двох осіб;
- номер третьої категорії – номер, що складається з однієї кімнати і неповного санвузла і розрахований на проживання трьох і більше осіб;
- номер четвертої категорії – номер з однією житловою кімнатою і умивальником для проживання трьох і більше осіб;
- номер п'ятої категорії – номер, що складається з однієї кімнати без санітарно-технічних умов, розрахований на проживання трьох і більше осіб;
- суміжні номери – два і більше номери, що з'єднуються один з одним дверима, які можуть мати спільну вітальню або хол, загальний або окремі санвузли.

Класифікація готельних номерів за кількістю спальних місць:

- одномісний номер (у міжнародній практиці позначається як SNGL, singl) – номер з однієї кімнати розрахований на проживання однієї людини;

- двомісний номер (DBL або double) – двомісний номер на двох осіб з одним двоспальним ліжком;
- двомісний номер з двома односпальними ліжками (TWN, twin, double twin) – номер призначений для розміщення двох осіб на одномісних ліжках;
- багатомісний номер – номер, призначений для розміщення трьох і більше осіб. Оснащується односпальними ліжками за кількістю проживаючих осіб. У хостелах такі номери можуть оснащуватися двоярусними ліжками.

2Світова класифікація готельних номерів за кількістю спальних місць. В світовій практиці використовують змішану класифікацію номерів та варіантів розміщення в них (тобто, вказують тип номера, варіант розміщення в ньому, варіант харчування, вид з вікон номера). Таку класифікацію зустрічають у ваучерах.

Виділяють наступні основні типи номерів:

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

Світова класифікація номерів за кількістю місць має наступний вигляд:

- Single (SNGL, SGL) – одномісний номер;
- Double (DBL) – двомісне розміщення (такий номер може бути або з одним двоспальним ліжком, або з двома окремими ліжками (double twin));
- Triple (TRPL) – номер з двома ліжками і диваном, на якому, у разі потреби, можна розмістити дитину або дорослу людину;
- Quadruple (QDPL) – чотиримісний номер;
- Family room – сімейний номер, розміром більше стандартного номера;
- Double twin – двомісний номер з двома ліжками;
- Double for single use – це двомісний номер за заниженою ціною (середня ціна між ціною стандартних одномісного і двомісного номерів) виключно для однієї людини

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

Класифікація готельних номерів залежно від виду, що відкривається з вікон:

- Beach view – номер з видом на пляж;
- City view – номер з видом на місто;
- Dune view – номер з видом на дюни, піски;
- Garden view – номер з видом на сад;
- Inside view – вид на атриум або внутрішню частину готелю;
- Land view – номер з видом на околиці;
- Mountain view – вид на гори;
- Ocean view – номер з видом на океан;
- Park view – номер з видом на парк;
- Pool view – номер з видом на басейн;
- Sea view (SV) – номер з видом на море;
- Side Sea view (SSV) – номер з бічним видом на море.

2.4.3 Вимоги до оснащення номерів

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

- в готелі повинна бути мінімальна кількість типів номерів. При цьому назви типів номерів повинні відповідати традиційно прийнятим в готельній сфері;
- площі і оснащення номерів повинні відповідати нормативним вимогам або перевищувати їх;

- меблі та обладнання повинні бути зручними як для споживача, так і для його обслуговування персоналом.

Сучасні номери, як правило, складаються з житлової кімнати (або кімнат), передпокою, санітарного вузла. Житлова кімната однокімнатного номера суміщає ряд функцій: її використовують для сну, роботи, іноді для денного відпочинку, зберігання їжі, прийому гостей. Мінімальна площа номера передбачається не меншою 8 м² (табл.21).

Таблиця 21 – Площі номерів готелів різних типів

Категорії готелів	Назва номерів	Типи номерів			% номерів кожного типу
		Кількість кімнат	Кількість місць	Житлова площа, м ² , не менше	
5*	Президентський апартамент	3 та >	1(2)	30	Не >5
	Апартамент	2 та >	2	45	
	Дуплекс, люкс	2 та >	2	35	
	Напівлюкс, студіо	1	2	25	Не >35
	Номер I категорії	1	1(2)	14	Не <50
	Номер I категорії	1	2	16	
4*	Апартамент	2 та >	1(2)	50	Не >5
	Дуплекс, люкс	2 та >	2	35	
	Напівлюкс, студіо	1	1	16	
	Номер I категорії	1	1	10	Не <20
	Номер I категорії	1	2	15	Не <60
3*	Апартамент	2 та >	1(2)	40	Не >5
	Дуплекс, люкс	2 та >	1(2)	30	
	Номер I категорії	1	1	10	Не <20
	Номер I категорії	1	2	14	Не <70
2*	Люкс	2 та >	1(2)	30	Не > 5
	Номер I категорії	1	1(2)	9(12)	
	Номер II категорії	1	2	12	Не < 25
	Номер III категорії	1	3	16	Не <50

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

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

1. Унітаз, умивальник, біде, ванна або джакузі, душ, рушникосушильник, тепла підлога, фен, телефон, площею не менше 7,5 м²;

2. Унітаз, умивальник, ванна, душ, рушникосушильник, площею не менше 6,5 м²;

3. Унітаз, умивальник, ванна або душ, рушникосушильник, площею не менше 3 м²;

4. Унітаз, умивальник, площею не менше 2,2 м².

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

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

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

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

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

Висота допоміжних приміщень номерів повинна бути не менше 2,1 м. Ширина номерів готелів повинна бути не менше 2,4 м. Ширина передпокою номерів повинна бути не менше 1,1 м.

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

Номери мають відповідати таким основним санітарним вимогам:

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

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

б) наявність природної і штучної вентиляції;

в) звукоізоляція номерів підвищена, що забезпечує рівень шуму менше 35 дБА. Шумовий режим готельного комплексу один з істотних чинників, що визначає його побутові якості. Шум у номерах серйозний недолік, що знижує комфорт проживання. Особливо шкідливий шум великої гучності та частоти, а також безперервне тривале і одноманітне звучання, що лунає з будь-якого джерела звуку. На людину, що знаходиться в готелі, впливають внутрішні та вуличні шуми. Ізоляція житлових кімнат номерного фонду від внутрішніх шумів досягається зниженням шуму санітарно-технічного та інженерного устаткування, конструктивними заходами, що забезпечують нормальну звукоізолювану здатність захисних конструкцій, і планувальними заходами. Для захисту від вуличних шумів у ряді готельних комплексів, розташованих у великих містах, застосовують потрійне віконне скління, а туристські та курортні готелі, мотелі та кемпінги будують на відстані не ближче 50 метрів від проїжджої частини швидкісних доріг і висаджують уздовж цих доріг і вулиць дерева у 3–4 ряди;

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

Організація номерного фонду повинна бути спрямована на вирішення таких питань:

- забезпечення можливості максимальної завантаженості готелю в сезонний період;

- використання готелів для масового туризму в міжсезоння з пониженням їх категорійності і збільшенням місткості, тобто так званої шкали категорійності;
- гнучка відповідність житлового фонду змінам демографічного складу туристів;
- перспективне поліпшення комфортних умов помешкання споживачів готельних послуг завдяки трансформації номерів без реконструкції житлового фонду готелю.

Вимоги до меблювання номерів

Усі номери повинні мати вбудовані шафи для верхнього одягу, білизни, багажу, розміщені в передпокої або житловій кімнаті, із мінімального розрахунку одна шафа (0,60 м х 0,55 м) на одного проживаючого. Допускається заміна вбудованих шаф корпусними меблями.

У номерах з кількістю кімнат три і більше при спальних приміщеннях слід передбачати гардеробні площею не менше 6 м².

Для всіх типів номерів порядок розміщення меблів залежить від розмірів і конфігурації номера, його жилої площі, розміщення віконних і дверних отворів. Найбільш складним для розміщення меблів вважається однокімнатний номер, оскільки потребує сумісництва зон для сну, роботи, відпочинку і зберігання речей.

Залежно від форми житлової кімнати, розміщення меблів виконують у різні способи: однобічне розміщення – в житловій кімнаті у формі подовженого прямокутника або з частковим винесенням меблів на торцевий бік, дво- або трибічне – для приміщень квадратної форми (рис. 21).

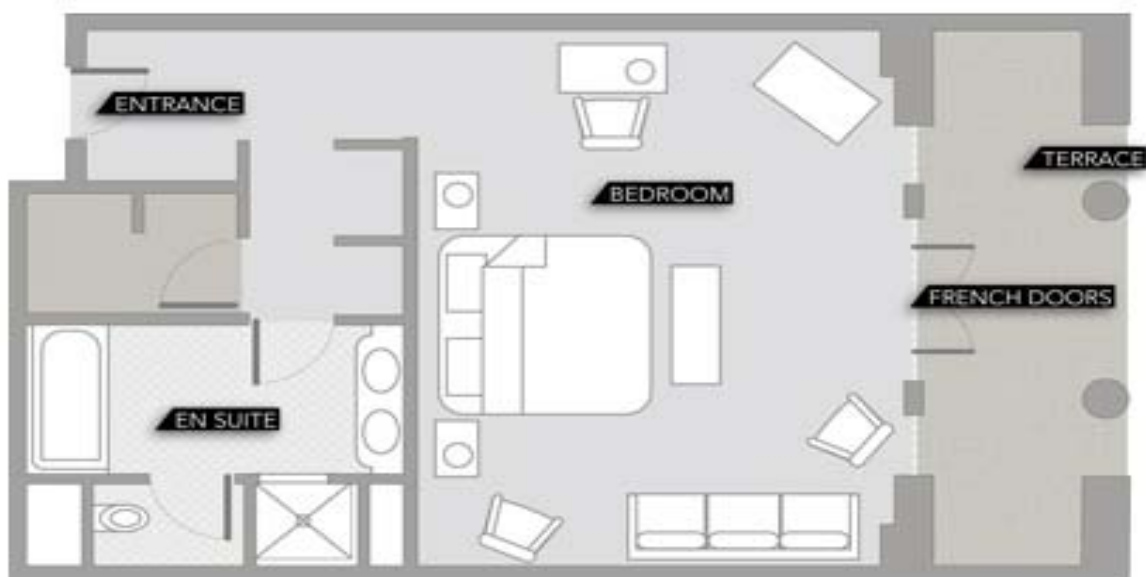


Рисунок 21 – План двомісного номеру

Розміщуючи меблі, треба враховувати норми розривів і проходів між меблями: так, мінімальний прохід для однієї людини – 60 см, для двох – 110 см, мінімальна відстань від стіни до пристінної меблі – 5 см, максимальна – 55 см. (додаток К).

Розглянемо вимоги, що висуваються до готельних меблів.

Найголовніше, що необхідно для якісного відпочинку. – ліжко. Воно повинно бути зручним, ортопедичним і легким в пересуванні для покоївок. Кожен номер, в залежності від свого класу і категорії готелю, повинен бути забезпечений ліжком (ліжками) певної ширини:

для двох зірок – 0,8–1,9 м,

для трьох зірок – 0,9–2 м,

студії, люкси, апартаменти – 1,6–2 м,

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

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

Мінімальна ширина вбудованої шафи в номері варіюється в межах:

– 60 см – у двомісному номері,

– 90 см – у тримісному номері;

– 120 см – у чотирьохмісному номері.

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

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



Питання для самоконтролю

1. Структура та призначення приміщень житлової групи.
2. Вкажіть вимоги до організації приміщень для побутового обслуговування на поверсі.
3. Охарактеризуйте призначення віталень, холів, коридорів.
4. Основні вимоги до оснащення готельних номерів.

5. Який інвентар повинні мати різні види санвузлів.
6. Способи розміщення меблів у номерах та їх характеристика.
7. Назвіть та опишіть основні типи номерів.
8. Класифікація номерів за призначенням.
9. Класифікація готельних номерів за кількістю кімнат.
10. Класифікація готельних номерів залежно від виду, що відкривається з вікон.

Тести

1. До групи житлових приміщень входять:
 - а. житлові кімнати;
 - б. приміщення поповерхового обслуговування;
 - в. приміщення громадського призначення (дитячі кімнати);
 - г. всі відповіді правильні.
2. Приміщення, що їх відокремлено від людського потоку різними декоративними перегородками, – це:
 - а. коридори;
 - б. вітальні;
 - в. холи;
 - г. номери.
3. Комунікаційний вузол, котрий з'єднує ліфти, сходи з номерним фондом готелю та іншими приміщеннями, – це:
 - а. холи;
 - б. вітальні;
 - в. сходи;
 - г. коридори.
4. На житлових поверхах готелів допускається влаштування приміщень громадського призначення за умови:
 - а. шумозахисту житлових приміщень;
 - б. нестачі місця в готелі;
 - в. невеликої місткості готелю;
 - г. немає правильної відповіді.
5. Який тип номерів найчастіше використовується в готелях?
 - а. одномісний;
 - б. двомісний;
 - в. сімейного типу;
 - г. багатомісний?
6. Яка температура повітря має бути у приміщеннях номера:
 - а. від 18 до 22 °С;
 - б. 22 °С та більше;
 - в. від 22 до 25 °С;
 - г. немає правильної відповіді.
7. Мінімальна площа номера має бути не менше:
 - а. 15 м²;

- б. 8 м^2 ;
- в. 7 м^2 ;
- г. 11 м^2 .

8. Сукупність відмітних характерних ознак, що властиві для номера. – це:

- а. тип номера;
- б. клас номера;
- в. характеристика номера;
- г. немає правильної відповіді.

9. Зазвичай великий номер з двома кімнатами, розділеними дверима. – це:

- а. люкс;
- б. апартаменти;
- в. сьюїт;
- г. бізнес.

10. Висота житлових приміщень від підлоги до стелі:

- а. не менше 2,5 м;
- б. не менше 2,3 м;
- в. більше 2,7 м;
- г. від 2 до 2,5 м

Практичне завдання

На основі вимог ДБН В.2.20:2008 «Будинки і споруди. Готелі» розрахувати склад та площу номерного фонду: готелю 3* на 56 номерів ; готелю 5* на 100 номерів; готелю 4 * на 250 місць; готелю 3* на 60 номерів; готелю 5* на 70 номерів.

Розрахунок оформити у вигляді нижченаведеної таблиці

Розрахунок номерного фонду готелю категорії 3 зірки місткістю 100 номерів (приклад)

№ п/п	Категорія номеру	Характеристика номера						Кількість номерів даної категорії, шт.	Площа яку займають номери даної категорії, м^2
		Кількість кімнат	Кількість місць	Житлова площа, м^2	Площа сан. вузлів, м^2	Площа передпокою, м^2	Загальна площа номеру, м^2		
1	Апартамент	3	2	40	8,7	2	50,7	2	101,4
2	Люкс	2	2	30	5,2	2	37,2	2	74,4
3	Стандарт	1	2	10	3	1,5	14,5	75	1087,5
		1	1	10	3	1,5	14,5	46	667
4	Стандарт для інвалідів	1	1	12	3,6	2,4	18	5	90
Разом		—	—	102	23,5	9,4	134,9	130	2020,3

РОЗДІЛ III

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ТЕХНОЛОГІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛІ

ТЕМА 3.1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СЕРВІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

План

- 3.1.1 Сервісна діяльність як основа продуктивної активності готелю.
 - 3.1.2 Сутність та особливості готельних послуг.
 - 3.1.3 Характеристика основних моделей гостинності.
 - 3.1.4 Поняття технології гостинності. Моделі сервісного процесу.
-

***Ключові слова:** сервіс, продуктивна активність готелю, темоцентрична акція, адаптація, доместикація, ергономіка, софтизація, сервісні дії, сервісні стосунки, закон енергетичної ефективності, готельні послуги, основні послуги, додаткові послуги, стандарт обслуговування, моделі гостинності, американська модель, європейська модель, готельна сегрегація, азіатська модель, східноєвропейська модель, гостинність, технологічна концепція гостинності, гуманітарна концепція гостинності, комерційна концепція гостинності, технологія, ядро просторової структури, додатковий монопростір, допоміжний монопростір, технологічні цикли.*

3.1.1 Сервісна діяльність як основа продуктивної активності готелю

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

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

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

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

Об'єктом виступає відвідувач, що тимчасово мешкає в номері готелю. Суб'єкти перетворюють тимчасове проживання об'єкту на надійний,

ефективний спосіб подолання втоми. Створений комфорт в готелі виступає системою гарантій культурно-психологічної стійкості, що спрямована на зміцнення життєдайних якостей відвідувача.

Крім того, готельне господарство як самостійний елемент інфраструктури вирішує одне з протиріч між індивідуальними потребами людини та відчуженням соціального середовища (як то – самотність, безвихідне становище, незахищеність). І тут саме сервіс в готельному господарстві формує у відвідувачів *стійке соціально-психологічне самопочуття та надійний захист, які досягаються комплексом заходів* (матеріальні умови готелю, ефективна сервісна діяльність), що носить назву **«продуктивна активність готелю»**. В основі продуктивної активності готелю лежить філософія бізнесу. В свою чергу філософія реалізується на основі темоцентричної акції.

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

В готельній сфері темоцентрична акція – метод встановлення балансу між ступенем комфортності гостя та основними функціональними задачами готелю. Даний метод передбачає пріоритет в подоланні перепон, виправленні порушень, що пов'язані з комфортним перебуванням гостя в готелі. Тому розвиток темоцентричної акції – це явище тонкої дипломатії, яке визначає цінність гостинності – формування психотерапевтичного ефекту, захищає практичну суть готельного господарства і визначає його конкурентоспроможність (рис. 22).

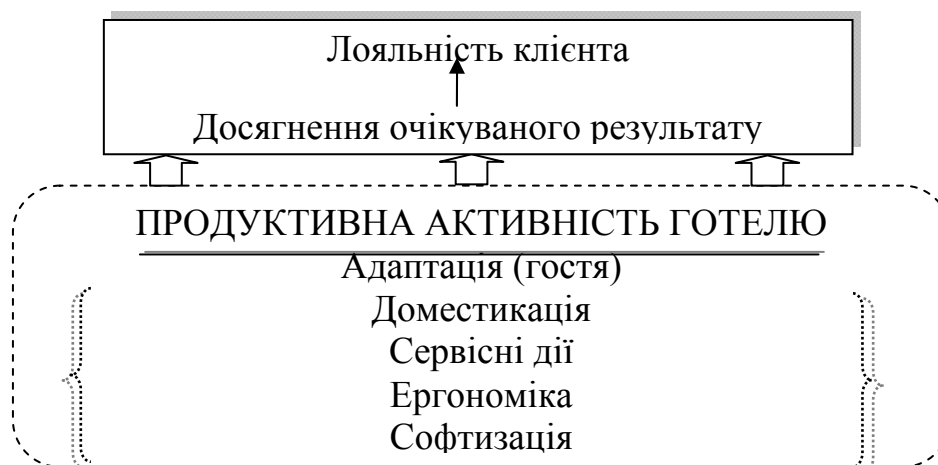


Рисунок 22 – Система забезпечення лояльності клієнта в готелі

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

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

Розглянемо ці складові більш детально.

Адаптація. Прибуття гостя в готель супроводжується потребою в задоволенні його багаточисельних бажань. Він прагне швидше відпочити, відчуті очікуваний результат від задуманих планів, відчуті безпомилковість вибору, побачити оригінальність нового місця, привітну гостинність. За зустрічню відвідувачів слідує: надання номерів, характеристика умов для мешкання; режим роботи готелю. У такій ситуації будь-яке відхилення від очікуваного результату – це вибух емоцій, виникнення неминучого конфлікту. І, як результат, втома активізує агресивність в його характері. *До адаптаційних ознак слід віднести:* блиск предметів санітарно-гігієнічного призначення; забезпеченість аксесуарним приладдям; свіжість порт'єр; безшумність роботи дверей; чистоту вікон та інше. «Родзинкою» аксесуарів може бути: свіжа квітка у вазі, мінеральні напої; інформація про готель, про місто; про розташування готелю, про інші культурні об'єкти. Аксесуарне оформлення номера створює піднесений емоційний настрій, зміцнює асоціації того, що тут ретельно готувалися до прийому гостей.

Домістикація. Поселення в номер готелю – подія об'ємного характеру. Темоцентрична акція, усуваючи «дрібниці», формує *домістикацію*, яка враховує як соціально-психологічний чинник, так і національно-культурну особливість відвідувачів. Як відомо, використання деталей в облаштуванні

готельного номера може підсилити відчуження, а може оперативно його усунути. Головною умовою домістикації є *сервісні дії*, серед яких пріоритет надається технології гостинності. В усіх технологічних аспектах матеріальної основи гостинності реалізується тактика «невидимих процесів». Збалансований в такий спосіб номер готується до розкриття сервісних стосунків. Він стає об'єктом бізнесу, відмітні якості якого припускають:

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

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

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

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

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

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

3.1.2 Сутність та особливості готельних послуг

В умовах конкурентного ринку послуг гостинності прагнення підприємств до максимізації прибутку спонукає готель забезпечити не лише проживання та харчування, а й розширювати асортимент і обсяг додаткових послуг. Це збагачує зміст поняття «готельний бізнес», розширює сферу діяльності готельних підприємств.

Економічна сутність готельного бізнесу як сфери послуг, полягає у нематеріальному характері її діяльності. **Особливістю послуг гостинності** є те, що вони є головним продуктом виробничо-експлуатаційної діяльності готелів, створюються й реалізуються в межах одного підприємства. Отже процес обслуговування, де поєднуються виробництво та споживання послуг називається «наданням послуг».

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

Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, що надаються споживачу при розміщенні та проживанні в готелі:

основні послуги – обсяг послуг готелю (проживання, харчування тощо), що входить до ціни номера (місця) і надається споживачу згідно з укладеним договором;

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

Результатом господарської діяльності, що підкреслює комплексний характер готельних послуг, є готельний продукт. Він може бути трьох типів:

- основний (послуги розміщення та обслуговування);
- супутній (комплекс послуг і товарів, необхідних клієнтам для використання основного продукту, наприклад, надання телефонного зв'язку, побутових послуг);
- додатковий продукт (послуги, що виділяють готель серед конкурентних аналогічних продуктів, наприклад, послуги сауни, SPA-центру).

Слід зазначити, що всі вищезазначені послуги взаємодоповнюються і сприймаються клієнтами як єдине ціле. Крім того, послуги, що виступають на одному ринку супутнім продуктом, на іншому можуть бути додатковими.

Серед особливостей готельних послуг, що відрізняють їх від товару, можна виділити такі: нематеріальний характер, обмежені можливості

зберігання послуги, терміновий характер послуг, сезонний характер послуг, неоднорідність якості надання послуги (неповторність) (рис. 23).



Рисунок 23 – Характерні особливості готельних послуг

Для забезпечення якості послуг, їх уніфікації (приведення послуг до однотипності – можливості їх однакової повторюваності) в готелях розробляються стандарти обслуговування.

Стандарт обслуговування – це комплекс обов'язкових для виконання правил обслуговування клієнтів, який має гарантувати встановлений рівень якості всіх виробничих операцій.

Стандарт обслуговування є *ідеальною послугою* (абстрактна теоретична модель сервісної діяльності), яка визначає формальні критерії оцінювання якості технології обслуговування в готелі, що ґрунтуються на маркетингових дослідженнях вимог споживачів до їх якості.

Враховуючи спеціалізацію готелів, їх територіальну сегментацію, концепцію діяльності, неможливо встановити єдині стандарти технологічних процесів. Тому кожний готель розробляє власну систему стандартів обслуговування, яка вивіряється роками, або використовує стандарти відомих готелів.

3.1.3 Характеристика основних моделей гостинності

В світовій практиці існує 4 моделі гостинності (європейська, азійська, американська, східноєвропейська). Розглянемо їх детальніше.

Готельний ринок в регіонах світу розвивався неоднорідно. В одних регіонах, які були піонерами готельної індустрії (Європа) вже склалися традиції та правила, що стали взірцем для молодих регіонів. Інших регіонів (Південно-Східна Азія) готельний бум торкнувся тільки в кінці XX сторіччя, що й викликало досить великі відмінності в зовнішньому і у внутрішньому виразах систем гостинності.

Європейська модель готельного бізнесу має ряд суттєвих відмінностей, оскільки, як вже було сказано, це найстаріший готельний ринок в світі з колосальним досвідом прийому і обслуговування гостей, а на територіях всіх європейських країн була введена єдина система класифікації готелів і стандартизації їх послуг. З цих причин європейська гостинність по праву вважається за гостинність «високого польоту» і високої репутації. Крім того, європейський готельний ринок найбільш поширений.

Відмінними рисами європейської гостинності можна назвати:

- прагнення європейських готелів до скорочення місткості номерного фонду, що підсилює індивідуалізацію обслуговування клієнтів, допомагає працівникам враховувати всі суб'єктивні особливості гостей;
- головна перевага готелів не в розкоші інтер'єрів або технічному оснащенні, а у вишуканих і стильних інтер'єрах, розроблених іменитими

дизайнерами, високій репутації і популярності готелю, висококласному обслуговуванні;

- найбільш дорогі готелі розташовуються в старовинних особняках, в історичних центрах європейських міст або в замках в сільській місцевості;

- автоматизація європейських готелів не замінює особистих стосунків з гостями.

Крім того, в Європі найбільш виражена *готельна сегрегація* – процес, коли фешенебельні готелі будуються в найбільш дорогих районах міст або в найбільш престижних курортних місцевостях. Готельна сегрегація передбачає, що споживач не зіткнеться ні перед входом в готель, ні в холах чи громадських приміщеннях готелю з людьми іншого соціального статусу, що дозволяє забезпечувати не тільки безпеку, але і комфорт гостей готелю.

З іншого боку, європейські готелі є самими дорогими в світі внаслідок зменшення номерного фонду і зростання штату працівників. Вони вимагають дотримання клієнтом традицій і правил, прийнятих в готелі.

Що стосується готелів туристичного класу або класу люкс, вони позбавлені вишуканості і стилю, розташовуються в менш престижних місцевостях, пропонують гостям стандартний набір додаткових послуг. Але через їх орієнтованість на середній і бідний класи, дуже популярні серед іноземних туристів. З цієї причини вони досить місткі.

Європейський сервіс враховує національні і культурні особливості тих країн, в яких він працює, що дозволило готелям досягти значних успіхів в міжнародному бізнесі.

Азійська модель гостинності протилежна європейській. Любов азіатів до розкоші, показного багатства, їх гігантоманія позначилися і на готелях. Саме в Азії знаходяться найвищий (Шанхай), наймісткіший (Бангкок), найрозкішніший (Дубай) готелі світу. Якщо в Європі категорія готелю обернено пропорційна його місткості (чим розкішніший готель, тим менше його номерний фонд), то в Азії все навпаки. Чим вища категорія готелю, тим більша і вища його будівля, тим більша прилегла територія, тим більш розвинена його інфраструктура. Відмінними рисами азійських готелів класу люкс є:

- найбільш вдале місце розташування (як курортні, так і міські готелі розташовуються в найпопулярніших місцевостях), на мінімальному віддаленні від туристичних об'єктів і рекреаційних ресурсів;

- велика площа номерів, громадських приміщень;

- велика місткість (наприклад, пляжні готелі в Туреччині категорії **** або ***** мають номерний фонд, розрахований мінімум на 500 осіб);

- розкіш і багатство інтер'єрів і екстер'єру готелів, не стандартне оформлення номерів.

Перевагами азійської системи, безперечно, є:

- невисока вартість і доступність готельних послуг (що пояснюється нижчим, ніж в Європі, рівнем життя, вартістю робочої сили, великою місткістю готелів);

- можливість користування різноманітною інфраструктурою і додатковими послугами (практично всі готелі класу люкс мають басейни, фітнес-центри, анімацію, дитячі клуби, нічні дискотеки);

- багато підприємств готельної індустрії країн Сходу вводять систему харчування, що не має аналогів, – «все включено», «ультра-все включене».

Недоліками мешкання в азійських готелях можна вважати:

- незручності гостей, викликані величезною місткістю готелів (скупчення людей біля ліфта, в ресторанах, в басейнах, на пляжах);

- часто готель може бути багатшим, але без смаку оформлень, не мати загального для всього комплексу стилю, відмінних рис;

- падіння якості готельних послуг, спричинене, знову ж таки, великим обсягом роботи (місткістю).

Азійська модель організації готельного бізнесу, яка набуває все більшого поширення в світі, запроваджена японськими і сянганськими (гонконгівськими) готельними ланцюгами. Ця модель відрізняється більшою гнучкістю в організації готельного бізнесу і значною мірою реагує на міжнародну експансію. За оцінками експертів, в 2019 р. половина з 10 лідируючих готельних ланцюгів в світі матиме азійське коріння.

Американська модель гостинності має риси як європейської, так і азійської моделей. Так, в центрах найбільших і старих американських міст (Філадельфія, Бостон, Новий Орлеан) поширені готелі класу люкс, які відповідають критеріям типових європейських готелів (вишуканий стиль, невеликі розміри, індивідуальне обслуговування). З іншого боку, основні курорти і туристичні центри Америки (Майамі, Лос-Анджелес, Лас-Вегас) забудовані готелями, котрі зовні і внутрішньо нагадують азійські (велика місткість, розкіш, величезна розвинена інфраструктура).

Що стосується стилю управління за американською моделлю, то така модель ґрунтується на суворому централізованому контролі і підпорядкована американському менталітету. Ця модель побудована на експорті стандартизованого готельного продукту, що гарантує клієнтам виконання зобов'язань і узгодженість в межах суворого контролю операцій системою централізованого управління, за допомогою інструкцій. Інструкції є

деталізованим описом технології і необхідних дій з виконання процедур надання готельних послуг і управління ними.

Проте в кінці 80-х років XX ст. американська модель почала давати збій. Зниження її ефективності було пов'язане, насамперед, із зміною характеру споживчого попиту, насиченням світового ринку стандартизованою продукцією американського масового виробництва. Для багатьох споживачів готельних послуг стандартизоване розміщення перетворилося з переваги в головний недолік.

Криза американської моделі організації і управління готельним бізнесом проявляється в різних формах, у тому числі і виході на світовий ринок японських, британських, гонконзьких, скандинавських і французьких готельних ланцюгів, які потіснили американські компанії.

Східно-європейська модель гостинності виділяється окремо від європейської через наявність великої частки пострадянських підприємств готельної індустрії і також, як і американська, сусідством готелів, типових як для європейської, так і для азійської моделей. Підприємства готельної індустрії пострадянського простору більше відповідали азійській моделі гостинності. З іншого боку, сучасний етап розвитку готельного ринку на пострадянському просторі Європи характеризується будівництвом нових засобів розміщення, типових як для Європи, так і для Азії (європейські – «Берлін-Савой», «Нєвський палац», азійський «Президент-готель»).

Слід зазначити, що в даний час спостерігається певне зближення всіх перерахованих моделей між собою. Відбувається запозичення готельними корпораціями найбільш ефективних управлінських методів, а також обмін інноваціями.

3.1.4 Поняття технології гостинності. Моделі сервісного процесу

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

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

Прийом гостя, гостинність – фундаментальні поняття людської цивілізації. Людське життя має перебіг у певному просторі, і наука семіотика поділяє простір людського життя на два просторових поля: замкнене і розімкнене. «Замкнене поле» – простір, «окреслений» людиною у вигляді «кола надійності та безпеки» для здійснення основних психофізіологічних функцій.

У потребі «замкненого простору» проявляються біологічні особливості людської природи – від материнської утробы, доісторичної печери до

сучасної квартири і котеджу. «Мій дім – моя фортеця», – говорить англійське прислів'я. «Будинок – машина для житла», за визначенням французького архітектора Ле Корбюзє.

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

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

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

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

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

Структура виробництва послуг визначається наявністю відповідних ресурсів, розробкою технологічних процесів, їх випробуванням, контролем, прийомом, оцінкою і процесом обслуговування (рис. 24).



Рисунок 24 – Процес надання послуг

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

Технологічна концепція визначає організацію комфортних умов гостинності через створення технологічного стандарту (рис. 25).

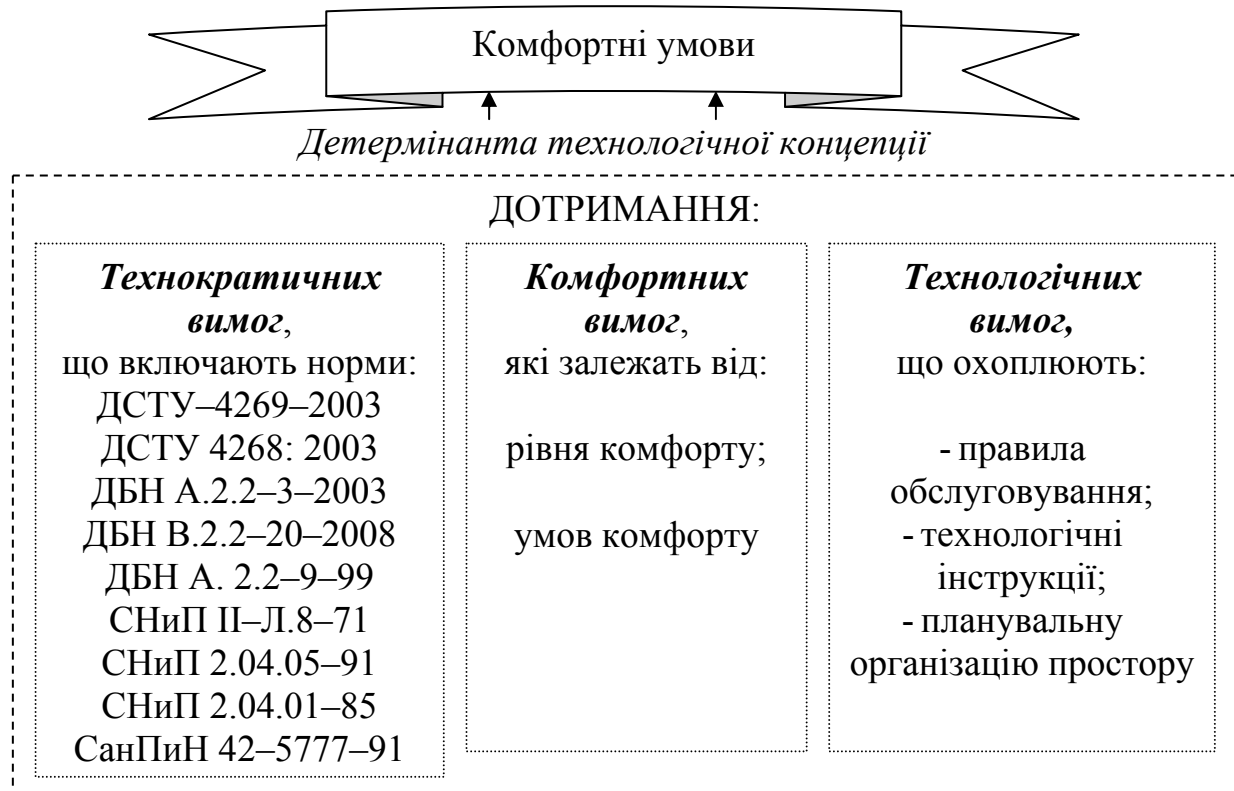


Рисунок 25 – Технологічна концепція гостинності

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

Детермінантою **гуманітарної концепції гостинності** є гасло: «Клієнт завжди має рацію», яка вимагає гостинної поведінки від обслуговуючого персоналу (рис. 26).

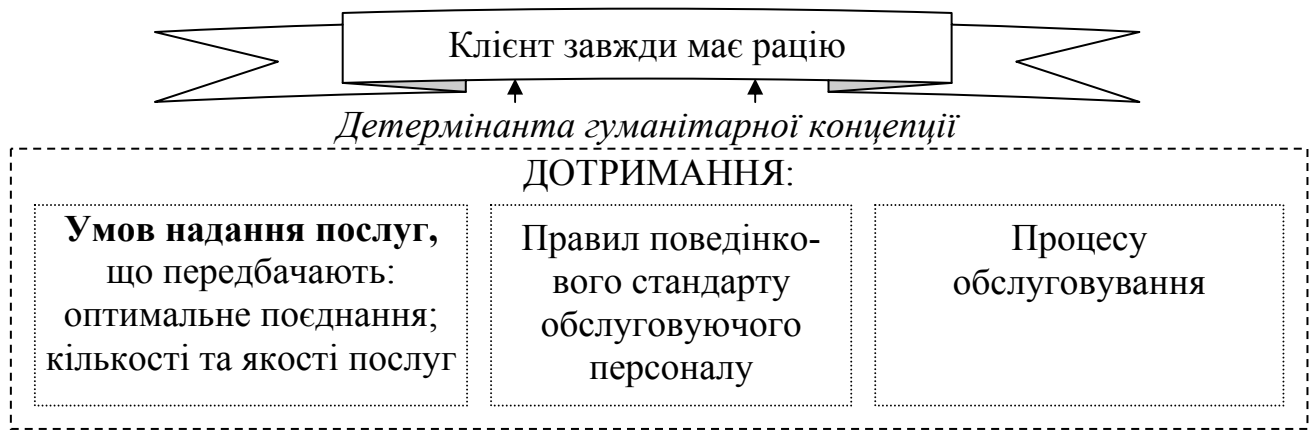


Рисунок 26 – Гуманітарна концепція гостинності

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

Вимога якості готельних послуг визначає розробку **комерційної концепції гостинності**, в основі якої лежить врахування динаміки цін і послуг (рис. 27).

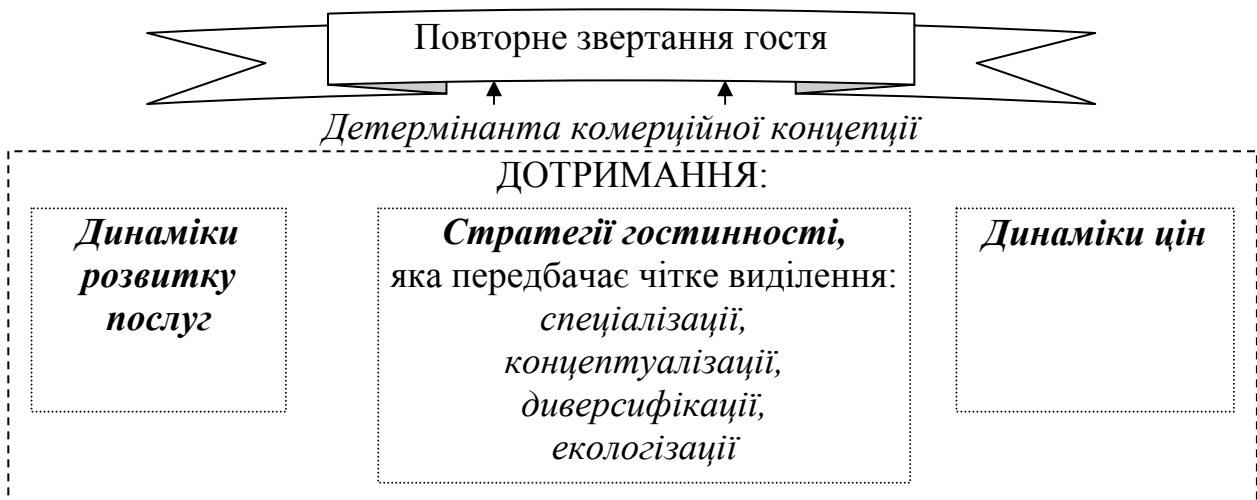


Рисунок 27 – Комерційна концепція гостинності

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

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

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

Існують певні правила організації ефективного сервісу (табл. 22)

Таблиця 22 – Правила організації ефективного сервісу

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

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

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

Моделювання сервісно-виробничого процесу здійснюється шляхом розроблення іконографічних моделей, які відображають зв'язок між об'єктами технологічного процесу у вигляді блок-схем (рис.28).

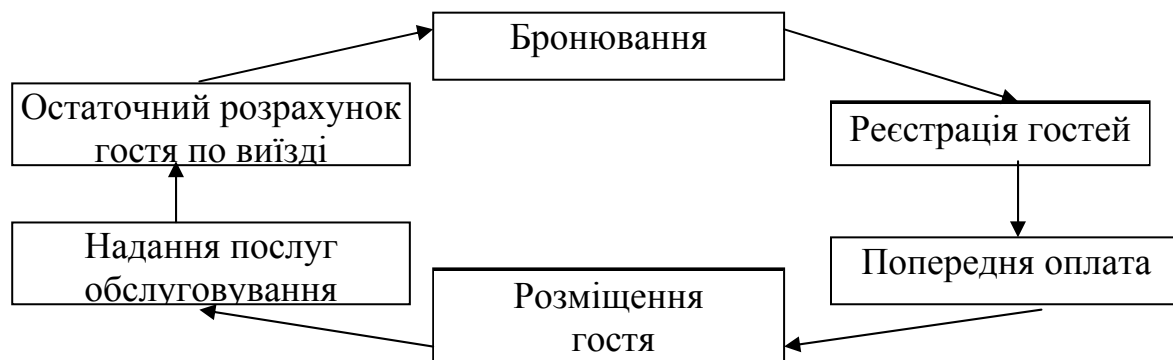


Рисунок 28 – Технологічний цикл обслуговування в готелі

Модель являє собою графічно-схематичне зображення послідовності здійснення технологічного процесу, його стадій і операцій та містить інформацію про матеріально-технічне забезпечення (апаратне оформлення) процесу. Модель сервісного процесу в готелі має відповідати його концепції, зірковості та відображати основні елементи його специфіки. Так, наприклад, сервісна модель агроготелю, яка покликана популяризувати сільські традиції, захист навколишнього середовища, забезпечувати комфортний відпочинок гостей в умовах еколандшафту може виглядати так (рис.29).

Отже, сервісні моделі розробляються на основні етапи сервісно-виробничого процесу згідно з функцією готелю, а саме: зустріч, реєстрація і розміщення гостей; організація проживання; організація харчування; організація надання додаткових послуг.

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

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

Основними технологічними складовими є технологічні процеси, що охоплюють технологічні цикли, технологічні операції й технологічні елементи, які відповідають основній функції певного виробництва:

- готельне підприємство надає «дах»;
- ресторан – харчування;
- туристична фірма – тур.

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

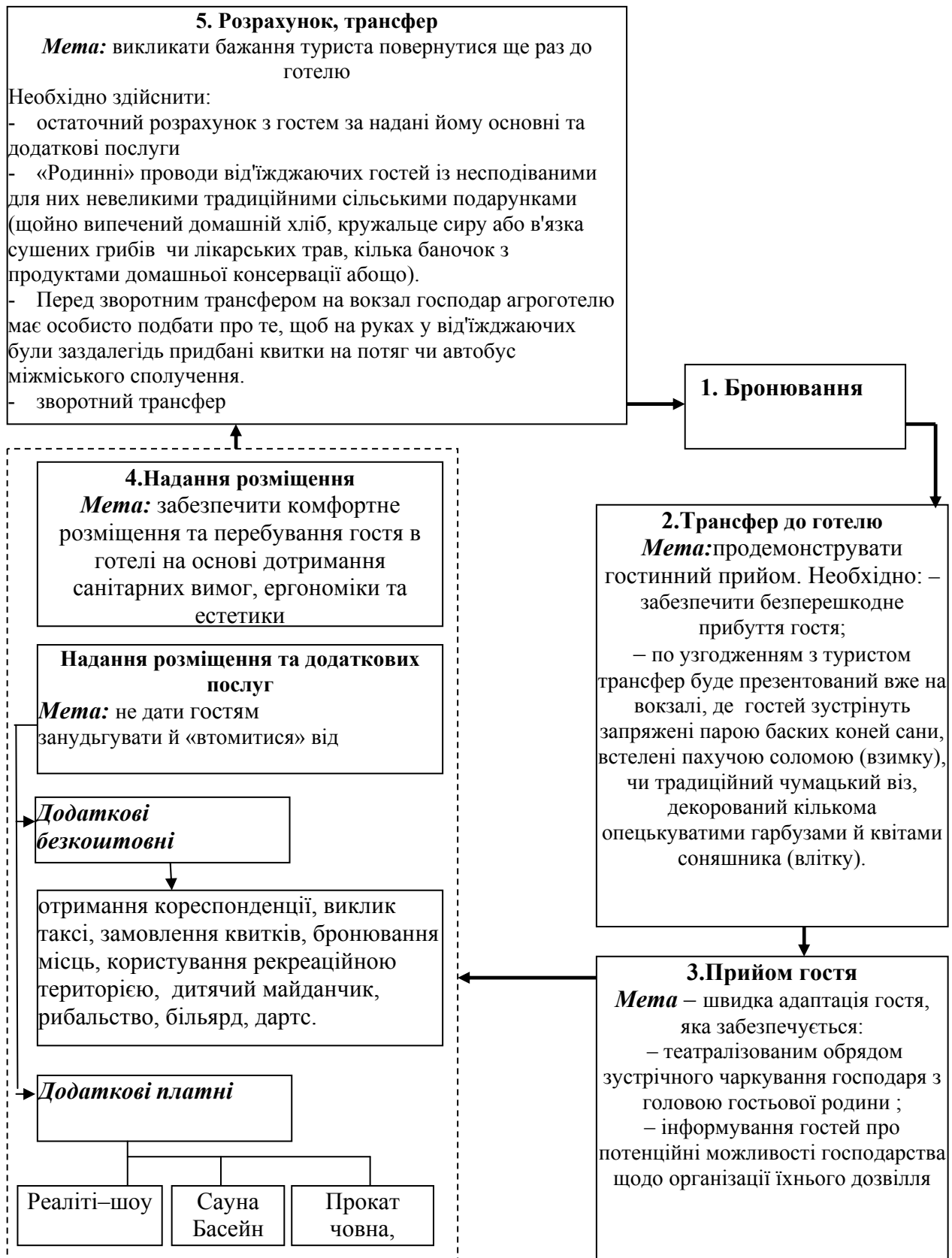


Рисунок 29 – Модель сервісного процесу на прикладі агро-готеля

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

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

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

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

Розрізняють шість видів обслуговуючих технологічних циклів:

- клінінговий житлових приміщень,
- клінінговий нежитлових приміщень,
- ведення білизняного господарства,
- використання засобів для миття і чищення,
- інформаційні технології.

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

За призначенням розрізняють такі операції:

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

обслуговувальні – ремонт, прибирання, складування продукту;

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

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

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

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

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

Технологічна карта має містити наступну інформацію:

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

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

Отже, технологічні процеси в готелях є однаковими і спрямовані на забезпечення високих стандартів якості обслуговування, а технологічні

операції в готелях різняться. Залежать вони від рівня оснащення готелю, від ставлення працівників готелю до критеріїв якості. Але в кожному готелі якість технічного обслуговування забезпечується технологічною документацією, якою є стандарти, інструкції, технологічні карти та ін.



Питання для самоконтролю

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

Тести

1. Гостинність як науковий термін – це...

- а) система заходів та порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших побутових, господарчих і культурних запитів гостей туристичних підприємств, їх запобігливого обслуговування наданням низки послуг;
- б) результат безпосередньої взаємодії виконавця та споживача, а також особиста діяльність виконавця, спрямована на задоволення потреб споживача;
- в) сукупність економічних відносин, які утворюються у процесі виробництва, реалізації та організації споживання цих послуг;
- г) результат діяльності готельного підприємства, спрямованої на задоволення відповідних потреб туриста.

2. Характерною особливістю сучасного обслуговування в готелі є...

- а) централізація реалізації послуг;
- б) децентралізація реалізації послуг;
- в) спеціалізація готельних послуг;
- г) диверсифікація готельних послуг.

3. Готельні послуги поділяються на:

- а) основні і додаткові;
- б) основні і допоміжні;
- в) платні і безкоштовні;
- г) послуги розміщення і харчування.

4. *Додаткові послуги з точки зору задоволення попиту на них доцільно поділити на групи, що:*

- а) полегшують перебування туристів у готелі і туристичному районі;
- б) збагачують знання туристів про район, країну;
- в) надають послуги харчування;
- г) підвищують рівень комфорту в номерах.

5. *До групи додаткових послуг, що підвищують рівень комфорту в номерах, відносять:*

- а) подання закусок і напоїв у номер;
- б) медичні та косметичні процедури;
- в) встановлення додаткового обладнання в номері;
- г) організація екскурсій та зустрічей.
- д) створення умов для проведення конференцій та ін.

6. *Темоцентричні ефекти досягаються за рахунок:*

- а) своєчасного оновлення матеріально-технічної бази;
- б) ергономіки, софтизації;
- в) підвищення конкурентоспроможності закладу розміщення;
- г) адаптації, сервісних дій;
- д) наближення умов перебування у готелі до домашніх;
- е) правильного розподілу фінансів на підприємстві.

7. *Гасло «Клієнт завжди має рацію» – це детермінанта:*

- а) комерційної концепції гостинності;
- б) гуманітарної концепції гостинності;
- в) інформаційної концепції гостинності;
- г) технологічної концепції гостинності;

8. *В основі комерційної концепції гостинності лежить:*

- а) розробка технологічних стандартів;
- б) оптимальне поєднання кількості та якості послуг;
- в) нагляд за дотриманням персоналом належної поведінки;
- г) облік динаміки цін та послуг.

Практичне завдання

Скласти модель сервісного процесу в готелях типу (на вибір): діловий готель, мотель, туристичний готель, туристично-спортивний готель, агроготель, конгрес-готель, спа-готель

ТЕМА 3.2. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ СЛУЖБИ ПРИЙОМУ І РОЗМІЩЕННЯ

План

- 3.2.1 Функції і завдання служби прийому і розміщення
- 3.2.2 Організація роботи служби прийому і розміщення
- 3.2.3 Технологія прийому та реєстрації в готелі

Ключові слова: *Front office, Back office, анкета гостя, реєстраційна картка, рахунок, реєстрація, реєстрація зміни номера, відкриття рахунку клієнта, форми оплати*

3.2.1 Функції і завдання служби прийому і розміщення

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

Служба, з якою в першу чергу стикається споживач, називається службою прийому і розміщення. Саме працівники цього сегмента постійно знаходяться в безпосередньому контакті з клієнтом, формуючи його думку про готель.

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

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

Основними працівниками цього підрозділу є адміністратори, портьє, телефоністи, менеджери служби бронювання, піднощики багажу.

Фахівці служби прийому зобов'язані вміти не тільки добре знатися на питаннях бронювання номерів і брати участь в заселенні постояльців, але й

вміти залагоджувати конфлікти з клієнтами, бути дипломатичними в тих випадках, коли ексцентричність клієнта виходить за рамки здорового глузду.

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

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

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

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

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

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

Таблиця 23 – Склад персоналу служби прийому і розміщення готелю

Функціональна зона	Найменування посади	Функціональні обов'язки працівника
1. Стійка реєстрації	Адміністратор портьє	• Реєстрація гостей • Визначення форм і розмірів депозитів, авторизація кредитних карт гостей • Підготовка і видача ключів від номерів • Внесення реєстраційних записів про гостя в інформаційну систему • Інформаційне обслуговування • Продаж номерів гостям без попереднього бронювання
	Касир	• Обробка і обслуговування рахунків гостей • Нарахування і прийом платежів • Контроль поточної заборгованості • Підготовка розрахункової документації і звітів • Нарахування сум, що залишилися
2. Вхід в готель	Швейцар	• Зустріч гостей біля входу готелі • Піднос багажу в хол готелю • Контроль потоку машин перед входом
3. Хол готелю	Конс'єрж	• Заовлення транспорту для зустрічі/проводів гостей • Надання транспорту готелю в оренду • Заовлення театральних, екскурсійних, авіа- та залізничних квитків • Інформаційне обслуговування гостей в готелі
	Менеджер зі зв'язків з гостями	• Здійснення комунікацій з клієнтами готелю • Розгляд скарг і побажань гостей • Організації зустрічі і надання додаткових послуг VIP-гостям
	Піднощик багажу (белмен)	• Супровід гостя та його багажу в номер після реєстрації • Здача і видача багажу з камери схову • Повідомлення необхідної інформації про готель
	Посильний	• Доставка пошти, газет, приватних повідомлень до номера • Інформаційне повідомлення між службами готелю
4. Телефонний вузол, комутатор	Телефоністка	• Отримання зовнішніх дзвінків, надання інформації про готель зовнішнім абонентам • Здійснення зв'язку зовнішніх абонентів з гостями і працівниками готелю • Планування побудок, передача повідомлень

Функції служби прийому і розміщення полягають у:

- процесі реєстрації гостей, розподілі та реалізації номерів;
 - обробці замовлень на бронювання, коли в готелі немає спеціального підрозділу або коли він закритий;
 - координації всіх видів обслуговування клієнтів;
 - забезпеченні гостей інформацією про готель, місцеві визначні пам'ятки та іншою інформацією;
 - забезпеченні керівництва готелю точними даними про використання номерного фонду (звіт про статус номерів);
 - підготовці та видачі платіжних документів (рахунків) за надані послуги і здійсненні остаточних розрахунків зі споживачами.
- Служба порт'є здійснює контроль за номерним фондом готелю, веде картотеку зайнятості номерів, наявності вільних місць та виконує функції інформаційного центру.

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

Таблиця 24 – Операційний процес обслуговування в готелі

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

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

Відповідно до «Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення і надання готельних послуг», затверджених Наказом Державної туристичної адміністрації України від 16 березня 2004 р., готелі зобов'язані надавати клієнту необхідну, об'єктивну, доступну і своєчасну інформацію про готельні послуги [7]. Саме на етапі реєстрації клієнта інформація доводиться до його відома у доступній, наочній формі і повинна розміщуватись у службі прийому і розміщення (рецепції) у зручному для огляду місці та містити:

- нормативні документи, згідно з вимогами яких повинні надаватись готельні послуги;
- правила користування готелями і аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг;
- свідоцтво про присвоєння готелю категорії;
- копію сертифіката на послуги, що підлягають обов'язковій сертифікації;
- копію ліцензії, якщо даний вид діяльності підлягає ліцензуванню;
- прейскурант на номери (місця);
- перелік основних послуг, що включені у ціну номера (місця);
- перелік і ціну додаткових послуг, що надаються за окрему плату;
- інформацію про форму і порядок оплати послуг;
- перелік категорій осіб, які мають право користуватися послугами на пільгових умовах у відповідності з законодавством;
- інформацію про роботу закладів ресторанного господарства, торгівлі, зв'язку, побутового обслуговування та інших закладів, розташованих у готелі. Якщо вони відсутні – інформацію про розташування і режим роботи найближчих до готелю підприємств харчування, зв'язку і побутового обслуговування;
- інформацію про органи, що здійснюють захист прав споживачів.

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

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

Співробітники служби прийому і розміщення мають найбільш тісний контакт з гостями готелю і повинні мати такі якості:

- професійна манера поведінки;
- комунікабельність;
- гостинне ставлення;
- охайний зовнішній вигляд: одяг, зачіска;
- старанність, тактовність, доброзичливість, уважність.

Отже, працівники готелю (а особливо служби прийому і розміщення) мають бути зовні акуратними, ввічливими і уважними – це правило, якого слід неухильно дотримуватися. Але специфіка готельної справи така, що добросовісного виконання своїх обов'язків недостатньо. Професійна майстерність працівників готелю визначається високою культурою обслуговування, яка об'єднує володіння знаннями психології та норм міжнародного етикету.

3.2.2 Організація роботи служби прийому і розміщення

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

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

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

Площа робочого простору на одного співробітника визначається довжиною розмаху рук.

Робоче місце адміністратора облаштовується:

- комп'ютером з автоматизованою системою управління;
- професійним лазерним принтером для друкування рахунків;
- авторизаційною машиною для прокату кредитних карток;
- електричні прокатними машинами для пластикових кредитних карток;
- терміналом для кодування ключів (монітор з клавіатурою і прокатним механізмом);
- цифровою багатоканальною телефонною станцією;
- факсом;
- копіювальною машиною;
- детектором для перевірки оригінальності грошових купюр;

- калькулятором;
- інформаційно-ключовим щитом;
- документацією;
- канцелярськими товарами;
- інформаційними проспектами.

Перед стійкою передбачається простір, що дозволяє уникати скупченості під час реєстрації великих груп.

Службовці за стійкою повинні працювати стоячи.

У міжнародній практиці прийнято три зміни роботи служби прийому і розміщення:

денна, з 7.00 до 15.00 (робота сконцентрована на проведенні з гостями розрахунків за мешкання в готелі, надання інформації гостям);

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

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

На кожного співробітника служби прийому і розміщення має бути сформована папка з такою документацією:

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

Під кожним з перерахованих документів співробітник розписується. Правила завчаються напам'ять.

Основними нормативними документами, що регулюють діяльність цієї служби є:

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

3.2.3 Технологія прийому та реєстрації в готелі

Процес реєстрації гостя в готелі умовно можна поділити на такі етапи: передреєстраційний; документальне оформлення реєстрації; визначення номера; оплата готельних послуг; видача ключів від номера, супровід гостя у номер. Тривалість процедури реєстрації споживача готельних послуг не повинна перевищувати 5 хв.

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

Форма №7-Г						
Готельний комплекс _____			Затверджено			
Ідентифікаційний код ЄДРПОУ <u>22817022</u>			Наказ Держбуду України і Держкомтуризму України			
Код за ДКУД _____			від 13 жовтня 2000 року №230			
Журнал реєстрації заявок на бронювання номерів						
Реєстраційний №	П І Б або організація замовника	Форма оплати	Громадянство	Кількість та категорія номерів	Термін перебування з _____ до _____	Додаткові вимоги
1	ТзОВ «Форум»	безготівкова	українське	один люкс	17 – 18 травня 2001 р.	Наявність телефону
тощо						

Рисунок 30 – Журнал реєстрації заявок на бронювання номерів (місць) (форма № 7-Г)

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

2. *Документальне оформлення гостя* здійснюється на основі «Інструкції про порядок ведення документообігу при наданні готельних послуг», в якій визначено, що при застосуванні спеціалізованого програмного забезпечення для ведення документообігу готель може використовувати форми документів у електронному вигляді за умови зберігання вхідних даних обліку. А при використанні готелем сертифікованих і зареєстрованих комп'ютерних систем для розрахунків порядок використання форм звітності визначається готелем самостійно. Інші додаткові відомості, необхідні для маркетингової роботи готелю, можуть бути внесені до загальних рекомендованих форм за рішенням адміністрації готелю (табл. 25).

Таблиця 25 – Перелік загальних форм первинних документів

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

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

Всю процедуру реєстрації можна спостерігати на схемі. Що наведена нижче (рис. 31)

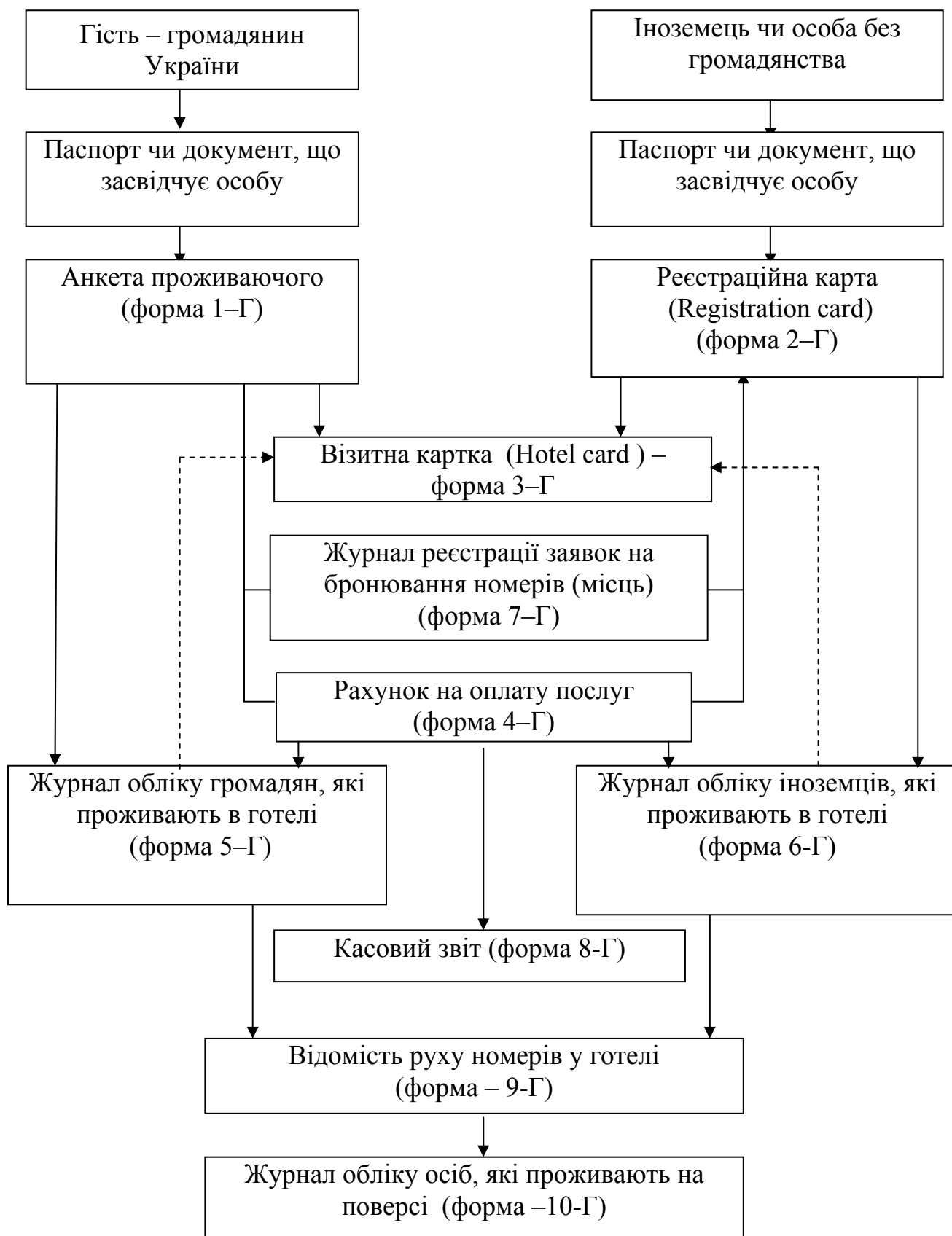


Рисунок 31 – Послідовність документального оформлення готельних послуг

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

Анкети зберігаються в службі прийому і розміщення готелю та розташовуються у картотеках в алфавітному порядку.

Готельний комплекс <u>«Салют»</u>	Форма № 1-г
Ідентифікаційний код ЄДРПОУ <u>1234567899</u>	ЗАТВЕРДЖЕНО
Код за ДКУД <u>123456</u>	наказом Держбуду України
	від 13 жовтня 2000 р. № 230
Готель <u>«Салют»</u>	
Кімната № <u>307</u>	
Прибув <u>12.08.2005 р.</u> Вибув <u>17.08.2005 р.</u>	
Анкета проживаючого	
Прізвище <u>Титаренко</u>	Прибув <u>з м. Кременчук</u>
Ім'я <u>Сергій</u>	Вибув <u>в м. Харків</u>
По батькові <u>Петрович</u>	Адреса постійного місця проживання
Дата народження <u>28.03.1970 р.</u>	<u>м. Алушта, вул. Будівельників, буд. № 19 «а»,</u>
Паспорт <u>КТ 365462 Виданий ГО ГУ МВД</u>	<u>кв. 145</u>
(коли і ким виданий)	
<u>Ленінського району м. П'ятихатки</u>	
Підпис <u>[підпис]</u>	

Рисунок 32 – Анкета проживаючого (форма № 1-Г)

Для зберігання анкет в готелі ведуться дві картотеки:
в першій – анкети громадян, які проживають у готелі;
в другій – анкети громадян, що виїхали з готелю зберігаються протягом місяця.

Після цього анкети передаються до архіву і зберігаються там протягом року, а потім знищуються за актом.

Іноземних громадян та осіб без громадянства у готелях України поселяють на загальних підставах у разі подання національних паспортів іноземців або документів, що засвідчують їх особу (права водія тощо). Реєстраційна картка оформляється за формою № 2-Г. двома мовами: українською та англійською (рис.33). Реєстраційні картки зберігають протягом двох років, після чого разом з журналом обліку іноземців та осіб без громадянства (форма №6-Г) знищують за актом.

Готельний комплекс <u>«Салют»</u> Ідентифікаційний код ЄДРПОУ <u>1234567899</u> Код за ДКУД <u>123456</u>		Форма № 2-г ЗАТВЕРДЖЕНО наказом Держбуду України від 13 жовтня 2000 р. № 230	
Hotel <u>«Салют»</u> Готель			
Room № <u>308</u> Кімната №			
Date of arrival <u>12.08.2005 р.</u> Прибув		Date of departure <u>14.08.2005 р.</u> Вибув	
Registration card Реєстраційна картка			
Surname <u>Smit</u> Прізвище <u>Сміт</u>		№ of registration <u>№ 3645</u> Реєстрація	
Name <u>Jon</u> Ім'я <u>Джон</u>		Citizenship <u>Great Britain</u> Громадянство <u>Великобританія</u>	
Date of birth <u>12.10.1967 р.</u> Дата народження		№ of the passport <u>13-08-164592</u> № паспорта	
№ of the visa <u>№ 174654, Tourist's, Before 01.11.2005</u> № візи, тип та термін її дії <u>№ 174654, Туристична. До 01.11.2005 р.</u>			
Residence address <u>London, Victoria st., 154</u> Місце проживання <u>Лондон, вул. Вікторії, буд. 154</u>			
Term and purpose of stay <u>з 12.08.05 р. по 14.08.05 р. Турист</u> Duration and purpose of stay <u>Tourist's</u>			
Signature <u>[Signature]</u> Підпис			

Рисунок 33 – Реєстраційна картка (форма №2-Г)

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

Після процедури оформлення громадянину видається візитна картка (форма № 3-Г) готелю, яка надає йому право на отримання ключів від номера та обслуговування службами готелю. Візитна картка заповнюється адміністратором (рис.34).

Готельний комплекс <u>«Салют»</u> Ідентифікаційний код ЄДРПОУ <u>1234567899</u> Код за ДКУД <u>123456</u>		Форма № 3-г ЗАТВЕРДЖЕНО наказом Держбуду України від 13 жовтня 2000 р. № 230	
Візитна картка Hotel card			
Прізвище <u>Smit</u> Surname <u>Smit</u>			
№ кімнати <u>308</u> Room №			
Термін проживання <u>з 12.08.2005 р. по 14.08.2005 р.</u> Duration of stay			

Рисунок 34 – Візитна картка (форма № 3-Г)

Візитна картка заповнюється порт'є (адміністратором) на підставі анкети (форма № 1-Г) чи реєстраційної картки (форма № 2-Г).

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

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

Визначення номера

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

Для оперативного обліку готельних послуг, отримання інформації про кількість проживаючих у готелі і кількість вільних місць (номерів) використовуються форми № 5-Г, 6-Г, 9-Г, 10-Г. В сучасних готелях технологічна документація формується автоматично після внесення даних про реєстрацію гостя до комп'ютерної бази. Відповідно до чого можна отримати миттєво інформацію щодо:

- номери зайняті, вільні чи на броні;
- список номерів, сплачених до 12-ї години;
- дні виїзду гостей та звільнення номерів;
- номерів, які очікують на заїзд;
- номерів, які заброньовані керівництвом;
- номерів, до яких планується VIP-заїзд;
- номерів для вільного поселення;
- списку постійних гостей готелю;

- списку небажаних гостей готелю;
- статистики на день, місяць, рік.

Перший облік номерів проводиться рано вранці. Тоді ж слід зарезервувати кілька різних номерів на непередбачений випадок, нагадати гостю, що йому пора їхати, але примушувати гостя до від'їзду не можна.

Найкращі номери надаються:

- постійним гостям;
- VIP-персонам;
- партнерам по бізнесу;
- гостям, що чекали з вини готелю;
- у випадку відсутності замовленого номера;
- у випадку необхідності заміни номера.

Кожного разу, коли це можливо, адміністратор повинен запропонувати гостю більш дорогий номер. Кращий спосіб продати дорогий номер – показати його.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Готельний комплекс <u>«Салют»</u> Ідентифікаційний код ЄДРПОУ <u>1234567899</u> Код за ДКУД <u>123456</u>		Форма № 3-г ЗАТВЕРДЖЕНО наказом Держбуду України від 13 жовтня 2000 р. № 230	
Hotel <u>«Salyut»</u> Готель «Салют»			
Адреса <u>м. Київ, вул. Леніна, 108 «б»</u> Address			
Рахунок/Invoice N <u>3645</u> <u>12</u> - <u>серпня</u> 200<u>5</u> р.			
П. І. Б. клієнта <u>Д. Сміт</u> Name of client <u>J. Smith</u>		Прибув <u>12.08.2005 р.</u> Arrive	
№ кімнати <u>308</u> Room №		Вибув <u>14.08.2005 р.</u> Depart	
№ з/п	Послуга/Services	Вартість/Hotel charge	
1	Проживання	500,00 грн.	
2	Послуги міжнародного зв'язку	100,00 грн.	
3	Харчування	400,00 грн.	
4	Хімічна чистка та прання білизни	200,00 грн.	
Сума/Totally 1000,00 (Одна тисяча) грн. ПДВ/VAT 200,00 (Двісті) грн. Усього з ПДВ/Amount for payment incl. VAT 1200,00 (Одна тисяча двісті) грн. Сума до сплати в грн./USD/Total in GRN/USD 1200,00 грн. /240,00 дол. Касир/Cashier <u>Рут</u>			

Рисунок 35 – Приклад заповнення рахунка

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

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

При розміщенні до розрахункової години (з 0 до 12 год.) плата за проживання не береться.

У випадку затримки від'їзду гостя плата за проживання здійснюється в наступному порядку:

- не більше 6 годин після розрахункової години – погодинна оплата;
- від 6 до 12 годин після розрахункової години – плата за половину доби;
- від 12 до 24 годин після розрахункової години – плата береться за повну добу.

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

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

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

Готельний комплекс <u>«Салют»</u> Ідентифікаційний код ЄДРПОУ <u>1234567899</u> Код за ДКУД <u>123456</u>		Форма № 8-г ЗАТВЕРДЖЕНО наказом Держбуду України від 13 жовтня 2000 р. № 230	
Касовий звіт за « <u>15</u> » <u>августа</u> 200 <u>5</u> р.			
№ з/п	Вид платежу	Кількість	Сума
1	2	3	4
Рахунки з № <u>3716</u> по № <u>3725</u>			
3716	За проживання та харчування	Один----	370,00 грн.
...			
3725	За проживання, харчування та за послуги міжнародного зв'язку	Один---	745,38 грн.
Усього за рахунками без ПДВ <u>---</u> 1000 грн. <u>00</u> коп. У тому числі ПДВ <u>-----</u> 200 грн. <u>00</u> коп. Готельний збір <u>---</u> 20 грн. <u>00</u> коп. Повернення <u>00</u> грн. <u>00</u> коп. Усього отримано <u>---</u> 1220 грн. <u>00</u> коп. Відповідальний за розрахунки _____			

Рисунок 36 – Форма 8-Г «Касовий звіт»

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

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

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

Касовий звіт також є бланком суворої звітності.

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

Існують такі способи розрахунку у готелях:

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

Рішення про спосіб розрахунку приймає адміністрація готелю.

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

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

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

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

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

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

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

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

– підпис чеків персоналом готелю як свідчення платоспроможності здійснюється після остаточної перевірки банківською установою;

- на чеках повинна проставлятися дата здійснення платежу;
- чеки повинні виписуватись на готель, а не на пред'явника.

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

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

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

Технологія оформлення від'їзду клієнта:

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



Питання для самоконтролю:

1. Які особливості організації роботи служби прийому та розміщення?
2. Які нормативні документи регулюють діяльність служби прийому та розміщення?
3. Які основні функції виконує служба прийому та розміщення?
4. Які виділяють етапи процесу обслуговування гостей в готелі?

5. Які вимоги висуваються до співробітників служби прийому та розміщення?

6. Чим відрізняється процес оформлення проживання у готелі громадянина України та іноземного громадянина?

7. Як відбувається поселення в готель групи туристів?

8. Охарактеризуйте міжнародні стандарти колірного позначення структури заїзду та контингенту гостей.

9. Яку інформацію про стан номерного фонду повинен знати черговий адміністратор?

10. В яких випадках можуть виникати зміни в рахунку клієнта?

11. Як здійснюється повернення коштів гостю, якщо сплачена при поселенні сума не використана повністю?

12. Які методи розрахунку можуть використовуватися в готелях?

13. Як відбувається оформлення від'їзду клієнта?

Тести

1. Безпосереднім виробництвом послуг в готелі займається:

- а) господарська служба;
- б) служба бронювання;
- в) відділ кадрів;
- г) технічна служба;
- д) інженерна служба;
- е) служба експлуатації номерного фонду.

2. До структури служби прийому і розміщення не входить:

- а) відділ комутації;
- б) відділ маркетингу і продажів;
- в) розрахунково-касовий відділ;
- г) відділ бронювання.

3. До функціональних обов'язків консьєржа входить:

- а) інформаційне обслуговування гостей;
- б) контроль потоку автомобілів перед входом;
- в) надання транспорту готелю в оренду;
- г) замовлення квитків для гостей;
- д) видача ключів від номерів;
- е) доставка пошти, приватних повідомлень до номера.

4. Документ, в якому регламентується питання про вимоги до зовнішнього вигляду і поведінки на роботі, про випробувальний термін, умови роботи та ін. – це:

- а) положення про персонал;
- б) статут підприємства;
- в) посадова інструкція;
- г) стандарт поведінки.

5 Основними функціями служби прийому і розміщення є:

- а) вирішення питань кадрового забезпечення;
- б) оформлення розрахунків при виїзді гостей;
- в) аналіз результатів фінансової діяльності готелю;
- г) контроль за дотриманням норм з охорони праці;
- д) бронювання місць в готелі;
- е) організація харчування при готелі.

6. При поселенні в готель громадянин України за наявності паспорта або документа, що його замінює, заповнює:

- а) форму 1–Г в двох примірниках;
- б) форму 2–Г в одному примірнику;
- в) форму 1–Г в одному примірнику;
- г) форму 2–Г в двох примірниках.

7. Реєстраційні картки іноземних громадян зберігаються в готелі протягом:

- а) двох років;
- б) одного року;
- в) одного місяця;
- г) п'яти років.

8. Право на отримання ключів від номера та обслуговування службами готелю гостю надає:

- а) бланк реєстрації в'їзду;
- б) інформаційний лист;
- в) паспорт;
- г) візитна картка готелю.

9. Жовтий колір за міжнародними стандартами колірного позначення структури заїзду та контингенту гостей позначає:

- а) VIP-гостей;
- б) учасників заходів (виставок, фестивалів);
- в) «клієнтів з вулиці», тобто можливість вільного поселення;
- г) бронювання головної фірми.

10. Форма 9–Г – це:

- а) відомість обліку руху номерів у готелі;
- б) журнал обліку іноземців, які проживають у готелі;
- в) візитна картка готелю;
- г) рахунок.

11. Єдиною розрахунковою годиною прийнято вважати:

- а) 11.00;
- б) 12.00;
- в) 10.00;
- г) 14.00.

12. Плата за половину доби стягується у випадку, коли:

- а) споживач заїхав у період з 0.00 до 12.00;
- б) споживач затримався з виїздом не більше 6 годин після розрахункової години;

в) споживач затримався з виїздом від 6 до 12 годин після розрахункової години;

г) споживач затримався з виїздом від 12 до 24 годин після розрахункової години.

13. Відмітки про зміни у рахунку здійснюються у двох примірниках таких кольорів:

а) білого і жовтого;

б) білого і сірого;

в) сірого і зеленого;

г) жовтого і блакитного.

Практичні завдання

Завдання 1. Визначити кількість діб мешкання клієнта у готелі згідно з чинними «Правилами користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг в Україні» за такими даними:

№	Заїзд		Виїзд		Кількість діб мешкання
	дата	години	дата	години	
1	01.02	18 ⁰⁰	02.02	15 ⁰⁰	
2	04.02	13 ⁰⁰	05.02	2 ⁰⁰	
3	07.02	5 ⁰⁰	09.02	3 ⁰⁰	
4	29.02	9 ⁰⁰	02.03	23 ⁰⁰	
5	03.03	11 ⁰⁰	05.03	14 ⁰⁰	
6	06.03	15 ⁰⁰	08.03	6 ⁰⁰	
7	09.03	19 ⁰⁰	12.03	21 ⁰⁰	
8	11.03	17 ⁰⁰	13.03	11 ⁰⁰	
9	14.03	16 ⁰⁰	17.03	20 ⁰⁰	
10	16.03	14 ⁰⁰	18.03	13 ⁰⁰	

Завдання 2. Громадянин Петренко В.А. оселився у готелі «Бристоль» в м. Ялті 29 травня о 9⁰⁰ і мешкав до 4 червня 21⁰⁰ у 2-місному номері за бронею. Ціна номера – 2500 грн Виконайте розрахунок кількості ліжко-діб мешкання і заповніть форму №4-г.

Завдання 3. Громадянин Василенко І.О. оселився у готелі «Корона» в м. Євпаторії за бронею 9 квітня о 10⁰⁰ і мешкав до 10 квітня 8⁰⁰ в 1-місному номері. Серед додаткових послуг йому були надані міні-бар та ноутбук, які оплачуються додатково. Ціна номера – 850 грн, міні-бара – 60 грн, ноутбука – 50 грн Виконайте розрахунок кількості ліжко-діб мешкання і вартості додаткових послуг, заповніть форму №4-г.

Завдання 4. До готелю «Харків» у м. Харкові 5.05 о 12⁰⁰ прибула група в кількості 15 осіб й мешкала до 8.05. 13⁰⁰. Група туристів була розміщена в двомісних номерах без зручностей. Ціна місця – 360 грн Попередня заявка була направлена до готелю 22.04 на 16 осіб. Проведіть розрахунок і заповніть авансовий рахунок; форму №8-г, рахунок-фактуру (перевірте необхідність доплати або повернення грошових коштів).

ТЕМА 3.3. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ТЕХНОЛОГІЯ БРОНЮВАННЯ ПОСЛУГ

План

- 3.3.1 Функції і завдання відділу бронювання в готелі.
- 3.3.2 Типи резервування (бронювання).
- 3.3.3 Технологія бронювання.

Ключові слова: бронювання, функції відділу бронювання, *overbooking*, гарантоване бронювання, негарантоване бронювання, технологія бронювання, технологія ануляції броні.

3.3.1 Функції та завдання відділу бронювання

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

До функцій відділу бронювання відносять:

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

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

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

У своїй діяльності готельні підприємства дуже часто вдаються до гарантованого підтвердження заявок. Це означає, що вони підтверджують бронювання лише після отримання від клієнта відповідних гарантій оплати

на випадок, якщо клієнт прибуде із запізненням або взагалі не прибуде. Такими гарантіями насамперед є передоплата в розмірі 50% або 100% вартості добового розміщення або розміщення протягом усього терміну, а також інформація про номер кредитної картки клієнта. Однак у цьому випадку необхідно, щоб у законодавстві держави, в якій розташований готель, були передбачені суворі норми відповідальності за відмову клієнта від підтвердженого готелем бронювання.

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

1. Неявка гостя вважається додатковою втратою і враховується при виробленні цінової політики;

2. Готелі виставляють гостям рахунки – неустойки (вартість номера за вирахуванням зекономлених витрат);

3. При бронюванні потрібна передоплата або інформація про номер кредитної картки;

4. Готелі здійснюють «подвійне бронювання», тобто бронюють місця понад наявних (на 5%, 10%, 15%). В міжнародній практиці дана операція отримала назву «овербукинг» (від англ. «overbooking» – «перебронювання», «надлишкове бронювання») – бронювання чи продаж одного й того ж місця в готелі двом чи більше особам. В ситуації овербукинга заброньоване місце отримує той клієнт, який з'явився до готелю першим.

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

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

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

показник за шкалою неявки, ніж більш раннє бронювання. Аналіз часу бронювання і сегментів клієнтів, що його здійснюють, дозволяє побудувати модель політики бронювання місць понад наявних.

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

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

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

Відділ бронювання повинен постійно взаємодіяти зі службою прийому і розміщення, яка дає інформацію про завантаження номерів в режимі поточного часу. Якщо ж звіт про завантаження складено неправильно, то менеджери можуть винести неправильне рішення стосовно прогнозів завантаження.

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

3.3.2 Типи резервування (бронювання)

Існує кілька типів бронювання:

- гарантоване бронювання;

- негарантоване бронювання;
- понад бронювання (овербукинг).

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

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

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

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

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

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

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

Види гарантованого бронювання:

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

- *бронювання з виставленням рахунку (внесення депозиту або передоплата)* – споживач платить певну суму до заїзду. Сума авансу зазвичай містить в собі вартість проживання за одну добу з додаванням суми ПДВ. Якщо бронювання здійснюється на тривалий термін, то передоплата може бути більшою. У випадку відміни бронювання (до терміну, після якого починаються штрафні санкції) передоплата повертається. У разі, коли змінюється дата прибуття (зміни повинні бути заявлені заздалегідь), передоплата переноситься. У разі заїзду гостя передоплата використовується

для оплати за проживання та інші готельні послуги. Передоплата вноситься, як правило, при неможливості банківського переказу або під гарантію кредитної карти);

- *бронювання під гарантію кредитної карти.* Суть цієї політики полягає в тому, що доки бронювання не скасовано (до встановленого терміну), готель має право накладати на клієнтів штрафні санкції, використовуючи дані за кредитними картками. Готель повинен застрахувати себе від неявки клієнта та неотримання доходів. Готель просить клієнта вказати реквізити кредитної картки гостя, гарантуючи собі оплату номера навіть у випадку неявки клієнта. На ім'я клієнта висилається бланк з проханням заповнити і вислати його у відділ бронювання готелю. На цих умовах готель погоджується тримати номер до прибуття гостя. Споживач може анулювати замовлення, якщо бачить, що не зможе ним скористатися. У різних готелях терміни ануляції замовлення без штрафних санкцій різні. Це залежить від попиту на послуги того чи іншого готелю. Як правило, ануляція замовлення без штрафних санкцій до клієнта здійснюється не менше ніж за 24 години до заїзду в готель. Пізніша ануляція або неприбуття в готель тягнуть за собою виплату готелю неустойки з боку клієнта у розмірі вартості проживання в замовленому номері протягом однієї доби;

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

2. Негарантоване бронювання (Non Guaranteed reservation)

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

3.3.3.Технологія бронювання

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

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

Кожна заявка повинна містити таку інформацію:

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

Розрахунок оплати за бронювання номерів (місць) та проживання за безготівковим розрахунком (форма № 8-Г)

Титульний аркуш форми № 8-Г спочатку заповнюється порт'є (адміністратором) і передається до бухгалтерії для попереднього розрахунку оплати.

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

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

Готель _____	Форма N 8-Г
Ідентифікаційний код _____	Затверджено _____
ЄДРПОУ _____	Наказ Держбуду України і Держкомтуризму України 30.12.97 N 63/53
	Код за ДКУД _____

Розрахунок оплати за бронювання номерів (місць) та проживання за безготівковим розрахунком

Найменування юридичної особи _____ по броні N _____

Надано місць _____

Термін проживання з _____ по _____ " " _____ 199_ р.
(дати, години)

N кім- нати і місця	Тариф і номера (місця)	Прізвище, ім'я, по батькові	Бронювання дата година	Заїзд дата година	Виїзд дата година	Кількі- сть діб прожи- вання	Сума (гривні, копійки) бронь готель- ний збір	прожи- вання	загальна сума
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Черговий порт'є (адміністратор) _____ (підпис)

Касир (оператор) _____ (підпис)

Рисунок 37 – Форма рахунку оплати за бронювання номерів(8-г)

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

Технологія анулювання броні

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

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

3. Номер ануляції бронювання вноситься до загальної відомості. Всі відомості з даної ануляції вносяться до бази даних комп'ютера готелю для статистики, аналізу та подальшого вироблення політики готелю в плані резервування номерів. В автоматизованих готелях ця інформація зберігається в пам'яті комп'ютера до наступного можливого приїзду гостя.

Дії щодо скасування бронювання, зробленого за передоплатою, в різних готелях можуть відрізнятися між собою. Передоплата повинна бути

повернута гостю після процесу ануляції бронювання. Служба, що приймає ануляцію, повинна діяти професійно, ввічливо, акуратно і чітко.

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



Питання для самоконтролю:

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

Тести

1. Для здійснення замкнутого технологічного циклу обслуговування споживачів готельних послуг у готельному підприємстві передбачені такі функціональні служби:

- a) бронювання;
- b) організації харчування;
- c) організації дозвілля.

2. Однією з основних функцій служби прийому та розміщення є:

- a) розподіл номерного фонду;

- b) бронювання;
- c) опрацювання заявок на поселення

3. Форма №1-Г – це:

- a) «Анкета проживаючого»;
- b) «Реєстраційна картка»;
- c) «Візитна картка»

4. Бронювання – це:

- a) процес замовлення замовником основних і/або додаткових послуг у певному обсязі, з метою використання послуг в обумовлені терміни конкретним споживачем або групою споживачів;
- b) процес замовлення замовником основних послуг у певному обсязі, з метою використання послуг в обумовлені терміни конкретним споживачем або групою споживачів;
- c) процес замовлення замовником додаткових послуг у певному обсязі, з метою використання послуг в обумовлені терміни конкретним споживачем або групою споживачів

6. Своєчасне анулювання – це:

- a) відмова замовника від використання заброньованих послуг не пізніше ніж за три доби до дати запланованого заїзду або в обумовлені договором терміни;
- b) анулювання у термін не пізніше, ніж за одну добу до дати запланованого заїзду або в обумовлені договором терміни;
- c) це відмова замовника від заброньованих послуг.

7. Приєднана мережа бронювання – це:

- a) система бронювання готельного ланцюга, якою охоплені всі готелі ланцюга;
- b) система з'єднання незалежних готельних підприємств, не включених в мережу;
- c) укладання контрактів з центрами систем бронювання

Практичні завдання

На основі вирішення документів вирішити ситуаційні завдання

1. На адресу власника готелю надійшов усний запит від туристичної фірми на бронювання готельних послуг. Які умови необхідно виконати, щоб запит вважався прийнятим?

2. Група туристів у складі 13 чоловік буде проживати в готелі згідно з укладеним контрактом 15 днів. Після закінчення семи днів відбулася зміна цін на готельні послуги. Чи необхідно у цьому випадку власнику готелю дотримуватися цін, передбачених контрактом? Після закінчення якого строку

з моменту їхньої зміни можуть застосовуватися нові ціни?

3. Турагент, що уклав контракт з готелем і направив у готель групу туристів, прийняв на себе зобов'язання щодо сплати рахунку за надані послуги. Рахунок був сплачений протягом 36 днів від дня його одержання.

– Чи вчасно сплатив рахунок турагент?

– Які суми повинен виплатити турагент у випадку пропущення встановлених строків сплати рахунку?

8. Турагент анулював замовлення на надання готельних послуг в терміни, передбачені контрактом. Упродовж якого часу з моменту ануляції повинна бути повернута турагенту сума, отримана власником готелю як попередня оплата? Вкажіть порядок сплати турагенту, якщо розрахунки не зроблені у встановлений термін

10. Турагент повідомив за 10 днів до дати прибуття групи туристів, що замовлення на надання готельних послуг анулюється. Чи стягується в цьому випадку компенсація? Які розміри компенсації передбачені? Які мінімальні строки для ануляції існують у готелях, призначених для груп туристів у «сезон пік»?

12. Відповідно до «Правил надання готельних послуг» в договорі про падання готельних послуг індивідуальним туристам за ануляцію обслуговування на строк від трьох діб й більше в «мертвий» сезон передбачена компенсація в розмірі добової вартості всіх замовлених готельних послуг. Який розмір компенсації передбачений за ануляцію обслуговування на строк менше трьох діб й від трьох діб і більше в «сезон пік»?

ТЕМА 3.4. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ СЛУЖБИ ЕКСПЛУАТАЦІЇ НОМЕРНОГО ФОНДУ ТА ОБСЛУГОВУВАННЯ

План

- 3.4.1 Сутність та структура служби експлуатації номерного фонду та обслуговування.
- 3.4.2 Підготовка покоївки до роботи.
- 3.4.3 Технологія прибиральних робіт в приміщеннях житлової групи.
- 3.4.5 Технологія прибиральних робіт приміщень загального користування та території.
- 3.4.6 Організація роботи білизняного господарства.
- 3.4.7 Організація обслуговування VIP гостей.

***Ключові слова:** прибиральні роботи, поточне прибирання, генеральне прибирання, проміжне прибирання, предмети одноразового користування, механізми, інвентар, матеріали, білизняне господарство.*

3.4.1 Сутність та структура служби експлуатації номерного фонду та обслуговування

Служба експлуатації номерного фонду та обслуговування призначена для забезпечення:

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

Жоден готель не може існувати без служби експлуатації номерного фонду та обслуговування. В готельному бізнесі дана служба може носити ще

й такі назви: адміністративно-господарська служба, служба покоївок, поверхова служба, housekeeping.

До персоналу служби експлуатації номерного фонду та обслуговування входять покоївки, старші покоївки, коридорні, прибиральники громадських приміщень та території, флористи, працівники пральні-хімчистки, працівники центральної білизняної. Працівники даної служби становлять є великою цінністю для готелю, оскільки саме від них залежить чистота і порядок в готелі, саме від їх надійності та чесності формується позитивний імідж про підприємство у гостей. Це хороший старт для кар'єри в готельному бізнесі. В своїй діяльності персонал служби експлуатації номерного фонду та обслуговування застосовує певні технології та працюють відповідно до прийнятих в готелі стандартів обслуговування, котрі передбачають чіткий порядок і досконалі способи прибирання приміщень й обслуговування гостей. В умовах конкуренції готель має вдосконалювати роботу всіх служб, впроваджувати новітні технології в організацію обслуговування номерного фонду, суворо слідувати високим стандартам чистоти, вишукувати нові форми і методи покращення сервісу. Тому стандарт – це типовий еталон, котрому мають відповідати проведені в готелі технологічні операції за своїми ознаками, властивостями, якість. Наявність стандартів до кожної технологічної операції полегшує її виконання та контроль якості.

Організація роботи служби експлуатації номерного фонду та обслуговування полягає в раціональному розподілі персоналу за робочих місцях, матеріально-технічному забезпеченні робочого процесу, створенні діючого офісу служби, належному веденні технологічної документації, підборі, навчанні персоналу та в контролі за якістю послуг.

Для ефективної роботи персоналу дана служба повинна мати адміністративне приміщення (офіс, кімната старшої покоївки), де розміщується робоче місце керівника чи чергового служби. Тут проводяться наради колективу, інструктаж, вирішуються спірні питання, покоївки отримують персональні завдання щодо прибирання, зберігаються ключі, робоча документація, архівні документи, звідси відбувається обмін інформацією з іншими підрозділами готелю.

З метою оперативного реагування на виникаючі питання працівники служби в великих готелях оснащуються засобами зв'язку (пейджерями, раціями, мобільними телефонами та ін.).

Особливу увагу в готелі приділяють *порядку зберігання, видачі та використання службових ключів*, які можуть бути в таких варіантах:

- один пластиковий ключ-карта з магнітним носієм, котрим можна відчинити всі номери на поверсі;

- аварійний ключ, яким можна відімкнути всі приміщення готелю в екстрених ситуаціях.

В цілях безпеки майна готелю та гостя співробітники несуть відповідальність за доручені їм ключі шляхом:

- реєстрації руху ключів в спеціальних журналах служби;
- використання спеціальних пристроїв для носіння ключів з метою уникнення втрати ключа під час роботи;
- обмеження доступу до ключів.

Втрата ключа є грубим порушенням, яке може тягнути за собою звільнення працівника з роботи. Для запобігання крадіжкам покоївок також заборонено відкривати службовими ключами двері гостям, про що зазначено в посадових інструкціях покоївки. Разом з тим, в особливих випадках покоївка може вийти за межі посадової інструкції. Але вона має бути впевнена, що дані споживачі проживають в зазначеному номері. При цьому вона має зв'язатися з офісом служби чи службою прийому і розміщення з метою ідентифікації гостя з номером кімнати, яку потрібно відчинити.

Працівникам служби забороняється розголошувати інформацію щодо графіка роботи керівника, персоналу, їхніх домашніх адрес і телефонів, а також інформацію про гостей, що мешкають в готелі.

Організаційну структуру служби експлуатації номерного фонду та обслуговування можна подати у вигляді нижченаведеної схеми (рис.38).

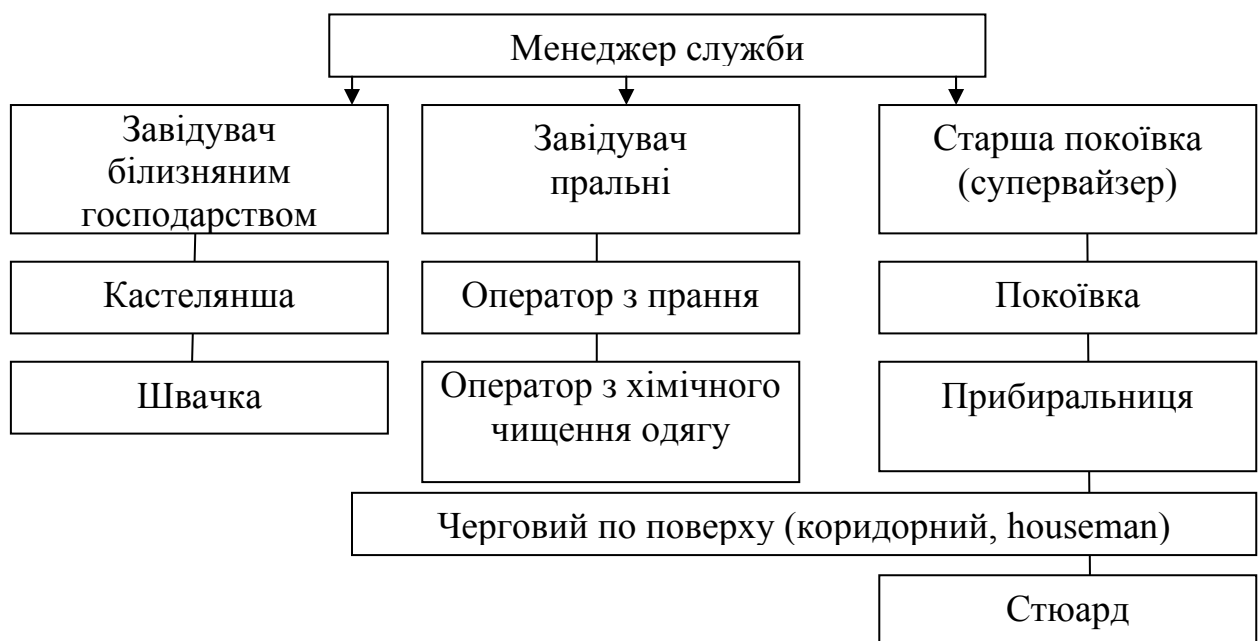


Рисунок 38 – Приклад організаційної структури служби експлуатації номерного фонду та обслуговування в готелі

Менеджер служби

Робочий день менеджера служби найчастіше триває з 7.45 до 18.00. Початок робочого дня починається з перевірки старшими нічної зміни чистоти вестибюля, зон рекреації, коридорів; необхідно поцікавитись у старших по поверхах щодо стану готовності вільних номерів до прийому гостей. Після перевірки приміщень готелю менеджер служби повинен перевірити таку технологічну документацію (записи у журналі служби; звіти за попередню добу); проаналізувати прогноз заповнення номерів готелю і уточнити кількість гостей, які від'їжджають, заїжджають; поцікавитись про прибуття VIP-гостей з метою забезпечення необхідного приготування до їх прийому.

У ранішній час менеджер служби повинен провести нараду за участю старших по поверхах, завідувача білизняною, кастелянші, іншого персоналу служби, визначити проблеми служби, надати розпорядження. Після наради керівник служби повинен перевірити бюджет служби, узгодити замовлення на придбання необхідних виробничих матеріалів, обладнання, скоригувати з інженерно-експлуатаційною службою проведення ремонтних робіт. Керівник служби повинен перевірити стан інвентарю вільних номерів, перевірити наряди, що надходять від експлуатаційних служб. Менеджер служби повинен дбати про кваліфікаційний рівень підлеглих, брати участь у навчанні персоналу. Протягом робочого часу керівник служби постійно повинен підтримувати зв'язок із службою прийому і розміщення, службою бронювання для узгодження проблем із заповненням і звільненням номерів, комерційним відділом, пральнею.

Менеджер зобов'язаний забезпечити у роботі служби необхідні заходи для уникнення крадіжок. В окремих готелях покоївки дають підписку про контроль за клієнтами і не допускають їхнього проникнення до чужих номерів. Згідно з підпискою, порушення цієї норми загрожує покоївці терміновим звільненням.

Старша покоївка (супервайзер) – делегує виробничі завдання керівника служби, координує роботу колективу покоївок, здійснює контроль за станом приміщень. В обов'язки старшої покоївки входить:

- отримати на рецепції ключі від офісу та звіт про поточний стан номерного фонду готелю від нічного аудитора;
- проконтролювати роботу нічної зміни покоївок та найважливішу інформацію зафіксувати в «Книзі передачі зміни»;
- підготувати завдання для покоївок, прибиральниць та видати їм ключі;
- перевірити зовнішній вигляд покоївок та їх готовність до роботи;
- відповідати на дзвінки у відповідності з телефонним етикетом;

- приймати замовлення від клієнтів на побутові послуги і контролювати строки та якість виконання;
- підготувати персоналу другої зміни необхідну інформацію;
- здійснювати контроль за цілістю майна та інвентарю у номерах та приміщеннях загального користування, за зберіганням білизни, її станом; за технічним станом обладнання у номерах і службових приміщеннях;
- співпрацювати з черговим персоналом інженерно-технічної служби для усунення технічних неполадок;
- контролювати стан заповнення номерів, оперативно інформувати службу прийому і розміщення, бронювання;
- вести технічну документацію щодо контролю та оцінювання роботи підпорядкованого персоналу та обліку матеріально-технічних ресурсів в обсязі закріплених приміщень.

Старша покоївка повинна мати значний (не менше 3 років) досвід роботи у готелі, бездоганно знати технологію обслуговування, володіти іноземною мовою. У європейських готелях із сформованими власними стандартами обслуговування авторитет старшої покоївки надзвичайно високий, вона навчає, передає досвід новим поколінням покоївок.

Професійний обов'язок старшої покоївки - забезпечити найвищий рівень комфорту у номерах. В окремих випадках до обов'язків покоївки входить вирішення конфліктних ситуацій підлеглих з клієнтами. В особливих випадках обслуговування VIP-персон може здійснюватись лише старшою покоївкою.

Старша покоївка працює позмінно. В I зміну слід приходити на роботу за 5–10 хв до початку робочого дня; надіти уніформу; отримати на рецепції ключі від офісу; зібрати кореспонденцію.

Весь номерний фонд поділяється на сектори, в яких є зайняті, вільні номери, номери, що потребують підготовки до заїзду гостей та ін. Відповідно, і обсяг робіт в цих номерах буде різним. Тому необхідно прагнути до розподілу рівномірного навантаження між персоналом. Робота з розподілу завдань має бути завершена супервайзером до початку I-ї зміни.

Листи завдань для номерного фонду в більшості формуються автоматично операційними програмами та повинні містити короткий перелік об'єктів прибирання з зазначенням основних технологічних операцій та часу виконання (рис.39).

З метою спрощення фіксації стану номерного фонду в службі експлуатації номерного фонду та обслуговування ведеться поверховий план, де зазначають статуси номерів, номер кімнати, терміни проживання, час виїзду, прізвище гостя.

Робочий лист Зміна 07:00–19:00. Покоївка _____ Work task/Завдання на роботу Shift Public/Гостьова зона Data/Дата _____ Отримати ключі від залів – 8:00	
7:00–7:15	Ресторан – зібрати сміття, протерти пил. Бар ресторану – консолі, столики, крісла, дивани пропилососити (поправити подушки) пил і крихти, підлоги – килимове покриття пилососити, вимити мармур. Сміття під стільцями барної стійки прибрати, металевий поручень барної стійки протерти!
7:15–7:40	Lobby – гостьові туалети: чол., жіночі, для інвалідів. Залити на вологі унітази і пісуари під ободок R–1, викинути сміття, вимити раковини з R–2, натерти крани, дзеркала з R–3 вимити унітази і пісуари, протерти відра, стіни від крапель, плінтуси, всі двері, вимити підлогу. Заправити всі диспансери!
7:40–8:10	Мінус 1-й поверх. Гостьові туалети конференц-залів + фойє + майданчик гостьового ліфта + попільничка.
8:10–8:25	Прибирання гостьових ліфтів – протерти дзеркала (скрізь + R3), стіни + двері з D–7, підлоги: відчистити жувальну гумку, вимити. Двері і відкоси зовні натерти. Обробити пилососом (без насадки) поріжки ліфтів і натерти їх, дзеркала – без розводів.
8:25–8:35	Рецепція – викинути сміття, протерти дерев'яну стійку і комп'ютерні столи, стіну з логотипом, двері, пропилососити 3 офіси F / D.
.....	
18:45–19:00	Залив миючих засобів, отримання збиральних матеріалів, комплектація візків.

Рисунок 39 – Робочий лист. Витяг з роздруковки електронної форми

При цьому використовують безліч скорочень або позначок, які б свідчили про статус номера. Наприклад, основні статуси номерів можуть позначати таким чином (рис.40):

CL або CLN – чистий;

DI чи DTU – брудний;

OC чи OCC – зайнятий, житловий;

DP– виїзний (споживач розрахувався);

DEP– виїзний (споживач не розрахувався);

OO чи OOO – номер в ремонті;

OS – номер заброньований для VIP гостей;

AE – очікується заселення;

NS – кімнати для тих, хто не палить;

INSP – номер перевірений.

Статус номеру	Номер №	К-ть гостей	Дата в'їзду	Дата виїзду	Час виїзду	Ім'я VIP-гостей	Примітка
OCC/DTY	7716	2	16/11/14	19/11/14		Brown Mr. Tod Mrs.	NS
OCC/DTY	7719	1	17/11/14	18/11/14		White Mrs.	
OCC/DTY	7748	1	16/11/14	31/12/14		Green Mrs.	Гіпоалергетик
OOO	7760		06/11/14	12/12/14			
VAC/CLIN/INSP	7706						AE
OCC/DTY	7725	1	07/11/14	14/11/14	21:00	Smith Mr.	NS
OCC/DTY	7731	1	17/11/14	19/11/14	23:00	Betty Mrs.	NS
OOO	7732		09/11/14	19/11/14			
OCC/DTY	7733	1	08/11/14	15/11/14		Moss Mr.	Sleep out
VAC/CLIN/INSP	7734		16/11/14				OS

Рисунок 40 – Приклад заповнення поверхового плану

Для працівників служби повинні бути зрозумілими ці скорочення. Наприклад: № 301 – CL AE – чистий номер, готовий до заселення.

Для наочності зайнятості номерів кожному статусу може бути присвоєний певний колір: зайняті номери – червоний; номери, з яких планується виїзд – жовтий; номери в ремонті – зелений. Це сприяє швидкій орієнтації покоївки у визначенні виду прибирання того чи іншого номера, його послідовності.

Прибиральниця забезпечує дотримання у належному санітарному стані приміщень загального користування (вестибюль, холи, коридори, сходові зони, ліфти, санвузли, службові приміщення, прилегла до готелю територія). До обов'язків прибиральниць також входить миття стін, вікон, дверей, чищення і дезінфекція обладнання санітарних вузлів загального користування.

Прибиральниці не повинні створювати незручностей для гостей, їхня присутність повинна бути малопомітною, прибирання приміщень загального

користування повинно здійснюватись з найменшим порушенням спокою гостей. У режимі прибирання оптимальними вважаються ранішні та вечірні години.

У структурі служби в окремих великих готелях виділяються спеціалізовані бригади прибиральниць, які здійснюють окремі функції з догляду за приміщеннями загального користування – чищення килимового покриття, догляд за гардинами. Інколи такі спеціалізовані бригади здійснюють чищення виробів з тканин, меблів та ін.

У структурі управління службою прибиральниці підпорядковуються старшій покоївці та черговому на поверсі.

Завідувач білизняною відповідає за зберігання білизни, форменого одягу та інших виробів з тканин, що використовуються у готелі, здійснює обмін білизни, а саме: видає чисту білизну покоївкам і приймає використану, перевіряє стан білизни, забезпечує її ремонт, поновлення, здає білизну у пральню і приймає її після прання.

Завідувач білизняною – особа матеріально відповідальна. Важливе значення у її роботі відіграє контроль за обіговими ресурсами. У роботі повинен використовуватись журнал обліку основних обігових ресурсів – білизни номерів, форменого одягу, білизни ресторанів та ін. Стосовно роботи завідувача білизняною у готелях повинні проводитись періодичні перевірки, які здійснює директор з обслуговування.

Технологічний процес обслуговування завідувача білизняною зумовлює необхідність постійного зв'язку з комерційною службою, що забезпечує готель витратними ресурсами, підрозділами сервісного обслуговування – пральнею, хімчисткою, майстернею пошиття та ремонту білизни.

Кастелянша підпорядковується завідувачу білизняною, здійснює приготування використаної білизни до прання, обмін білизни при здачі та отриманні з пральні, веде облік типу та якості білизни.

Швачка здійснює ремонт, штопання і маркування білизни. У структурі управління підпорядковується завідувачу білизняній, при необхідності допомагає кастелянші у підготовці білизни до прання, сортуванні і видачі покоївкам.

Стюард

Посада стюарда зустрічається в окремих готелях США високої категорії (категорії «люкс», бізнес-готелях). Обов'язок стюарда стосується забезпечення номерів свіжими рушниками, надання охайного вигляду постелі, заміна живих квітів, надання приміщенню привабливого естетичного вигляду. Часто посаду стюарда займають спеціалісти з дизайну,

проектування інтер'єру. Стюарди починають працювати у другій половині дня.

Покоївка. Колектив покоївок найбільш чисельний у структурі готелів. Покоївка здійснює прибирання, провітрювання номерів, санвузлів, зміну постільної білизни, контролює наявність у санвузлах необхідних засобів гігієни, перевіряє стан меблів, технічний стан побутової техніки та ін. Головний обов'язок покоївок стосується прибирання номерів незалежно від їхнього статусу – зайняті вони чи вільні.

Професійно-кваліфікаційні обов'язки покоївки стосуються:

- досконалого знання технології прибирання з дотриманням інструкцій і встановленого порядку заміни білизни;
- вміння користуватись технічними засобами прибирання, знання хімічних засобів та порядку їх використання;
- знання етикету в стосунках з клієнтами та колегами;
- виконання доручення керівника служби, чергового на поверсі, гостей відповідно до переліку послуг, що надаються;
- контролю за матеріально-технічним станом номерів і конфліктними ситуаціями з гостями (крадіжки, нанесення шкоди обладнанню, неадекватна поведінка гостей в номері та ін.);
- дотримання заходів безпеки життя, здоров'я, майна та морального стану гостей;
- контролю за використанням платних послуг у номері, реєстрації їх повідомлення старшій покоївці або рецепції з метою вчасного оформлення рахунку;
- контролю заповнення номерів і термінового повідомлення в службу прийому і розміщення про зміни в статусі номера.

Вимоги щодо індивідуальних характеристик покоївки:

- бездоганний зовнішній вигляд (покоївка повинна мати прийнятий до використання в готелі формений одяг. Одяг повинен бути завжди чистим, випрасуваним, необхідно використовувати ідентифікатор особи із зазначенням прізвища, імені, посади);
- вік (значні фізичні навантаження та обсяг роботи зумовлюють вікові обмеження 20–50 р; середній вік у європейських готелях 20–40 р);
- фізичні дані – регулярно повинна проходити медичний огляд, бути здоровою, у випадку інфекційних захворювань покоївка до роботи не допускається);
- психофізичні дані – повинна бути врівноваженою, акуратною, швидко виконувати професійні доручення гостей.

Суттєво впливає на нормативи у роботі покоївки тип будівлі, категорія, обладнання номера.

З метою економії фонду зарплати і заохочення персоналу, в окремих готельних корпораціях за кращими покоївками закріплюються постійні номери. При такому підході до організації технологічного процесу персонал має можливість краще вивчити номери, ефективніше організувати обслуговування, адміністрація зменшує кількість персоналу, що контролює роботу покоївок.

Розподіл покоївок по робочих місцях здійснюється на основі графіку роботи, який складає керівник служби.

Старша покоївка повинна ретельно підійти до формування завдання покоївкам враховуючи такі моменти:

- норми прибирання одною покоївкою за зміну становлять 12–17 номерів;
- прибирання номера «апартамент» зараховується, як прибирання двох однокімнатних номерів, а «сьюїт» – як прибирання трьох однокімнатних номерів;
- тривалість прибирання однокімнатного зайнятого номера має тривати 15–20 хв, однокімнатного номера після виїзду гостя – 20–30 хв.

Ці норми носять рекомендаційний характер та можуть корегуватися кожним готелем, враховуючи складність інтер'єру, особливості оздоблення, якість сантехнічних приладів та ін.

При цьому враховуються норми прибирання на одну покоївку та коефіцієнт завантаження готелю. Крім житлових приміщень, силами даної служби прибираються: конференц-зали, бізнес-центри, оздоровчий центр, ресторани, бари, холи, коридори, вестибюль, зона прийому і розміщення, ліфти, сходи, адміністративні приміщення, службові приміщення, гардероб та інше.

У висококласних готелях, з метою оточення гостя цілодобовою увагою, для організації роботи покоївок застосовують тризмінний графік роботи, який передбачає забезпечення поступового переходу від зміни до зміни та дозволяє здійснити «безшовний сервіс». Для прикладу розглянемо один з варіантів тризмінного графіка (табл. 26).

При складанні графіка керівнику необхідно враховувати можливість перестановок (для попередження зловживань на робочих місцях та конфліктів, для забезпечення особистісного розвитку) та взаємозамін, час виходу на роботу, вихідні та святкові дні.

Таблиця 26 – Графік виходу на роботу покоївок

1 зміна (денна зміна)	2 зміна (вечірня зміна)	3 зміна (нічна)
з 7 ⁰⁰ до 15 ³⁰	з 13 ⁰⁰ до 21 ³⁰	з 21 ³⁰ до 7 ⁰⁰
з 8 ³⁰ до 17 ³⁰	з 14 ⁰⁰ до 22 ⁰⁰	з 22 ⁰⁰ до 8 ³⁰
з 7 ⁰⁰ до 16 ⁰⁰	з 14 ⁰⁰ до 22 ³⁰	з 22 ³⁰ до 7 ⁰⁰

На практиці це виглядає таким чином:

один тиждень група покоївок виходить в 1-у зміну, в якій робота пов'язана з великим обсягом поточних прибирань номерного фонду і частини громадських приміщень;

наступного тижня ця ж група виходить на роботу у вечірню зміну, де, в основному, будуть зайняті проміжним прибиранням, наданням вечірнього сервісу, додатковим прибиранням на прохання гостей, прибиранням службових приміщень.

Що стосується чисельності працівників, то в 1-у зміну задіється більша кількість людей, в 2-у зміну значно менше, в нічну зміну достатньо декілька чергових покоївок.

Разом з тим, режими роботи покоївок в кожному готелі можуть сильно відрізнятися:

- денні зміни (по 12 годин) – два дні через два;
- нічні зміни (по 12 годин) – доба через троє;
- п'ять робочих днів поспіль з 9-ї до 18-ї години;
- по тижнях – кожна покоївка працює в одну зміну протягом тижня, потім переходить в іншу зміну;
- за змінним графіком – покоївка переходить з зміни в зміну по певних днях тижня.

Загалом загальна тривалість робочого часу повинна становити 40 годин на тиждень (5-денний робочий тиждень з 8-годинним робочим днем та двома вихідними).

Перед початком робочої зміни покоївка повинна зареєструватись у менеджера служби або його заступника. Покоївка отримує сектор прибирання у готелі, ключі від кімнат за отримання яких вона повинна прозвітуватись у журналі обліку ключів і в кінці робочого дня повинна повернути ключі. В рамках першої зміни доцільно розділити покоївок на групи. Перша група задіяна на прибиранні місць громадського користування (з 7-ї годин до 9-ї години ранку), друга – на прибиранні номерів і тому їхній робочий день розпочинається пізніше на 1–1,5 години.

Покоївки, які працюють у вечірню зміну, забезпечують підготовку номерів до сну, виконують значно менший обсяг роботи і можуть обслуговувати у 2–3 рази більше приміщень у порівнянні з ранішньою зміною, яка більше зосереджується на поточному прибиранні.

Нічна зміна за кількістю обслуговуючого персоналу найменш чисельна і забезпечує прибирання службових приміщень та приміщень загального користування. Функції нічної зміни пов'язуються з прибиранням і чистотою килимового покриття, гардин, витиранням пилу, протиранням меблів, дверей, підвіконників, перил та ін.

У структурі управління службою покоївка підпорядковується безпосередньо старшій покоївці, загалом менеджеру служби.

Отримавши завдання та ключі покоївка приступає до роботи.

3.4.2 Підготовка покоївки до роботи

1. Покоївка перед початком роботи з прибирання номерів зобов'язана:

- надягти чистий і добре випрасуваний формений одяг;
- одержати ключі та завдання від старшої покоївки – наряд на роботи, де має бути зазначено номери кімнат, категорії номерів, вид прибирання;
- перевірити наявність прибирального інвентарю та матеріалів;
- одержати потрібну кількість комплектів постільної білизни, рушників і туалетного приладдя;
- взяти рекламний матеріал;
- укомплектувати візок предметами і засобами для прибирання;
- ознайомитися з інформацією про гостей, кімнати яких їй потрібно буде прибрати (імена, національність, стать). Крім того слід поцікавитись чи перебувають в номері діти і узгодити час прибирання.

2. Покоївка зобов'язана знати:

- порядок дій при приході в номер до гостя (табл.27);
- номери прибирають за відсутності гостей, за винятком випадків, коли в номері перебуває хворий або живе родина, члени якої завжди в номері. При цьому прибирання здійснюють з дозволу гостей. Якщо вивішена табличка «Не турбувати», то покоївка має повідомити про це менеджера служби прийому і розміщення. За бажанням гостя прибирання може здійснюватися в його присутності;
- перед тим як відчинити ключем номер, покоївка зобов'язана постукати в двері, навіть якщо впевнена, що в номері нікого немає;
- номери прибирають при напіввідчинених дверях;

Таблиця 27 – Порядок дій при приході в номер до гостя

Послідовність	Запитання	Стандартні дії
Постукайте в двері	Як голосно слід стукати?	Стукають у двері досить голосно, щоб споживач почув
	Як часто варто стукати?	Стукають у двері тричі, оголошують про свій прихід і чекають 10 с. Якщо відповіді немає, то стукають ще раз, оголошуючи про свій прихід
	Коли не слід стукати в двері номера гостя?	Не слід стукати в двері, якщо висить табличка «Не турбувати!» або за наявності ключа-карти, на табло світиться червоний вогник
Відрекомендуйтеся	Що потрібно сказати?	Скажіть: «Добрий ранок (добрий день, добрий вечір). Служба поверху. Вибачте, що турбуємо».
Зайдіть у номер	Що треба зробити, якщо споживач відізався на стук (відчинив двері)?	Скажіть: «Добрий ранок (добрий день, добрий вечір). Коли я можу прибрати Вашу кімнату, пане / пані?»
	Що треба зробити, якщо споживач не відповідає на стук?	Виконайте дії, щоб увійти в номер

- під час прибирання санітарного вузла покоївка повинна чітко дотримуватися вимог санітарно-гігієнічних норм;
- якщо в номері розкладені особисті речі гостей, після прибирання розкласти все на ті самі місця;
- не можна складати у валізу речі, вийняті з неї мешканцем;
- при виявленні в номері ушкоджень готельного майна, завданих мешканцем, негайно доповісти бригадиру або завідувачому корпусом;
- заборонено дивитись в номері телевізор та слухати музику; користуватися санвузлом, ванною;
- заборонено палити в номері, вступати в розмову з гостями, загравати з їх дітьми.

3.Стандарт (орієнтовний) зовнішнього виду покоївки:

- колготи – тілесного кольору;
- волосся прибране в пучок, природного кольору або акуратна стрижка;
- туфлі – однотонні чорні на низьких підборах;
- закладка однотонна;

- макіяж – непомітний, наближений до натурального.
- парфуми чи інші запахи – відсутні;
- прикраси – лише маленькі сережки та обручка;
- лак для нігтів – безбарвний;
- нігті чисті та акуратно підстрижені.

4. *Порядок підготовки візка покоївки*

Візок застосовується для транспортування прибирального інвентарю, матеріалів, брудної та чистої білизни, рекламного матеріалу і наборів туалетного приладдя. На візку мають бути відсіки для: чистої білизни і рушників; прибирального інвентарю, матеріалів; реклами; для наборів туалетного приладдя; поліетиленовий мішок для брудної білизни (додаток Р - рис.1).

Комплектація візка покоївки

1) *прибиральний інвентар:*

серветка для полірування меблів; для видалення пилу в кімнаті; серветка/ ганчірка для миття ванни і умивальника; для миття унітазу; для миття підлоги у ванній кімнаті; серветка для полірування дзеркаль-них і хромованих повер-хонь; губки; гумові/бавовняні рукавички, фартух, щітки (для миття туалету та ванної кімнати + йорж для туалету); рушник для полірування склянок; пілосос, швабра; мішки (для брудної білизни, сміття, одноразові для сміттєвих кошиків); відра (для миття кімнати, санвузла);

2) *прибиральні матеріали:* для чищення, миття, дезінфекції.

Прибиральні матеріали мають використовуватися за призначенням, відповідно до інструкції, зазначеної на етикетці. Покоївка та чергові зобов'язані стежити за технічним та санітарним станом візка. Під час прибирання візок ставлять у безпосередній близькості від номера, що прибирається, але так, щоб він не заважав проході гостей;

3) *набір предметів індивідуального користування та предметів гостинності*

Для якісної роботи покоївок в готелях розробляють інструкції щодо того як мають бути розкладі всі предмети в номері. Тому, ідучи до номера покоївка заздалегідь повинна знати де має лежати інформаційна папка, де телефонний довідник та ін.

Нормативи на туалетне приладдя, парфумерію та косметику (предмети гостинності) в санітарних вузлах є внутрішнім стандартом готелю. Вміст набору з предметів гостинності, їх якість, дизайн залежать від категорії готелю та можуть бути таких видів:

- мило (тверде вагою 12 г, 13 г, 20 г, 25 г, 40 г, 45 г в упаковці «флопак», картонній коробці чи пластиковій мильниці; або рідке мило в диспансерах);

- шампунь, кондиціонер, гель для душу, лосьйон для тіла (вмістом 8, 10, 25, 30, 35, 40, 45, 50 мл в упаковці «саше» чи пластиковому флаконі або налиті в диспансери);

- зубна паста 3 г та зубна щітка;

- станок для гоління та крем для гоління 15 мл;

- шапочки для прийняття душу;

- гігієнічні пакети для жінок;

- гігієнічні накладки на кришку унітаза;

- серветки для особистої гігієни (в спеціальних диспансерах для забезпечення їх економного використання. Верхню серветку формують буквою V (на кут) або за іншим зразком прийнятим в готелі;

- туалетний папір (2 рулони – 1-й на спеціальному паперотримачу, 2-й – запасний. Туалетний папір розташовують так, щоб він відмотувався в бік клієнта. Початок рулону туалетного паперу складають буквою V (на кут) або за іншим зразком, прийнятим в готелі (додаток Р - рис.2).

В номері рулон туалетного паперу повинен бути повним не менше ніж на чверть, тобто рулон слід міняти, якщо його товщина складає менше 1,2 см).

Для кожного готелю діє власний стандарт комплектації номера даними предметами.

Дотримання стандарту забезпечується завдяки використанню покоївками зразків розміщення предметів гостинності в номері. Дуже ефектно виглядає готельна парфумерія та косметика розкладена в спеціальні кошики cat basket форми (додаток Р – рис.3).

Нормативи на предмети індивідуального користування в номерах:

- швейний набір: набір ниток (6 кольорів), 2 білих гудзики, англійська шпилька, голка (в готелях категорії 3, 4, 5 зірок);
- інформаційна папка гостя з поліграфічною продукцією;
- штопор;
- щітка для одягу,
- набір для чищення взуття;
- мішки для передачі брудних речей гостя до пральні;
- бланки-замовлення для пральні;
- поліграфічна інформаційна продукція;
- сірники з логотипом готелю та попільничка.

Тапочки є елементом аксесуару ванної кімнати. У висококласних готелях вони мають відповідати тканині, з якої виготовлений халат. Тапочки мають мати неслизьку підшву. Їх розрізняють так: азійські тапочки

(виконані на одну ногу) та європейські тапочки (лівий відповідає лівій нозі, правий – правій нозі).

Халати використовують в готелях високого класу. Вони можуть мати логотип готелю та навіть ім'я гостя на верхньому кармані для постійного клієнта, що демонструє персоніфікований підхід до обслуговування в готелі. Халати зазвичай бувають двох покроїв: кімоно (довжина халата 130 см, рукавів $\frac{3}{4}$, пояс) та з коміром типу «шаль» (довжина халата 130 см, рукави довгі з можливістю закоту манжета). Кількість халатів в готелі має в 5–2 рази перевищувати номерний фонд. Халати можуть бути виконані з махрової та вафельної тканини.

Таблиця 28 – Норматив рушників на 1 місце в готелі

Вимога	Категорія готелю				
	*	**	***	****	*****
Зміна білизни:					
Банний (70x140 см)	+	+	+	+	+
Для рук (50x100 см)	+	+	+	+	+
Для ніг (50x70 см)			+	+	+
Серветки для обличчя (45x45 см)			+	+	+
Килимок для ванної кімнати (під ноги) (50x70 см.)				+	+
Халати					+

У люксах, апартаментах додатково може бути махрове простирadlo.

В шафі повинні висіти плечики (не менше 3 шт. в готелях категорії 1–3 зірки та не менше 5 в готелях категорії 4–5 зірок)

3.4.3 Технологія прибиральних робіт в приміщеннях житлової групи

Загалом, в готелях виділяють такі *категорії прибиральних робіт*:

- прибирання території, прилеглої до готелю;
- прибирання приміщень вестибюльної групи (гардероб);
- прибирання місць загального користування: сходів, коридорів, холів, адміністративних, службових і підсобних приміщень;
- прибирання номерного фонду (житлових номерів + вузлів індивідуального користування).

При виконанні прибиральних робіт рекомендується дотримуватися принципів:

- прибирання здійснюється за годинниковою або проти годинникової стрілки для того, щоб жоден предмет обстановки не пропустити;
- прибирання здійснюється «від чистого – до брудного; зверху – до низу»;

- прибирання має здійснюватися в суворій відповідності з санітарними нормами;
- персонал має якнайменше потрапляти на очі гостей;
- прибиральний інвентар та інструменти не повинні залишатися в місцях загального користування;
- покоївки, прибиральниці не повинні відволікатися на особисті справи під час виконання прибиральних робіт.

Складові клінінгових технологічних циклів житлових приміщень готелю:

- поточне щоденне прибирання;
- проміжне (експрес) прибирання;
- прибирання номерів після виїзду гостей;
- генеральне прибирання.

В більшості готелів *послідовність технологічних циклів така:*

1-ша черга – *поточне прибирання:*

- поточне прибирання розпочинається з номерів на прохання гостя. Бажано такий номер прибрати в максимально короткий термін (20 хв). Рационально доручити таку роботу двом покоївкам, щоб прискорити прибирання та не завдавати незручностей гостям;
- потім здійснюється *поточне прибирання у вільних та заброньованих номерах*, оскільки прибрати зайняті номери з 7-ї до 9-ї години дуже рано. У вільних номерах покоївка має щоденно: провітрювати, витирати пил, перевіряти справність приборів, спускати воду в усіх сантехнічних приборах аби продовжити їх експлуатаційний термін. Заброньовані номери мають бути прибраними до 12-ї години. *Поточне прибирання номерів, в яких мешкають споживачі* бажано прибрати за їхньої відсутності але в термін до 16-ї години;

2-га черга – *проміжне прибирання* виконується у випадках, коли на нього є завдання (вечірній сервіс, додаткове прибирання на прохання гостя за додаткову плату);

3-я черга – *прибирання номерів після виїзду гостя*. Після прибирання покоївка негайно здає підготовлені до заселення номери в службу прийому і розміщення;

4-та черга – *генеральне прибирання* здійснюється за планом один раз на 10 днів у звільненому після від'їзду гостя номері.

Нормативна хронологія клінінгових технологічних операцій у номерах передбачає таку послідовність прибирання:

- багатокімнатний номер: спальня, їдальня, вітальня, сходи (для дворівневих номерів), санітарний вузол.
- двокімнатний номер: спальня, вітальня, передпокій, санітарний вузол.

- однокімнатний номер: житлова кімната, передпокій, санітарний вузол.

Технологічні операції клінінгового циклу

«Поточне щоденне прибирання»

1. Стандартні технологічні операції з прибирання та контрольні дії покоївки в передпокої номера передбачають виконання таких позицій:

- перевірити вхідні двері;
- перевірити наявність схеми евакуації при пожежі;
- перевірити стан дерев'яних конструкцій;
- перевірити стан дзеркал;
- перевірити стійку для багажу;
- перевірити технічний стан вмонтованої шафи;
- перевірити наявність та технічний стан фена у номері.
- перевірити наявність щіток для одягу/взуття;
- перевірити наявність лопатки для взуття;
- перевірити наявність пакета для пральні та хімчистки;
- перевірити наявність інформації про пральню;
- перевірити наявність плечиків в шафі.

4 Технологічні операції «Прибирання житлової кімнати»:

- провітрювання: відчинити вікно або балконні двері для провітрювання помешкання (вентиляція повітря в житлових номерах повинна забезпечувати кратність повітря в межах 0,5–0,7 години. Вологість повітря в межах 30–60%);
- дезінфікування: перед початком прибирання ополоснути водою сантехнічне обладнання, полити дезінфікуючим розчином умивальник, ванну й унітаз; винести рушники і смітєвий кошик у передпокій, зачинити двері санітарного вузла;
- прибирання столу, миття посуду, очищення кошиків для сміття;
- прибирання ліжок;
- видалення пилу та забруднень з меблів та обладнання номеру (навіть у важкодоступних місцях);
- чищення килимових поверхонь та м'яких меблів;
- прибирання санвузла;
- укомплектування номера предметами гостинності в санвузлі та предметами індивідуального користування⁴
- у випадку виявлення несправностей сантехнічного устаткування чи електроустаткування, витоків води, несправності телевізора, телефону, холодильника потрібно дати заявку в диспетчерський пункт, записати в журналі і простежити за виконанням заявки;
- зачинення вікна, вимкнення світла і замкнення номера.

До поточних прибиральних робіт заброньованих номерів входять:

- сухе протирання;
- вологе прибирання;
- вологе прибирання підлоги.

3. Технологічні операції «Прибирання санітарного вузла».

- виконати санітарно-гігієнічні вимоги, надягнувши прогумований фартух і гумові рукавички;
- винести сміття з кошика, вимити кошик;
- помити стіни санітарного вузла:
 - спеціальним засобом;
 - змити стіни чистою водою;
 - протерти сухою ганчіркою;
- прибирання дзеркального набору:
 - обережно протерти дзеркало спочатку вологою, а потім сухою ганчіркою до блиску;
 - вимити туалетну поличку з обох боків і протерти її;
 - вимити склянки, відполірувати і поставити їх на поличку в серветку, складену конвертом;
 - перевірити наявність набору туалетного приладдя і туалетного паперу, при потребі поповнити їх;
- прибирання умивальника:
 - помити з внутрішньої та зовнішньої сторін, звертаючи увагу на їхню чистоту;
 - сполоснути гарячою водою;
 - протерти миючим засобом;
 - промити гарячою водою, прополоскати дезінфікуючими засобами;
 - знову промити водою;
- прибирання ванни:
 - сполоснути ванну гарячою водою;
 - протерти її миючим засобом;
 - сполоснути гарячою водою;
 - вимити дезінфікуючими засобами;
 - знову промити водою, звернувши увагу на злив води і цілість ланцюжка від пробки;
 - вимити штору для ванни.
- вимити сантехнічну арматуру: крани, гнучкий шланг і мильницю. Мильні плями на металі неприпустимі.

- протерти насухо чистою білою ганчіркою: глазуровані плити стін над ванною; ванну; умивальник;
- звернути увагу на чистоту стоків ванни й умивальника;
- прибирання унітаза і біде:
 - облили внутрішні стінки гарячою водою;
 - протерти пастою;
 - сполоснути гарячою водою;
 - вимити дезінфікуючим розчином, у тому числі кришку і ручки; протерти сухою ганчіркою всі поверхні;
 - вимити водою з доданням дезінфікуючого розчину гумовий килимок і підлогу.

В готелях з високими стандартами чистоти кришку і сидіння унітаза з'єднують та обтягують спеціальною пластиковою стрічкою з написом «Продезінфіковано».

Технологічні операції клінінгового циклу «Проміжне прибирання»

- видалення сміття з номера;
- прибирання та миття посуду;
- протирання обіднього столу;
- прибирання та заміна постільної білизни;
- прибирання санвузла;
- приготування ванни;
- зміна рушників;
- миття підлоги чи механізоване прибирання підлоги.

Технологічні операції клінінгового циклу «Прибирання номерів після виїзду гостя»

- *прийняття номера: перевірити, чи немає забутих гостями речей: у ліжку, письмовому столі, платтяній шафі, санітарному вузлі. Уважно перевірити цілість майна готелю. Зняти з ліжка ковдру, простирадло, перевернути перину;*
- *при виявленні ушкодження майна або забутих речей покоївка негайно доповідає про це вищестоящому керівництву, про псування майна обов'язково складають акт;*
- *забуті речі обов'язково здають до служби приймання й обслуговування за актом;*
- *категорично забороняється залишати забуті клієнтами речі на поверсі або відносити їх додому;*
- *провести технологічну операцію в обсязі, вказаному в розділі «Поточне щоденне прибирання».*

Технологічні операції клінінгового циклу
«Генеральне прибирання»

- миття стін, протирання їх насухо;
- чищення вентиляційних решіток;
- чищення драпірувань, матраців, перин;
- чищення та миття дверей, стін, картин (1 раз на місяць);
- додаткові роботи: миття вікон (не менше 2 разів на рік), миття підлоги, килимів, натирання паркетної підлоги (за необхідності);
- механізоване прибирання стелі, стін, вентиляційних решіток (1 раз на 2 місяці);
- механізоване прибирання і чищення (прання) гардин (1 раз на 2 місяці);
- миття освітлювальних приладів;
- проведення роботи в обсязі, зазначеному в розділі «Поточне щоденне прибирання».

Особливості прибирання елементів інтер'єру номеру.

Прибирання ліжка:

- подушка, ковдра (одіяло) мають лежати тимчасово на кріслі, а не на підлозі;
- перед зміною постілі покоївка має зняти гумові рукавички, продезінфікувати руки чи надягти спеціальні рукавички;
- замінити білизну, керуючись вимогами, наведеними в таблиці 29:

Таблиця 29 – Періодичність зміни білизни в готелі

Вимога	Категорія готелю				
	*	**	***	****	*****
Зміна білизни:					
1 раз на 5 днів	+				
1 раз в 3 дні		+	+		
Щоденно				+	+
Щоденно на прохання гостя	+	+	+	+	+
Зміна рушників					
1 раз на 3 дні	+	+			
Щоденно			+	+	+

– білизна повинна бути чистою, свіжою, гарно випрасуваною. Категорично недопустимо наявність волосся на білизні. Щоб уникнути пуху, дрібних ворсинок, волосся, використовують спеціальний клейкий валик;

- в готелях з високими стандартами чистоти на подушку надягають 2 наволочки: одну міцну на застібці «блискавка», другу – звичайну;
- перевірити справність ліжка і чистоту матраца, перини. Обробити пилососом матрац і перину, акуратно розкласти їх на ліжку;

- розстелити простирадло на ліжку, підігнувши один його край під перину до внутрішньої сторони ліжка, а другий, зовнішній, послати так, щоб він був підігнутий під матрац;
- надіти наволочку, збити подушку і покласти її на простирадло клапаном до узголів'я ліжка. Нічні сорочки, піжами кладуть до узголів'я під подушку;
- розправити ковдру в підковдрі, покласти її поверх простирадла і подушки, підігнувши краї з двох боків так, щоб виріз підковдри знаходився по центру. Простежити, щоб до голови постійно був повернутим той самий кінець ковдри;
- накрити ліжко покривалом так, щоб чітко вимальовувалися краї ліжка;
- халат гостя вішають у шафу. Взуття і тапочки виносять у передпокій;
- при виявленні на білизні плям негайно доповісти про це бригадиру.

Загалом, постіль повинна бути застелена відповідно до санітарних правил і заведених в готелі стандартів. Якість постілі – один з важливих критеріїв оцінювання рівня сервісу в готелі.

Примітка. Покоївки щоденно звітують перед супервайзерами (старшими покоївками) про кількість використаної білизни. Це необхідно для ліквідації можливих випадків зловживань з боку покоївок (бувають випадки, коли покоївка не змінюють повністю білизну, а лише акуратно її розправляють). Подібні дії покоївок караються аж до звільнення.

Прибирання письмового столу:

- шухляду письмового столу, якщо в ній немає особистих речей гостей, витрусити і протерти зовні та зсередини злегка вологою ганчіркою;
- протерти поверхню столу і предмети, що знаходяться на ньому, від пилу;
- перевірити наявність рекламних матеріалів, паперу і конвертів у папці. Папку покласти на столі поруч із телефоном.

Прибирання обіднього столу:

- відсортувати ресторанний посуд від посуду, яким укомплектований номер;
- віднести тацю з брудним посудом до службового ліфта та залишити її на спеціальних стелажах, повідомивши про це службу ресторанного господарства;
- ретельно вимити посуд, що належить номеру і тимчасово накривати чистий посуд серветкою до закінчення прибирання номера, аби пил не осідав на посуді.

Прибирання інших елементів інтер'єру:

- телефонний апарат має бути завжди чистим. Для цього щоденно телефонну трубку протирають і дезінфікують. Шнур не має бути перекрученим, дроти мають бути акуратно прихованими. Біля

телефонного апарата має знаходитись інформація щодо тарифів на телефонні розмови та інструкція з підключення до Інтернету;

- попільничка. Перед очищенням попільнички слід звернути увагу на те, чи споживач не залишив в ній цінні речі. За наявності попелу та недопалків попільничку заливають водою, а потім бруд виливають до мішка зі сміттям, щоб уникнути загоряння;
- ваза з квітами. Поміняти воду та прибрати опалі пелюстки та листя.

Поводження з особистими речами гостя:

- забороняється перекладати документи, закривати чи складати книги, журнали, записи гостя;
- забороняється порушувати порядок на письмовому столі;
- забороняється торкатися ноутбука, фотоапарата, коштовностей, грошей, парфумів та інших речей гостя;
- до від'їзду гостя нічого не можна викидати з номера. Дозволено очищати кошики для сміття та викидати пусті пляшки;
- при видаленні сміття з кошика покоївка має бути уважною, оскільки споживач може випадково чи машинально викинути цінні речі;
- у випадку, коли після від'їзду гостя виявилися забуті ним речі, то існує певний порядок їх зберігання та повернення:
 - знайдені речі реєструють в спеціальному журналі знахідок;
 - зареєстровані речі надходять до спеціальних сховищ, а служба прийому і розміщення вживає термінових заходів щодо повернення речей гостю. Термін зберігання забутих речей становить 1 рік і 1 день, забутих продуктів – 3 дні.

Порядок усунення технічних несправностей в номері:

1) покоївка повідомляє супервайзера (старшу покоївку) про несправності в номері;

2) супервайзер фіксує факт несправності в поверхному журналі, передає дані адміністратору готелю, оформляє заявку на ремонт та подає її до інженерно-технічної служби;

3) представники інженерно-технічної служби здійснюють ремонт та роблять відповідний запис в заявці, другий примірник якої повертають до служби експлуатації та обслуговування номерного фонду.

Перевірка якості прибирання

Здійснення перевірки якості прибирання має на меті перевірку номера на предмет відповідності стандартам комплектації і розкладання гостьових приборів; стандартам заправки постілі; стандартам чистоти.

Хід аудиту:

- перевірка здійснюється за годинниковою стрілкою;

- оцінюється зовнішній вигляд меблів, стін, обладнання, м'яких меблів;
- чистоту меблів, приборів перевіряють білою вологою серветкою.

В готелях застосовують однотипний для кожної категорії номера робочий лист перевірки, де перераховані в чіткій послідовності всі найменування і позиції, що потребують контролю. Лист охоплює всі об'єкти перевірки номера, його специфіку і так звані «слабкі місця» або «мертві зони».

3.4.4 Технологія прибирання приміщень загального користування та території

Особливістю приміщень загального користування є великий потік відвідувачів. Основне прибирання місць загального користування відбувається рано-вранці, пізно ввечері або вночі. Впродовж дня приміщення загального користування прибирають у міру забруднення.

Періодичність виконання основних робіт із прибирання приміщень загального користування:

- підлога: видалення пилу (пилососом або вологим віником) та вологе протирання щодня; миття один раз на тиждень, крім паркетної підлоги і безлакового покриття;
- килими, килимові покриття: видалення пилу пилососом щодня;
- меблі та інвентар для приміщень: поліровані меблі – сухе протирання щодня; вологе протирання один раз на тиждень; карнизи – сухе протирання 6 разів на рік; м'які меблі – чищення за допомогою пилососа 1 раз на тиждень;
- вікна, які відчиняються у приміщення, – миття два рази на рік;
- віконні блоки з підвіконням, – вологе протирання один раз на тиждень;
- радіатори – протирання 1 раз на тиждень;
- стіни – вологе протирання 6 раз на рік;
- малоцінний інвентар (графин з підносом, склянка, попільниця) – миття щодня;
- урни, кошики – опорожнення щодня.

Комплексне прибирання центрального холу готелю:

- миття підлоги в холі;
- видалення пилу і бруду з меблів та інших поверхонь в холі, розкладання друкованої рекламної продукції;
- прибирання зони служби прийому і розміщення;
- приведення в порядок головного входу готелю;
- чищення килимових поверхонь в холі;
- контроль чистоти конференц-залів та, за необхідності, їх прибирання;

- прибирання зони лоббі-бару, кафе, ресторану;
- прибирання гостьових ліфтів та сходів;
- підтримка чистоти і порядку в громадських туалетах;
- приведення в порядок телефонів апаратів та телефонних кабін;
- прибирання приміщень гардеробу та камери схову;
- полив та догляд за квітами в холі.

Прибирання побутових приміщень для персоналу:

- миття підлоги;
- ретельне прибирання поверхонь індивідуальних шаф співробітників;
- санітарна обробка та дезінфекція обладнання душових кабін і туалетів;
- миття стелі, стін, дверей в роздягальнях;
- збір і передача забутих співробітниками речей до спеціально відведених сховищ.

Прибирання приміщень, що розташовані в цокольному поверсі готелю:

- прибирання службових коридорів (підлога, стіни, вентиляційні витяжки);
- прибирання кабін службових і вантажних ліфтів та ліфтових холів;
- прибирання службових і пожежних сходів;
- прибирання складських приміщень;
- прибирання пральні, хімчистки, складу білизни;
- прибирання медичного кабінету;
- прибирання кімнати водіїв;
- прибирання службового входу та камер схову особистих речей персоналу готелю.

Прибирання санвузлів загального користування

Санітарні вузли прибирають за графіком прибиральних робіт, який вивішується у приміщенні санвузла. Прибиральниця робить помітки про проведені санітарні роботи після кожного прибирання із зазначенням часу їх завершення. Поточне прибирання проводять щоденно з інтервалом 40 хв у денний час і через кожні 1,5 год вночі.

Під час прибиральних робіт прибиральниця повинна:

- одягнути прогумований фартух і гумові рукавички;
- винести сміття з кошика та вимити цей кошик;
- помити стіни санітарного вузла дезінфікуючим розчином;
- помити стіни чистою водою, протерти сухою ганчіркою.

Прибирання дзеркального набору:

- протерти дзеркало спочатку вологою, а потім, до блиску, – сухою ганчіркою;
- туалетну полочку вимити з обох боків і протерти;

- перевірити наявність туалетного набору.

Прибирання умивальника:

- сполоснути гарячою водою;
- протерти мийним розчином;
- ретельно помити з внутрішнього та зовнішнього боків, протерти дезінфікуючим розчином;
- промити водою, протерти насухо, натерти до блиску крани;
- перевірити наявність рідкого мила, у разі потреби поповнити їх.

Прибирання унітаза та пісуарів:

- облили внутрішні стінки гарячою водою;
- протерти дезінфікуючою пастою;
- сполоснути гарячою водою;
- вимити дезінфікуючим розчином, у тому числі кришку і ручки; протерти сухою ганчіркою всі поверхні;
- вимити водою з доданням дезінфікуючого розчину гумовий килимок і підлогу.
- перевірити наявність туалетного паперу і паперових рушників, рідкого мила, у разі потреби поповнити запас.

Прибирання санвузлів здійснюється з обов'язковим використанням дезрозчинів (табл. 30).

Таблиця 30 – Способи приготування і застосування дезрозчинів

Найменування	Концентрація	Призначення	Спосіб приготування
Хлорне вапно (строк зберігання розчину – 3 дні)	10% (вихідний)	Для обробки сміттєзбірників	1 кг (сухого) на 10л води
	5%	Для обробки раковин	5л вихідного розчину на 10л води
	2%	Для обробки устаткування, інвентарю	2л на 10 л води
	1% (робочий)	Для дезінфекції підлоги, стін, дверей, підвіконня	1 л вихідного розчину на 10л води
	0,2%	Для обробки рук та столового посуду	200 г вихідного розчину на 10л води
Хлорамін	0,2%	Для обробки рук та столового посуду	200 г на 10л води
	0,5%	Для обробки устаткування та приміщень	50 г на 10л
Гіпохлорид кальцію	0,1%	Для обробки рук та столового посуду	10 г на 10л води

Генеральне прибирання здійснюють через кожні 10 днів. Перелік прибиральних робіт доповнюється проведенням дрібного ремонту

приміщення і оснащення санітарного вузла, повною дезінфекцією приміщень.

Прибирання інших приміщень проводиться, в основному вранці, а підприємств ресторанного господарства – в дві зміни (з 7.00 до 8.00) та перед закриттям. Генеральне прибирання у ресторані здійснюють раз на тиждень, у понеділок. Воно являє собою більш ретельне прибирання та ремонт елементів інтер'єру.

Догляд за територією готелю

До навколишньої території належить територія готелю, що визначена проектною документацією (рис.41).



Рисунок 41 – Визначення території підприємства готельного господарства

Догляд за територією готелю складається з таких етапів:

- підтримка належного санітарно-екологічного стану прилеглої до готелю території (щоденне прибирання відповідно до пори року);
- миття урн для сміття, контроль чистоти в місцях для паління;
- прибирання господарського двору;
- миття контейнерів для сміття;
- миття вікон в готелі під час генерального прибирання;
- вивезення сміття, опалого листя, снігу;
- догляд за зливною системою;
- догляд за клумбами та зеленими насадженнями.

Догляд за територією різниться в межах сезонів та передбачає наступні види робіт (рис. 42).

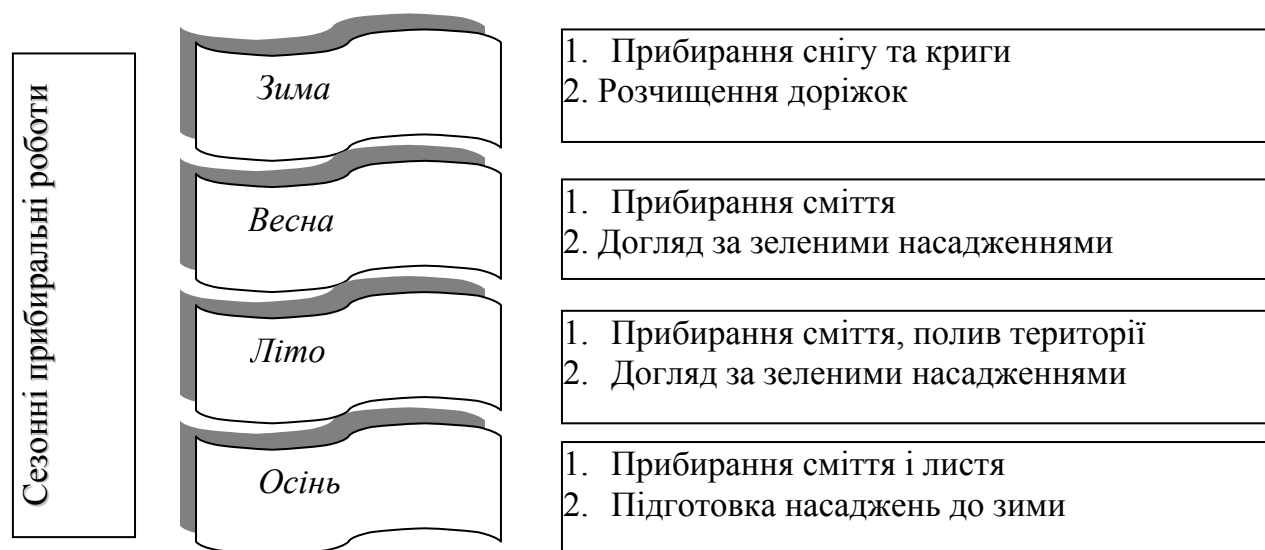


Рисунок 42 – Сезонні прибиральні роботи на території готелю

3.4.5 Організація роботи білизняного господарства

Білизняне господарство готелю є важливою складовою сервісного обслуговування. Білизняне господарство функціонує в кожному готелі. Постільна білизна і рушники належить до групи м'якого інвентарю і тому його вартість зараховується на баланс готелю, а категорії персоналу, що працюють з білизною є матеріально-відповідальними особами.

До категорій персоналу, що працює з постільною білизною, належать такі посадові особи: завідувач білизняним складом, завідувач білизняною, кастелянша, швачки, штопальниці, прачки, працівники прасувальних, покоївки.

Білизняне господарство готелю зосереджено в центральній білизняний, в поверхових білизняних, на складах чистої білизни, в білизняних для брудної білизни. Відділення зберігання постільної білизни поділяється на «чисте» і «брудне». Технологічні операції по веденню білизняного господарства в підприємстві готельного господарства представлені на рисунку 43.

За співвідношенням на постільну і столову білизну припадає близько 70% всієї готельної білизни, на махрові вироби – 25%, на уніформу та особисту білизну гостей – 5%. Зазвичай вага одного комплекту білизни в номері коливається від 3 до 5 кілограм, один комплект уніформи дорівнює 1 кг та замінюється один раз на тиждень.

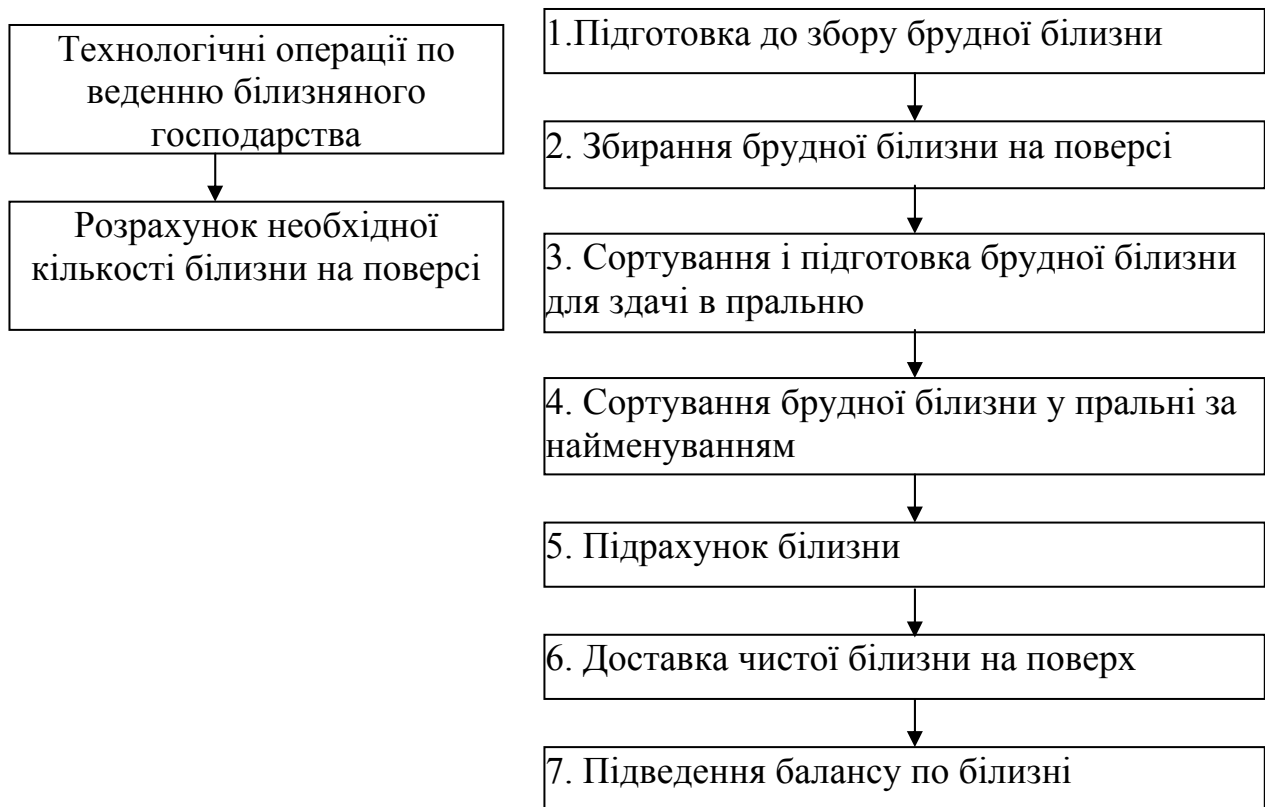


Рисунок 43 – Технологічні операції по веденню білизняного господарства в підприємстві готельного господарства

Після 11-ї години покоївка відносить брудну білизну в спеціальне приміщення на поверсі, де її сортують за видом в призначенням і складають у мішки та через білизно-провід відправляють до пральні.

Доставку білизни до пральні здійснюють у визначений для кожного поверху час, в пральній білизну приймають за кількістю, станом білизни, цілісністю та проводять додаткове сортування.

Чисту білизну розміщують за найменуванням на стелажах у приміщеннях для чистої білизни – це дає змогу вести облік білизни на поверсі. Для правильного зберігання та обміну предметів постільної білизни, доцільно класти пачками в комірки для зберігання:

- простирадла по 10 штук;
- підковдри по 5 штук;
- рушники і наволочки по 10–20 штук.

Пачки складаються в стопки при цьому кут верхнього предмета кожної пачки витягують вперед на 3–5 см, щоб відділити одну пачку від іншої.

Нова білизна надходить зі складу за накладними, з білизняних для брудної білизни до пральні надходить також за накладними. Кожні 2 роки постільна білизна підлягає заміні через знос. Списання білизни визначається ступенем зносу, на який впливають такі фактори:

- якість тканини;
- чистота прання;
- умови зберігання та експлуатації.

Списання білизни здійснюється спеціальною комісією, до складу якої входять призначені керівництвом посадові особи: кастелянша, зав. білизняним господарством і керівник вищої ланки або безпосередньо керівник підприємства, який і підписує складений акт списання білизни.

В різних країнах світу по-різному підходять до розрахунку кількості необхідної білизни на одне місце. Загалом, один комплект постільної білизни знаходиться в експлуатації в номерах. Другий комплект як оперативний одноденний обмінний фонд (дорівнює числу середнього добового виїзду) зберігається на поверсі. Третій комплект – на складі брудної білизни, що призначений для відправки на прання. Четвертий комплект – в пральні. П'ятий, шостий комплекти – на складі. Так, при одночасному використанні шести комплектів знос дорівнює 25%.

Технічні вимоги до облаштування білизняних наведені в темі «Організація нежитлових приміщень» пункт 3.

В сучасних умовах готелі приділяють багато уваги питанням екології: розробляють програми, які дозволяють значно скоротити споживання енергії, води, зменшити кількість відходів. У зв'язку з цим необхідно розробляти правила поведінки, які забезпечать виконання всіх екологічних вимог персоналом готелю та мешканцями. Зокрема, багато готелів розміщують в ванних кімнатах звертання до гостей, в якому пропонують залишати на підлозі чи краю ванни рушники, що їх вони бажають замінити. Такий підхід дозволяє покоївкам не прибирати всі рушники. А замінювати лише використані. Практика засвідчила, що при досягненні розуміння проблеми хоча б половиною клієнтів готелю кількість рушників, що перуться щоденно, скорочується на третину, що дозволяє економити не лише ресурси, а й збільшити строк експлуатації м'якого інвентарю.

Вимоги до білизни

В Україні кількість готельної білизни визначається з урахуванням вимог ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів», де вказана періодичність її заміни в готелях різних категоріях.

Для виготовлення постільної білизни та рушників адміністрація готелю повинна використовувати тільки високоякісні чисті і естетично привабливі тканини таких видів:

- бавовняні (ситець, бязь);
- віскоза;
- льон;

- бавовна + синтетичні волокна;
- шовк;
- махрові.

В готелях використовують постільну білизну різних розмірів в залежності від розміру ліжка.

Виробники вітчизняного текстилю використовують розміри, розроблені відповідно до власних ТО (технічних описів) та передбачають такі варіації маркування:

- міні-євро;
- євро;
- євро-стандарт;
- євро-максі, він же євро-плюс.

Найпопулярніші розміри постільної білизни варіюються в наступних межах:

- підодіяльник (підковра) – 205х225 см; 225х245 см; 200х220 см (найпоширеніший);
- простирadlo – 240х280 см; 240х220 см;
- наволочка – 50х70 см; 70х70 см.

При правильному виборі розмірів комплекту довжина і ширина підодіяльника та наволочки повинні бути більше відповідних розмірів ковдри і подушки, у середньому, приблизно, на 5 сантиметрів – для вільного облягання.

Правила та види маркування постільної білизни. Маркування постільної білизни здійснює каселянша або завідувачка білизняної. Маркування білизни проводиться в обов'язковому порядку. Маркування може бути у вигляді:

- друкованого штампа, що містить норми ДСТУ;
- штампа з назвою даного готелю;
- вишивки з абрєвіатурою заголовних букв (вензелю) даного готелю;
- кольорової тасьми на вушках постільної білизни.

При зберіганні білизни не повинно бути її пересортування чи заміни.

До дефектів, неприпустимих для використання білизни, відносять: плями різних видів, що не підлягають виведенню, дірки, що не підлягають ремонту.

Дизайн м'якого інвентарю має гармонізувати стилю номера. Разом з тим готелі можуть використовувати такі типи м'якого інвентарю:

1. Підодіяльник – з вирізом у формі ромба чи овальної форми; підодіяльник, що має форму повного чохла з клапаном внизу, без вирізів або з застібкою «блискавка», «на гудзики»;

2. Наволочки. Вже давно в готелях використовують наволочки з клапанами. В такій наволочці подушка має охайний вигляд, вона зручна при пранні, прасуванні, є довговічною;

3. Простирадла – рівні та «на резинці»;

4. Махрові рушники мають відповідати ряду вимог: бути достатньо щільними, довговічними, не повинні бути занадто важкими, витримувати температуру прання в 90 градусів, мати привабливий вигляд та помірну ціну. Кількість рушників в готелі має в 2–3 рази перевищувати номерний фонд.

Укомплектування номера м'яким інвентарем:

- на матрацник – 1 на ліжко;
- простирadlo – 1 на ліжко;
- ковдра – 1 на ліжко та 1 додаткове в шафі;
- подушка – на 1 гостя кількість подушок не лімітується, але не менше однієї, плюс додаткова подушка в шафі. У висококласних готелях передбачається меню подушок, що містить перелік подушок різних розмірів, з різними наповнювачами, в тому числі ароматизовані та гіпоалергенні.

Загалом, комплектація постільною білизною залежить від стандартів, які затверджені в готелі.

Організація забезпечення та догляду за уніформою

Престиж професії у сфері готельного ресторанного сервісу дуже часто залежить від того, яка уніформа у робітників і службовців – охайна і добре випрасувана, красива і зручна чи ні. Адже рухатися потрібно красиво та й виглядати елегантно. Вимоги до форменого одягу:

- відповідність призначенню та стилю підприємства;
- зручність, стійкість до обробки, гігроскопічність, стійкість до зношування, вологостійкість, міцність;
- відповідність сезону, наявність спеціальних функціональних деталей.

Уніформа (одяг формений та взуття) може являти собою:

- для жінок (сукні, спідниці, блузи для носіння взимку або влітку і, відповідно, туфлі чорні, туфлі світлі);
- для чоловіків (костюми, сорочки, краватки, півчеревики чорні і світлі).

Строк носіння уніформи становить 1 рік.

Уніформа буває літньою і зимовою. Для зимової використовують вовняні та напіввовняні тканини (іноді з додаванням лавсану та іншої сировини), для літньої – лляні, бавовняні, а також тканини, що не піддаються деформації, легко чистяться, перуться і, найважливіше, що відповідають санітарно-гігієнічним вимогам.

Уніформу (для жінок і чоловіків) шиють за єдиними моделями одного кольору і фактурою тканин. Вона повинна відповідати розмірам кожного

працівника, бути сучасною, красивою, зручною для роботи. Зручним має бути і взуття.

Уніформа зберігається в службовому гардеробі підприємства і повинна бути відпрасованою, без плям і пошкоджень тканини, взуття – чисте та непошкоджене. Стежать за її станом працівники білизняної або самі користувачі.

Формений одяг і взуття видаються обслуговуючому персоналу для використання лише на робочих місцях. На лацкан піджака кожного працівника кріпиться спеціальний знак (бейдж), на якому зазначають ім'я та посаду та прапорець тієї країни, мову якої знає працівник.

Організація забезпечення та догляду за столовою білизною

До столової білизни відносять скатертини, серветки, ручники, рушники. Столову білизну в ресторані при готелі передбачають в кількості двох одиниць на робочий день, серветок в кількості 4–5 одиниць на кожне посадкове місце, ручників 5–7 шт. на одного офіціанта.

Дизайн столової білизни має гармонізувати зі стилем закладу ресторанного господарства. Разом з тим можуть використовувати такі типи столової білизни:

1. Скатертини: звичайні та бенкетні. Їх розмір залежить від розміру та форми обіднього столу. Скатертини можуть бути білими розміром 173х173 см – з ажуром і без нього; кольоровими – розміром 135х135 см – підрубленими та 150х150 см – з ажуром; бенкетними – розміром – 173х208 см, 173х280 см, 173х500 см. Стіл гарно виглядає, коли скатертина спускається зі всіх боків не менше ніж на 25 см. і не нижче сидіння стільця. За типом тканини скатертини поділяють на лляні з різним типом жакардовим переплетення (використовують для різних видів обслуговування) та зі штучного шовку (використовують для покриття столів на бенкетах-фуршетах). Кольорові скатертини використовують в кав'ярнях, а голубі, червоні та зелені – для покриття обідніх столів, що в поєднанні з сервіровкою створює комфорт. Для ресторанів вищої категорії скатертини виготовляють по індивідуальному замовленню.

2. Серветки. Часто замість скатертин використовують кольорові серветки розміром 50х35 см для столів з гарною дерев'яною фактурою, а також кольорові з ажуром розміром 35х35 см чи білі з ажуром розміром 46х46 см. Застосування серветок замість скатертин є економічно вигідним. Крім того серветки необхідні для витирання рук під час споживання страв. Їх виготовляють з бавовни розміром 25х25 см.

3. Ручники використовують офіціанти з метою використання при рознесенні гарячих страв, зберігання манжетів костюму від забруднення чи полірування столових приборів перед сервірівкою.

Ручник має бути гладким білим чи в клітину, розміром 35х80см, чистим і добре випрасуваним.

5. Рушники. Використовують для витирання посуду, рук, прибирання столів. Вони бувають довжиною від 1 до 2 м і шириною 40 см з м'якої бавовняної тканини, яка легко вбирає вологу.

3.4.6 Організація обслуговування VIP гостей

VIP (very important person) – особливо важлива персона – такими людьми є знаменитості, видатні діячі політики, культури, мистецтва, спорту. До таких персон відносять глав держав, президентів відомих фірм, організаторів крупних заходів, що зупиняються в розкішних апартаментах, а також постійні клієнти.

До обслуговування VIP-клієнтів задіяні практично всі служби готелю. Обслуговування VIP-клієнтів в готелі має за мету показати і підкреслити вагу і значимість гостя в культурних, політичних, професійних, соціальних й інших сферах життя.

Кожний готель, в залежності від своєї категорії, фінансових можливостей, надає своїм особливо важливим гостям різні знаки уваги, програми лояльності, подарунки.

До прийому VIP-гостей необхідно ретельно підготуватись. Відділ бронювання має перевірити підтвердження прибуття гостя за день до його очікуваного приїзду, уточнити деталі обслуговування, а саме: перевірити таку інформацію:

- повне ім'я VIP-клієнта;
- займана посада/титул;
- назва компанії /контактна інформація;
- кількість персон;
- категорія/тип номеру;
- строк перебування в готелі;
- тариф проживання;
- дата, час прильоту/виліоту, номер рейсу та ін.;
- чи замовлений трансфер з аеропорту;
- особливі побажання гостя.

На основі отриманої інформації відділ бронювання готує аркуш-заїзду VIP-клієнта та передає його до відділу прийому і розміщення, звідки будуть надані відповідні письмові розпорядження всім службам, котрі будуть

обслуговувати цього гостя. Повна інформація щодо прибуття VIP-гостя в першу чергу стосується таких підрозділів, як служба прийому та розміщення, служба експлуатації та обслуговування номерного фонду, відділ ресторанного обслуговування на поверсі (room service), кухня, служба безпеки та ін.

Підготовка до прийому VIP-гостя:

1) призначається відповідальна покоївка, яка ідеально прибере номер, ретельно перевірить техніку та укомплектує номер предметами особливої уваги до гостя, якими можуть бути: ілюстровані книги про країну, місто куди прибув споживач; національні сувеніри; подарункові парфумерно-косметичні набори; парасольки з емблемою готелю; подарункові комплекти рушників від готелю; шарфи, рукавички, косметички, папки, канцелярське приладдя, калькулятори з символікою готелю; підставки для мобільних телефонів; фірмові бейсболи та ін.;

2) відділ ресторанного обслуговування (room service) готує кімнату для приїзду VIP-гостя за стандартами, що діють в готелі, загалом – це частування за рахунок готелю (фрукти, шоколад, сік-фреш, пляшка французького вина, блюдо з сиром, канапе чи птіфуре (petits fours – асорті з різного сорту маленького печива). При цьому зважають на уподобання гостя. Наприклад, буде помилкою вітати буддиста чи мусульманина пляшкою шампанського в номері;

3) флористи готелю турбуються про прикрашення номера квітами, беручи до уваги уподобання гостя чи тенденції моди;

4) Особисто генеральним директором готелю чи його заступником готується вітальний лист VIP-гостю з побажаннями приємного та успішного перебування в готелі. Важливо навіть те, чорнилом якого кольору написаний цей лист. Наприклад, не можна оформити інформацію червоним кольором для представників азійських країн, оскільки в такий спосіб в них на батьківщині сповіщають про смерть;

Особливості обслуговування

1. Обслуговування розпочинається представником від керівництва готелю в аеропорту. За VIP-гостем висилається автомобіль представницького класу. Бажано зустріти гостя квітами, супроводити його до автомобіля та перевірити наявність його багажу.

2. Важливо звертатися до гостей на ім'я, що дає можливість гостю відчувати себе визнаним та важливим. З цією метою, в фешенебельних готелях ще при під'їздах до готелю за допомогою безпроводного радіо (маленький мікрофон вмонтований в комірчик уніформи) передають працівникам служби прийому і розміщення імена гостей.

3. Процедуру реєстрації VIP-гостей об'єднують до мінімуму. Таким гостям надається право заповнити реєстраційні форми в холі готелю чи в номері.

4. Супровід в номер здійснюється менеджером служби прийому і розміщення (винятком є ескорт на чолі з генеральним менеджером готелю). При цьому слід чітко та швидко проінформувати гостя щодо зручностей та обладнання номера й особливостей користування ним. Наприкінці слід побажати гостю приємного перебування в готелі, ще раз назвати своє ім'я, контактний номер телефону та запропонувати прислати людину, яка допоможе розпакувати багаж.

5. Під час проживання гостя в висококласних готелях ніколи не забувають про особливі побажання та уподобання гостей. Готель прагне максимально задовольнити потреби гостей, якщо вони не виходять за межі розумного та не спричиняє незручностей іншим гостям, а також не шкодять працівникам готелю.

6. Особливої уваги заслуговують VIP-гості. Щоб скрасити вимушену розлуку з родиною, в номер ставлять фото родини, як додаток можуть бути покладені іграшки чи солодощі, котрі ділова мама відвезе з собою дітям. В багатьох готелях існують спеціальні номери для жінок, які обладнані додатковими дзеркалами, передбачено більш широкий асортимент косметики та парфумів, модні глянцеві журнали та квіти.

Особливості прибирання номерів, зайнятих VIP-гостями:

- зазвичай під проживання таких гостей виділяють номери вищої категорії – більшої площі, з різними за призначенням кімнатами, декількома санвузлами, з обладнаною кухнею. Такі номери прикрашені килимами, художніми картинами, скульптурами. Тому для догляду за такими номерами призначають найбільш досвідчених і спритних покоївок;

- крім основного прибирання за такими номерами протягом дня встановлюють «спеціальне спостереження», а саме: тільки споживач покине номер, покоївка намагається потрапити до номера аби здійснити експрес-прибирання, до якого входить: зміна рушників (за необхідності), провітрювання приміщення, винесення сміття, приведення в порядок попільничок, протирання сантехнічного обладнання, оброблення приміщення освіжувачем повітря;

- працівники служби Roome-service повинні щоденно обновляти закуски та напої в номерах, що займають VIP-споживачі.



Питання для самоконтролю:

1. Наведіть склад служби експлуатації номерного фонду.
2. Охарактеризуйте типове оснащення житлових номерів.
3. Проаналізуйте особливості прибиральних робіт у громадських приміщеннях готелю.
4. Охарактеризуйте особливості проведення генерального прибирання в номерах готелю та визначте його періодичність.
5. Визначте послідовність та особливості прибиральних робіт після виїзду клієнтів.
6. У чому полягає сутність поточного прибирання в номерах готелю? Наведіть умови його здійснення.
7. Проаналізуйте процес здійснення проміжного прибирання в номерах готелю.
8. Які особливості має організація робочого місця покоївки?
9. Наведіть та охарактеризуйте основні прибиральні засоби й інвентар готелю; визначте умови його зберігання та експлуатації.
10. Визначте необхідні миючі засоби для догляду за паркетною, дощатою, пофарбованою підлогою; віконними рамами, дверима, підвіконням.
11. Наведіть послідовність прибиральних робіт санітарних вузлів загального користування, санітарних вузлів в готельних номерах.
12. Визначте перелік небезпечних факторів на робочому місці покоївки. Наведіть основні правила техніки безпеки в процесі здійснення прибиральних робіт.
13. Охарактеризуйте процес перевірки наявності й придатності меблів, обладнання, інвентарю.
14. Вимоги до рівня комфорту і належного санітарно-гігієнічного стану номерного фонду, інших приміщень на поверсі, служб експлуатації номерного фонду.
15. Складові технологічних циклів прибиральних робіт: 3. Нормативні документи: «Правилами поведінки персоналу під час проведення прибиральних робіт».
16. Послідовність прибиральних робіт у номерах готельного господарства.
17. Прибирання та дезінфекція санітарних вузлів, душових, сауни.
18. Контроль якості прибирання та утримання житлового фонду готельного господарства.
19. Норми витрат господарчих матеріалів для виконання прибиральних робіт.

20. Характеристика механізмів, інвентарю і матеріалів, що використовуються в процесі проведення прибиральних робіт.
21. Підготовка покоївки до роботи.
22. Система обліку і зберігання матеріальних цінностей номерного фонду.
23. Організація роботи з упорядкування, обліку, прання, вибракування і списування білизни.

Тести

1. *Санітарно-екологічний стан прилеглої території підприємств готельного господарства контролюється:*
 - 1) державними санітарними та екологічними службами;
 - 2) органом з сертифікації та стандартизації;
 - 3) Міністерством з культури та туризму України.
2. *У готелях якої категорії частину тротуару, доріжки, які ведуть до центрального входу підприємства, необхідно оснащувати системою поверхневого підігріву:*
 - 1) 4 зірки;
 - 2) 5 зірок;
 - 3) 4 та 5 зірок.
3. *Санітарний стан території готелю контролюють:*
 - 1) санітарна та екологічна служби;
 - 2) санітарна служба та ринок;
 - 3) санітарна, екологічна служби та податкова інспекція.
4. *Опале листя з території підприємства готельного господарства:*
 - 1) вивозять у спеціально призначені для цього місця;
 - 2) вивозять до лісу;
 - 3) спалюють.
5. *Стовбури дерев обробляють вапном:*
 - 1) весною;
 - 2) взимку;
 - 3) усі відповіді правильні.
6. *Для здійснення прибиральних робіт у приміщеннях житлових груп підприємств готельного господарства функціонують:*
 - 1) служби експлуатації номерного фонду;
 - 2) «room-servis»;
 - 3) служба прийому та обслуговування.
7. *Щодня покоївка виконує:*
 - 1) поточне і проміжне прибирання номерів;
 - 2) поточне прибирання номерів;
 - 3) проміжне прибирання номерів.

8. Яка послідовність прибиральних технологічних операцій це однокімнатному номері?

- 1) житлова кімната, передпокій, санітарний вузол;
- 2) передпокій, санітарний вузол, житлова кімната;
- 3) немає послідовності.

9. Якщо споживач готельних послуг залишив відкриту валізу на ліжку, покоївка:

- 1) не чіпає валізи;
- 2) закриває валізу і переносить у передпокій;
- 3) переносить речі у шафу.

10. Якщо споживач готельних послуг залишив білизну для прання, покоївка:

- 1) передає білизну в пральню;
- 2) надає інформацію менеджеру;
- 3) оформляє квитанцію.

11. Проміжне прибирання виконують:

- 1) за вимогою або при потребі;
- 2) перед заїздом споживачів готельних послуг;
- 3) під час генерального прибирання.

12. Вологе прибирання проводять із застосуванням:

- 1) спеціальних миючих засобів;
- 2) соляної кислоти та миючих засобів;
- 3) теплої води та соди.

13. Генеральне прибирання номерів проводиться:

- 1) один раз на 7–10 днів;
- 2) згідно наряду-замовлення;
- 3) на прохання споживачів готельних послуг.

14. При проведенні прибиральних робіт у номері покоївка повинна:

- 1) прибирати за відсутності гостей, за винятком випадків, коли в номері перебуває хворий або живе сім'я, члени якої завжди в номері;
- 2) під час прибирання зачиняти двері;
- 3) скласти речі споживача готельних послуг у шафу.

15. До обов'язків супервайзера належить:

- 1) здійснення контролю за прибиранням номерного фонду;
- 2) підготовка дезінфікуючих засобів;
- 3) проведення генерального прибирання.

16. Одноразові гігієнічні засоби користування викладають:

- 1) на полиці у ванній кімнаті;
- 2) на полиці шафи;
- 3) правильної відповіді немає.

17. Чисті рушники для гостей:

- 1) залишають у ванній кімнаті або на ліжку;
- 2) викладають на спинку стільця у спальні;
- 3) видають під час поселення.

18. У готелі категорії «3 зірки» постільну білизну міняють:

- 1) 1 раз на 3 дні, щодня;
- 2) після виїзду гостя, або 1 раз на тиждень;
- 3) за вимогою гостя.

Вирішіть ситуаційні задачі:

*Споживач залишив заявку на прання костюма, який може бути підданий тільки хімічному чищенню і наполягає на її виконанні. Ваші дії?

*Споживач просить покоївку випрати йому сорочку. Як правильно реагувати покоївки в цій ситуації.

*До покоївки, що прибирає на поверсі, звертається постійний споживач – молода жінка з проханням відкрити її номер, зважаючи на те, що вона, поспішаючи забула взяти ключ в рецепції. При цьому покоївка бачить, що у візочку у жінки двоє маленьких дітей, котрі плачуть. Молода мати їх заспокоює, при цьому знервована та переживає. Покоївка давно знає цю родину. Вони проживають в готелі півроку та ще оплатили проживання на півроку наперед. Як вчинити покоївці в цій ситуації?

* Гостю, що вийшов зі свого номера та зачинив захлопнув двері, здалося, що він забув загасити цигарку. При цьому він залишив в номері ключ. Він звертається до покоївки, яка прибирала сусідній номер, з проханням відчинити двері. Як вчинити покоївці в цій ситуації?

* Подружжя похилого віку, покинувши номер, згадали, що на столі ключ, а найголовніше – ліки для серця, без яких може статися напад. Вони бажають, щоб покоївка відчинила їх номер. Як діяти покоївці в цій ситуації?

ТЕМА 3.5. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ТЕХНОЛОГІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВ ПРИ ГОТЕЛЯХ

План

- 3.5.1 Характеристика основних типів підприємств ресторанного господарства при готелях.
- 3.5.2 Умови, системи та методи харчування в готелях.
- 3.5.3 Організація сніданків в готелі.
- 3.5.4 Організація шведського столу в ресторані при готелі.
- 3.5.5 Особливості обслуговування в номерах готелю.
- 3.5.6 Організація інших видів обслуговування.

Ключові слова: *типи закладів ресторанного господарства, умови харчування в готелях, системи харчування, методи харчування, види сервісу, види сніданків, бранч, Room-service, міні-бари, обслуговування конференцій, обслуговування за діловим протоколом, метрдотель, табльдот.*

3.5.1. Характеристика основних типів підприємств ресторанного господарства при готелях

Підрозділ служби ресторанного господарства є невід'ємною частиною готельного бізнесу. Готельні ресторани – це не тільки престиж і обличчя готелю, але і основне джерело прибутку (близько 1/3 доходів готельного комплексу припадає на ресторан).

У процесі обслуговування споживачів ресторанне господарство відіграє особливо важливу роль і набуває специфічних рис, що дозволяє вважати ресторанне господарство в курортно-туристичних центрах складовою індустрії туризму. Характерною особливістю обслуговування споживачів в готелях є надання їм повного комплексу послуг (сніданок, обід, вечеря).

Розрізняють два основних шляхи задоволення попиту – для організованих та індивідуальних туристів.

Організовані туристи, як відомо, сплачують гроші за харчування заздалегідь, коли купують путівку. Однак, витрати організованих туристів не вичерпуються придбанням путівки. Вони додатково купують фрукти, морозиво, напої тощо. Задоволенню цих потреб значною мірою сприяє розгалуженість мережі підприємств ресторанного господарства, рівень та якість обслуговування в них.

На відміну від організованих туристів, туристи-індивідуали сплачують послуги окремо (вартість додаткових послуг не включена до вартості проживання).

Ресторанне господарство створює умови для досягнення суспільних цілей розвитку туризму. У ресторанах зустрічаються та знайомляться люди з різних країн, тут створюється сприятливе оточення для взаєморозуміння, корисних, ділових контактів, розвитку громадського та культурного життя.

Ресторанне господарство отримує значну частку доходів як від внутрішнього, так і міжнародного туризму, активізує валютні надходження, створює умови для «експорту» послуг і входження їх до міжнародного ринку. До того ж, «експорт» послуг здійснюється на досить вигідних умовах оскільки він не пов'язаний з транспортними витратами.

У ресторанному господарстві зосереджена значна частина матеріально-технічної бази туристичної індустрії. Від якості будівництва, рівня устаткування й обладнання, різноманітності її типів залежить ступінь комплексного обслуговування та задоволення потреб туристів у різних туристичних районах країни.

У залежності від режиму підприємства ресторанного господарства поділяються на цілорічні та сезонні, а за організацією слід розрізняти закриті, відкриті та змішані.

Однією з форм підприємств ресторанного господарства, що сприяє кращому пізнанню традицій і культури країни перебування, є етнографічні ресторани та кафе, тобто такі, де національні особливості проявляються в інтер'єрі, одязі офіціантів, репертуарі оркестру та, найголовніше, в асортименті страв і напоїв. Такі ресторани, як правило, користуються більшим попитом.

Разом з тим, типи і мінімальна місткість закладів ресторанного господарства чітко регламентується ДБН В.2.20:2008 «Будинки і споруди. Готелі» (табл.31).

Таблиця 31 – Мінімальна кількість місць у підприємствах харчування (у % до місткості готелю)

Види підприємств харчування	Категорія готелю				
	*	**	*****	****	*****
1	2	3	4	5	6
1 Ресторани	—	60	75	90	95
2 Кафе	50	25	15	10	10
3 Їдальні	50	—	—	—	—
4 Буфети	10	10	5	5	—
5 Бари:					

1	2	3	4	5	6
– при вестибюлі;	1	1	1,5	2	3
– на житлових поверхах;	–	–	5	10	10
– при басейні;	–	–	–	1	1
– при сауні;	–	–	–	2	2
– при спорткомплексі;	–	–	–	3	3
– при зальному комплексі	–	–	3	3	5

Специфіка готельного ресторану, на відміну від міського в тому, що його робота тісно пов'язана не лише з самою ресторанною службою, але й з усіма підрозділами готелю.

Порожній під час обіду і вечері готельний ресторан – головна турбота для багатьох менеджерів. І якщо сніданок можна продати гостю «примусово», включивши його до послуги розміщення в один пакет, то для обіду і вечері слід розробляти спеціальні програми.

Якщо готель розташований в місці високої прохідності, можна подумати про благоустрій вуличної тераси. Літнє кафе не тільки принесе дохід, але і буде непоганою рекламою готельного ресторану, привертаючи туди клієнтів зі сторони. Ресторанній службі готелю слід не забувати про банкетне обслуговування. Якщо в ресторані немає банкетних залів, можна організовувати виїзне банкетне обслуговування на різних майданчиках міста, пропонуючи високоякісний сервіс і різноманітне меню, що принесе істотний додатковий прибуток.

В залежності від асортименту страв, що реалізуються в готелях, форм обслуговування, характеру торгово-виробничої діяльності підприємства громадського харчування розділяються на різні типи.

Ресторани – заклади ресторанного господарства (ЗРГ), в яких поєднується організація харчування з відпочинком гостей готелю. В них пропонується більш широкий асортимент страв, напоїв, кулінарних виробів складного приготування, у тому числі фірмових страв. Відвідувачів у ресторані обслуговують офіціанти. Якщо у ресторані харчуються іноземні туристи, офіціанти повинні знати одну іноземну мову. Для готелю, в якому більше 300 номерів, ресторан буде достатньо великим. У такому великому готелі зазвичай є головний, фірмовий ресторан і повсякденний – для сніданків, обідів і вечерь. Фірмовий ресторан зазвичай використовується для банкетів і прийомів, обслуговування учасників з'їздів і конференцій.

Ресторани мають категорії: люкс, вищу, першу, другу.

Основною задачею офіціантів ресторану готелю є швидке та культурне обслуговування (особливо час сніданку та обіду). В готельних комплексах використовують різні форми обслуговування офіціантами: накриття столів-буфетів у залі, реалізація скомплектованих сніданків, обідів, приймання попередніх замовлень, бригадне обслуговування. Кількість місць в торгових залах має відповідати місткості готелю.

Бари – заклади ресторанного господарства, в яких реалізуються напої та закуски. Їх обладнують в приміщеннях готелів, ресторанів, кафе. Вони можуть бути і самостійними підприємствами. В барах категорії люкс, вищої та першої споживачів в залі обслуговують офіціанти, за барною стійкою – бармени. В барах другої категорії у залі використовується самообслуговування, за барною стійкою споживачів обслуговує бармен, за буфетним прилавком – буфетник. В барах категорії люкс, кількість місць за барною стійкою не менш 50% кількості місць за столами, вищої категорії – не менша 25%, першої категорії – не менш 20%. В барах різної категорії правила забезпечення посудом, меблями, засобами реклами, музичне обслуговування таке, як і в ресторанах відповідної категорії. Асортимент продукції бару дуже різноманітний так що може задовольнити потреби навіть найвибагливішого клієнта.

Бари готелю повинні знаходитися під постійним контролем ресторанних менеджерів. Готелю вигідно його утримувати: продаж напоїв дає значно більше прибутку, чим продаж продукції ресторанного господарства. Залежно від свого розміру готель може мати декілька барів різного типу. Наприклад, вестибюльний, ресторанний, міні-бари або навіть нічний бар. Ефективність роботи бару вимірюється рівнем реалізації відсотковим відношенням собівартості реалізованих за певний період напоїв та інших продуктів до суми виручки за них. Чим частіше перевіряється рівень реалізації, тим кращий контроль над роботою бару. Рівень реалізації в 16–24% вважається нормальним.

Буфет – заклад ресторанного господарства, в якому реалізують головним чином холодні закуски, солодкі страви, холодні та гарячі напої, соки, кондитерські вироби. Буфети призначені для швидкого обслуговування споживачів. В готелях організовують поповерхові буфети, що обслуговують споживачів. Вони працюють за методом самообслуговування та розміщуються з розрахунку один буфет на два-три поверхи. Режим роботи передбачає забезпечення харчуванням в ранкові та вечірні години.

3.5.2 Умови, системи та методи харчування в готелях

Для організації обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства при готелі пропонують різні умови харчування, які наведені в таблиці 32.

Таблиця 32 – Умови харчування у закладах ресторанного господарства при готелі

Позначення		Характеристика
BB	bed & breakfast	До вартості проживання входить тільки сніданок (шведський стіл). Додаткове харчування за окрему плату в ресторанах і барах.
HB	half board	Напівпансіон – до вартості проживання входять тільки сніданок і вечеря (шведський стіл), безкоштовно – чай, кава, вода на сніданок.
HB+	half board + extended half board	Напівпансіон – сніданок і вечеря (шведський стіл), а також алкогольні та безалкогольні напої впродовж дня.
FB	full board	Повний пансіон – сніданок, обід і вечеря (шведський стіл).
FB+ EXTFB	full board + extended half board	Повний пансіон – сніданок, обід і вечеря (шведський стіл), а також напої (у ряді закладів – пиво і вино) під час прийому їжі.
ALL, AI	all inclusive	Сніданок, обід і вечеря (шведський стіл). Упродовж дня – продукція власного виробництва й алкогольні та безалкогольні напої. Залежно від категорії підприємства готельного господарства споживачам пропонують додаткове харчування. Це може бути другий сніданок, вечеря, пізня вечеря, легкі закуски, барбекю в барах.
UAL, UAI	ultra all inclusive	Сніданок, пізній сніданок, обід, полуденок і вечеря (шведський, стіл). Широкий вибір кондитерських виробів, десертів, закусок, а також напоїв власного виробництва відомих торгових марок. Більшість підприємств готельного господарства, що працює за системою «ultra all inclusive», пропонує споживачам додаткове безкоштовне харчування в ресторанах з кухнею різних народів світу
HCAL, Imperial	high class all inclusive	Усі послуги надаються безкоштовно, крім послуг лікаря, перукарні, у деяких водних видах спорту та підводного плавання, телефону.

Розрізняють дві основні системи обслуговування:

Європейський план (EP) – готельний тариф, що визначений на основі вартості розміщення без врахування харчування. В цьому випадку точний час прибуття гостя в готель не є принциповим бо не потребує додаткових витрат готелю.

Американський план (AP) – готельний тариф, до якого включена вартість триразового харчування.

Модифікований американський план (MAP) чи континентальний план (continental plan) означає, що можуть обрати номер в комплекті з дворазовим або триразовим харчуванням. Використання цього плану потребує врахування ряду організаційних моментів. Дуже важлива точна фіксація часу приїзду та від'їзду клієнтів. З цією метою на реєстраційних картках гостей та готельних рахунках крім часу прибуття та вибуття проставляють спеціальні коди при прибутті і вибутті гостя.

При прибутті гостя код в карточці означає:

B – споживач прибув до сніданку, отже він встиг отримати триразове харчування;

L – Прибув до ланчу, тобто, отримав дворазове харчування;

D – тільки вечеря;

R – в день приїзду номер без харчування;

SL – клієнт прибув пізно ввечері (рівноцінний – *R*).

При вибутті інформація подібна, крім *BB* – вибув без сніданку.

Методи обслуговування

При організації сніданків, обідів і вечерь застосовують різні методи обслуговування споживачів:

- обслуговування «а ля карт»;
- «а парт»;
- «табльдот»;
- шведський стіл;
- буфетне обслуговування.

Обслуговування «а ля карт». Споживачі вибирають з меню ті страви та напої, які бажають. Замовлення передається на кухню і відразу ж починається приготування та сервірування замовлених страв і напоїв. При такому обслуговуванні споживач має можливість одержати від офіціанта пораду.

Обслуговування «а парт». Застосовують цей метод обслуговування споживачів так: попередньо отримують замовлення та обслуговують споживачів у встановлений проміжок часу. Дуже часто так обслуговують у будинках відпочинку та в курортних готельних підприємствах.

Обслуговування «табльдот». Відрізняється від «а парт» тим, що всіх споживачів обслуговують в один і той самий час і пропонують однакове меню. Обслуговування починається тоді, коли всі зберуться за столом. Застосовують у пансіонатах, будинках відпочинку й інших засобах розміщення, де виробничі потужності та можливості виробничих цехів обмежені.

Обслуговування «шведський стіл». В наявності широкий вибір страв, до яких є вільний доступ. Споживач за бажанням обирає страви, запропоновані підприємством ресторанного господарства. Асортимент страв і напоїв залежить як від категорії підприємства готельного господарства, так і від країни.

Види сервісу в ресторані

Залежно від контингенту споживачів, яких обслуговують, та категорії й оснащення закладів ресторанного господарства використовують різні види сервісу.

Найбільш розповсюдженими є обслуговування:

- французьке;
- англійське;
- американське;
- російське.

При всіх видах сервісу обслуговування здійснюють офіціанти.

Французький сервіс. Цей вид сервісу притаманний для ресторанів високого класу. Особливість французького сервісу полягає в тому, що велике блюдо з розкладеною на ньому стравою демонструють споживачам. При цьому враховується візуальне сприйняття сервірованої їжі, що, безсумнівно, позитивно впливає на апетит. Підходячи до споживача з лівого боку, офіціант переносить страву в його тарілку. Існує і такий варіант французького сервісу, коли офіціант пропонує страву споживачу, який сам себе обслуговує. Французький сервіс забезпечує бригада обслуговуючого персоналу, до складу якої входять:

- менеджер ресторану;
- старший офіціант, відповідальний за чотири столики, який зустрічає споживача, розповідає про меню і приймає замовлення; стежить за оперативністю обслуговування й особисто розкладає страву в тарілки, здійснює нарізку тощо;
- помічник старшого офіціанта приймає замовлення на напої, подає страви;
- офіціант, який подає воду, а також передає замовлення на кухню, привозить візки зі стравами, прибирає зі столу;
- сомельє.

Французький вид сервісу може бути використаний як при обслуговуванні окремих столиків, так і банкетних столів.

Переваги французького сервісу:

- постійний контакт зі споживачем;
- споживач сам визначає бажану порцію.

Недоліком французького сервісу є його трудомісткість.

Англійський сервіс (обслуговування з приставного столика). Офіціант викладає страву на тарілку на приставному столику, потім подає її споживачеві з правого боку. Якщо потрібно додати страву, офіціант використовує чисті тарілки, а також столовий набір. Цей вид сервісу є трудомістким, тому він рекомендується тільки для обслуговування окремих столиків.

Перевагою англійського сервісу є ідеальний контакт зі споживачами, а недоліком – великі витрати часу.

Американський сервіс. Страви розкладають на тарілки безпосередньо на кухні. Офіціанти розносять і розставляють тарілки перед споживачами. Цей вид користується популярністю завдяки простоті й оперативності.

Переваги американського сервісу:

- не потребує великих затрат праці;
- задіяна незначна кількість персоналу.

Недоліки американського сервісу:

- недостатній контакт зі споживачем;
- визначена заздалегідь порція.

Німецький сервіс. Страву розкладають на велике блюдо і ставлять на стіл на доступній від споживача відстані, щоб він міг обслуговувати себе сам.

Переваги німецького сервісу:

- споживач сам визначає бажану порцію, бере додаткову порцію;
- не потребує великих затрат праці.

3.5.3 Організація сніданків в готелі

Усі підприємства готельного господарства особливу увагу приділяють сервісу сніданків. Зі сніданку розпочинається день споживачів готельних послуг і від його організації залежить якість обслуговування та загальне враження від підприємства. На відміну від обіду та вечері на сніданок приходять практично всі споживачі, які проживають у готельному підприємстві. Розрізняють нижченаведені види сніданків:

- *Європейський (континентальний) сніданок*

Містить каву, чай або гарячий шоколад, цукор, вершки (молоко), лимон, два види повидла, джему або мед, хлібоборошняні вироби на вибір,

масло. У неділю сніданок доповнюють холодним яйцем. У багатьох підприємствах готельного господарства вартість європейського сніданку входить до ціни розміщення.

- *Розширений європейський сніданок*

Як доповнення до європейського сніданку пропонують: соки, страви з нарізаною шинкою, сиром і ковбасою, страви з яєць, йогурти, сир, сухі пластівці. Під час сніданку найчастіше організовують буфетний сервіс або офіціант приносить блюдо з м'ясною нарізкою, яку розкладає у тарілки та залишає блюдо на столі. Страви з яєць готують за індивідуальним замовленням.

- *Англійський сніданок*

У класичному варіанті англійський сніданок починається з ранкового чаю або кави (можливо гарячого шоколаду), поданого в номер. До складу англійського сніданку входять: цукор, булочні вироби, тости, масло, джем, мед, варення. Сніданок може бути доповнений стравами з яєць (яєчною з шинкою або беконом, яйцями, смаженими на хлібі, омлетом з шинкою чи печерицями тощо), рибними стравами, стравами зі злакових (вівсяною кашею або супом на молоці чи на воді). Англійський сніданок сервірують в такий самий спосіб, як і розширений сніданок.

- *Американський сніданок*

Додатково пропонується вода з кубиками льоду, фруктові соки, свіжі фрукти (грейпфрут, кавун, ягоди з молоком або вершками), страви зі злакових (кукурудзяні, рисові пластівці), невелика порція м'яса, пиріг.

- *Сніданок із шампанським.*

Час організації сніданку – з 10.00 до 11.30. Пропонують каву, чай, алкогольні напої (шампанське, вино), невеликі порції холодних закусок та гарячі страви, супи, салати, десерти. Форма організації – буфетний сервіс. Сніданок із шампанським подається, зазвичай, під час проведення офіційного заходу.

- *Пізній сніданок*

Час надання послуги – з 10.00 до 14.00. Використовують складні елементи, що входять як у сніданок, так і в обід: гарячі та холодні напої, булочки, масло, джем, ковбасу, сир, супи, гарячі м'ясні страви, десерти. Є альтернативою сніданку й обіду.

Останнім часом у закладах ресторанного господарства при готелі набула поширення така послуга, як організація бранчу. У розумінні середнього споживача бранч – це дуже пізній сніданок, у меню якого можуть бути бульйони, пюреподібні супи або супи-креми. У розумінні менеджерів ресторанного бізнесу бранч – це недільний розширений варіант «шведської

лінії» для усієї родини, яка мешкає у готелі чи має наміри прикрасити святом сімейну трапезу поза межами домівки.

Бранч організовується у певний час – з 11.00 до 13.00 год., в окремих випадках він організується з 12.00 до 16.00 год. Організація бранчу має низку специфічних рис, які полягають у великій різноманітності запропонованих страв, у тому числі других гарячих страв; у більшій різновидності кулінарного оброблення страв, у певному асортименті супів. Інколи пропонуються такі послуги: приготування окремих страв у присутності і на замовлення споживачів, приготування фламбованих, а також страв, смажених на решітці, грилі тощо; обов'язковим є подання аперитиву, а в деяких випадках і дижестиву (**дижестів** (від лат. *digestivus*, фр. *Digestif* – загальна назва напоїв, котрі подають в кінці трапези. Його можна порівняти з аперитивом, який подається перед споживанням страв, але дижестив зазвичай більш міцний. Існує негласне правило: подавати світлі напої як аперитив, а темні – як дижестив. Зазвичай це коньяк, арманьяк, грап, кальвадос, лікери, бальзами та ін.)

Напої пропонуються двох видів: алкогольні – для дорослих; безалкогольні – для дітей, також для дорослих можлива альтернатива вибору напоїв. Розрахунок кількості порцій для проведення бранчу здійснюється за методикою розрахунку кількості порцій для бенкету-фуршету.

У зв'язку з розвитком туризму сніданки в готелях можуть пропонуватися у вигляді сухого пайка. Він може бути сформований як індивідуально, так і для групи споживачів, які виїждять на екскурсії ще до початку роботи виробництва і обслуговуючого персоналу.

Сніданок сухим пайком повинен бути підготовлений робітниками сфери обслуговування ще напередодні ввечері. Всі необхідні напої слід подавати у термосах (кожному гостю окремо), аби напої залишалися теплими. Термоси повинні бути підписані за видом напою (чай, кава тощо). Фруктові і овочеві соки, холодне молоко і збиті вершки потрібно підготувати або у свіжому вигляді, або у термосах, або у спеціальному посуді, який поставлено у ванни з льодом. Вершкове масло розкладається порціями, які упаковані індивідуально і зберігається у великих ємкостях з льодом. Хліб і печиво повинно бути загорнуто у фольгу. Мармелад, мед, цукор також краще подавати в індивідуальній упаковці. Сніданок сухим пайком може бути принесений кожному гостю окремо до номера, хоча для більшості з гостей він повинен зберігатися на столах або у спеціальному буфеті для сухих пайків.

Сухий пайок формується в наступному порядку:

- посуд з льодом і фруктовими соками, разом зі стаканами;

- великі компотниці на мілкій тарілці з ложкою для розмішування, компотниці на тарілках для десерту із серветкою, ложками для компоту або десерту;
- одноразові (краще в упаковці) миски або тарілки для супу, мілкі тарілки і ложки;
- термосні стакани для кави, чаю, какао, шоколаду, молока, чашки, блюдця і кавові ложки (у тому випадку, якщо вони не входять в упаковку);
- вершкове масло, мармелад, мед;
- хліб, печиво;
- часточки лимону, упаковані у прозору фольгу і призначені для чаю;
- цукор і солодощі в чашках або у мисках.

Сніданок на поверхи може подаватися різними способами:

- прямо на спеціальному столику для обслуговування в номерах;
- на столику спеціальної конструкції на колесах, нижня частина якого заїжджає під ліжко, а верхня залишається як таця перед гостем.

Запропонувати сніданок можна також під відкритим небом. Обслуговування гостей в цьому випадку не відрізняється від звичайного, але поверхня столів не повинна бути білою, аби в них не відбивалося сонце. Тому столи покривають скатертинами пастельних тонів. Крім того потрібно передбачити спеціальні тенти від сонця. Багато закладів пропонують особливі види подачі сніданків, наприклад, сніданки у лісі або на галявині після невеликої ранкової прогулянки (сніданки-пікніки).

3.5.4 Організація шведського столу в ресторані при готелі

Форма обслуговування споживачів «шведський стіл (лінія)» (Smorgasbord) широко застосовується в закладах ресторанного господарства при готелях для організації сніданків, бранчів, обідів, вечерь. Столи зі спеціалізованими секціями для нетривалого зберігання та демонстрації страв і виробів на шведській лінії монтуються у пряму або ламану лінію, відповідно до інтер'єру приміщення ресторану.

Вони можуть бути стаціонарними чи пересувними. Для прискорення обслуговування лінію можуть встановлювати з одно- чи двостороннім підходом споживачів. Відстань між шведською лінією та зоною приймання їжі в ресторанному залі або кафе повинна бути на менше ніж 1,5 м.

Шведські столи можуть бути також нетрадиційних розмірів і конфігурацій: круглі, овальні, квадратні чи прямокутні.

Для організації шведського столу в ресторані виділяють окремий зал або частину залу. На видному місці розташовують інформацію про режим

роботи шведського столу, вартість сніданку (обіду, вечері), про асортимент продукції.

Асортимент продукції на шведській лінії чи на столі розташовують у відповідному порядку, спочатку розміщують асортимент соків, прохолоджувальних напоїв, далі – молочні продукти, масло вершкове, маргарин та масляні суміші, салати та вінегрети, холодні страви з риби, м'яса, сільськогосподарської птиці. Над прилавками з холодними закусками може бути розташована полиця, на якій розміщують хлібобулочні вироби (в тому числі і власного виробництва) в корзинах, вкритих лляними серветками. Корзинки зі звичайними, національними та дієтичними видами хліба розміщують у кінці шведської лінії, щоб споживачі могли його взяти з урахуванням вибраних страв. Соуси та спеції розташовують біля відповідних страв, або в окремому місці шведської лінії. Для приготування гарячих закусок у лінію встановлюють настільну чи пересувну плиту. Для підтримки супів чи других страв у гарячому стані в лінію вмонтовують прилавки з вбудованими мармітами з місцями для гастромісткостей чи у випадку з організацією шведського столу – з настільними мармітами «Chafing–Dishes» (чафендішами). Для відповідного посуду встановлюють пересувні візки для підігріву.

При організації шведського столу можуть бути використані фуршетні чи спеціальні столи. При цьому довжина однієї лінії становить 3–4 м, ширина 1,5–2 м, висота 0,75–0,9 м. Столи накривають білою чи іншого кольору скатертиною та створюють «юпку» відповідної довжини на 0,5 см від підлоги). Для економії місця використовують відповідний посуд (прямокутний, трикутний, квадратний, багатопверховий, типу етажерки тощо), створюють гірку посередині столу вздовж його осі, або у вигляді драбин (дві–три) при пристінному розташуванні та односторонньому підході.

Асортимент продукції шведського столу залежить від часу обслуговування (сніданок, обід, вечеря). У ранішні години рекомендується використовувати один з варіантів тижневого меню континентальних сніданків: сухі сніданки (cereals), мюслі, корфлейкс, рибна гастрономія (оселедець, шпроти, риба холодного та гарячого копчення), м'ясна гастрономія (шинка, буженина, ковбаса, сосиски тощо), овочі натуральні, салати та вінегрети, млинці, оладки, запіканки, сир твердий та м'який різних сортів, кисломолочний сир, сметана, йогурти, кефір, ряжанка, молоко (холодне та гаряче), вершки, страви з яєць, каші молочні, кондитерські вироби, чай, кава, какао тощо. На багатопорційні блюда розкладають набори для перекладання: столові виделки та ложки, лопатки, щипці тощо.

Під час сніданку на стіл ставлять марміт для підігріву яєць, в який вмонтовані чарки-підставки з вогнетривкого матеріалу, тостер.

У розрахунку вихід порції на одного гостя складає $\frac{1}{2}$ або $\frac{1}{3}$ від стандартної порції для кожної страви, наведеної у меню сніданку. У разі великого асортименту страв, наведених в меню сніданку, вихід порції на одного гостя може складати $\frac{1}{4}$ від стандартної.

В меню обіду включають 12–16 найменувань холодних закусок, 2–3 найменування супів, 4–6 других страв, соуси, десерт (желе, креми, компоти, фрукти), борошняні кондитерські вироби, гарячі напої, соки та фірмові напої.

До меню вечері на шведському столі включають 8–10 найменувань холодних закусок, 4–6 других страв, соуси, десерт, в тому числі й фрукти, борошняні кондитерські страви та гарячі напої.

Асортимент страв та кулінарних виробів потрібно міняти за днями тижня та проводити тижні національної кухні (вітчизняної та кухонь мешканців готельного комплексу). Доцільно організовувати окремий стіл для десерту, борошняних кондитерських виробів, гарячих напоїв, на якому розміщують стопки десертних тарілок, чайні та кавові чашки з блюдцями, десертні, фруктові набори, серветки, набори для перекладання, вази, етажерки для тістечок, блюда з ковпаком із прозорого матеріалу, розетки для варення тощо.

Попереднє сервірування столів залежить від виду обслуговування (сніданок, обід, вечеря). На столи ставлять також пляшки з мінеральною негазованою водою або глечики із талою, салатники з льодом (влітку) на піріжковій (закусочній) тарілці з лляною серветкою.

Під час обіду чи вечері в залі може бути організований продаж напоїв, тютюнових виробів за готівку через барну стійку чи за допомогою пересувних візків.

Для обслуговування шведського столу в ресторані створюють бригади кухарів чи офіціантів. Кожний робітник, що входить до складу бригади, виконує конкретну роботу (сервування столів, отримання та поповнення асортименту страв і закусок під час сніданків, обідів та вечерь, приготування гарячих страв, сервірування десертного столу та його поповнення десертними стравами й гарячими напоями, прибирання використаного посуду тощо).

Шведський стіл працює за методом самообслуговування, але якщо споживач забажає, то офіціант повністю може обслужити його за столиком під час сніданку.

3.5.5 Особливості обслуговування в номерах готелю

При оцінюванні відповідності готелів високим категоріям (4–5 зіркам) мають бути послуги «Room service» та «Mini-Bar».

«Room service» (англ.) – обслуговування в номерах готелю. Для цього створюється спеціальна служба з відповідною назвою «Room service», яка вирішує всі проблеми з приймання замовлень на подачу страв і напоїв протягом дня до номерів готелю.

Для підвищення якості роботи даної служби готелю необхідно:

- по-перше, налагодити своєчасне виконання замовлень, особливо сніданків, оскільки ця послуга найбільш популярна серед гостей;
- по-друге, неухильно добиватися зниження цін на дані послуги.

Плануючи роботу служби, менеджер повинен:

- замовити необхідну кількість устаткування, наприклад візки сервіровок, підноси, посуд з кришками і спеціальними ковпаками для зберігання температури подачі, столове приладдя;
- скласти графік роботи службовців. Складаючи графік, менеджер виділяє відповідне число обслуговуючого персоналу, виходячи з планованого обсягу робіт.

Диспетчер, що приймає замовлення по телефону, повинен володіти кількома іноземними мовами. В номерах серед інформації про послуги, що їх надає готель мешканцям, також міститься інформація про послуги з обслуговування в номерах готелю. Уся інформація викладається у друкованому вигляді в спеціальній папці з логотипом закладу або у вигляді одного аркуша з друкованою інформацією. В ній зазначається час обслуговування, меню, умови оплати (чи включена вартість сніданку до вартості проживання в готелі; до якого часу обслуговування є безкоштовним, а з якого має фіксовану ціну).

При подачі замовлення, мешканець готелю в листі-замовленні сповіщає службу «Room-service» про номер кімнати, прізвище, кількість осіб, дату.

Зазвичай, «Room-service» здійснюється з 7.00 до 23.00. Меню сніданків включає 5–8 варіантів.

Обслуговування в номерах здійснюється офіціантами, кількість яких залежить від:

- категорії готелю;
- кількості мешканців;
- наявності службових ліфтів.

Здебільшого для обслуговування в номерах використовують матеріально-технічну базу закладу ресторанного господарства при готелі. На

поверсі має бути обладнане відповідною технікою, посудом та білизною виробниче приміщення.

Етапи здійснення обслуговування у номері готелю

1. *Приймання замовлення на обслуговування* – здійснюється у певні години. За номером телефону, який вказано в інформаційній папці «Room-service», приймання замовлення здійснюється диспетчером чи черговим офіціантом. З'ясовуються усі питання, в тому числі способи подавання страв і необхідність присутності офіціанта в номері під час трапези. В готелях, де не створені умови для організації спеціальних поверхових буфетів (виробничих приміщень), для обслуговування в номерах організовують бригаду офіціантів з числа працівників ресторану на чолі з диспетчером чи одного чергового офіціанта. Замовлення на споживання страв у номері можна здійснити в номері в присутності офіціанта.

Замовлення на обслуговування в номерах реєструють у спеціальній книзі (журналі) обліку або використовують комп'ютерну мережу. Запис ведеться в такій послідовності: номер кімнати, час виконання, кількість гостей, асортимент страв і напоїв, особливості приготування.

2. *Передача замовлення на виробництво*: із приміщення «Room-service» офіціант передає замовлення на виробництво ресторану по телефону або безпосередньо виробничому персоналу.

3. *Організація роботи з підготовки предметів сервірування* проводиться офіціантом під час виконання замовлення в ресторані. До предметів індивідуального сервірування належать: посуд, основні набори, чарки, келихи, фужери, лляні серветки, набори зі спеціями, зубочистки, паперові серветки, попільничка, столова білизна, вазочка з квітами.

4. *Отримання готової продукції*.

5. *Транспортування продукції до номера* здійснюється офіціантами з використанням таці або офіціантського візка. Правила розташування предметів сервірування на таці і правила користування тацею є традиційними. Проте дозволяється на одній таці розташовувати продукцію власного виробництва і буфетну. В разі виконання замовлення за допомогою 2-3–поверхового візка, предмети сервірування розташовують на середній і нижній полиці, а на верхній – замовлені страви та напої. Слід зазначити, що для обслуговування в номерах готелю використовують таці з об'ємними кришками, які виготовлені з полімерних прозорих матеріалів, що диктується вимогами санітарії та гігієни. З цією ж метою, а також для зберігання певної температури для подачі гарячих та холодних страв використовують певний однопорційний металевий посуд із кришками у вигляді півсфери (кришки клоше), настільні марміти, візки з підігрівом, лляні серветки на чайники

(кавники). У номері столики-візки (найчастіше круглої форми) можна використати як ресторанный стіл.

6.Сервірування місця приймання їжі. Способи подачі страв обирає замовник, що вимагає присутності офіціанта в номері гостя. Сервірування може здійснюватися на обідньому столі, письмовому столі, журнальному столику. Правила сервірування аналогічні як в залі ресторану. Якщо замовлення вимагає подавання сніданку на одну особу, то офіціант повинен готові страви розташувати на таці, так, як при сервіруванні столу, тому що їжу можна приймати і на таці розмістивши її на поверхні столу.

7.Обслуговування споживачів – вимагає від працівників служби «Room-service» особливої технічної підготовки. Воно пов'язано не лише з технікою обслуговування і виконанням побажань споживачів, але і з правилами поведінки в номері готелю. Усі працівники повинні пройти спеціальний тренінг і навчитись дотримуватись правил етикету, поведінки в номері. Офіціант несе тацю в лівій руці, підходячи до номера, дзвонить чи стукає у двері, запитує дозвіл увійти. Увійшовши офіціант вітається, уточнює, чи був виклик, і представляє себе офіціантом служби. Офіціанти за бажанням гостя використовують різні способи подавання страв: «в обнос», за допомогою приставного столу (візка), «в стіл».

8.Прибирання посуду, розрахунок. Після зазначення замовником часу закінчення трапези, офіціант повертається до номера щоб прибрати посуд, привести в порядок стіл, приміщення. За бажанням гостя посуд можна залишити в номері до наступного дня до фіксованої години, про що робиться офіціантом запис в книзі обліку посуду, наборів. Офіціанти другої зміни, перевіряючи перед початком роботи наявність посуду, наборів, скла і білизни, враховують їхню кількість, яка залишилася у номері. Використаний посуд забирають з номера, роблячи знову помітку в книзі обліку про його повернення та фізичний стан.

Офіціант також передає рахунок замовнику для підпису, який потім буде включений до загальної суми рахунку при виїзді гостя.

Основні правила для працівників, які здійснюють обслуговування в номерах або на поверхах у готелі:

2. Якщо споживач замовляє гарячі страви, завжди потрібно мати спиртівку або плитку для підігріву;

3. Якщо є можливість, то страви потрібно подавати не всі одразу, а окремо кожену;

4. Для страв, які подаються на таці, завжди необхідно мати скатертину для столу;

5. Перед сервіруванням кожне замовлення потрібно перевірити;

6. В кінці обслуговування гостям подається рахунок, який повинен бути підписаний замовником;
7. Замовлення повинно виконуватися вчасно;
8. Якщо споживач в номері відсутній, бажано не заходити;
9. Слід дізнатися у гостя час прибирання посуду, та пильнувати його повернення до ресторану.

Організація роботи міні-барів. Використовувати такі бари дуже рентабельно для готелів. Ціни на продукти і напої в міні-барах встановлюються в кілька разів вищі роздрібних цін. З міні-баром споживач не відчуває дефіциту в напоях у будь-який час доби, а різноманітний асортимент напоїв і продуктів покликаний спокушати гостя скористатися пропозицією. У деяких готелях вартість вмісту міні-бару перевищує добову вартість мешкання в номері. Ключ від міні-бару зазвичай вкладається в пакет, який споживач отримує в службі прийому і розміщення. Якщо споживач не збирається користуватися баром, він цей ключ може не брати. Зазвичай запаси напоїв поповнюються щодня. Вартість випитого автоматично включається до рахунку, контроль за вмістом міні-бару здійснюють у великих готелях працівники спеціальної служби «Міні-бар – контроль». Розробка асортименту, закупівля продукції, контроль над споживанням продуктів в міні-барах і поповнення їх запасів достатньо трудомістка і відповідальна робота, що вимагає додаткового штату співробітників.

Орієнтовна структура асортименту продукції у міні-барі може бути такою:

- солодкі газовані напої (місткість 0,33–0,5 л) – 30%;
- мінеральна газувана та негазована вода (0,33 л) – по 8% кожної;
- сік в асортименті (0,2 л) – 8%;
- пиво в асортименті (0,33–0,5 л) – 15%;
- чіпси (35 г) – 8%;
- горішки (40 г) – 8%;
- шоколад в асортименті (15–100 г) – 15%.

Але більш поширеним є включення до асортименту міні-бару тільки напоїв у дрібній розфасовці.

В інформаційному куточку кожної кімнати, де є міні-бар, знаходиться листок з вичерпною інформацією про асортимент бару, вартість і кількість продовольчих товарів. Уся інформація подана двома мовами: українською та англійською. Покоївка чи спеціальний працівник служби «Room-service» (у разі її існування) стежить за асортиментом міні-бару.

В номери готелю для VIP-гостей перед їх заселенням заноситься кошик з фруктами (яблука, апельсини, груші, виноград, сливи, ананас, банани тощо). До номерів бізнес-леді може бути покладена на подушці маленька шоколадка або вітамінка.

У гостьових кімнатах є бланки, в яких гостя просять вказати кількість випитого і з'їденого з міні-бару, поставити свій підпис і передати ці відомості в Reception перед від'їздом. На практиці споживачі не завжди ускладнюють себе заповненням даної форми або заповнюють її не точно. Особливу небезпеку, пов'язану з несплатою деяких додаткових послуг, несе з собою день від'їзду клієнтів. У готелях, де не існує офіційної процедури перевірки і здачі номера при від'їзді, міні-бар в день від'їзду піддається контролю.

Система автоматичних міні-барів дозволяє готелю суттєво оптимізувати витрати і підвищити прибутковість цього виду сервісу. Це досягається за рахунок централізованого управління всіма міні-барями, встановленими в номерах в готелі. Взаємодія системи автоматичних міні-барів з комп'ютерною системою в службі прийому і розміщення дозволяє миттєво передавати інформацію до основного рахунку гостя про всі його витрати, пов'язані з використанням міні-барів. Міні-бари не стільки іміджеве придбання, скільки спосіб отримання додаткового прибутку для готелю (міні-бар окуповується через 2–4 місяці, а потім починає приносити стабільний дохід).

Світові стандарти вимагають, щоб в готелях категорії 4, 5 зірок мінеральна вода була лише в скляних пляшках.

Іноземні туристи, що зупиняються в респектабельних готелях звикли бачити в міні-барах продукцію відомих брендів.

В сучасних умовах міні-бар в готелях Європи переживає епоху ренесансу – готелі відходять від звичних пива та вина. Натомість додають в міні-бар різні товари, які можуть не належати до продуктів харчування чи напоїв. Зокрема, мережа курортів та готелів Westin запропонувала нову концепцію міні-барів, створених спеціально для «освіження тіла і розуму» – пакет «Purification Station» (буквально – «станція очистки») включає унікальні продукти, як кисневі та енергетичні коктейлі, спрей-антистрес, екологічно чисте вино і низькокалорійне печиво – все для відновлення сил. Особливої популярності набувають різні натуральні аромоолії: бергамот для боротьби зі стресом, лимон для енергії, лавандова та ментолова олії з їх антисептичними властивостями.

В розріз сучасних інноваційних технологій слід розглянути й «розумні» міні-бари – сучасна зброя в прагненні боротьби з крадіжками і високими витратами на утримання обслуговуючого персоналу.

З цією метою міні-бари нового покоління містять вмотовані інфрачервоні чи електромагнітні сенсори або датчики, які реагують на важкість предмета. Коли певний продукт взятий з полиці, у гостя є 30 сек. щоб повернути його, інакше система відмітить його як проданий. Існують системи, які «вмикають» міні-бар лише споживач зареєструвався в готелі та «закликають» його при виселенні. Інші «оповіщають» покоївку про те, що міні-бар відкривався, і тим самим вона знає про необхідність його перевірки.

3.5.6 Організація інших видів обслуговування

До послуг, що надаються готелем, повинно входити бронювання столиків у ресторані за бажанням гостя, організація бенкетів, обслуговування конференцій.

Масові заходи можуть організовуватися як в приміщенні готелю, так і з виїздом на чужу територію. Їжа може бути приготована як на кухні готелю, так і там, де організовується захід.

Організація бенкетів складається з трьох стадій: прийом замовлення, підготовка до проведення бенкету, обслуговування.

Замовлення на проведення заходу або просто замовлення на банкет оформляється на кожен захід окремо і містить велику кількість інформації.

Із замовником погоджуються:

дата обслуговування, кількість учасників, місце проведення, оформлення залу, музичний супровід, надання додаткових послуг, початок і закінчення обслуговування, меню, куверт (відстань між самим крайніми предметами індивідуального сервірування для одного гостя (довжина становить 0,8–1,2 м, іноді 1,3–1,5 м), кувертна карта (персональна візитка, в якій вказується ПІБ запрошеного), попередня вартість замовлення, порядок розрахунку.

Бенкетний менеджер повинен добре знатися на винах, стравах і сервісі, знати про переваги різних етнічних общин і вміти організовувати заходи відповідно до національних і релігійних канонів.

Бенкетний менеджер повинен знатися на всіх типах бенкетів і способах подачі закусок, страв і напоїв. До обов'язків банкетного менеджера входить:

- керування обслуговуванням всіх масових заходів;
- контроль за роботою прибиральників з оформлення кімнати, в якій проходитиме захід;
- складання графіка роботи офіціантів і затвердження бригади, відповідальної за кожен конкретний захід;
- погодження з шеф-кухарем меню і сервісних процедур;
- перевірка списку уточнень, зроблених безпосередньо перед заходом;

- подача клієнтові рахунків відразу ж після закінчення заходу;
- суворе дотримання процедур, що прийняті в даному готелі стосовно обслуговування масових заходів, також заходів з протипожежної безпеки;
- підрахунок націнки за обслуговування і чайових з подальшим розподілом цих грошей між обслуговуючим персоналом;
- узгодження всіх особливих вимог із заступником завідувача з обслуговування та координатором заходу.

Бенкети-прийоми. залежно від форми обслуговування можна розділити на декілька видів: бенкет за столом з повним обслуговуванням офіціантами; фуршет; коктейль, бенкет-прийм із змішаним обслуговуванням; бенкет-чай.

Обслуговування в конференц-залах

Обслуговування в конференц-залах здійснюється тільки за бажанням учасників і організовується у фіксований термін часу. Найчастіше обслуговування здійснюється під час перерви на каву-брейк («Coffee break»). Асортимент продукції, що пропонується, узгоджується з організаторами заходу. Найчастіше він вимагає: порціонні каву, чай, цукор, вершки, молоко, мінеральну газовану і негазовану воду, сік, фрукти, тістечка в асортименті. В окремих випадках до меню включають бутерброди-канапе з рибою та морепродуктами, сиром, шинкою, ковбасою тощо. Оскільки учасники заходу під час перерви приміщення конференц-залу зазвичай не залишають, обслуговуючий персонал створює умови за бажанням учасників, для паління. Обслуговування здійснюється найчастіше в обнос, при невеликій кількості учасників (до 15–20 чоловік), якщо розташування гостей здійснюється за одним столом. Якщо кількість учасників перевершує 20 осіб, то каву-брейк організовують за фуршетними столами, які можуть бути пересувними й розташовуються біля найкоротшої стіни або біля електричної розетки. Кількість обслуговуючого персоналу залежить від вибраної форми обслуговування, способів подавання страв і напоїв, кількості учасників заходу тощо. Найчастіше використовують одноразовий посуд, але за різних умов може використовуватись традиційний посуд. Обслуговування здійснюється суворо за знаком організатора заходу. Офіціанти з'являються на обслуговування тільки під час перерви. При обслуговуванні в обнос може бути застосована столова білизна – індивідуальні лляні серветки на стіл. В усіх інших випадках доцільно використовувати паперові серветки. Перерв на каву-брейк за бажанням організатора, може бути декілька і на кожен узгоджується меню з відповідальним офіціантом. Конференц-зал повинен обладнуватись офіціантськими візками або сервантами. При обслуговуванні учасників заходу офіціанти використовують таці і офіціантські візки дво чи триповерхові. Доцільно організовувати бригади офіціантів, які

спеціалізуються на обслуговуванні подібних заходів. Інколи під час кави-брейк пропонують фітнес-заняття під певне музичне оформлення. Тоді запрошують спеціаліста-тренера, який проводить 20–25-хвилинні заняття (можна окремо для жінок та чоловіків).

Чайний стіл

В останні роки на ринку послуг ресторанів готельного господарства з'явилася послуга з організації «чайного столу», «чайної церемонії» або «чайного клубу для леді». Виконуючи бажання мешканців готельного комплексу, особливо Північної Європи, доцільно організовувати не тільки ранішній чай («High Tea»), але й післяобідній («Afternoon Tea»).

Для цього в ресторані або кафе виділяють окремих зал чи частину приміщення, які мають відповідне оформлення інтер'єру, або штучно його створюють. У залі може бути встановлена і тематично оформлена буфетна стійка-прилавок. Весь інтер'єр приміщення і предмети сервірування столів відповідають тематиці: «Чай по-російськи» («Russian Tea»), англійський п'ятигодинний чай, чай по-французьки, чай по-східному, чай по-китайськи, чай «Жасмін» тощо. В буфетній стійці офіціант зберігає замовлену споживачем буфетну продукцію. Методи та техніка обслуговування офіціантами не дуже відрізняються від прийнятих у ресторанах. Але при організації «чайного клубу для леді» при готелі організатори пропонують програму вечорів на місяць, в якій вказують дати та час відкриття клубу, правила членства, порядок здійснення церемонії, вимоги до зовнішнього вигляду, наявність супутників, меню церемонії тощо. В ці клуби можуть вступати також і немешканці готелю. В останні роки з'явилася мода на все, що пов'язане зі Сходом, тому в ресторанах здійснюється подавання чаю по-східному, з обрядами та традиціями Сходу. Використовуючи певну тематичну направленість, можна організувати таким чином десертний чи фруктовий столи.

Організація ділових прийомів

Найбільш поширеною формою ділового протоколу є прийоми, основи організації яких необхідно знати бізнесменам, підприємцям, менеджерам будь-яких рівнів.

Час та засоби для організації прийомів залежать від обставин і бувають різними, але в будь-якому випадку це питання слід вивчити завчасно і готувати його старанно. При цьому сторона, яка проводить прийом, повинна:

- визначити (вибрати) вид прийому;
- приготувати приміщення і, за необхідності, завчасно визначити конкретні місця для учасників зустрічі;

- вибрати (скласти) меню, продумати сервірування столу і порядок обслуговування гостей;
- підготувати тости й промови (на прийомах з розсаджуванням);
- скласти схему або порядок проведення прийому, розподілити обов'язки між тими, хто влаштовує прийом.

Широке розповсюдження одержали такі види прийомів: сніданок, обід, вечеря, «келих шампанського» або «келих вина», «чай», «коктейль» або «фуршет».

1. Сніданок

1. Проводиться з 12³⁰ до 14⁰⁰ год.
2. Тривалість – 1,5 год.
3. Кількість запрошених – обмежена.
4. Меню:
 - холодні закуски (одна-дві страви, але з урахуванням національних особливостей смаків запрошених);
 - гаряча рибна страва;
 - гаряча м'ясна страва;
 - десерт.
5. Напої: горілка (до холодних закусок), віскі, джін, сухе вино, вода мінеральна, соки, чай, кава (з коньяком або лікером).
6. Розсаджування гостей за схемою.
7. Форма одягу: повсякденний костюм або сукня.

2. Обід

1. Проводиться з 19⁰⁰ до 21³⁰ год.
2. Тривалість 2,0 – 2,5 год. (в т. ч. за столом не більше 1,5 год.)
3. Обмежена кількість гостей.
4. Меню:
 - холодні закуски;
 - суп;
 - гаряча рибна страва;
 - десерт;
 - напої такі ж, як на сніданку.
5. Розташування по визначених місцях (за схемою).
6. Форма одягу: темний костюм, смокінг, вечірня сукня.

3. Вечеря

1. Проводиться після 21⁰⁰ год.
2. Тривалість 2 год.
3. Меню. Перші страви не подаються. Решта – як на обіді.
4. Напої (як і на обіді).

5. Розсаджування (за схемою).
 6. Форма одягу: темний костюм, смокінг, вечірня сукня.
 4. *«Келих шампанського» або «келих вина»*
 1. Проводиться з 12⁰⁰ до 13⁰⁰ год.
 2. Тривалість 1 год.
 3. Кількість запрошених необмежена.
 4. Напої (обов'язковий асортимент): шампанське; вина; соки; можлива горілка, віскі.
 5. Проходить стоячи.
 6. Форма одягу: повсякденний костюм або сукня.
 5. *«Чай»*
 1. Проводиться з 16⁰⁰ до 18⁰⁰ год.
 2. Тривалість 1 – 1,5 год.
 3. Кількість гостей до 20 осіб. Запрошуються тільки жінки.
 4. Меню: кондитерські вироби, сендвічі, фрукти, десерт. Напої: десертні та сухі вина, соки, води.
 5. Розташування не обов'язково за схемою.
 6. Форма одягу: повсякденний костюм або сукня.
 6. *«Коктейль» або «фуршет»*
 1. Проводиться з 17⁰⁰ до 20⁰⁰ год.
 2. Тривалість 1,5–2,0 год.
 3. Кількість гостей необмежена.
 4. Меню: холодні закуски, кондитерські вироби.
 5. Напої: горілка, вина, мінеральні води, чай (між 16⁰⁰ і 18⁰⁰). В кінці прийому: шампанське, кава, морозиво.
 6. Проходить стоячи.
-



Питання для самоконтролю

1. Класифікація організаційних форм обслуговування споживачів.
2. Методи обслуговування:
 - а) характеристика форм самообслуговування;
 - б) характеристика форм обслуговування офіціантами.
3. Організація додаткових послуг в ЗРГ.
4. Меню, види меню.
5. Основні правила подачі страв.
6. Організація повсякденного обслуговування споживачів.
7. Організація обслуговування мешканців в номерах.

8. Організація сніданків в готелі.
9. Організація роботи «Room-service».
10. Організація роботи міні-барів.
11. Особливості обслуговування в конференц-залах.

Практичне завдання.

Розшифрувати позначення типів харчування в готелях

BB	bed & breakfast	FB+, EXTFB	full board +, extended half board
HB	half board	ALL, AI	all inclusive
HB+	half board +, extended half board	UAL, UAI	ultra all inclusive
FB	full board	HCAL, Imperial	high class all inclusive

ТЕМА 3.6. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ТЕХНОЛОГІЯ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛІ

План

3.6.1 Сутність та класифікація додаткових послуг в готелі.

3.6.2 Особливості надання транспортних послуг та бронювання квитків в готелі.

3.6.3 Організація побутового обслуговування в готелі.

***Ключові слова.** Додаткові послуги, безкоштовні послуги, платні послуги, інформаційні послуги, комунально-побутові послуги, посередницькі послуги, послуги автотуристам, прокат, бронювання, послуги, що збагачують знання туристів про район, країну; послуги, що підвищують рівень комфорту в номерах; послуги, що задовольняють особливі вимоги гостей*

3.6.1 Сутність та класифікація додаткових послуг в готелі

Історія виникнення додаткових готельних послуг сягає своїм корінням в глибоку давнину. З диференціацією людських потреб розширювалася та вдосконалювалася система додаткових послуг. Цей процес відбувається і в даний час. Додаткові послуги є неодмінною складовою діяльності будь-якого готелю.

Визначальним фактором для збільшення кількості та покращення якості додаткових послуг є орієнтація готельного підприємства на ту чи іншу категорію споживачів. Впровадження додаткової послуги має бути виправданим та доцільним.

За певних вихідних умов та правильній організації процесу, додаткові послуги – це серйозна підмога в роботі готельного підприємства. Розвиток додаткових послуг дозволяє не тільки розширювати перелік пропозицій для клієнтів готелю, але й залучати до відвідування готельного комплексу мешканців міста. Якщо раніше в переліку їх нараховувалося не більше десяти, то сьогодні вже понад шістдесят (а в німецьких готелях найвищої категорії кількість додаткових послуг досягає майже 300).

Розмаїття додаткових послуг визначається як рівнем комфорту готелю, так і його спеціалізацією. Готелі можуть надавати додаткові послуги самостійно, використовуючи власну інфраструктуру, а можуть використовувати послуги інших підприємств на договірній основі (комунально-побутових, транспортних, банківських, торговельних та ін.). До елементів інфраструктури готелю, що забезпечують можливість розвитку

додаткових послуг, належать: фотоательє, більярд, обмін валют, 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. Сучасними тенденціями є те, що готелі прагнуть створити таку інфраструктуру для надання якісних додаткових послуг, щоб клієнт найбільше часу проводив в готелі, користуючись саме його послугами.

Сервіс готелів доцільно організувати не за принципом попиту, а за принципом пропозиції.

Незважаючи на розмаїття асортименту додаткових послуг, їх доцільно розділити на групи.

І. Залежно від сфери задоволення попиту

1. Послуги, що полегшують перебування споживачів у готелі та туристичному районі:

- інформаційні (інформування про послуги, що їх надає готель, розваги в туристичному районі, транспортні зв'язки, можливості купівлі товарів, місцезнаходження історико-культурних пам'яток і закладів тощо);
- комунально-побутові (прання, чищення, прасування одягу, ремонт взуття, годинників, валіз, спортивного інвентарю тощо);
- посередницькі (резервування місць у культурно-розважальних установах, замовлення театральних квитків, резервування номерів в інших містах тощо);
- послуги автотуристам (забезпечення гаражем, стоянкою, дрібним ремонтом транспортних засобів);
- надання друкованої продукції, настільних ігор;
- продаж товарів;
- прокат спортивного, пляжного інвентарю, друкарських машинок, автомобілів, розмножувальної техніки та ін.;
- зберігання кореспонденції, цінностей.

2. Послуги, що збагачують знання туристів про район, країну (організація екскурсій, зустрічей, перегляду фільмів, урочистостей з нагоди національних свят).

3. Послуги, що підвищують рівень комфорту в номерах (подання закусок і напоїв до номера, медичні та косметичні процедури, встановлення додаткового обладнання в номері, організація спортивно-оздоровчих послуг, створення умов для проведення конференцій тощо).

4. Послуги, що задовольняють особливі вимоги гостей – діячів мистецтва, спортсменів, бізнесменів та ін. (надання музичних інструментів,

послуг особистого екскурсовода, перекладача, секретаря, забезпечення телексним зв'язком, комп'ютером тощо).

II. За способом надання додаткові послуги можуть бути:

- платними;
- безкоштовними.

Відповідно до «Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг» готель зобов'язаний надати споживачу без додаткової оплати такі види послуг:

- виклик швидкої допомоги;
- доставка в номер кореспонденції;
- побудка у визначений час;
- надання необхідного інвентарю в залежності від категорії готелю.

Працівники готелю не мають права без згоди споживача надавати платні додаткові послуги. Споживач має право відмовитися від оплати послуг, не передбачених договором. Також забороняється обумовлювати виконання одних послуг обов'язковим наданням інших послуг.

Удосконалюючи систему вітчизняного сервісу, необхідно наближати її до загальноприйнятих світових норм і стандартів. У сучасних готелях організація системи надання послуг досягла нової прогресивної технології обслуговування споживачів. Так, великою зручністю для гостей готелю є запровадження пластикових карток. Закодовані картки містять дані, необхідні для готелю (вони можуть записуватись ще під час бронювання номера), а електронний код слугує ключем для входу в номер. Американські готельні підприємства за допомогою такої картки забезпечують гостеві доступ до значної кількості послуг безпосередньо через телевізор у номері. Спеціальний пристрій, приєднаний до телевізора, дозволяє туристові резервувати місця в ресторані, вибирати страви для подання їх у номер, порахувати баланс своїх витрат у готелі, забронювати авіаквитки, місця в готелях, взяти автомобіль напрокат тощо. Для ділового туриста готельні номери вже почали оснащувати автоматичними телефонами, комп'ютерами, машинами для передачі факсимільних зображень. Для отримання цих послуг туристові достатньо скористатися кредитною картою, за допомогою якої всі витрати автоматично фіксуються і записуються на його рахунок.

3.6.2 Особливості надання транспортних послуг та бронювання квитків в готелі

Транспортні послуги – один з важливих видів обслуговування в готелях. До них відносять: бронювання квитків, замовлення таксі, прокат автотранспорту.

Бронювання квитків на різноманітні види транспорту здійснюють за допомогою новітніх інформаційних технологій. Глобальні комп'ютерні мережі досягли в цьому великих успіхів. Готелі, котрі підключені до глобальних мереж бронювання, мають можливість внести до їх банку даних інформацію про готель, види номерів, їх опис та ціни.

У 1987 р. створено два консорціуми: «Galileo» та «Amadeus». Система «Galileo» об'єднує системи бронювання наступних авіакомпаній: «Alitalia Airlines», «British airways», «KLM», «Svisser», «Aer Lingus», «Austrian Airlines», «Sabena», «Olympic Airways» і «TAP Portugal». Система «Amadeus» включає себе фірми «Air France», «Air Inter», «Iberia», «Lufthansa» та ін.

Сьогодні великі готельні компанії, турагенства та виробники комп'ютерних систем прагнуть створити суперглобальну єдину комп'ютерну систему бронювання. За статистикою основна частина броньованих квитків припадає на частку авіаперевезень. Існує лише одна система бронювання автомобілів. Користувачам пропонується можливість прокату автомобілів в 40 компаніях з оренди. Найбільш слабе місце – резервування залізничних квитків, круїзів та квитків на культурно-масові видовища.

Бронювання квитків на різні види транспорту здійснюється за допомогою туристичних компаній, що знаходяться в холі готелів.

Замовлення таксі. Готель надає гостю можливість замовлення таксі двома способами:

- через міську службу таксі;
- через власну службу таксі готелю.

При замовленні таксі адміністратор готелю, що прийняв замовлення, виписує картку, яка має містити такі дані:

- назва готелю;
- номер кімнати;
- номер машини;
- час та місце призначення.

Картка передається водію, оскільки споживач може бути іноземцем. Оплата таксі здійснюється гостем безпосередньо водієві таксі.

За наявності в готелі власної служби таксі замовлення передається адміністратором безпосередньо до служби. При цьому також виписується карточка, яка передається водію. Власну службу таксі можна організувати лише за наявності в готелі власної стоянки та гаражу транспортних засобів. Всі машини повинні мати фірмовий знак готелю (найменування, емблема, телефон служби таксі тощо).

Прокат транспорту. Сьогодні більшість готельних підприємств мають у складі матеріально-технічної бази готелів різні транспортні засоби, які необхідні:

- для надання послуг з прокату автомобіля, мотоцикла, квадроциклу, здійснення трансферів з використанням автомобілів або автобусів, літаків;
- для надання можливості клієнтам готелю займатися спортом або розважатися з використанням катерів, яхт, мото-дельтапланів та ін.;
- для обслуговування і потреб існуючої матеріально-технічної бази, наприклад, території готельно-ресторанного і санаторно-курортного комплексу.

Процедура прокату автомобілів проста: за умови, що вік туриста не менше 21 року і не перевищує 70 років, достатньо пред'явити паспорт і водійське посвідчення (що підтверджує водійський стаж не менше двох років) працівнику прокату. В деяких країнах обслуговування клієнтів ведеться лише за наявності кредитної карти.

Ціна прокату залежить від класу автомобіля. Зазвичай, до оплати прокату автомобіля включають:

- необмежений прокат автомобіля,
- доставка автомобіля клієнту в межах міста;
- ремонт чи заміна автомобіля у випадку технічної несправності, крім пошкодження покриття, вітрового скла чи двигуна;
- повна страховка на випадок дорожньо-транспортної пригоди не з вини клієнта (крім випадків алкогольного сп'яніння водія, за яких страховка не виплачується). В більшості країн абсолютного сухого закону не існує. Вміст алкоголю в крові не має перевищувати 0,2 проміле (за законами України), в Росії не існує жодного «допустимого рівня» концентрації етанолу в крові. (0,5 л пива міцністю 5% приведе до концентрації етанолу в крові до рівня 0,2–0,5%) .
- страховка, що покриває збиток нанесений автомобілю в ДТП з вини клієнта;
- страховка пасажирів (крім водія) від нещасних випадків;
- податки.

Машину клієнту подають з повним баком і повертає клієнт її з повним баком. За додаткову плату можна придбати право на ведення машини іншим водієм.

Адміністратор готелю повинен надати інформацію клієнту щодо дозволених місць паркування в місті, наявності обмеження швидкостей на автомагістралях та в місті, інформацію, якою має володіти клієнт під час

ДТП (дата і час аварії, прізвище та адреси свідків, назва і номер поліцейської (міліцейської) дільниці).

3.6.3 Організація побутового обслуговування в готелі

Побутове обслуговування спрямоване на задоволення потреб гостей, що виникають у гостей під час їхнього проживання в готелі. Перелік цих послуг залежить від категорії готелю. Підприємства, що надають побутові послуги, повинні розміщуватися в доступному місці (найчастіше на першому поверсі). У вестибюлі, на поверхах, у номерах повинна бути інформація про те, як і де одержати послуги, години роботи повинні бути зручними для гостей.

До складу послуг з побутового обслуговування входять:

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

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

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

4. Розвантаження, завантаження і доставка багажу в номер (оплачуються чайовими – у готелі 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 номер.

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



Питання для самоконтролю

1. Перелічіть додаткові послуги підприємства готельного господарства, які належать до групи безкоштовних.
2. Яка прослідковується залежність між категорією підприємства готельного господарства та пакетом безкоштовних додаткових послуг?
3. Дайте характеристику організації надання безкоштовних додаткових послуг в готельному господарстві.
4. Опишіть технологію надання ряду безкоштовних послуг:
 - побудка;
 - виклик швидкої медичної допомоги;
 - надання першої медичної допомоги;
 - виклик лікаря;
 - подача преси в номер;
 - подання сніданку в номер.
5. Які Ви знаєте платні додаткові послуги?
6. Наведіть приклад технології надання платної додаткової послуги в підприємстві готельного господарства.
7. Опишіть організацію надання транспортних послуг для гостей готельного господарства.

Тести

1. До найбільш типових послуг, які надають консьєржі, належать:
 - a) замовлення обслуговування на підприємствах ресторанного господарства;
 - b) прибирання номерів;
 - c) реєстрація прибулих.
2. Відповідно до «Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг» готель зобов'язаний надати споживачу за додаткову оплату такі види послуг:
 - a) виклик швидкої допомоги;
 - b) доставка в номер кореспонденції;
 - c) побудка у визначений час;
 - d) надання спортивного інвентарю.
3. Процедура прокату автомобілів :
 - a) вік туриста не менше 21 року і не перевищує 70 років;
 - b) паспорт і водійське посвідчення;
 - c) лише за наявності кредитної карти;
 - d) всі відповіді правильні.
4. До складу додаткових платних послуг не входить:
 - a) прокат предметів культурно-побутового призначення;
 - b) анімаційні послуги;
 - c) надання першої медичної допомоги.
5. До складу додаткових платних послуг входить:
 - a) надання харчування у номер;
 - b) прокат автомобіля;
 - c) доставка багажу у номер.

ТЕМА 3.7. АНІМАЦІЙНІ ПОСЛУГИ В ГОТЕЛЯХ

План

3.7.1 Сутність готельної анімації, її риси, функції.

3.7.2 Технологія анімаційного процесу.

3.7.3 Проектування анімаційних програм.

Ключові слова: анімація, туристська анімація, готельна анімація, технологія анімаційної діяльності, анімаційний процес, анімаційний сервіс, анімаційний проект.

3.7.1 Сутність готельної анімації, її риси, функції

Важливою частиною багатопланової діяльності готельного підприємства, вираженням високого рівня професіоналізму є організація анімації. Основною задачею готелю є: організація максимально комфортних умов для відпочинку, створення атмосфери забезпеченості та свята. Реалізація цих задач забезпечується всіма службами готелю. Починаючи з працівників служби прийому і розміщення, котрі зустрічають туриста в день його прибуття, покоївок, що прибирають кімнати, працівників охорони, що забезпечують безпеку перебування в готелі, персоналу служби ресторанного господарства, інших сфер обслуговування та закінчуючи топ-менеджерами, всі прагнуть відповісти даній уяві, оскільки від всіх разом і кожного окремо залежить настрій туриста, відчуття задоволення і гарного враження від проведеного відпочинку.

Для того, щоб повною мірою зрозуміти сутність анімаційної діяльності, необхідно розглянути зміст, цілі та завдання анімаційного процесу, оскільки кожна анімаційна послуга є особливим процесом діяльності, суть якого обумовлена конкретними закономірностями (тематичністю, емоційністю, активністю, цілеспрямованістю).

Анімація виступає процесом стимулювання повноцінної рекреаційної, соціально-культурної, дозвілєвої та іншої діяльності людини шляхом впливу на її життєві сили, наснагу і натхнення.

Анімації притаманні наступні риси:

- здійснюється у вільний час;
- відрізняється свободою вибору, добровільністю, активністю, ініціативою як однієї людини, так і різних соціальних груп;
- обумовлена національними, релігійними, регіональними особливостями і традиціями;

- характеризується різноманіттям видів на базі різних інтересів дорослих, молоді та дітей;
- відрізняється глибокою особистісністю; має гуманістичний, культурологічний, розвиваючий, оздоровчий і виховний характер.

В практиці анімаційної справи виділяють такі функції:

- адаптаційна, що дозволяє перейти від повсякденної обстановки до вільної, дозвілленої;
- компенсаційна, яка звільняє людину від повсякденної фізичної та психічної втоми;
- стабілізуюча, що створює позитивні емоції і стимулює психічну стабільність;
- оздоровча, спрямована на відновлення і розвиток фізичних сил людини;
- інформаційна, що дозволяє отримати нову інформацію про країну, регіон, людей;
- освітня, що дозволяє придбати і закріпити в результаті яскравих вражень нові знання про навколишній світ;
- рекламна, що дає можливість через анімаційні програми зробити туриста носієм реклами про країну, регіон, туркомплекс, готель, турфірму.

Анімаційні готельні послуги є одним з найефективніших засобів залучення гостей до готелю, що впливають на позитивну оцінку туристом роботи готелю в цілому. Це своєрідні додаткові послуги клієнту готелю, що дозволяють зайняти його таким чином, щоб пробудити в ньому позитивні емоції, відчуття задоволення від відпочинку в готелі та бажання повернутися в цей готель ще раз.

Готельна анімація є комплексною дозвілєво-рекреаційною готельною послугою. Вона заснована на особистих контактах тураніматора з туристом, на людській близькості, на спільній участі аніматора і туриста в розвагах, що пропонуються анімаційною програмою готелю. Анімаційна програма готелю має на меті реалізацію нової філософії готельного обслуговування, підвищення якості обслуговування, рівня задоволеності туриста відпочинком.

Зміст, способи та форми реалізації анімаційних програм розрізняються при клубній організації відпочинку, в готельних ланцюгах і в готелях різної цільової спрямованості та різної величини.

Вибір конкретних форм анімаційної діяльності залежить від можливостей матеріально-технічної бази готелю, його місця розташування і наявності інфраструктури, контингенту відпочиваючих, рівня професійної

підготовки працівників дозвіллевої сфери. Незважаючи на те, що анімаційна база готелю має особливості, всі послуги анімаційного типу можна структурувати таким чином (табл. 33):

Таблиця 33 – Класифікація анімаційних послуг курортних готелів

Стандартні послуги	Додаткові послуги	Ексклюзивні послуги
Дитячий майданчик; гральні автомати; дитяча кімната; басейни, водні шоу та ігри; волейбольний майданчик; пляж; дискозона/танцпол; місце ді-джея; спорткомплекс.	Прокат велосипедів, роликів, скутерів; тенісні корти; стрільба з лука чи арбалета, дартс; баскетбольний майданчик; парк; дайв-центр (снорклінг); пневматичний тир.	Скалодром; Пейнтбол-клуб; ролердром; батут; комп'ютерний клуб; автодром; армрестлінг-клуб; міні-аквапарк; боулінг.

Крім того, готельна анімація відрізняється індивідуальним підходом, який проявляється через:

1. Привітання з днем народження гостей. На основі реєстраційних карток працівники готелю виділяють гостей, чиї дні народження припадають на час перебування в готелі. Заздалегідь для кожного іменинника можна приготувати вітальну листівку, святково оформити столик в ресторані, замовити торт, музично привітати гостя тощо;

2. Споживачів, котрі повторно приїждять до готелю називають *repeat guests*. При заселенні таких клієнтів адміністрація може заздалегідь надіслати до номера кошик з фруктами та листівку як вдячність за повторне повернення;

3. Вся інформація про туристів має вводитися до комп'ютерної бази готелю. Використовуючи власний банк даних, адміністрація має вести з гостями листування: вітати їх зі святами, з днями народження, інформувати про нововведення в майбутньому сезоні, запрошувати відвідати готель в період відпустки, пропонувати знижки;

4. Особливого підходу потребують VIP-клієнти. Адміністрація заздалегідь має готуватися до їх зустрічі, надіслати шампанське, фрукти, організувати додаткові послуги, бронює місця в спеціалізованих ресторанах «*a la carte*», організує трансфер з готелю до аеропорту тощо. Відвідання готелю VIP-клієнтами підвищує імідж готелю, значно збільшує його дохід, впливає на темпи розвитку готелю.

Саме тому під час навчання персоналу готелю, крім професійних знань, умінь, навиків, менеджери звертають увагу на такі якості, як тактовність, привітність, делікатність, комунікабельність, вміння вислухати і оперативно відреагувати на проблему туриста, щоб той відчував себе дорогим і бажаним гостем. Це є запорукою гарної психологічної атмосфери в готелі.

Факторами, які визначають високу якість готельної анімації для гостей готелів, є:

- наявність і активність професійно підготовлених анімаційних команд;
- ненав'язливість анімаційного сервісу;
- проведення анімаційних заходів в суворо відведених для цього зонах (без контакту з неохопленими анімацією гостями);
- врахування мовного фактора;
- наявність і активність професійно підготовлених анімаційних команд;
- наявність у структурі анімації програм для дорослих і дітей;
- врахування в анімації «місцевого колориту» (традиційну культуру регіону);
- проведення заходів в різному тематичному «ключі».

Для належної організації анімаційних послуг готель має відповідати таким вимогам:

- наявність природного, культурно-історичного комплексу (в районі розташування готелю);
- достатність інфраструктурних ресурсів – площ для проведення анімації, що активно розширюються у відповідності зі стратегією розвитку готелю;
- достатність матеріально-технічних, кадрових та фінансових ресурсів.

Розвиток послуг є безперервним процесом. Розвиток анімаційних послуг в світі має такі тенденції:

- 1) анімація спрямована на навчання, творчість;
- 2) стрімко розвивається спортивно-оздоровча анімація, а також анімація через релаксацію, яка веде до гармонізації психоемоційного стану;
- 3) найкращою формою оплати анімаційних послуг для гостей готелів є включення її до загальної вартості пакета обслуговування – без додаткових витрат на відпочинок.

Портрет сучасного споживача анімаційних послуг виглядає наступним чином: типовий представник сучасного інформаційного суспільства з актуалізованою пізнавальною потребою (на що вказує також інтерес до традиційної форми анімації – екскурсійної), потребою в оздоровленні свого організму і зміцненні його функціональних можливостей, у гармонізації свого психоемоційного стану на відпочинку (швидше, за рахунок релаксації,

ніж за рахунок підвищення психоемоційного тону), а також у творчій самореалізації.

3.7.2 Технологія анімаційного процесу

Анімаційний процес, цілі і завдання, що стоять перед ним, можуть бути виражені таким чином (рис.44):

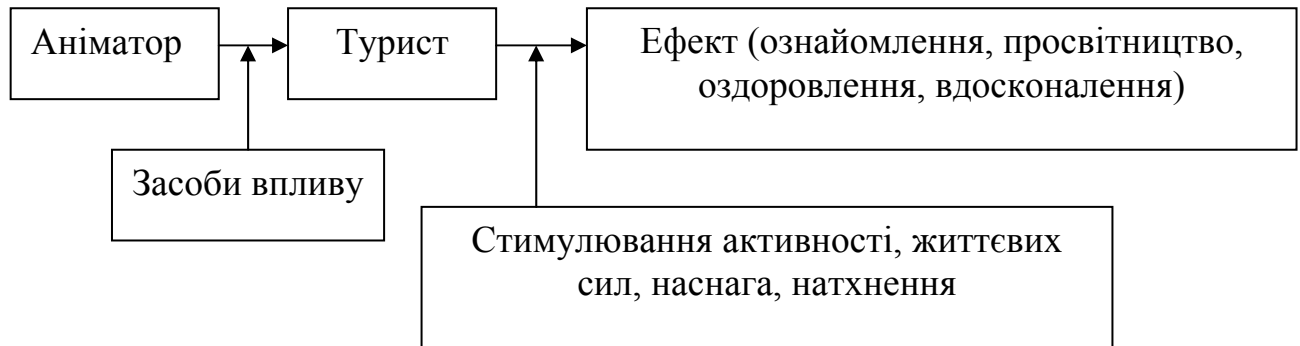


Рисунок 44 – Анімаційний процес

Технологічний процес створення анімаційних програм містить такі елементи:

- об'єкт діяльності: населення, що обслуговується, відвідувачі (колективи людей і окремі особи);
- суб'єкт діяльності: керівники, фахівці анімаційної служби;
- власне анімаційна діяльність (процес впливу суб'єкта на суб'єкт) з усіма її компонентами.

Всі елементи функціонування технологічного процесу знаходяться в єдності і взаємодії, утворюють єдину систему. Головний елемент цієї системи – об'єкт діяльності, люди: туристи, споживачі, відпочиваючі. Тому фахівцям-аніматорам треба знати їх потреби, повсякденно вивчати аудиторію, настрої, інтереси і запити різних груп населення. Без знання людей важко розраховувати на досягнення бажаного результату, на підвищення ефективності інтелектуального і емоційного впливу на аудиторію.

Основними особами, що займаються розробкою індивідуальних та колективних програм проведення повноцінного дозвілля є аніматори. Очолює службу анімації в готелі – адміністратор служби, котрий підпорядковується безпосередньо керівникові служби дозвілля. Керівника служби анімації ще називають шеф-аніматором. Йому підпорядковані:

- Методист-аніматор (хореограф), який займається підготовкою сценаріїв і постановкою шоу, розробкою костюмів та проведенням репетицій;

– організатор-аніматор, котрий забезпечує організацію процесу анімаційної діяльності всім необхідним.

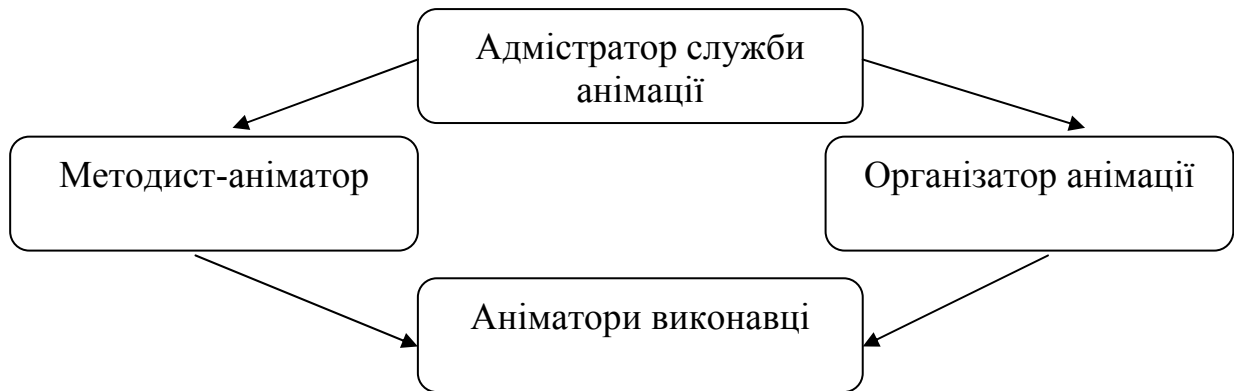


Рисунок 45 – Організаційна структура служби дозвілля і розваг готелю

Задачами аніматора є допомогти туристові:

- 1) побачити об'єкти дії, що сприяють зоровому сприйняттю певної заданої теми;
- 2) почути необхідну інформацію або, наприклад, музичний супровід, що доповнює побачене;
- 3) зробити подібне самому;
- 4) долучитися до процесу,
- 5) оволодіти практичними навичками

Анімаційні програми охоплюють спортивні ігри та змагання, танцювальні вечори, карнавали, ігри, творчі зайняття.

Технологія створення та реалізації анімаційних заходів складається з декількох взаємопов'язаних підсистем:

- організаційна підсистема – організація спільної діяльності анімаційної команди, економічного, технічного, рекламного відділів;
- інструкторсько-методична підсистема – створення та переробка сценаріїв заходів, розробка текстів екскурсій, підбір спортивних ігор і змагань, складання маршрутів походів з наступним виробленням методичних рекомендацій на основі узагальнення досвіду;
- режисерська підсистема – розподіл ролей, план репетицій, постановка;
- технічна підсистема – підготовка майданчика (сцени) для анімаційних заходів, реквізиту, декорацій, освітлення, музичного супроводу, костюмів.

Всі підсистеми становлять систему технології, яка слугує підставою функціонування анімаційної служби.

З врахуванням сприятливих зовнішніх умов формула анімаційного проекту виглядає наступним чином:

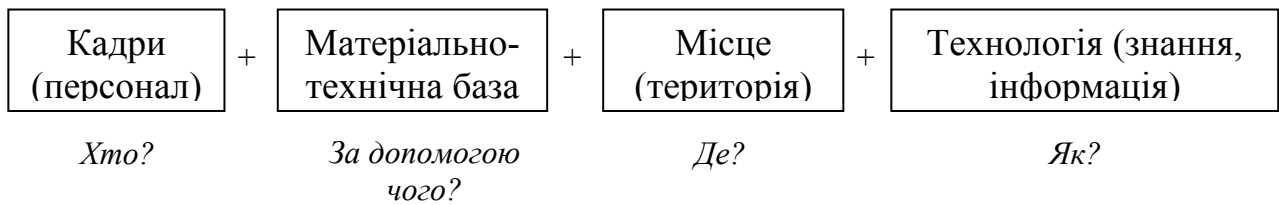


Рисунок 46 – Сукупність складових анімаційного проекту

Етапи розробки і проведення анімаційної програми:

– перший етап (найбільший і відповідальний етап) – підготовчий, що містить в собі:

- аналіз пропонованих анімаційних програм;
- визначення цілей і завдань;
- вибір місця і часу проведення програми;
- проектування анімаційної програми з урахуванням вікових, етнічних та інших особливостей споживачів даної послуги;
- створення або підбір сценаріїв анімаційних заходів, включених до програми;
- складання кошторису витрат на проведення програми;
- підбір творчих колективів, розподіл обов'язків всередині анімаційної команди;
- технічна підготовка: закупівля інвентарю, виготовлення декорацій, костюмів, реквізиту;
- встановлення звукової та світлової апаратури, інших технічних засобів, оформлення сцени, виготовлення фонограм та інше;
- проведення репетицій, навчання правилам ігор та інше;
- проведення рекламної кампанії намічених анімаційних заходів;

– другий етап – проведення анімаційної програми – являє собою найскладнішу і найвідповідальнішу роботу для всіх учасників. Необхідно поєднати зусилля всіх задіяних аніматорів, подолати нервові напруження і вирішити поставлені завдання;

– третій етап – підведення підсумків, в ході якого відбувається: аналіз проведеної програми; анкетування споживачів з подальшим аналізом; робота над удосконаленням програми.

3.7.3 Проектування анімаційних програм

Звичайно, найкраще проводити проектне обґрунтування анімаційної програми на етапі проектування та будівництва готелю, тому що в цей час можна з максимальною оптимальністю передбачити необхідні ресурси для здійснення ефективних додаткових анімаційних послуг, сформувати

необхідну матеріальну базу та інфраструктуру. Однак в разі вже діючої програми анімаційні послуги потрібно проектувати.

Проект анімаційної програми складається з таких етапів:

- 1) маркетингове дослідження;
- 2) аналіз ресурсів готелю для організації готельної анімації і ступеня їх можливого цільового освоєння;
- 3) визначення ефективності проекту.

Маркетингові дослідження в мінімальному обсязі складаються з:

- аналізу анімаційних послуг готелів, що складаються в готельних мережах;
- аналізу анімаційних послуг самостійних готелів категорій 3–5 зірок;
- аналізу анімаційних послуг готелів категорії 3–4 зірки, що розглядаються як основні конкуренти готелю, в якому проектується анімаційні послуги, на підставі подібної спрямованості.

Такий підхід дозволяє оцінити сучасний стан і намітити перспективи розвитку готельної анімації.

При аналізі анімаційних послуг готелів країни, які включені до готельних мереж, доцільно розглянути яким чином функціонування готелів в мережі впливає на організацію послуг анімації в курортних готелях України:

- 1) послуги анімації включені до комплексу основних послуг;
- 2) служби анімаційного сервісу, що здійснюють свою діяльність на програмній основі;
- 3) кадровий склад анімаційних служб в кожному готелі представлений відповідними фахівцями (у відділах дитячої анімації – з педагогічною освітою);
- 4) готелі розвивають паралельно два анімаційних напрямки – дорослий та дитячий, з активним використанням матеріально-технічної бази готелю. У програмах дитячої анімації простежується два різних підходи: сегментація цільової дитячої аудиторії на групи до 5 років, до 10 років) і підліткову (10–16 років). До числа анімаційних послуг включені канікулярні анімаційні програми для школярів і програми на week-end для дорослих і дітей; спортивно-оздоровчі програми для дітей і підлітків з навчальним компонентом;

- 5) анімаційні програми, в цілому, відповідають концепціям готелів.

У готелях, що переходять на стандарти обслуговування готельних мереж, анімаційні послуги плануються на найближчі роки за наявності стандартної (для даної мережі) дорослої та дитячої анімації.

В цілому ж можна сказати, що керівні компанії, котрі розвивають готелі готельних ланцюгів, приділяють особливу увагу розвитку готельної анімації, прагнучи зробити її одним з критеріїв високої якості наданих

готельних послуг за рахунок відповідності концепції, фірмового стилю, оригінальних програмних рішень, професійного кадрового складу та ефективного використання матеріально-технічної бази готелю в період міжсезоння. Такий підхід відповідає світовим тенденціям розвитку готельної анімації. За критерієм надання анімаційних послуг відпочиваючим, включених до основного пакета, ці готелі мають явні конкурентні переваги над іншими курортними готелями України. Вважається логічним, що за додаткову плату надаються послуги прокату спорядження для дайвінгу, катеру, фото- та відео-супровід при зануреннях, а також послуги екскурсійного обслуговування з виїздом за межі готелю.

Особливості анімації в самостійних готелях України категорії 4–5*, полягають у нижчевикладеному. Готелі високої цінової категорії, основний пакет послуг яких містить великі програми анімації для дорослих та дітей, позиціонують анімаційний сервіс як основну конкурентну перевагу. Вони не тільки надають анімаційні послуги гостям готелю, але й публікують інформацію про них на сайті готелю. Анімаційні програми названих готелів відповідають концепції «сімейного відпочинку», є високоваріативними за видами і формами анімації, припускають охоплення не тільки туристів, а й місцевого населення в рамках програм анімації на уїк-енди (тематичних днів і вечірок у вихідні). Програми мають навчальний компонент, виходячи з інтересів гостей готелю (від уроків сальси до хенд-мейд). Характерно, що до анімаційних програм деяких готелів включені родинні тематичні стилізовані вечірки.

В оздоровчих (еко-, парк- і SPA-готелях України категорії 3–5*) послуги готельної анімації розвиваються слабо, за винятком деяких готелів, анімаційна програма яких для дорослих і дітей є найчастіше оригінальною і позиціонується як конкурентна перевага готелю (рекламується на сайті). Кадровий склад анімаційної служби таких готелів представлений фахівцями з фізичного виховання та реабілітації (у відділі дитячої анімації – з педагогічною освітою), а анімаційні послуги становлять частину основного пакету (за системою «все включено»).

В цілому можна сказати, що менше чверті всіх охоплених готелів України використовують потенціал готельної анімації для підвищення конкурентоспроможності та надають ці послуги на рівні міжнародних стандартів обслуговування.

Аналіз анімаційної діяльності готельних підприємств регіону полягає у визначенні стану анімаційної складової готельних послуг конкурентів в регіону. Джерелом для контент-аналізу є ресурси мережі Інтернет-відгуки

туристів щодо якості готельної анімації, опублікованих на порталі «Турправда» та інших порталах мережі Інтернет.

Аналіз ресурсів готелю, обраного для конкретизації і наочності аналізу щодо запровадження анімаційних послуг проводиться в наступній послідовності:

- місце розташування готелю;
- відповідність концепції розвитку анімаційних послуг меті діяльності готельного підприємства;
- аналіз розташування, інфраструктури, матеріально-технічної бази та діяльності готелю, що дозволяє виділити основні групи ресурсів організації готельної анімації на базі готелю і оцінити ступінь їх освоєння (залучення в ефективне цільове використання).

Очікувані результати розвитку готельної анімації передбачають підвищення завантаженості готелю, ступеня задоволеності потреб гостей в рекреаційних послугах, їх лояльності до готелю, прибутковості підприємства (у перспективі найближчих років), що повністю відповідає загальним цілям його діяльності.

Перспективи розвитку готельної анімації на базі готелю слід пов'язати з:

- ефективним використанням усіх груп ресурсів;
- розробкою анімаційної програми, що відповідає загальній концепції готелю;
- створенням анімаційної служби та затвердженням стандартів анімаційного менеджменту на підприємстві.

На наступному етапі проектування необхідно провести аналіз сильних і слабких сторін, можливостей і загроз реалізації анімаційної програми, результати якої відображаються в матриці SWOT і служать, при правильному менеджменті, підставою для вибору маркетингової стратегії, комплексу стратегічних заходів та складання плану маркетингу, розробленого для реалізації анімаційної програми готелю, а також для вибору цінової стратегії, що забезпечує надання в оптимальному вигляді анімаційних послуг гостям готелю в рамках розробленої програми.

Завоювання частки ринку можна здійснити за допомогою наступних стратегічних заходів:

- активної рекламної підтримки впровадження анімаційної програми з початку нового сезону;
- налагодження стабільної маркетингової комунікації з аудиторією – потенційними гостями готелю з використанням ресурсів мережі Інтернет:
 - а) сайту готелю як комунікаційного майданчика;

б) електронних представництв готелю на великих туристських порталах Рунета, що здійснюють системну комунікацію з потенційними клієнтами (на порталі «Турправда» та ін.);

– системної рекламно-інформаційної підтримки проведення анімаційних заходів з розробленою програмою в готелі.

Для рекламно-інформаційної підтримки проведення анімаційних заходів у готелі найкраще обрати засоби «м'якого» (ненав'язливого) інформування:

1) шляхом пропозиції щоденної анімаційної програми в розрізі «свіжих новин» готелю без оголошення даної програми по радіо чи в гучномовці на пляжі, біля басейну тощо;

2) шляхом розміщення інформації на сайті готелю, а також при особистому контакті аніматорів з гостями – в психологічно грамотно вибудованій бесіді «тонкий» анонс найближчих заходів без прямого називання.

Далі розробляється *план маркетингу* для реалізації анімаційної програми готелю (табл. 34).

Таблиця 34 – Приклад комплексу заходів з просування і реалізації послуг готельної анімації в готелі

Заходи	Терміни та періодичність
1	2
Рекламна підтримка впровадження анімаційної програми з початку нового сезону	
Розміщення відео-презентації і текстового анонсу з фотоматеріалами анімаційної програми на сайті готелю.	Перед початком туристичного сезону
Публікація рекламних статей про анімації в готелі на туристських порталах	Перед початком туристичного сезону
Позиціонування в пошукових системах Інтернет за ключовими словами «анімація в даному регіоні» з посиланнями на сайт готелю	Перед початком туристичного сезону
Електронне розсилання новин про розвиток анімації на базі готелю по клієнтській базі	Перед початком туристичного сезону
Налагодження стабільної маркетингової комунікації з аудиторією – потенційними гостями готелю	
Створення на сайті готелю інтерактивного сервісу відповідей на питання про програму анімації, що	Перед початком туристичного

1	2
впроваджується	сезону і оновлення протягом сезону – (щотижня)
Оновлення рекламно-інформаційного контенту сайту за рахунок публікації фото-звіту про проведені заходи, а також відгуків учасників заходів	Щотижня, з момен–ту початку реаліза-ції програми
Створення електронних представництв готелю на великих туристських порталах Рунета, що здійснюють системну комунікацію з гостями і налагодження комунікації з користувачами за наступною схемою: – аналіз відгуків – реєстрація на порталі представника адміністрації готелю і публікація повідомлення про увагу керівництва готелю до всіх недоліків в обслуговуванні та вжиття заходів щодо їх усунення – анонс реалізації анімаційної програми на порталі – розсилання листів користувачам з повідомленням про впровадження анімаційних послуг на базі готелю і	З моменту прийняття рішення про реалізацію програми протягом календарного року
посиланням на сайт готелю, де вони презентуються	
Системна рекламно-інформаційна підтримка проведення анімаційних заходів з розробленою програмою в готелі	
Роздруківка одноденної анімаційної програми для всіх гостей готелю	Щодня в сезон
Роздруківка повнокольорових постерів формату А1 з анонсом кожного великого тематичного заходу в рамках програми на сайті готелю та їх розміщення на інформаційних майданчиках готелю	Щотижня
Контактна рекламно-інформаційна робота співробітників служби анімації з гостями готелю (усне сповіщення)	Щодня в сезон
Контактна рекламно-інформаційна робота співробітників служби анімації з гостями готелю (усне сповіщення)	Щодня в сезон

До плану маркетингу входить і цінова політика впровадження анімаційних послуг, яка, для прикладу, може полягати в наступному:

– анімаційні послуги, що входять до базового пакета перебування в готелі;

– в структуру вартості готельного продукту закладаються постійні та змінні витрати на надання анімаційних послуг без суми прибутку за послуги анімації;

– за окрему плату надаються послуги виїзної екскурсійної анімації – екскурсії з анімаційним (інтерактивним) компонентом. При цьому вартість

екскурсійних послуг для гостей готелю не вища ніж середня ринкова вартість ідентичних екскурсійних послуг на регіональному ринку екскурсійних послуг.

Доцільність складеного плану маркетингу підтверджується економічним обґрунтуванням програми.

Економічне обґрунтування анімаційної програми містить: прогнозування обсягу продажів продукту готелю на розрахункову кількість років (3–5 років), кошторис прямих матеріальних витрат на реалізацію анімаційної програми для гостей готелю, витрат з оплати праці, накладних витрат, собівартості послуг, собівартості надаваних послуг на одного гостя готелю і на загальну кількість гостей (по роках), комерційних і управлінських витрат при реалізації анімаційної програми, а також загального плану доходів і витрат, пов'язаних з реалізацією анімаційної програми на базі готелю по роках та економічної ефективності програми (чистого приведенного ефекту).

Передбачається, що впровадження анімаційної програми може поліпшити фінансові показники економічної діяльності підприємства, що буде свідчити про її економічну ефективність.

Незважаючи на виявлену ефективність проекту анімаційної програми, розробленої для конкретного готелю, не можна не врахувати і ряд ризиків, що може ускладнити його реалізацію і знизити ефективність.

Результати аналізу ризиків – причин їх виникнення, прогнозу можливих негативних наслідків і вибору найбільш ефективних антиризикових заходів – відображені в таблиці 35.

Таблиця 35 – Аналіз основних ризиків реалізації анімаційної програми на базі готелю та заходи щодо їх мінімізації (приклад)

Найменування ризику	Причини виникнення	Можливі наслідки	Антиризикові заходи
1	2	3	4
Недостатній відсоток завантаженості готелю для повноцінного проведення анімаційних заходів	Дестабілізація політичної та соціально-економічної ситуації в країні та регіоні	Недостатня кількість гостей для проведення групових програмних заходів. Нерентабельність змісту анімаційної служби	Розробка варіантів проведення основних заходів для різного кількісного складу аудиторії учасників. Посилення цілеспрямованої рекламної діяльності із залучення гостей

1	2	3	4
Недостатня активність гостей готелю – пасивна позиція щодо участі в анімаційних заходах	Негативні враження від проведення анімації у гостей готелю, заснованих на особистому досвіді відпочинку в інших готелях. Зниження рівня культури дозвілля у населення	Недостатня кількість гостей для проведення групових анімацій Підвищена складність роботи аніматорів (при пасивному ставленні учасників)	Відбір і застосування психологічних засобів активізації людей різного віку в умовах готелю
Низький рівень розвитку проф.-якостей у аніматорів (не варіюються заходи в залежності від настрою і ступеня активності учасників, немає адаптованості до побажань клієнтів)	Недостатньо критичний відбір на посади в службу анімації керівництвом готелю. Брак досвіду професійної діяльності у аніматорів	Недостатній ступінь задоволеності або незадоволення гостей готелю якістю надаваних їм анімаційних послуг	Постійна робота з підвищення рівня кваліфікації аніматорів, проведення тренінгів та ігор, що моделюють складні ситуації взаємодії з клієнтами. мотивація співробітників до самоосвіти.
Недостатній відсоток відповідності пропонованих програмних заходів дійсним потребам і перевагам гостей	Відсутність системи «зворотного зв'язку» з гостями готелю – моніторингу їх смаків, інтересів, уподобань	Недостатній ступінь задоволеності або незадоволення гостей готелю якістю надаваних їм анімаційних послуг	Активне налагодження «зворотного зв'язку» з гостями готелю, обговорення переваг і недоліків програми. Анкетування, система-тичне ознайомлення з відгуками гостей готелю в мережі Інтернет.
Калькулювання готелями – конкурентами утримання анімаційної програми готелю	Неетична конкурентна боротьба на ринку	Пропозиція гостям готелю недостатньо оригінального готельного продукту	Рекламний анонс програми без деталізації її вмісту в ЗМІ. Систематичне оновлення програми

Наведений комплекс антиризикових заходів дозволяє стверджувати, що всі виявлені ризики успішної реалізації програми можуть бути мінімізовані в процесі планомірного здійснення анімаційного менеджменту.

Отже, різноманітні анімаційні програми, що поєднують в собі всі види анімації та втілюють їх у життя, сприяють поліпшенню іміджу закладу, наділяють його конкурентними перевагами і гарантують повернення клієнтів в даний готель, оскільки клієнт повернеться саме до вподобаного йому місця.



Контрольні питання

1. Дайте визначення поняттю «анімація».
2. Перерахуйте основні риси туристської анімації.
3. В чому полягає сутність анімаційної діяльності та структури анімаційного процесу?
4. Які функції виконує готельна анімація?
5. Охарактеризуйте основні типи туристської анімації.
6. Що входить в поняття «готельна анімація»?
7. Які види туристської анімації виділяють?
8. У чому специфіка технології створення та реалізації анімаційних програм?
9. Охарактеризуйте етапи реалізації та проведення анімаційних програм.
10. В чому полягає сутність індивідуального підходу в готельній анімації?
11. Назвіть сучасні тенденції готельної анімації.
12. У чому полягає сутність і значення анімаційного сервісу в готелях?
13. Значення та сутність проектування анімаційної діяльності.
14. Методика обґрунтування анімаційної діяльності в готелях.
15. Виділіть основні ризики реалізації анімаційної програми на базі готелю та заходи щодо їх мінімізації.

Тести

1. В ході анімаційного процесу аніматор допомагає туристам :

- a) побачити об'єкти дії;
- b) почути необхідну інформацію;
- c) спробувати зробити подібне самому;
- d) всі відповіді правильні.

2. Під час формування анімаційної програми слід враховувати:

- a) національність гостей;
- b) настрої гостей;
- c) почуття гумору гостей.

3. Що не має відношення до анімації:

- a) містерія;
- b) паус;
- c) карнавал?

4. Анімаційна програма це:

- a) частина програми відпочинку;
- b) платна додаткова послуга;
- c) всі відповіді правильні.

5. Функції анімаційних готельних програм:

- a) принести прибуток готелю;
- b) утримати гостя в готелі;
- c) зробити відпочинок цікавим.

6. Важливою рисою аніматора є:

- a) тактовність;
- b) акторські здібності;
- c) порядність.

РОЗДІЛ 4

ОРГАНІЗАЦІЯ ПОСТАЧАННЯ ТА ТЕХНІЧНОГО ОСНАЩЕННЯ ГОТЕЛЮ

ТЕМА 4.1. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОДОВОЛЬЧОГО І МАТЕРІАЛЬНО–ТЕХНІЧНОГО ПОСТАЧАННЯ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

План

- 4.1.1 Загальні основи продовольчого і матеріально-технічного постачання в готельному господарстві.
- 4.1.2 Організація приймання продовольчих та матеріально-технічних ресурсів.
- 4.1.3 Планування продовольчих матеріально-технічних ресурсів та їх запасів в готелі.
- 4.1.4 Шляхи економії та раціонального використання матеріальних ресурсів у готельному господарстві.
- 4.1.5 Організація складського і тарного господарства.

***Ключові слова:** завдання та цілі постачання, форми постачання, централізоване і децентралізоване постачання, транзитне та складське постачання, нормування запасів, склад, товарна група, товарне сусідство, тара, норми списання, усушка, утряска.*

4.1.1 Загальні основи продовольчого і матеріально-технічного постачання в готельному господарстві

Система продовольчого і матеріально-технічного забезпечення в готелі – це складний динамічний організм, узагальнену схему якого зображено на рисунку 57.

У великих фірмах незалежно від форм власності створюють відділи постачання, у невеликих закладах (підприємствах) призначають працівника, відповідального за організацію постачання. Відділ постачання, як правило, працює самостійно, виконуючи певні функції.

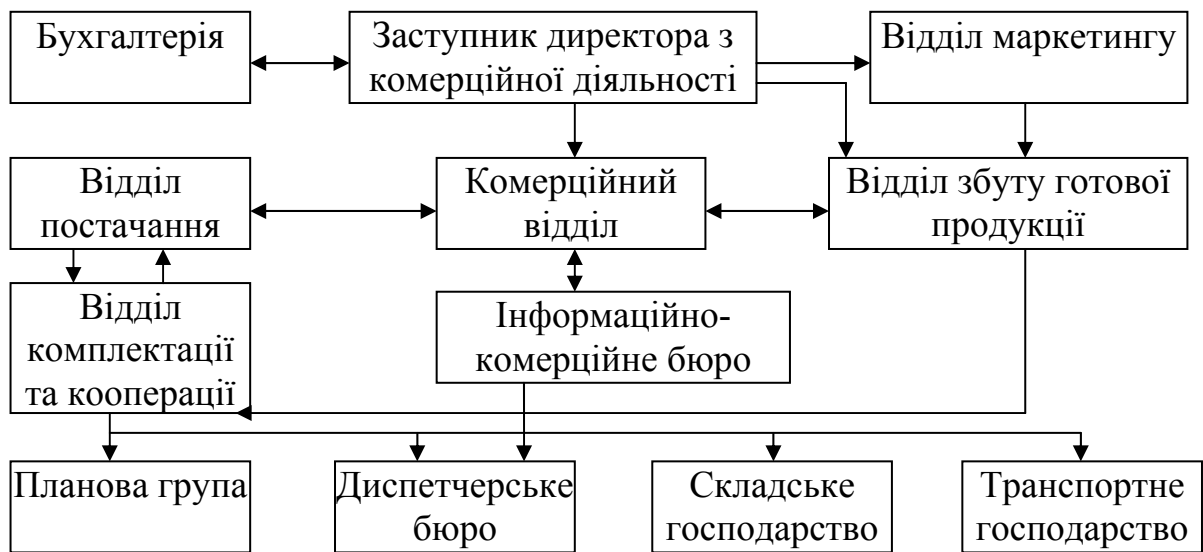


Рисунок 47 – Загальна схема системи організації постачання

Для забезпечення підприємства всіма видами ресурсів необхідно вирішити наступні завдання: що закупити? скільки закупити? у кого закупити? на яких умовах закупити?

Крім того, необхідно: укласти договір; проконтролювати виконання договору; організувати доставку; організувати складування і зберігання.

Таблиця 36 – Характеристика основних методів постачання матеріально-технічних засобів та продуктів харчування

Методи постачання	Особливості	Переваги	Недоліки
1	2	3	4
Закупівля товарів (матеріальних ресурсів) однією партією	Передбачає поставку товарів великою партією за один раз (оптові закупки у постачальників)	Простота оформлення документів, гарантія поставки всієї партії, підвищені торгові знижки	Потреба у складських приміщеннях, гальмування оборотності капіталу
Регулярні закупки малими партіями	Підприємство замовляє необхідну кількість товарів, яку поставляють партіями протягом певного періоду	Прискорюється оборотність капіталу; за товари розраховуються по мірі надходження окремих партій; економія витрат на оренду складських	Імовірність замовлення збиткової кількості товарів

Продовження табл. 36

1	2	3	4
		приміщень та утримання товарних запасів	
Щоденні (щомісячні) закупівлі	Використовується для закупівлі товарів, що швидко використовуються й псуються	Прискорення оборотності капіталу, зниження витрат на зберігання, своєчасність поставок	Збільшується об'єм роботи при оформленні документів
Отримання товарів по мірі необхідності	Кількість товарів визначається орієнтовно; покупці розраховуються тільки за поставлену партію; після закінчення строку контракту замовник не зобов'язаний приймати товар та розраховуватись за нього.	Відсутність твердих зобов'язань за купівлю визначеної кількості товарів; прискорення обороту капіталу; мінімум роботи з оформлення документів.	

Також в практиці світового господарства викликає інтерес представляє метод «точно вчасно» (*just-in-time*), вперше запропонований однією з японських фірм. Суть методу проявляється безпосередньо в той момент, коли ресурси необхідні, і в обсязі, розрахованому на конкретний відрізок часу. При застосуванні цього методу забезпечується ритмічне, безперебійне постачання підприємства матеріальними ресурсами та ефективно їх використання протягом процесу виробництва.

Хотілося б відзначити, що в даний час з розвитком технологій і формуванням відповідних альянсів спостерігається певний підйом у сфері електронних закупівель для постачання готельних комплексів. Так, спільне підприємство «Hyatt Hotels» і «Marriott International» під назвою «Avendra» приступило до бета-тестування системи онлайн-закупівель для 16 готелів, а електронний ринок «PurchasePro» оголосив про початок обслуговування ряду готельних мереж, до складу яких входить більше 3 тис. готелів. Все це свідчить про те, що індустрія гостинності «дозріла» для електронної комерції. Закупівлі для готельного бізнесу носять дуже

фрагментарний характер, що стає причиною виникнення великої кількості фізичних і функціональних зв'язків з малими місцевими постачальниками. Це завдає серйозного удару по готельних компаніях, які роблять все для того, щоб менеджери готелів здійснювали закупівлі в єдиних великих постачальників.

До організації постачання в готелі висуваються такі вимоги:

- забезпечення різноманітного асортименту товарів у достатній кількості і належній якості протягом року;
- своєчасність і ритмічність завезення товарів при дотриманні графіка завезення;
- скорочення ланкового просування товарів;
- оптимальний вибір постачальників і своєчасне укладення з ними договорів на постачання товарів.

Джерела постачання

Раціональна організація постачання підприємств готельно-ресторанного господарства сировиною, напівфабрикатами, продуктами і матеріально-технічними предметами є найважливішою передумовою ефективної та ритмічної роботи виробництва. Основною метою продовольчого й матеріально-технічного забезпечення підприємства є вчасне забезпечення підсистем підприємства необхідними видами ресурсів у потрібній кількості та якості.

Через відділи постачання, або силами відповідальних працівників здійснюються відбір постачальників, укладаються договори на постачання, без яких неможлива робота підприємств.

Складений перелік постачальників аналізують на підставі спеціальних критеріїв:

- 1) ціна продукції;
- 2) якість продукції, що поставляється;
- 3) надійність постачань;
- 4) відстань постачальника від споживача;
- 5) терміни виконання замовлення;
- 6) система управління якістю в постачальника;
- 7) фінансове становище постачальника,
- 8) його кредитоспроможність та ін.

Найчастіше обмежуються ціною і якістю продукції, що поставляється, а також надійністю постачань.

Список потенційних постачальників має постійно оновлюватися і доповнюватися.

Договір постачання є основним документом, що визначає права й обов'язки сторін щодо постачання всіх видів продукції. При складанні договорів необхідно керуватися Цивільним кодексом України та іншими законодавчими актами України. При намірі укласти контракт варто чітко знати, яку мету необхідно досягти при його реалізації, і уточнити найбільш важливі моменти, пов'язані з його оформленням, підписанням і виконанням.

Підприємство готельного господарства може безпосередньо укладати договір із виробниками або використовувати послуги оптових ринків, центрів аукціонної торгівлі; може закупити товар у торговельній та збутовій мережах. В багатьох містах створюють сервісні центри, що допомагають у постачанні сировини, напівфабрикатів, меблів, столового посуду, білизни тощо, усім, що необхідно для організації обслуговування на високому рівні. Невеликі підприємства можуть скористатися послугами дрібнооптових магазинів. В якості посередника між виробником і споживачем можуть виступати брокери, торговельні агенти. Головна їх функція – сприяння купівлі-продажу, знайти покупця й продавця, звести їх, допомогти домовитися про умови купівлі-продажу, постачання. За свої послуги вони одержують комісійну винагороду.

Форми та способи постачання

Кожне підприємство повинно підвищувати ефективність руху товарів (рух матеріального потоку). *Рух товарів* – це транспортування товарів від місць їхнього виробництва до місць споживання. Кількість операцій з товаром залежить від схеми руху товарів.

Основні принципи руху товарів:

- оптимальна ланковість руху товарів;
- ефективне використання транспортних засобів;
- ефективне використання торговельно-технологічного устаткування;
- скорочення кількості операцій з товаром.

Форми постачання

Розрізняють транзитну і складську форми постачання.

При транзитній формі постачання матеріальні ресурси переміщуються від постачальника до споживача прямо, минаючи проміжні бази та склади посередницьких організацій. Крім того, підприємство, отримуючи ресурси безпосередньо від постачальника, прискорює доставку і скорочує транспортно-заготівельні витрати. Однак використання такої форми постачання обмежене транзитними нормами відпуску, менше яких постачальник не приймає до виконання. Використання цієї форми постачання для матеріалів з невеликою потребою призводить до збільшення запасів і пов'язаних з цим витрат. Транзитну форму доцільно застосовувати в тих

випадках, коли потрібні матеріальні ресурси у великих кількостях, що дає можливість відвантажити їх вагонами або іншим транспортом.

При транзитній формі завезення значно знижуються затримки і підвищується швидкість обігу, поліпшується використання транспортних засобів.

При складській формі матеріальні ресурси завозяться на склади і бази посередницьких організацій, а потім з них відвантажуються безпосередньо споживачам. Складська форма постачання відіграє велику роль у забезпеченні готелів невеликих розмірів. Вона дозволяє їм замовляти необхідні матеріали та продукти в кількостях менше встановленої транзитної норми, під якою розуміється мінімально дозволена загальна кількість продукції, що відвантажуються підприємством-виробником споживачеві за одним замовленням. При складській формі постачання продукція зі складів посередницьких організацій може завозитися малими партіями і з більшою частотою, що сприяє скороченню запасів матеріальних ресурсів у споживачів. Однак у цьому випадку останні несуть додаткові витрати за складську переробку, зберігання і транспортування з баз посередницьких організацій.

Способи постачання

Централізовану доставку товарів на підприємства здійснюють силами і засобами постачальників. При централізованій доставці підприємство звільняється від необхідності мати свій транспорт.

При *децентралізованій доставці* вивезення товарів від постачальників забезпечує безпосередньо саме підприємство, використовуючи свій або орендований транспорт. Зі способами доставки тісно пов'язані і маршрути завезення продуктів.

При децентралізованій доставці продукти завозять на підприємство тільки лінійними (маятниковими) маршрутами, а при централізованій, завезення продуктів здійснюють здебільшого кільцевим маршрутом. Тобто, однією машиною товар доставляють на кілька підприємств по колу відповідно до графіка і розробленого маршруту. Для великих підприємств при цьому застосовують і маятникові рейси. Кільцевий маршрут дозволяє більш повно використовувати вантажопідйомність транспорту, скоротити транспортні витрати, прискорити повернення тари.

Важливу роль у русі товарів виконує транспорт. Транспортні організації в процесі пересування товарів повинні забезпечити:

- зберігання вантажу при транспортуванні;
- своєчасну доставку вантажу;
- дотримання правил завантаження і транспортування вантажу;

- ефективно використання транспорту.

Для перевезення продовольчих товарів використовують спеціалізований транспорт, що має маркування «Продукти». Кузови таких машин зсередини оббивають оцинкованим залізом або листовим алюмінієм. На кожну машину, призначену для перевезення продуктів, повинен бути санітарний паспорт, виданий установами санітарно-епідеміологічної служби терміном не більше одного року. Продукти, що швидко псуються, перевозять ізотермічним транспортом.

4.1.2 Організація приймання продовольчих та матеріально-технічних ресурсів

Приймання продовольчих товарів у підприємствах ресторанного господарства при готелях є важливою складовою частиною технологічного процесу. Приймання проводять у два етапи за кількістю та якістю, що зображено на рис. 48

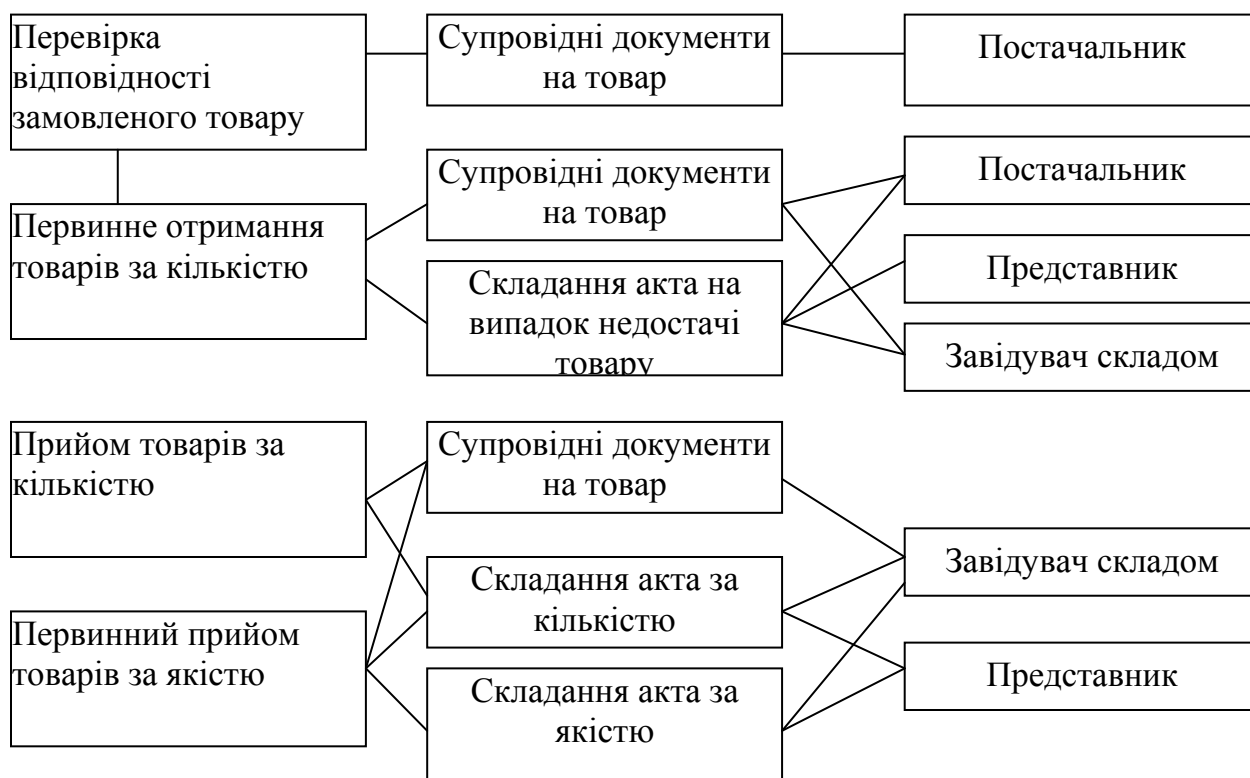


Рисунок 48 – Поопераційна схема документального оформлення прийому товарів

Перший етап – попередній. Приймання продукції за кількістю здійснюють за товарно-транспортними накладними, рахункам-фактурам шляхом перерахування тарних місць, зважування тощо. Якщо товар

надійшов у несправній тарі, крім перевірки ваги брутто підприємство має право вимагати розкриття тари і перевірки ваги нетто.

Другий етап – остаточне приймання. Маса нетто і кількість товарних одиниць перевіряються одночасно з розкриттям тари, але не пізніше 10 днів, а продукція, що швидко псується, – не пізніше 24 годин з моменту прийому товарів. Масу тари перевіряють одночасно з прийманням товару. При неможливості зважування продукції без тари (солоні огірки, квашена капуста в бочках, сметана, сир у бідонах) масу нетто визначають як різницю між вагою брутто і вагою тари. У випадку розбіжності фактичної ваги тари результати перевірки оформляють актом на розбіжність ваги тари, що повинен бути складений не пізніше 10 днів після її звільнення. На кожному тарному місці (шухляді, флязі, коробці) повинен бути ярлик із вказаною датою, часом виготовлення і кінцевим терміном реалізації.

При виявленні нестачі складають односторонній акт про виявлену нестачу, цей товар зберігають окремо, забезпечують його зберігання і викликають представника постачальника товарів що швидко псується негайно після виявлення нестачі, інших товарів – не пізніше 24 годин. Постачальник швидкопсувних товарів, що швидко псуються, зобов'язаний з'явитися протягом 4 годин після виклику, інші – не пізніше наступного дня. Після завершення остаточного приймання складають акт у 3 примірниках.

Одночасно з прийманням товарів за кількістю товар приймають також і за якістю. Термін перевірки якості для товарів, що швидко псуються – 24 години, для інших – 10 днів.

Приймання товарів за якістю проводять за органолептичними показниками (вид, колір, запах, смак). При цьому перевіряють відповідність стандартам, технологічним умовам. До транспортних документів додають сертифікати або «Посвідчення якості», де вказують дату виготовлення, термін реалізації, назву фірми, гігієнічні сертифікати (із зазначенням припустимого і фактичного рівня важких металів).

Відповідно до закону «Про захист прав споживачів», Санітарних норм і правил, товар повинен бути безпечним для здоров'я споживачів.

Забороняється приймати:

- м'ясо всіх видів сільськогосподарських тварин без клейма і ветеринарного посвідчення;
- сільськогосподарську птицю і яйця без ветеринарного посвідчення, а також від господарств з підвищеною небезпекою сальмонельозу;
- консерви з порушенням герметичності, бомбажем;
- овочі і плоди з ознаками гнилі;
- гриби солоні, мариновані, сушені без наявності документа про якість;

- продукцію рослинництва без якісного посвідчення,

У випадку виявлення невідповідності якості складають акт, як зазначено раніше.

Для забезпечення безперебійної роботи виробництва і реалізації продукції в достатньому асортименті з урахуванням попиту споживачів необхідні товарні запаси.

Запаси сировини, напівфабрикатів, готової продукції, предметів матеріально-технічного призначення мають важливе значення як для підприємства, створюючи резерв матеріальних цінностей, так і для споживачів – для задоволення їх потреб.

Товарні запаси повинні бути мінімальними, але достатніми для ритмічної роботи підприємства. Для закладів ресторанного господарства рекомендуються наступні норми товарних запасів при нормальних умовах зберігання:

- продукти, що не швидко псуються (борошно, цукор, крупа) – 8–10 днів;

- продукти, що швидко псуються (м'ясо, риба, птах і ін.) – 2–5 днів;

- запаси хліба, молока не повинні перевищувати односторонню реалізацію.

Наднормовані запаси збільшують втрати при зберіганні, сповільнюють оборотність товарів, ускладнюють облік, захащують складські приміщення, при цьому погіршуються умови зберігання.

4.1.3 Планування продовольчих матеріально-технічних ресурсів та їх запасів в готелі

Для того щоб забезпечити готель необхідними матеріалами відповідно до виявлених потреб, здійснюється матеріально-технічне постачання готелю. Його завдання полягає у визначенні потреби готелю в матеріальних і технічних ресурсах, вишукуванні можливостей покриття цієї потреби, а також у проведенні контролю за правильним використанням матеріально-технічних ресурсів та сприяння їхньої економії. Всі ці функції виконує відділ матеріально-технічного забезпечення готелю.

Як вже зазначалося вище, план матеріально-технічного постачання готелю розробляється спеціальним відділом при бухгалтерії готелю, що має два основні підрозділи – управління закупівлями і управління складами. Перед ними ставляться наступні завдання: організація контролю над постачанням за обсягом і асортиментом відповідно до укладених договорів; дотримання нормативів і структури товарних запасів; знаходження шляхів зниження товарних втрат при зберіганні і транспортуванні. Але слід зазначити, що найважливішим обов'язком цього відділу є розробка плану

матеріально-технічного забезпечення готелю.

План матеріально-технічного забезпечення (МТЗ) готелю є його матеріальним балансом, в якому зведені всі розрахунки потреби в матеріальних ресурсах, необхідних для забезпечення виробничого процесу (видаткова частина), наявність залишків на планований період, а також визначені джерела постачання (прибуткова частина). Основні показники плану МТЗ, а також зв'язок між ними можна відобразити таким рівнянням:

$$Пве + Знор = Зоч. + E + B,$$

де *Пве* – потреба в матеріальних ресурсах на виробничо-експлуатаційні потреби; *Знор* – запаси нормовані; *Зоч.* – залишки очікувані, тобто фактичні запаси, які існують в готелі на якийсь певний період; *E* – економія. *B* – величина завезення матеріалів ззовні.

У лівій частині рівняння відображається загальна потреба в матеріальних ресурсах, в правій його частині – джерела покриття цієї потреби.

Процес розробки плану МТЗ складається з таких етапів:

- 1) розрахунок потреби в матеріальних ресурсах на виробничо-експлуатаційні потреби;
- 2) виходячи з існуючих потреб розраховуються норми запасів ресурсів, необхідних для безперебійного функціонування готельного підприємства;
- 3) визначення джерел покриття потреби в матеріальних ресурсах, розробка плану ввезення матеріалів зі сторони.

Зведений план матеріально-технічного постачання, що враховує загальну потребу в матеріалах для всіх потреб готельного підприємства, в тому числі утворення запасів, а також джерела покриття потреби підприємства в матеріалах, набуває такий вигляд:

Таблиця 33 – План матеріально-технічного забезпечення готелю

Перелік матеріалів та обладнання	Од. вим.	Очікуваний залишок на початок планового періоду	Потреба на плановий період	Планові запаси в плановому періоді на кінець року	Підлягає закупівлі на плановий період				Джерела постачання	Ціна	Сума, тис.грн					
					Всього на рік	В том числі по кварталам					Всього	По кварталам				
						1	2	3				4	1	2	3	4

Розрахунок потреби в різних видах ресурсів

Одним з найбільш відповідальних етапів розробки плану МТЗ є визначення потреби в матеріальних ресурсах на плановий період. Розрахунки потреби в матеріальних ресурсах складають на основі питомих норм витрат.

Під питомою нормою витрати матеріалів, палива, води мають на увазі максимально допустимі витрати на одиницю виміру. В залежності від видів і призначення матеріальних ресурсів за одиницю виміру приймають одиницю продукції (послуг), потужності об'єкта, обсягу будинку.

Частина матеріальних ресурсів, що використовуються в експлуатаційній діяльності готелю, не піддається точному нормуванню через розмаїтість їхніх видів і використання в незначних кількостях. Це мастильні, обтиральні та інші експлуатаційні допоміжні матеріали. При їх плануванні керуються даними про фактичну витрату за попередній період, а також враховуються фактори, що сприяють зменшенню витрат і зниженню вартості їх за рахунок використання нових, більш ефективних синтетичних матеріалів.

Загальні потреби готелю в матеріальних ресурсах на виробничо-експлуатаційні потреби розраховується за такою формулою:

$$P_{ве} = P_{осн} + P_{пс} + P_{реп} + P_{кап.буд.},$$

де $P_{осн}$ – потреби основного виробництва готельного підприємства. Сюди входять матеріальні ресурси, необхідні для надання готелем комплексу основних послуг клієнтам. Це меблі, електроосвітлювальні прилади, килимові покриття, постіль, посуд, миючі засоби, предмети гостинності і багато іншого;

$P_{пс}$ – потреби підсобних цехів готелю. До них відносять перукарню, косметичний кабінет, басейн, сауну, оранжерею тощо.

$P_{реп}$ – потреби в матеріальних ресурсах на ремонтно-експлуатаційні потреби. Сюди входять потреби у воді, будівельних матеріалах, запасних частинах і електроенергії

$P_{кап.буд}$ – потреба в матеріалах для здійснення капітального ремонту (якщо в цьому є необхідність).

Метод прямого рахунку – при використанні даного методу потреба в матеріально-технічних ресурсах розраховується виходячи з питомих нормативних витрат матеріалів на одиницю експлуатаційних послуг. Розрахунок проводиться за такою формулою:

$$Pi = Ni \times V,$$

де Pi – потреба в i -тому матеріалі; Ni – норма витрат i -того продукту на одиницю послуги; V – обсяг виконуваних послуг.

Розглянемо розрахунок потреби матеріалів, палива, води та електроенергії на основі даної методики.

В готелях паливо витрачається на опалення приміщення й для забезпечення гарячого водопостачання. Його витрати обчислюють, виходячи

з зовнішнього об'єму будівлі готелю і встановленої норми витрати на 1 м³ будівлі за формулою:

$$R = H \times V_{\text{буд}},$$

де H – норма витрати умовного палива на 1 м³ будівлі на весь опалювальний сезон для даної місцевості: $V_{\text{буд}}$ – об'єм будівлі за зовнішнім обміром, м³.

Норми витрати палива на опалення диференційовані залежно від градації кубатури будівлі і місцевості.

Для того, щоб визначити *кількість палива в натуральному виразі* потрібно обсяг повітря, який підлягає нагріву поділити на відповідний перевідний коефіцієнт того виду палива, яким користується готель.

Після визначення кількості палива необхідного для експлуатаційних потреб готелю на планований період в натуральному вираженні, розраховують його вартість - кількість палива множать на ціну за його одиницю. До ціни включають всі витрати, пов'язані з транспортуванням і складуванням палива, тобто беруть до уваги всі витрати франко-склад готелю. Розрахунок потреби в паливі, як і в інших матеріальних ресурсах, складають на рік з розподілом по кварталах.

Потребу і вартість води розраховують так само, як і палива, на основі діючих питомих норм витрат на одну послугу. Норми витрати води в готелях встановлені залежно від розміщення умивальних установок (або кранів). Необхідна загальна кількість води на планований період визначається шляхом добутку відповідної питомої норми витрати води на запланований обсяг місце-днів. Вартість води розраховують як добуток планових витрат води на діючий тариф. Крім того, до витрат води додають витрати води на каналізацію (стічні води), вартість яких визначається також як добуток обсягу води на діючий тариф.

Електроенергія в готелях використовується для освітлення, а також для роботи електричних двигунів (силових установок) та електроприладів. Потребу її розраховують окремо для кожного виду. При розрахунку потреби в освітлювальній електроенергії враховують кількість світлоточок і їх потужність (у Вт), а також середнє число годин горіння в планованому періоді. Помноживши добове споживання електроенергії на число днів роботи готелю, визначаємо потребу на весь планований період (рік, квартал, місяць). Для точного визначення потреби в освітлювальній електроенергії по кварталам, розрахунок здійснюють для кожного кварталу окремо, враховуючи різну тривалість горіння ламп в залежності від пори року.

Потребу готелю в силовій електроенергії визначають так само, як і освітлювальній, враховуючи, що об'єктом розрахунку є встановлені двигуни

та їхня потужність. Потребу в електроенергії для роботи електроприладів (пилососів, прасок, фенів, телевізорів, комп'ютерів тощо) розраховують, виходячи з числа користування ними та норм витрати електроенергії для їхньої роботи.

Вартість електроенергії визначають множенням необхідної на планований період кількості освітлювальної та силової електроенергії в кіловат-годинах на діючий тариф.

Питомі норми витрат допоміжних матеріалів (мила, порошку, пасти, щіток) розробляють у кожному готелі окремо виходячи з фактичних витрат попереднього періоду з урахуванням їх можливого зниження. Норми встановлюють на одиницю роботи, послуги. Відповідно до встановлених таким методом норм розраховують потребу в допоміжних матеріалах на планований період. Для більш правильного її визначення необхідно аналітично вивчити дані про витрату за ряд років, що дозволяє виявити можливі резерви економії допоміжних матеріалів.

Потреба у столовому посуді, столових наборах, меблях і кухонному інвентарі розраховується за «Нормами оснащення підприємств громадського харчування посудом, столовими наборами, меблями і кухонним інвентарем». Наприклад, у розділі «Норми оснащення порцеляново-фаянсовим, скляним і металевим посудом, столовими наборами» дається весь перелік асортименту посуду й наборів, що повинен бути на підприємствах у залежності від його типу, для кожного виду посуду пропонується норма на одне місце в залі. Щоб визначити потребу у столовому посуді й наборах, норму за кожним видом множать на кількість місць у торговому залі. Норми складені з розрахунку 2,5–3,5 комплекти на одне місце в залі, що передбачає заповнення збитку при експлуатації. При нормальних умовах роботи підприємства потреба у посуді та наборах визначається у 2,5-кратному розмірі щодо кількості місць у залі (один комплект знаходиться на столах, другий – в мийній столового посуду, половина комплекту – на роздавальні). Якщо у залі швидка зміна відвідувачів, то кількість комплектів збільшується.

Потребу підприємства, що вже діє, на посуд і набори на одне місце в залі можна визначити за формулою:

$$П = \%_з \times K_k / 100,$$

де $\%_з$ – відсоток страви в час найбільшого завантаження залу; K_k – кількість комплектів, одиниць.

Потребу нового підприємства в посуді, наборах, склі визначають як:

$$П = N \times m,$$

де N – норма на одне місце, од.; m – кількість місць у залі, місць. Крім того, необхідно враховувати поповнення збитків при експлуатації, для чого треба визначити кількість оборотів посуду :

$$O = n / P,$$

де n – кількість страв, що реалізуються за день, од.; P – кількість посуду, од.

Також необхідно визначити збитки посуду за один оборот (Z_0) за формулою:

$$Z_0 = P \times K_z,$$

де K_z – збитки посуду, інвентарю, наборів, % (для порцеляново-фаянсового посуду складає 0,05–0,08%, а для скляного посуду – 0,3–0,5%).

Збитки посуду за рік визначаються за формулою:

$$Z_p = P \times O \times Z_0 \times D / 100,$$

де D – кількість робочих днів за рік, днів.

Кількість і номенклатуру для різних груп інвентарю визначають залежно від типу підприємства й кількості місць у залі, за експлуатаційними нормами, які встановлюють для визначення терміну зношення, норм амортизації, залежно від навантаження й умов його експлуатації.

Потребу в меблях визначають з урахуванням норм співвідношення місць за столами різної місткості на підприємстві.

Норма спецодягу для робітників підприємств ресторанного господарства в середньому складає два комплекти для кожного працівника на рік. Так, наприклад, для кухаря до комплекту спецодягу входять куртка, брюки, фартух, ковпак, які видають один раз на 4 місяці; для офіціанта чоловіка – костюм (рондель і брюки), біла сорочка, краватка, полуботинки чорні й білі, для жінок – костюм або сукня, біла сорочка, краватка, туфлі чорні й світлі, для швейцара – костюм, сорочка біла, кашкет, краватка-метелик, які видають на 12 місяців.

Планування необхідних обсягів сировини, напівфабрикатів, продовольчих товарів

Необхідні обсяги сировини, напівфабрикатів, продовольчих товарів для діючих закладів ресторанного господарства при готелі можна визначити за меню, фізіологічними нормами вживання продуктів харчування для різних груп населення за віком та інтенсивністю праці, збільшеними показниками (на одну людину та на одне місце на підприємстві).

Розрахунок необхідної кількості сировини за меню передбачає визначення кількості сировини, необхідної для приготування страв, що входять до виробничої програми підприємства:

$$Q = g \times n / 1000$$

де Q – кількість сировини даного виду, кг; g – норма сировини даного виду на одну страву, г; n – кількість страв з сировини даного виду, од. (згідно з виробничою програмою).

Загальну кількість сировини даного виду, необхідної для реалізації виробничої програми, визначають за формулою:

$$Q_{\text{заг}} = Q_1 + Q_2 + \dots + Q_n = \sum (g \times n / 1000)$$

Приклад розрахунку необхідної кількості сировини для пивного бару за меню наведено у табл.37

Таблиця 37 – Добова потреба сировини для пивного бару на 25 місць

Найменування	Найменування страв										
	Бутерброд з кав'ярм		Бутерброд з баликом		Бутерброд з бужениною		Бутерброд з оселедцем		Скумбрія г/к		Усього, кг
	Кількість продуктів										
	на 1 пор., г <i>g</i>	на 20 пор., кг <i>n</i>	на 1 пор., г <i>g</i>	на 30 пор., кг <i>n</i>	на 1 пор., г <i>g</i>	на 30 пор., кг <i>n</i>	на 1 пор., г <i>g</i>	на 30 пор., кг <i>n</i>	на 1 пор., г <i>g</i>	на 80 пор., кг <i>n</i>	Qзаг
Масло вершкове	2	0,04					10	0,3			0,34
Кав'яр	20,4	0,41									0,41
Хліб	30	0,6	30	0,9	30	0,9	30	0,9			3,2
Балик			41	1,23							1,23
і т. ін.											

Розрахунок сировини за *фізіологічними нормами* полягає у виборі відповідної норми харчування для певного контингенту споживачів за формулою:

$$Q = g_n \times 1000$$

де g_n – добова фізіологічна норма вживання продуктів даного виду на одну людину, г.

Розраховану кількість сировини поділяють за асортиментом, тобто визначають потрібну кількість сировини за видами. Вказане співвідношення може змінюватися залежно від сезону та специфіки контингенту. Так, наприклад, якщо вибирається розрахунковий період серпень-вересень, то з асортименту фруктів та ягід виключають малину, полуницю, смородину, відповідно збільшивши кількість фруктів, характерних для сезону. А при визначенні необхідної кількості харчових продуктів для лікарень, санаторіїв з розрахунків виключають свинину та збільшують інші м'ясопродукти.

В закладах ресторанного господарства широко застосовують систему складського обліку Store House, яка дозволяє контролювати процес

керування виробництвом у ресторанах, кафе та ресторанах швидкого обслуговування. Сумісність автоматизованої ресторанної діяльності Store House з системою R-KEEPER дозволяє виконувати автоматичний обмін даними між системами.

Система виконує функції обліку пересування товарів, (надходження, витрати, комплектації); калькуляцію страв; списування продуктів (як використаних на виготовлення страв, так і внаслідок їх псування); багатофункціональної інвентаризації; обробки прибуткових і неприбуткових накладних; заповнення документів на повернення товарів постачальнику та на списування зіпсованих продуктів; визначення залишків товарів після усіх операцій з ними; під час проведення інвентаризації система надає інформацію про нестачу товарів і багато іншого.

Використання цієї системи дає змогу значно прискорити складські операції у закладах ресторанного господарства готелю.

Розрахунок запасів матеріальних ресурсів і методика їх нормування

Для забезпечення нормальної роботи готель повинен мати в наявності матеріальні ресурси не тільки в кількості, необхідній для її повсякденних потреб, але й мати певний запас. У зв'язку з цим в плані матеріального постачання поряд з розрахунками поточних потреб матеріальних ресурсів враховують також розмір необхідних запасів і їхніх залишків на початок і кінець планованого періоду.

Запас матеріалів, що знаходяться на підприємстві, складається з трьох частин:

- *поточного запасу*, за рахунок якого досягається безперебійне забезпечення готелю матеріалами в період між черговими поставками;
- *підготовчого запасу*, який формується на час розвантаження матеріалу, здійснення кількісного та якісного приймання, підготовки до споживання;
- *страхового запасу*.

З метою визначення розміру поточного запасу всі матеріали діляться на чотири групи:

1) матеріали, що постійно і систематично споживаються в значних кількостях; одержані транзитом, з середньомісячним споживанням, що перевищує транзитну норму, внаслідок чого виникає необхідність в регулярних великих поставках;

2) матеріали, що отримуються транзитом, поставка яких за умовами роботи постачальників проводиться один раз в квартал, півріччя або рік і приурочена до певного місяця цього періоду;

3) матеріали, що їх одержують транзитом, середньомісячні витрати яких менше замовної або транзитної норми;

4) матеріали, що одержані із збутових і постачальницьких баз.

Для кожної з цих груп по-різному визначається інтервал між двома черговими поставками.

Для матеріалів, віднесених до першої групи, інтервал встановлюється на основі типових договірних термінів поставки за минулий період з урахуванням намічених змін в організації постачання.

Для матеріалів другої групи інтервали поставок приймають, виходячи з умов роботи постачальників в 90, 180 або навіть 360 днів.

Для матеріалів третьої групи інтервал поставки визначаються діленням їх транзитної норми на середньодобову потребу в матеріалах.

Для матеріалів четвертої групи інтервал поставки визначається доцільним розміром партії матеріалів, що поставляється готельному підприємству.

У першому випадку середній залишок матеріалів дорівнює половині терміну поставки, і коефіцієнт затримки матеріалів в запасі K_z становитиме 0,5.

У другому випадку середній запас залежить від термінів споживання матеріалів. Якщо періодичність споживання матеріалів визнана в 10 днів, рівними частками, то коефіцієнт затримки матеріалів в запасі складе:

$$Z_{nom} = In \times Псд \times K_z$$

Таким чином, поточний запас матеріалів (Z_{nom}) дорівнює інтервалу поставок In , помноженому на середньодобову потребу в матеріалах ($Псд$) і на величину K_z .

Отже, поточний запас має забезпечити готель відповідною кількістю матеріальних ресурсів, необхідних для його виробничої діяльності на період між двома черговими партіями поставок.

Відносна величина підготовчих запасів (Z_{nidz}) визначається часом, який необхідно для здійснення операцій з підготовки матеріалів до вживання. Зазвичай він встановлюється в розмірі від 12 до 24 годин. Цього часу вистачає на здійснення організації кількісного і якісного приймання надійшовших матеріалів, для розсортування, розпакування і надання матеріалам і товарам товарного вигляду. Наприклад, в готель надійшов новий посуд. Зрозуміло, що в запакованому вигляді він не може відразу надійти у вживання. Отже, персоналу готелю потрібен деякий час для його прийняття, розпакування і укомплектування.

Разом з тим, у постачанні можуть траплятися перебої і зриви, пов'язані з метеорологічними або іншими непередбачуваними умовами. На випадок

таких збоїв готель створює другий вид запасу – страховий ($Z_{стр.}$). При визначенні страхового запасу слід ретельно продумати його граничний розмір (термін, на який він створюється), оскільки його завищення веде до «заморожування» матеріальних і грошових ресурсів.

Загальний запас визначається як сума поточного, страхового та підготовчого запасів:

$$Z_{заг} = Z_{пот} + Z_{стр} + Z_{підг}$$

Насамперед, для розуміння сутності нормування запасів матеріальних ресурсів необхідно дати визначення норми запасу. Під нормою запасу слід вважати таку планову мінімальну кількість матеріальних ресурсів, що повинна знаходитися на підприємстві для нормального процесу матеріально-технічного забезпечення. Характерною особливістю норм матеріальних запасів є мінливість їх основної (поточної) частини. Тому розрізняють максимальні, мінімальні та середні норми запасів.

Максимальними норми запасів будуть тоді, коли поточна частина запасу досягає найбільшого значення. Ці норми встановлюються підсумовуванням максимального поточного запасу, а також підготовчого і страхового запасів.

Мінімальними норми запасів будуть у момент повного вичерпання поточного запасу. Визначаються вони як сума підготовчого і страхового запасів.

Середні норми запасів використовуються в планах матеріально-технічного постачання і носять назву перехідних запасів. Знаходять їх підсумовуванням половини максимального поточного запасу, а також підготовчого і страхового запасів, взятих у повному обсязі.

Розглянемо дві основні методики нормування матеріально-технічних ресурсів.

Метод техніко-економічних розрахунків

За цією методикою поточний запас визначається як половина середнього інтервалу постачання (t_1) між двома черговими поставками.

$$Z_{пот} = \frac{1}{2} t_1$$

Середній інтервал поставки, в свою чергу, знаходиться за наступною формулою:

$$t_{cp} = \frac{\sum Q_i \cdot t_i}{\sum Q_i}$$

t_i – фактичні інтервали поставки, днів

Q_i – кількість матеріальних ресурсів, що поставляються відповідно до інтервалів постачання (в натуральних одиницях виміру).

Страхові запаси встановлюються виходячи з середньозваженого відхилення інтервалів поставки, які перевищують середній інтервал. Цей метод базується на врахуванні фактичних інтервалів поставки за минулий період часу. Страхові запаси в цьому випадку визначаються за формулою (у натуральних одиницях виміру):

$$З_{стр} = p \frac{\sum (t' - t_{cp}) B'}{\sum B'}$$

де p – середньодобове споживання;

t' – фактичні інтервали поставки, що перевищують середній інтервал поставки t_{cp} ;

B' – обсяг партій матеріалу, що надходить у відповідні інтервали t_{cp} ;

n – кількість поставок з інтервалом, що перевищує середній.

Необхідність прийняття в розрахунок тільки тих поставок, інтервали яких вищі середньозважених, аргументується прихильниками цього методу тим, що страхові запаси не потрібні, якщо інтервали поставок дорівнюють або менші середньозважених.

Більш обґрунтованим є метод знаходження страхового запасу за середньоквадратичним відхиленням фактичних інтервалів (x) від середнього ($\bar{x}$) за відомою в статистиці формулою

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2 \cdot m}{\sum m}}, \text{ де}$$

m – частота (кількість матеріалу, що надійшов).

Якщо не можна побудувати ряд розподілу, то для розрахунку можна використовувати спрощений метод:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n}},$$

де n – кількість прийнятих в розрахунок відхилень від інтервалів.

Середньоквадратичне відхилення можна застосувати для встановлення норми страхового запасу залежно від необхідного ступеня гарантійного забезпечення виробництва матеріалами.

Економіко-математичний метод

Цей метод застосовується для розрахунку оптимальної партії постачання. Під оптимальною партією постачання даного виду матеріального ресурсу розуміється такий розмір партії, при якій транспортні витрати на одиницю ресурсів, а також витрати з її утримання та зберігання будуть мінімальними.

Розраховується вона за формулою:

$$q = \sqrt{\frac{2V \cdot C_1}{C_2}}, \text{ де}$$

$2V$ – подвоєний річний обсяг споживання;

C_1 – транспортні витрати на одиницю (т., кг);

C_2 – витрати з утримання і зберігання одиниці запасів.

Отже, нормування запасів є дуже важливим етапом при розробці плану матеріально-технічного забезпечення готелю. Від правильно встановлених розмірів різних видів запасів залежить безперервність роботи готелю.

Джерела покриття потреб у матеріальних ресурсах

Планова потреба в матеріалах покривається за рахунок очікуваних залишків на початок планового періоду, внутрішніх ресурсів (які утворюються за рахунок економії матеріалів) і величини завезення зі сторони.

Величина очікуваних залишків на початок планового періоду визначається за формулою:

$$Зоч = Зф + Ноч - Воч,$$

де $Зоч$ – очікуваний залишок;

$Зф$ – фактичний залишок на перше число місяця, в якому розроблявся план постачання (звітні дані);

$Ноч$ – очікуване надходження за період від дати, на яку взятий фактичний залишок, і до початку планового періоду;

$Воч$ – очікувані витрати матеріалів за той же період.

Величина ввезення матеріалів зі сторони може бути визначена шляхом розробки балансу матеріально-технічного забезпечення за формулою:

$$Пве + Знор = Зоч + E + B,$$

де $Пве$ – потреба в матеріальних ресурсах на виробничо-експлуатаційні потреби; $Знор$ – запаси нормовані; $Зоч$ – залишки очікувані, тобто фактичні запаси, які існують в готелі на якийсь певний період; E – економія, B – величина завезення матеріалів ззовні.

Звідси величина завезення матеріалів ззовні визначається за наступною формулою:

$$B = Пве + Знор - Зоч - E$$

На цьому етапі укладаються договори з постачальниками, які регламентують умови поставки: обсяг, якість, ціну товару, форму розрахунків, терміни доставки, відповідальність за порушення умов договору.

При виборі постачальників слід враховувати ряд факторів: територіальну віддаленість та оперативність поставок, відповідність

виробничої потужності постачальників потребам підприємства в матеріальних ресурсах, їх якість, ціну, умови розрахунків, можливість надання кредиту та ін. Перевага віддається тому партнеру, який забезпечує кращі умови з мінімальними витратами. Успішний вибір постачальника залежить від того, наскільки готель може проаналізувати його діяльність стосовно якості, доставки і ціни. Дані компоненти розглядаються при відборі в першу чергу.

4.1.4 Шляхи економії та раціонального використання матеріальних ресурсів у готельному господарстві

Економія і раціональне використання матеріальних ресурсів є одним з суттєвих факторів підвищення прибутковості готелю. Головним джерелом економії, застосування яких дозволяє зменшити витрати таких дорогих матеріальних ресурсів, як вода і електроенергія, є застосування нових технологій. Однак варто зауважити, що перед тим, як впроваджувати такі системи, необхідно порівняти витрати, які понесе готель у зв'язку з цим, і ті вигоди, які будуть отримані надалі. Але майже завжди (особливо, якщо розглядаються великі готелі) застосування нових ресурсозберігаючих технологій окуповується, тобто досягається значна економія ресурсів, що покриває витрати.

До таких технологій відносяться:

1) систему освітлення на фотоелементах (реагують на рух) – якщо встановити таку систему в коридорах на поверххах, де розташовуються номери, можна добитися значної економії електроенергії, оскільки коридори повинні в обов'язковому порядку бути освітлені цілодобово незалежно від того, чи проживає хтось в номерах на даному поверсі, чи він пустує;

2) крани у ванних кімнатах на фотоелементах – діє за тим же принципом;

3) систему автоматичного відключення світла в номерах – світло гасне протягом 1 хвилини після того, як мешканець виходить з номера.

Також в цілях економії інших видів ресурсів доцільно замінювати деякі з них, використання яких є витратним і нераціональним, на нові види матеріальних ресурсів.

Наприклад, кускове мило можна замінити на рідке мило. Його вистачає на довший час і воно виглядає більш естетично.

Можна з упевненістю сказати, що процес пошуку нових можливостей і шляхів економії матеріалів – це, в деякій мірі процес творчий, що вимагає від керівництва готелю не лише доброго знання про нові технології та матеріали, які є на ринку, але також іноді і неординарних рішень, що ведуть до успіху.

4.1.5 Організація складського і тарного господарства

Склад – це спеціально оснащена група приміщень для приймання, зберігання та відпустки товарно-матеріальних цінностей з мінімальними витратами.

Основними функціями складського господарства є:

- 1) кількісне і якісне прийняття продуктів та матеріально-технічних засобів, що надходять на зберігання;
- 2) підтримка матеріальних умов зберігання;
- 3) виконання товарних операцій по збереженню і відпущення товарів;
- 4) контроль за станом і рухом запасів;
- 5) ведення обліку руху товарів.

Види складських приміщень:

1) за температурним режимом:

- опалювані;
- неопалювані;
- охолоджувальні

2) за товарними групами:

- для зберігання молочно-жирових продуктів;
- для зберігання замороженого і охолоджувального м'яса і субпродуктів;
- для свіжих овочів;
- для свіжих фруктів та ягід;
- для напоїв;
- для бакалії;
- для харчових відходів.

3) експедиторська

Складські приміщення для продовольчих товарів розташовують на першому, цокольному поверхах, у підвалі. Вони можуть бути напівзакритими і відкритими. Склад складських приміщень визначається в залежності від типу і потужності підприємства. По можливості всі складські приміщення мають на одному рівні розвантажувальні майданчики, що розташовуються з боку господарського двору. Перед цими майданчиками мають бути розташовані рампи, не менше 3 метрів.

Овочевий склад доцільно розташовувати поряд з овочевим цехом або під ним. Склад відходів розташовують таким чином, щоб їх було зручно доставити до спеціальної камери.

Підлога на складі має бути вологостійкою, зручною для прибирання, міцною (цементо-бетон, асфальто-бетон). Стіни обкладають плиткою світлих тонів на висоту 1,5–1,8 м. Стелю білять. Двері мають бути без порогу. В

неохолоджувальних складах має бути штучне та природне освітлення. За санітарними нормами в складах не можна розміщувати товари поряд з водопровідними трубами, опалювальними приладами. Всі товари необхідно викласти на підтоварники, стелажі, зберігати в тарі. Особливу увагу на складі слід приділяти зберіганню напівфабрикатів. Відпуск товарів із складу здійснюється відповідно графіка, затвердженого директором. Товар випускається зі складу на основі накладної підписаної бухгалтером, директором або зав. відділенням. При отриманні товарів необхідно перевірити їх кількість і якість.

Таблиця 38 – Умови зберігання продовольчих товарів

Група товарів	Температура	Вологість	Термін зберігання
Бакалія	10°–12°	60–70	5–10 днів
М'ясні вироби	0°–2°	75–85	3 дні
Риба	–2°	85–90	2 дні
Молоко і гастрономія	1°–6°	80–85	Жири (яйця – 5 днів, молоко – 12 год., сметана, сир – 2 дня) гастрономічні товари – 2–5 днів.)
Овочі	2°–6°	80–85	5 днів
Фрукти	2°–6°	75–85	1–2 дня
Напої	6°–10°	60–70	5–10 днів
Хліб	10°–14°	65–70	1 день

Вся продукція, що зберігається в холодильнику, має бути обов'язково промаркованою (містити строки придатного зберігання)

Види складських приміщень для зберігання матеріально-технічних засобів:

1) за температурним режимом:

- опалювані;
- неопалювані.

2) за товарними групами:

- для зберігання миючих засобів, фарб, інших хімічних речовин;
- для зберігання білизни, тканини, фурнітури;
- для зберігання запасу меблів, інвентарю;
- для зберігання пристроїв, деталей;
- для зберігання деталей.

Склад тарного господарства

Складовими тарного господарства є: експедиторська, ремонтні цехи, складські приміщення.

Характеристика тари:

- 1) за матеріалом виготовлення:* дерев'яна, скляна, з тканини, металева, картонно-паперова, з штучних речовин.
- 2) в залежності від конструктивних особливостей:* нерозбірна, розбірна, складена, розбірно-складна, закрита, відкрита, щільна, решітчаста.
- 3) за властивістю зберігання первісного вигляду:* м'яка, тверда.
- 4) за кратністю використання:* разова, інвентарна, багато поворотна.

Основним показником тарного господарства є товарооборот.

Етапи процесу прийому тари:

1. Відбувається кількісний прийом тари, який звіряють за супроводжувальним документом;
2. Прийом тари за якістю з перевіркою її фізичного стану;
3. Реєстрація прийнятої тари.

В основі операцій по обороту тари лежать строки її повернення, норми списання до нижчої категорії або утилізації.



Питання для самоконтролю:

1. Які підсистеми входять до складу виробничо-торговельної системи закладів (підприємств) ресторанного господарства?
2. Які відділи входять до системи організації постачання?
3. Який вид планування постачання найбільш поширений сьогодні в розвинутих країнах?
4. У чому перевага довгострокового планування постачання?
5. Який документ є основним для організації постачання усіх видів продукції?
6. У чому полягає основна мета продовольчого й матеріально-технічного забезпечення готелю?
7. Яким вимогам повинно відповідати продовольче постачання в готелі?
8. Назвіть основні джерела продовольчого постачання.
9. Хто може виступати посередником поміж підприємством-виробником і підприємством-споживачем?
10. Що таке логістика?
11. Які критерії беруть до уваги при виборі постачальника?
12. Назвіть основні принципи товарообігу.
13. Назвіть форми постачання, що їх використовують в готелі
14. Назвіть способи доставки товарів.
15. Які маршрути завезення товарів використовуються при різних способах

доставки товарів?

16. Яким вимогам повинні відповідати транспортні організації, що забезпечують завезення товарів?
17. Які правила треба виконувати при отриманні товарів?
18. Як поводитися у разі виявлення нестачі товарів?
19. Яке призначення товарних запасів?
20. Як можна визначити необхідний обсяг запасів сировини, напівфабрикатів, купованих товарів для діючих закладів (підприємств) ресторанного господарства?
21. Як визначають необхідну кількість сировини за меню?
22. Для якого типу споживачів визначають необхідну кількість продовольчих запасів за фізіологічними нормами?
23. Що поєднує в собі поняття матеріально-технічного забезпечення?
24. Назвіть основну мету матеріально-технічного забезпечення підприємства.
25. Які заходи повинна вживати система матеріально-технічного забезпечення для досягнення своєї мети?
26. За допомогою яких методів визначають необхідна кількість предметів матеріально-технічного забезпечення?
27. Що враховує поправочний коефіцієнт при розрахунках кількості меблів для різних підприємств ресторанного господарства?

Приклади розв'язання типових задач

Приклад 1. *Необхідно розрахувати кількість палива для опалення готелю. Об'єм будівлі за зовнішнім обміром дорівнює 6000 м³. Для цієї місцевості норма витрати умовного палива на опалювальний сезон для будинків об'ємом 5001 – 10000 м³ становить 4,02 кг на 1 м³. Для прикладу, паливом є вугілля, перевідний коефіцієнт якого дорівнює 0,84. Норма гарячого водопостачання 2,1 кг на 1 послугу. Річна програма з надання послуг умовно складає 28000 місце-днів.*

Розв'язок: на опалення готелю буде потрібно умовного палива $6000 \times 4,02 = 24,12$ т. Для переведення його в натуральну кількість, умовне паливо ділять на перевідний коефіцієнт того виду палива, який використовує готель.

Кількість вугілля необхідного для опалення готелю складе

$$24,12 : 0,84 = 28,7 \text{ т.}$$

Для визначення потреби готелю в паливі для гарячого водопостачання при нормі 2,1 кг на 1 послугу і річній програмі з надання послуг, яка умовно складової 28000 місце-днів, необхідно це число помножити на норму витрати умовного палива на послугу: $28000 \times 2,1 = 58,8$ т.

У перекладі на вугілля зазначеної марки буде потрібно палива $58,8: 0,84 = 70$ т. Таким чином. для всіх потреб готелю необхідно вугілля $24,12 + 70 = 94,12$ т.

Приклад 2. *Визначити загальні витрати води в готелі.*

Готель на 300 місць має 250 номерів. Програма з відпуску послуг на планований період становить 150000 місце-днів. В середньому витрати води на 1 послугу становлять 220 л або $0,22 \text{ м}^3$.

Розв'язок: визначимо загальні витрати води по готелю на плановий період: $150\,000 \times 0,22 = 33\,000 \text{ м}^3$.

Приклад 3. *Визначити обсяг споживання електроенергії для освітлення готелю на добу, якщо для освітлення приміщень готелю використовується 250 ламп, у тому числі 70 ламп по 75 Вт, 110 ламп – по 100 Вт, і 70 – по 60 Вт. У середньому на добу число годин горіння їх складає: 45 ламп по 75 Вт – 10 год.; 25 по 75 Вт – 12 год.; 50 ламп по 100 Вт – 14 год., 60 по 100 Вт – 16 год.; 70 по 60 Вт – 17 год.*

Розв'язок: за добу ці лампи споживають $(45 \times 0,075 \times 10) + (25 \times 0,075 \times 12) + (50 \times 0,1 \times 14) + (60 \times 0,1 \times 16) + (70 \times 0,06 \times 17) = 293,65 \text{ кВт} / \text{год}$ електроенергії.

Приклад 4. *Розрахувати необхідну кількість глибоких столових тарілок для їдальні на 100 місць, де за день харчується 1100 відвідувачів, а коефіцієнт споживання супів дорівнює 0,75.*

Розв'язок

Розрахунок необхідної кількості столового посуду для їдальні на 100 місць

Вид посуду	Норматив на одне місце, од.	Загальна кількість за нормою, од.	Реалізація страв, тис. порцій за		Кількість оборотів посуд	Збитки посуду %	Кількість на заміну збитку, од.	Усього потрібно, од.
			день	рік				
Тарілки глибокі столові .	4	400	825	301125	2.1	0.07	215	615

Приклад 5. *Розрахувати необхідну кількість столових наборів для загальнодоступної їдальні на 50 місць та наборів для їдальні*

Розв'язок

Розрахунок річної потреби в наборах для їдальні на 50 місць

Назва наборів	Норматив на місце, од.	Комплект за нормативом, од.	Наявність, од.	Необхідно для комплекту, од.	Усього потреба, од.
Ложки столові	3,5	175	130	45	168

Приклад 6. Розрахувати необхідну кількість меблів для ресторану на 60 місць. Поправковий коефіцієнт враховує знос меблів під час експлуатації.

Розв'язок

Розрахунок необхідної кількості меблів для ресторану першого класу на 60 місць

Меблі	Кількість місць за нормативом, од.	Кількість столів, од.	Поправочний коефіцієнт	Загальна кількість, од.
Столи:				
двомісний	6	3	1,1	4
чотиримісний	27	6	1,1	7
шестимісний	27	5	1,1	6
Стілець	60	—	1,2	72

Приклад 7. Складання плану забезпечення готелю на плановий рік.

Вихідні дані: в готелі 50 номерів (40 одномісних і 10 двомісних); планований коефіцієнт завантаження 0,8. Предмети гостинності змінюються щодня протягом усього перебування гостя в готелі. Фактичний залишок на перше число місяця, в якому розроблявся план постачання складає (Зф) 35 шт. Очікуване надходження за період від дати, на яку взятий фактичний залишок, і до початку планового періоду (Ноч) – 1500 шт.

Визначити потребу в предметах гостинності та розміри поточного, страхового та підготовчого запасів методом техніко-економічних розрахунків на плановий рік, розрахувати величину завезення матеріалу ззовні.

Розв'язок

1. Потреба в предметах гостинності може бути визначена на основі експлуатаційної програми на плановий рік.

Експлуатаційна програма = Кількість місце-днів $\times K_{\text{завантаження}}$

$$\begin{aligned} \text{Кількість місце-днів} &= (40 \text{ номерів} \times 1 \text{ місце} + 10 \text{ номерів} \times 2 \text{ місця}) \times 365 \text{ днів} \\ &= 21\,900 \text{ місце/днів.} \end{aligned}$$

$$\text{Експлуатаційна програма} = 21\,900 \times 0,8 = 17\,520 \text{ місце/днів.}$$

Оскільки планове завантаження готелю складає 17520 місце-днів, значить і потреба в комплектах предметів гостинності складе 17520 комплектів.

2. Виходячи з планової потреби, а також статистичних даних про постачання в базовому році, визначимо розміри поточного, страхового та підготовчого запасів методом техніко-економічних розрахунків.

Визначення сум страхового запасу комплектів за середньоквадратичним відхиленням фактичних інтервалів (x) від середнього ($\bar{x}$)

№ пар-тії	Дата надходження	Кількість комплектів (m чи Q_i)	Фактичний інтервал поставки (днів) t_i	Розрахунок для надходження середньозваженого інтервалу поставки t_{cp} (3x4)	$x - \bar{x}$	$(x - \bar{x})^2$	$(x - \bar{x})^2 \times m$
1	2	3	4	5	6	7	8
1	7/1	1200	45	1200 x 45 = 54000	45 – 30 = 15	15x15 = 225	225x1200 = 270000
2	21/2	1600	32	51200	2	4	6400
3	25/3	1800	19	34200	11	121	217800
4	13/4	1160	37	42920	7	49	56840
5	20/5	1510	40	60400	10	100	151000
6	29/6	1420	11	15620	19	361	512620
7	10/7	1000	42	42000	12	144	144000
8	22/8	1500	39	58500	9	81	121500
9	30/9	1450	24	34800	6	36	52200
10	24/10	2000	37	74000	7	49	98000
11	30/11	1350	29	39150	1	1	1350
12	29/12	1300	9	11700	21	441	573300
Разом		17290		518490			2205010

Для розрахунку поточного запасу скористаємося формулою $Z_{пот} = \frac{1}{2} t_{cp}$

Середньозважений інтервал постачання розраховується за формулою:

$$t_{cp} = \frac{\sum Q_i \cdot t_i}{\sum Q_i} = \bar{x}$$

$$tcp = 518490:17290 = 30 \text{ днів.}$$

Визначимо потребу в матеріалах на 1 місяць (30 днів)

$$\frac{17520}{12 \cdot i^3 \tilde{n}} = 1460 \text{ шт. (потреба на 1 міс.)}$$

$$1460:30=48,6 \text{ шт. (потреба на 1 день)}$$

$$З_{пот} = \frac{1}{2} \cdot 1460 = 730 \text{ шт.}$$

Отже, для безперебійного функціонування готелю в період між двома черговими поставками предметів гостинності необхідно створити поточний запас у розмірі 730 комплектів.

Тепер, коли ми розраховували поточний запас, можна знайти страховий запас, який розраховується за формулою:

$$З_{страх} = 0,5 \cdot З_{пот},$$

$$З_{страх} = 0,5 \times 730 = 365 \text{ шт.}$$

Тепер знайдемо страховий запас за допомогою наступної формули:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2 \cdot m}{\sum m}} = \sqrt{\frac{2205010}{17290}} = \sqrt{127,53} = 11,3(\text{дн.})$$

Для забезпечення безперервності виробництва страховий запас приймається в розмірі 2σ .

$$11,3 \times 2 = 22,6 \text{ дні}$$

$$22,6 \text{ дня} \times 48,6 \text{ шт на день} = 1098,36 \text{ шт.}$$

Підготовчий запас звичайно приймається в розмірі 0,5 – 1 дня, необхідний для приймання та розпакування. Отже, цей запас дорівнюватиме потребі готелю в предметах гостинності на 1 день, тобто, 48 шт. (комплектів).

Знайдемо загальний запас, який розраховується як сума всіх трьох видів запасів:

$$З_{заг} = З_{пот} + З_{стр} + З_{підг}$$

$$З_{заг} = 730 + 1098,36 + 48 = 1876,36 \text{ шт.}$$

3. Для того, щоб розрахувати величину завезення матеріалу ззовні, скористаємося формулою:

$$B = П_{ве} + З_{нор} - З_{оч} - E$$

де $П_{ве}$ – потреба в матеріальних ресурсах на виробничо-експлуатаційні потреби; $З_{нор}$ – запаси нормовані; $З_{оч}$ – залишки очікувані, тобто фактичні запаси, які існують в готелі на якийсь певний період; E – економія, B – величина завезення матеріалів ззовні.

Очікувані залишки на початок планового періоду визначаються за формулою:

$$З_{оч} = З_{ф} + Н_{оч} - В_{оч},$$

де $З_{оч}$ – очікуваний залишок;

$З_{ф}$ – фактичний залишок на перше число місяця, в якому розроблявся план постачання (звітні дані);

Ноч – очікуване надходження за період від дати, на яку узятий фактичний залишок, і до початку планового періоду;

Воч – очікувані витрати матеріалів за той же період.

$$Зоч = 35 + 1500 - 1460 \text{ (потреба на місяць)} = 125 \text{ шт.}$$

$$\begin{aligned} B &= 17520 \text{ (потреба на рік)} + 1876,36 \text{ (загальний запас)} - \\ &- 125 \text{ (очікуваний залишок на початок планового періоду)} = \\ &= 19271,36 \text{ шт.} \end{aligned}$$

Аналогічно можуть бути розраховані потреби й в інших матеріальних ресурсах.

ТЕМА 4.2. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ЕКСПЛУАТАЦІЯ ІНЖЕРНО-ТЕХНІЧНОГО ОСНАЩЕННЯ ГОТЕЛЮ

План

- 4.2.1 Організація технічної експлуатації готельного фонду.
 - 4.2.2 Інженерно-технічне устаткування підприємств готельного господарства.
 - 4.2.3 Організація роботи обслуговувальних господарств.
-

***Ключові слова:** системи водопостачання, опалення, вентиляції, каналізаційної мережі, ліфтового господарства та засобів внутрішнього зв'язку в підприємствах готельного господарства.*

4.2.1 Організація технічної експлуатації готельного фонду

Технічне обслуговування готелів здійснюється штатними працівниками інженерно-експлуатаційної служби, до складу яких входять слюсарі, механіки ліфтів, електромонтери, столяри, маляри та робітники інших спеціальностей, залежно від видів інженерного обладнання або шляхом залученням сторонніх спеціалізованих організацій на договірних засадах.

Інженерно-експлуатаційна служба у готелях забезпечує необхідні умови для функціонування будівлі і обладнання згідно з встановленими стандартами.

Очолює інженерно-експлуатаційну службу головний інженер. Йому підпорядковується заступник, інженер-програміст, майстер. У функціональній структурі служби виділяють два відділи – чергова технічна служба і ремонтна служба. У системі зв'язків з управління головний інженер підпорядковується генеральному директору; у великих готелях – заступнику генерального директора, технічному директору.

Головний інженер коригує роботу технічного персоналу і контролює результати його роботи.

Інструкції з експлуатації конструкцій та обладнання, а також щодо санітарних і протипожежних заходів повинні вивішуватися в технічних та службових приміщеннях.

Технічна експлуатація готельного фонду охоплює його технічне обслуговування та всі види ремонтів. До готельних фондів відносять: будівлі, споруди, обладнання, інженерні мережі, автотранспорт, комп'ютерну техніку та інші фонди, які не змінюють своєї фізичної форми, а лише зношуються.

Слід зазначити, що кожний елемент фондів має технічний паспорт, в якому зазначено потужність об'єкта, які джерела живлення та в якій кількості

він потребує, його параметри, строк служби та умови експлуатації. Наявність технічних паспортів полегшує експлуатацію та обслуговування технічних засобів.

На готель, як на майновий комплекс, також оформляється технічна документація.

До технічної документації готелю відносять:

- акт державної комісії з приймання до експлуатації будівлі готелю, інженерних мереж та обладнання;
- план ділянки з нанесенням на нього будівель і споруд, що розташовані на території готелю;
- плани поверхів, розрізи будівель та споруд;
- креслення внутрішніх мереж водогону, каналізації, центрального опалення, тепло-, газо-, електропостачання;
- паспорт котельного господарства, котлові книги;
- паспорт на ліфти;
- проекти, кошториси, документи щодо ремонту будівлі;
- технічні паспорти на готель та земельну ділянку.

Керівник готелю повинен ретельно зберігати технічну документацію в повному обсязі. У випадку втрати будь-якого документа, необхідно терміново його відновити.

Технічне обслуговування готелів охоплює:

- огляд будівель та їх інженерного обладнання, надвірних будівель та елементів благоустрою прилеглих до будівлі території;
- санітарне очищення та благоустрій прилеглої до готелю ділянки;
- забезпечення нормативних умов експлуатації приміщень, конструкцій, частин будівель, інженерного устаткування готелю (температурного, вологісного та санітарного режимів приміщень, освітленості приміщень і прилеглої території, очищення дахів від снігу);
- контроль за правильним використанням основних і допоміжних приміщень.

Контроль за технічним станом конструкцій та інженерного обладнання готелів здійснюється за допомогою проведення планових загальних, часткових і позачергових оглядів. У процесі оглядів виявляються несправності та причини їх виникнення, перевіряється обсяг і якість виконання робіт з поточного ремонту та обслуговування.

Загальні огляди проводяться двічі на рік – навесні і восени. При огляді обстежуються конструкції будівлі, інженерне обладнання, оздоблення та елементи зовнішнього благоустрою.

При частковому огляді обстежуються окремі елементи будівлі та інженерного обладнання. У процесі огляду проводиться усунення виявлених дрібних несправностей, обов'язкове налагодження та регулювання приладів обладнання. Періодичність часткових оглядів і норми витрат праці на їх проведення визначаються робочою інструкцією (планом-рафіком), розробленою головним інженером готелю.

Позачергові огляди конструкцій та обладнання здійснюються з метою усунення пошкоджень після злив, сильних вітрів, снігопадів, повеней тощо

Завданням весняного огляду є перевірка стану приміщень, конструкцій, устаткування будівлі, благоустрою дворової території та готовності їх до експлуатації протягом наступного року. У процесі огляду уточнюються обсяги робіт з поточного ремонту, визначаються несправності та пошкодження, усунення яких потребує капітального ремонту. За даними весняного огляду і раніше виявлених недоліків в минулий зимовий період складається перелік заходів, необхідних для підготовки будинку і його інженерного обладнання до експлуатації в наступну зиму. Після закінчення весняного огляду складається акт.

Осінній огляд готелю здійснюється до початку опалювального сезону для перевірки готовності кожної будівлі та інженерного обладнання до зими зі складанням акта. У процесі проведення осіннього огляду уточнюються обсяги робіт поточного ремонту на планований рік.

Будівлі готелю і прилеглі території оглядаються в такому порядку:

- прилегла до готелю територія та елементи благоустрою;
- фундаменти і підвальні приміщення, у тому числі котельні;
- зовнішні стіни, елементи фасадів, також балкони, лоджії, карнизи і водовідвідні пристрої (крім оглядів з землі фасади та їх архітектурні елементи обстежуються з балконів, лоджій і з боку приміщень);
- дах, горищні приміщення, утеплювач горищних перекриттів, а також комунікації та пристрої, розташовані в межах горища і на даху;
- приміщення (поверховий огляд проводиться від верхнього поверху до підвального, при цьому встановлюється стан: перекриттів і підлоги, особливо в санвузлах номерів і загальних санвузлах, вікон, дверей, стін, перегородок, сходів);
- інженерне обладнання готелю.

Контроль за станом конструкцій і обладнання будівель повинен здійснюватися технічними службами готелів з використанням сучасної вимірювальної техніки відповідно до методичних вказівок щодо технічного обстеження повнозбірних житлових будівель та інструкцій з роботи окремих систем інженерного обладнання.

Комісія має встановити причину виникнення виявлених дефектів і вказати заходи їх усунення. Результати огляду слід заносити до спеціального журналу з відміткою несправностей будівельних конструкцій, обробки і обладнання. Заповнюється журнал безпосередньо під час огляду та негайно після закінчення техобслуговування або ремонту.

Для обліку заявок на усунення дрібних несправностей або виконання аварійних несправностей, які потребують термінового виконання робіт, повинен вестися журнал заявок (покоївками, черговими по поверхах) на кожному поверсі, а за наявності технічних служб або ділянок – безпосередньо в цих службах або на ділянках. Журнал заявок повинен бути доступний для запису протягом всього робочого часу. Заявки повинні виконуватися в день їх надходження. В готелях, де встановлений диспетчерський пульт, що контролює роботу систем інженерного обладнання, заявки на техобслуговування, непередбачуваний поточний ремонт слід передавати безпосередньо черговому диспетчеру, який веде журнал заявок.

У журналі огляду і ремонту конкретно перераховуються види робіт, що підлягають виконанню, орієнтовний їх обсяг, прізвище, ім'я, по батькові виконавців робіт, орієнтовний термін виконання, підпис того, хто проводив огляд і відмітку про виконання робіт. Журнал зберігається у начальників служб або у відповідальних за окремі ділянки робіт і є основним первинним документом для планування, обслуговування та ведення поточного ремонту готелю. Керівники готелі зобов'язані періодично перевіряти організацію прийому заявок на усунення несправностей, терміни і якість їх виконання.

Для належного технічного стану виробничих фондів готелю передбачено різні **види ремонтних робіт**.

До планового та поточного ремонтів належать роботи з вибіркового ремонту, фарбування покрівель, заміни відсутніх частин і фарбуванням водостічних труб, часткового ремонту підлог, вікон і дверей, очищення від забруднень і часткового фарбування стін і стель основних і допоміжних приміщень, заміни арматури санітарно-технічного обладнання, пускорегулювальної апаратури.

Капітальний ремонт поділяють на комплексний (передбачається одночасне відновлення всіх зношених конструкцій та обладнання) і вибіркового (замінюються окремі зношені конструкції, обладнання або їх частини і усуваються дефекти, виявлені в процесі експлуатації). План капітального ремонту складається на наступний рік не пізніше 1 червня поточного року. На будівлю, що включається до плану поточного ремонту, складається опис робіт, що затверджується головним інженером готелю.

Графік технічного обслуговування і ремонту готелю складається технічним персоналом готелю, виходячи з встановлених норм і затверджується головним інженером.

За кожним робітником закріплюються окремі обсяги робіт. У графіку вказуються перелік, терміни виконання, відповідальний виконавець робіт і відмітка про виконання робіт.

Усі несправності, виявлені за заявками працівників готелю або при чергових оглядах, ліквідація яких не носить невідкладного характеру, слід усувати при поточному профілактичному ремонті. Невідкладні роботи з поточного ремонту повинні виконуватися негайно.

У чергових працівників готелів на робочому місці повинні бути схеми комунікацій (водогону, каналізації, електрообладнання тощо), телефони аварійних служб, а також телефони водогону-каналізаційних, теплопостачальних і електропостачальних організацій. Кожен випадок аварії в готелі повинен аналізуватися керівництвом готелю.

Всі ремонтні роботи виконуються за нарядом-завданням, який видається кожному робітникові керівником ділянки до початку робіт. Наряди-завдання повинні бути пронумеровані і в кінці місяця здані до бухгалтерії з метою обліку та списання витрачених матеріалів і нарахування зарплати. Наряди-завдання на ремонт видаються на термін до 15 днів.

В готелі повинен бути в наявності запас аварійних матеріалів, деталей та обладнання для забезпечення швидкої ліквідації аварій.

4.2.2 Інженерно-технічне устаткування підприємств готельного господарства

Для забезпечення високого рівня комфорту підприємства готельного господарства змушені використовувати сучасне і складне інженерно-технічне обладнання. Класифікація інженерно-технологічного обладнання готелів представлено на рисунку 49.

Інженерно-технічне устаткування готелю складається з: водогону, каналізації, гарячого водопостачання, опалення, вентиляції, кондиціювання повітря, централізованого видалення пилу, сміттепроводу, білизнопроводу, ліфтів, енергетичного господарства, слабкострумівих пристроїв автоматики, торгово-технологічного устаткування.



Рисунок 49 – Класифікація інженерно-технологічного обладнання готелів

Устрій господарсько-питного водогону

Система водогону готелю повинна цілодобово забезпечувати безперебійну подачу холодної води з необхідним напором до всіх водорозбірних точок і пожежних кранів (додаток С- рис.1).

Згідно з місцевими умовами приймається єдина господарсько-питна, проточна система холодного водо постачання.

За призначенням внутрішній водогін буває господарсько-питним, виробничим і протипожежним. У готелях виробничий водопровід практично не застосовується.

Мережа водогону буває декількох видів: тупикова, кільцева, змішана, подвійна, циркулярна, зональна. У будинках з великим розкидом водорозбірних пристроїв влаштовуються комбіновані мережі, які складаються з тупикових і кільцевих магістральних трубопроводів.

Внутрішня мережа водогону включає в себе наступні елементи:

- ввід, що являє собою перпендикулярний до будівлі відрізок труби від зовнішньої магістралі до водомірного вузла;
- водомірний вузол, головною частиною якого є водомір, котрий служить для обліку витрати води;
- мережа водогону будівлі з арматурою від водомірного вузла до місць споживання;
- водонапорно-запасні баки, що встановлюються в найвищій точці системи і тому забезпечують не тільки деякий запас води, але й створюють необхідний тиск у внутрішній мережі, що забезпечує безперебійну подачу води у найвищі і найбільш віддалені точки водорозбору, незалежно від тиску води у зовнішній магістралі;
- насоси, які служать для подачі води до внутрішньої мережі, коли тиск води в зовнішній мережі для цього недостатній.

Правильна експлуатація систем водопостачання потребує від працівників виконання таких робіт:

- слідкування за технічним станом запірних пристроїв, які регулюють подавання води в систему гарячого водопостачання;
- своєчасне усунування витікання води з системи;
- утеплювання трубопроводів в холодну пору року і слідкування за станом теплоізоляції трубопроводів.

Інженерні потреби води в готелі розраховуються наступним чином:

Загальні витрати води готелем розраховують за укрупненим показником:

$$B_{\text{готель}} = \frac{q_u^{\text{tot}} \times U}{1000} \times T + B_n$$

де, $B_{\text{готель}}$ – загальні витрати води готелем, м³;

q_u^{tot} – норма витрат води в середньому на добу;

U – кількість місць у готелі, місць;

T – кількість робочих днів готельного комплексу на рік, днів (365);

B_n – витрати води на полив території, м³.

Витрати води на полив території визначають за формулою:

$$B_n = \frac{B_k \times S_o \times \tau \times T_n}{710}$$

де, B_k – норма витрат води одним поливним краном за годину, м³ (1,08 м³/год);

S_o – площа ділянки під будівництво, м²;

τ – час роботи поливного крана за добу, год (2 год);

T_n – період поливу території протягом року, діб;

710 – площа, яка обслуговується одним краном, м².

Будь-який готель, як правило, споживає від 300 до 600 літрів води в розрахунку на один номер/день. Тому існує велика спокуса і можливість економії води. Крім споживання води відвідувачами готелю, закладами ресторанного господарства споживається біля 30–40 літрів води на обслуговування одного гостя.

Щоб прийняти рішення щодо вибору системи водогону будівлі готелю, необхідно провести аналіз води. Її аналіз дасть змогу обрати матеріал труб (метал, пластик і композитний матеріал). Дуже часто метал використовується для організації магістральної мережі, а штучні матеріали – для різних відводів. Технічні вимоги, що висувуються до водогінної системи будівлі дуже високі.

Воду з великим вмістом кальцію та його сполук називають «жорсткою водою». При температурах вище 55 градусів за Цельсієм кальцій утворює відкладення в трубах, на арматурі і у важкодоступних для очищення зонах системи. У більшості випадків повинна проводитися додаткова водопідготовка, яка здійснюється не шляхом додавання необхідних солей, а за допомогою електричних або електромагнітних пристроїв, які встановлюються у водогін безпосередньо за центральним водовимірним пристроєм всього будинку.

Деякі технологічні процеси в будівлі готелю вимагають більш високого ступеня підготовки води. Це стосується, в першу чергу, води для зволоження повітря через кліматичну установку, а також води для кухні, посудомийних, пральних машин та приготування пари в демпферах. Для цього застосовуються спеціальні установки, які зменшують жорсткість води до 3%.

Для мийних апаратів тонкого скла (тарілки, келихи) слід використовувати установки концентрації на основі зворотного осмосу. Це найпередовіші системи, що дозволяють відмовитися від додаткової полірування всього гостьового посуду.

Шляхи економії води

1. Своєчасний ремонт та заміна елементів комунікаційної мережі;
2. Проведення інструктажу працівників готелю;
3. Створення інформаційних стендів для мешканців готелю;
4. Підтримка точності вимірювальних приборів.

Гаряче водопостачання

Системи гарячого водопостачання (ГВП) бувають з централізованим і децентралізованим, місцевим приготуванням гарячої води, яка витрачається на побутові та виробничі потреби.

Схема гарячого водопостачання містить установку для нагрівання холодної води до температури не вище 75°C і мережу розвідних трубопроводів.

Для цього використовуються швидкісні проточні водонагрівачі. Вода в них протікає зі значною швидкістю через нагрівальні трубки, які підігріваються водою з тепломережі, що проходить всередині корпуса водонагрівача. та омиває їх. Нагріта у водонагрівачі (бойлері, котлі) вода потрапляє до системи гарячого водопостачання.

Системи централізованого гарячого водопостачання класифікуються:

а) за способом подачі води споживачам – замкнута, тобто без розриву струменя (під напором зовнішнього водопроводу) і відкрита – з баками-акумуляторами;

б) за способом акумуляції гарячої води – з баками-акумуляторами і без них;

в) за способом циркуляції – природна, примусова і змішана.

Централізована система гарячого водопостачання містить:

- водогрівачі;
- мережу, що складається з подавальних, розподільних і циркуляційних (зворотних) трубопроводів, мережевого обладнання (компенсаторів, воздуховідводників, водозабірної, запірної, запобіжної арматури);
- регулювальні та контрольно-вимірювальні пристрої (регулятори витрати і тиску, термореле та ін.);
- циркуляційні насоси.

Готелі споживають велику кількість гарячої води. Процес нагрівання вимагає суттєвих витрат. Незалежно від категорії готелю накопичувальні ємності для гарячої води повинні розраховуватися з співвідношення 33 л на один номер. Цей показник не є розрахунковим, а затвердився на практиці. Потужність встановлених теплообмінників повинна становити 2,15кВт на один готельний номер при тому, що використовуються ротаційні теплообмінники з ККД, рівним 78%.

З метою забезпечення антибактеріального захисту температура першого циклу повинна становити не менше 57 градусів за Цельсієм, якщо не застосовуються досконаліші озонові установки антибактеріального захисту. При проектуванні слід передбачити додаткові насоси та теплообмінники, щоб вихід з ладу однієї установки не викликав зупинки всієї системи гарячого водопостачання готелю. Центральних накопичувачів гарячої води в готелі має бути не менше двох.

Система підготовки гарячої води добре підходить для отримання зворотного тепла, наприклад, від роботи установок з виробництва холоду, трансформаторів і системи охолодження будівлі. Тут необхідно проаналізувати, чи буде економічно обґрунтованим збільшення місткості накопичувачів запасів гарячої води для використання залишкового тепла в інших цілях в період спаду пікового споживання гарячої води.

Система каналізації

Розділяють зовнішню і внутрішню системи каналізації.

Зовнішня система складається з дворових мереж, вуличної мережі, колекторів та очисних споруд.

Передбачаються відокремлені мережі побутової та виробничої каналізації, щоб попередити надходження в приймачі виробничих стічних вод хвороботворних бактерій з побутової каналізації. Передбачено дві роздільні системи внутрішньої каналізації: господарсько-фекальна, яка необхідна для відведення стічних вод від санітарних приладів (унітазів, умивальників, пісуарів, душів), і виробнича – для відведення виробничих стічних вод від технологічного обладнання (мийних ванн, виробничих раковин, посудомийної машини, утилізатора відходів тощо) (додаток С - рис.2).

Виробнича мережа каналізації складається з приймачів стічних вод, відвідних труб виробничої каналізації та випуску, який приєднано до каналізаційного колодезя дворової мережі побутової каналізації.

Первинне очищення стічних вод виробничої системи внутрішньої каналізації від механічних домішок відбувається за допомогою решіток на трапах і на отворах мийних ванн. Також встановлюються уловлювачі жиру.

Побутова мережа складається з приймачів стічних вод, які обладнані гідравлічними затворами, відвідних труб, стояка, побутової каналізації та випуску, який відводить стічні води в каналізаційний колодезь дворової мережі побутової каналізації.

Відвідні трубопроводи прокладені по стінах вище підлоги – довжина відвідних труб до 10 м по горизонталі. Каналізаційні стояки розміщують в місцях розташування найбільшої кількості приймачів стічних вод.

Мережа внутрішньої каналізації змонтована з чавунних каналізаційних труб і фасонних частин 50, 100, 150 мм.

Для відвідних ліній від умивальників, раковин, мийних ванн, а також від технологічного обладнання використано сталеві труби. Для відведення стічних вод з поверхні підлоги застосовано чавунні трапи з решітками, які необхідні для запобігання потрапляння в каналізацію сміття.

При експлуатації систем каналізації необхідно проводити профілактичне миття і очищення трубопроводів і своєчасно усувати всі недоліки. Відвідні труби та нахили миються гарячою водою два рази на рік.

Функціонування системи каналізації регламентується загальнобудівельними правилами і технічними нормами. Проте при запуску нового готелю в експлуатацію часто трапляються засмічення, оскільки при проведенні будівельних робіт до системи потрапляє сміття. Це може тривати кілька тижнів або навіть місяців. Тому перед прийняттям системи в експлуатацію слід провести документальний відеоконтроль всіх основних магістралей каналізаційної системи будинку.

В ході поточної експлуатації також можуть формуватися засмічення, тому необхідно правильно спроектувати ревізійні можливості основних магістралей каналізаційної системи будинку. За звукоізоляційних причин матеріал, що використовується всередині будівлі, повинен бути з чавуну, а приєднання – з пластику. Магістралі для відведення жирових стоків довжиною більше 10 м. треба оснастити додатковим паралельним підігрівом, щоб не відбувалося постійного закупорювання системи вдалення жиру.

Часто доводиться стикатися з ситуацією, коли над рестораном або приміщеннями для банкетів і конференцій проходять вертикальні каналізаційні стояки ванних кімнат гостьових номерів. З точки зору звукоізоляції правильним є, щоб вони закінчувалися бетонними кесонами, від яких по горизонталі здійснюється їх приєднання до центральної каналізаційної магістралі.

Опалення готелів. Центральне опалення

Системи опалення поділяються на місцеві та центральні. До місцевих належать системи, в яких всі основні елементи об'єднані в один пристрій. Такими системами є печі, газове і електричне опалення. Їх радіус дії обмежений одним або двома суміжними приміщеннями.

У центральних системах джерело тепла винесене за межі опалювальних приміщень або взагалі за межі будівлі. Системи центрального опалення класифікуються за видом теплоносія, його температурою і тиском; способами його переміщення, передачею тепла від зовнішньої поверхні

нагрівальних приладів до повітря опалювальних приміщень; схемним рішенням.

В готелях застосовують такі системи опалення.

1. Водяне опалення. Найпростішим для обслуговування і найдешевшим з експлуатаційної точки зору в невеликих готельних комплексах, площа яких не перевищує 10 тис. м², є водяне гравітаційне опалення. Для великих об'єктів застосовується насосне водяне опалення, що ґрунтується на примусовій циркуляції води в нагрівальних пристроях.

2. Опалення паром низького тиску найчастіше використовується в установках нагрівання води, пральних установках і окремих апаратах (пароповітряних апаратах, протипожежних установках, сушарках), а також у кухнях чи варильних котлах. Пара має тиск до 0,5 атмосфер і температуру до 110 °С. Принцип дії даної системи опалення полягає в генерації пари в котлах. Ця пара підводиться по трубах до опалювальних пристроїв, де конденсується. Конденсат відводиться по трубі безпосередньо в котел або в конденсаційний бак; звідти вода перекачується в паровий котел і знову піддається випаровуванню.

3. Повітряне опалення. Опалення виробничих приміщень і торгових залів ресторану повітрям проводиться за допомогою вентиляційних установок, які одночасно виконують роль вентиляції та опалення. Для опалення використовуються пароповітряні апарати, обладнані нагрівачем, до якого підведена пара низького тиску, і вентилятором, що працюють за принципом засмоктування повітря з приміщення або ззовні.

4. Променеве опалення. У цьому випадку нагрівальні канали розміщуються в конструкції стель, у панелях стін, у підлозі чи в перегородках. При променевому опаленні нагріваються поверхні будівельних конструкцій (стеля, стіна), які передають тепло повітрю. Температура поверхні обігріву коливається в межах 30–50 °С.

5. Калориферна система не тільки нагріває повітря, але й зволожує та очищує його за допомогою спеціальних фільтрів.

У багатьох готельних комплексах успішно застосовується електроопалювальна система під покриттям підлоги.

Теплопостачання готельних комплексів від тепломереж здійснюється за договором із постачальником тепла споживачам. Розрахунок за теплопостачання залежить від об'єму приміщень і витрат гарячої води. У випадку такого теплопостачання більшість готельних комплексів обладнують вузли обліку теплових ресурсів, що знижує витрати.

Шляхи економії тепла:

1. Герметичність вікон та дверей;

2. Підтримка нормативної температури приміщення (18°C);
3. Проведення інструктажу працівників готелю;
4. Підтримка точності вимірювальних приборів.

Кондиціонування і вентиляція повітря

Сучасне інженерно-технічне обладнання здатне створювати в готелях будь-які параметри повітряного режиму, що забезпечує повний екологічний комфорт людини. Це обладнання дозволяє збагачувати повітря киснем, нагрівати його або охолоджувати, осушувати або зволожувати, очищати від пилу або інших забруднень, ароматизувати. Для цієї мети використовуються спеціальні установки, так звані кондиціонери.

Створення в приміщенні необхідних кліматичних умов (температури, відносної вологості, швидкості руху повітря), незалежно від зовнішніх кліматичних умов і внутрішніх чинників (тепло- і вологовиділення людьми та обладнанням, газо- і паровиділення), називається кондиціонуванням повітря.

Залежно від радіуса дії системи кондиціонування діляться на центральні, які обслуговують багато приміщень, і місцеві, які обслуговують одне приміщення.

Центральні системи кондиціонування повітря обладнують великими центральними кондиціонерами, що встановлюються в спеціально відведених приміщеннях мінімальною площею 140 м², висотою до 10 м (Додаток С – рис.3).

При місцевому кондиціонуванні повітря компактний кондиціонер встановлюється безпосередньо в приміщенні, що обслуговується.

Принципова технологічна схема центрального кондиціонера полягає в наступному. Зовнішнє повітря забирається через окрему шахту, загальну для систем кондиціонування повітря вентиляції. Далі повітря по горизонтальному розподільного каналу, спорудженому за межами машинного залу, надходить до кондиціонерів і припливних установок, розташованих, як правило, в підвальній частині будівлі готелю. Повітря, що надходить з повітрозабірного каналу, проходить через утеплений клапан для зовнішнього повітря в калорифери першого підігріву. За першим підігрівом встановлюється сепаратор для підмішування рециркуляційного повітря. Далі повітря надходить у зрошувальний пристрій, потім фільтр самоочищення та калорифери другого підігріву.

На цьому процес обробки повітря закінчується, і повітря подається вентилятором в мережу.

Центральні кондиціонери встановлюються для подачі повітря в торговельні зали ресторанів, банкетні зали, конференц-зали, виробничі і житлові приміщення. (Додаток С - рис.4).

До комплексу кондиціонерів входять прилади автоматичного і дистанційного керування. Існують кілька режимів роботи кондиціонерів в залежності від періодів року. Розрахункових параметрів повітря набуває після калориферів другого підігріву.

Подача повітря здійснюється по протяжних повітроводах (раціональна довжина їх не більше 60–70 м.). Найчастіше застосовуються одноканальні системи кондиціювання низького тиску зі швидкістю руху повітря 10–12 м./сек.

За кордоном застосовуються кондиціонери високого тиску зі швидкістю повітря 20–30 м/сек. Завдяки цьому зменшується перетин повітроводів і займані ними площі. Такі кондиціонери вимагають застосування висконапірних вентиляторів, особливо щільних повітроводів і особливих заходів боротьби з аеродинамічним шумом (обов'язкового застосування поглиначів шуму при випусканні повітря).

Для систем кондиціювання повітря потрібна велика кількість холоду в літній період.

Холодopостачання може здійснюватися від природних або штучних джерел.

До природних джерел відносять артезіанські води, що залягають на глибині 25–30 м від поверхні землі і мають температуру +5°C, а також лід.

До штучних джерел відносять охолоджену воду, що надходить від холодильних установок з температурою +7 °C.

Холодильні установки обладнуються компресорами з випарно-конденсаторними агрегатами. Залежно від продуктивності кондиціонерів та їх призначення холодильні установки і компресори підрозділяються на кілька типів.

У перехідний і зимовий періоди холодильні машини не працюють. Санітарна норма свіжого повітря 20 м³/год на одну людину.

Практично всі великі готелі обладнані системою вентиляційного повітря.

Системи вентиляції класифікуються:

за призначенням – на припливні і витяжні;

за способом переміщення повітря – на природні та механічні;

за способом організації повітрообміну – на місцеві і загальнообмінні.

Переміщення повітря здійснюється по воздуховодах, які виконують з шлакоалебастрових або шлакобетонних плит, а також з покрівельної оцинкованої сталі, азбоцементних труб.

Центральне видалення пилю

У великих готелях, насичених килимовими виробами, застосовуються централізовані системи пиловидалення (Додаток С – рис.5).

Принципи пристрою центрального пиловидалення такі. У підвальних приміщеннях готелю встановлюється станція пиловидалення що складається з:

- водокільцевого вакуумного насоса типу ПМК-4 ($Q = 27 \text{ м}^3/\text{год}$ з електродвигуном типу А-101-8; $N = 70 \text{ кВт}$; $n = 720 \text{ об / хв.}$);
- гідравлічних фільтрів (барбатерів);
- сітчастих фільтрів;
- стояків зі штуцерами для приєднання гнучкого шланга з насадкою, за допомогою якого проводиться очищення поверхонь від пилю та бруду. Стояки прокладаються в стінах коридорів і проходять до верхніх номерів готелю.

Принцип роботи центрального пиловидалення полягає в тому, що зволожений пил, потрапляючи в приймальну камеру на водну поверхню, скидається в каналізацію.

Сміттєвидалення

Для зручності видалення сміття з поверхів готелів застосовуються спеціальні пристрої – смітєпроводи (рис.50). Основними елементами смітєпроводів є: стовбур з завантажувальними клапанами, розташованими на кожному поверсі; смітєприймальний бункер, який знаходиться в нижній частині будівлі готелю.

Стовбур і всі його нерухомі з'єднання повинні бути волого-стійкими, димотепло-повітро-непроникними, внутрішня поверхня його повинна бути гладкою. Стовбур смітєпроводу повинен відділятися від будівельних конструкцій будівлі звукоізолювальними прокладками, мати

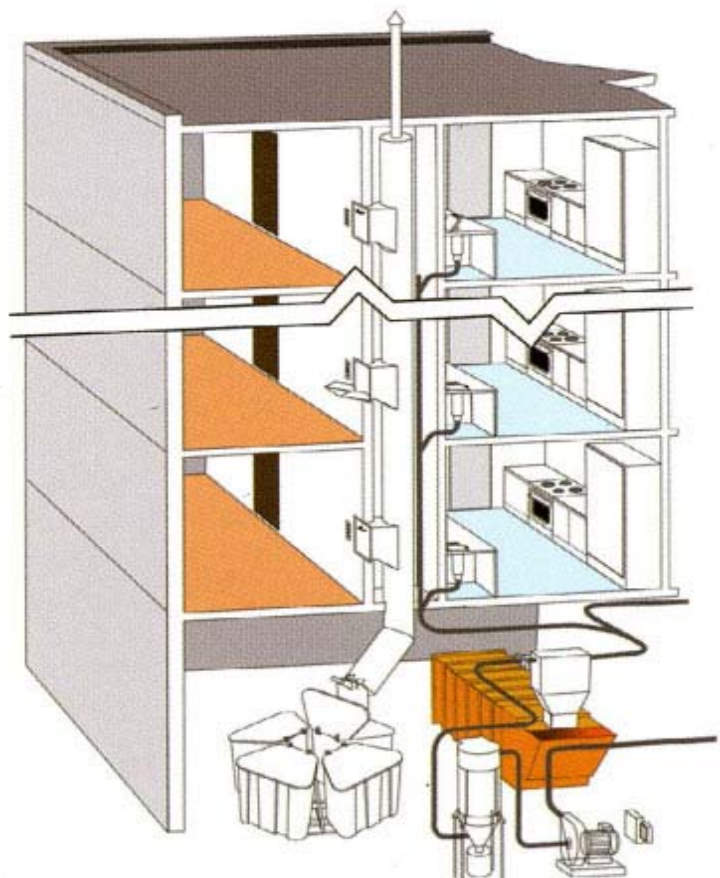


Рисунок 50 – Схема транспортування сміття в готелі

високоєфективну систему вентиляції, для чого він з'єднується з дефлентером, встановленим на даху, а також мати обладнання для очищення і промивання.

Завантажувальний клапан повинен мати розміри, що унеможливають скидання предметів величиною більше перерізу стовбура. Завантажувальні клапани повинні бути зйомними, герметичними. Покриття завантажувального клапана антикорозійне, кріпиться до стовбура за допомогою прокладок.

Стіни сміттєприймальних камер (бункерів) обкладаються кахелем, стелі фарбуються олійною фарбою.

У бункер повинна бути підведена гаряча і холодна вода для його промивання. Підлога в бункері повинна бути водонепроникною з ухилом у бік трапа не менше 1%. Двері в бункер повинні бути зсередини оббиті сталевими листами, мати запірний пристрій.

Сміття транспортується спецмашинами, в деяких з них є дробарки, що подрібнюють сміття. Після заповнення баків майданчик із сміттєзбірником піднімається на рівень землі, звідки його забирає вантажівка (Додаток С – рис.6).

У деяких країнах Європи і в США застосовується *пневматичне видалення сміття*. Ця система передбачає прокладання спеціальних сміттєпроводів діаметром 500–600 мм, виконаних з високоміцної сталі, під землею на великі відстані. У трубопроводах створюється спеціальними компресорами розрядження до 0,2 кПа, що дозволяє виробляти рух повітряного потоку зі швидкістю 30м/сек. У перевантажувальних пунктах сміття пресується і завантажується в контейнери, а потім прямує на сміттєспалювальні або сміттєпереробні заводи (Додаток С - рис. 7).

Гідравлічний спосіб видалення сміття передбачає його подрібнення в дробарках і спускання в каналізацію. Цей спосіб менш ефективний, оскільки перевантажує каналізацію і за санітарно-гігієнічними показниками поступається пневматичної методу.

Ліфтове господарство

Національний стандарт ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» передбачає обов'язкову наявність ліфтів у готелях висотою більше одного, двох і трьох поверхів залежно від їхньої категорійності.

Ліфтами називаються підйомні пристрої циклічної дії, призначені для вертикального транспортування людей і вантажів у будівлях різного призначення. Ліфти бувають пасажирськими, вантажопасажирськими і вантажними. За швидкістю підйому вони поділяються на тихохідні – зі

швидкістю підйому 1 м/с, швидкохідні – 1,5 м/с, і швидкісні – понад 1,5 м/с. Ліфти розрізняються також за вантажопідйомністю.

Службові ліфти використовуються для перевезення багажу та для різних службових і господарських потреб, поблизу них обладнуються буфетні, білизняні та інші господарські приміщення.

Підйомники пов'язані з цокольним і підвальними поверхами, де розташовані машинні відділення, ремонтні майстерні, складські приміщення. Найбільшу пропускну спроможність з усіх видів механічного транспорту має ескалатор. Пропускна спроможність ескалатора шириною 85 см перевищує пропускну спроможність сходів аналогічної ширини в 4–5 разів.

Для готельних комплексів висотою понад 10 поверхів рекомендується передбачити дві групи ліфтів, що зупиняються на парних і непарних поверхах.

Організація технічного обслуговування ліфтів охоплює:

- приймання знову змонтованих ліфтів;
- реєстрацію ліфтів;
- технічне посвідчення ліфтів;
- технічний нагляд за ліфтами;
- поточний і капітальний ремонт ліфтів.

Реєстрації в органах Держгіртехнагляду підлягають знов встановлені і прийняті від монтажної організації ліфти вантажопідйомністю понад 160 кг, а також ліфти, що знаходяться в експлуатації, але потребують реконструкції

Обслуговування ліфтів забезпечують електромеханіки віком не молодше 18 років, що пройшли медичний огляд і мають практичний стаж роботи з ліфтами не менше шести місяців.

Нагляд за ліфтами передбачає технічний контроль за роботою механізмів і апаратів, станом ліфтових шахт і приямків, спостереження за роботою обслуговуючого персоналу, дотримання правил будови і безпечної експлуатації ліфтів (ПУБЕЛ), проведення оглядів, поточного ремонту, регулювання, налагодження та дотримання термінів огляду ліфтів.

До введення ліфтів у роботу необхідно скласти посадові інструкції для всього персоналу, задіяного в експлуатації ліфтів. Допуск до роботи персоналу з ліфтом повинен оформлятися наказом по готелю.

Капітальний ремонт ліфтів повинен проводитися спеціалізованою організацією або технічною службою готелю під керівництвом особи, відповідальної за справний стан і безпечну дію ліфтів.

Білизнопровід

Для полегшення і прискорення доставки брудної білизни з номерів готелю використовують білизнопровід. За своїм влаштуванням він схожий на

сухий сміттєпровід і виконаний з стовбура-каналу, що зроблений з оцинкованої сталі, завантажувальних клапанів і камери, куди потрапляє білизна. З стовбура-каналу білизна потрапляє в контейнери. Там її сортують і відправляють до пральні.

Білизнопровід рекомендують встановлювати в готелях, які мають 300 і більше місць при поверховості більше п'яти поверхів, якщо клас вогнестійкості стовбура білизнопроводу не менше EI 45, а у приміщенні, в якому розміщується білизнопровід, повинні влаштовуватись протипожежні двері 1-го типу та автоматична пожежна сигналізація.

Печі і каміни

В сучасних готелях використовують печі і каміни як елемент дизайну та облаштування приміщень.

Печі – пристрій для опалення різних будівель (будинків, бань та ін.) або для отримання високої температури, необхідної в тому або іншому технологічному процесі (випічка хліба та ін.).

В печах залежно від конструкції, можна спалювати тверде (дрова, деревне та кам'яне вугілля, торф), рідке (зріджений газ, мазут, нафта та ін.) або газоподібне паливо (в основному, природний газ) та використовувати електроенергію.

Камін – в класичному вигляді є простим вогнищем з димарем, призначеним для обігріву приміщення або нагрівання їжі безпосередньо полум'ям палива, що горить в ньому. Паливом може бути деревина, газ, вугілля, пелети. Класичний відкритий камін відрізняється дуже низьким ККД (адже, по суті, це – вогнище, яке розводять на внутрішньо будинковому вогнищі), а його правильна конструкція передбачає відношення об'єму камери згорання до об'єму димової камери (ковпака для збирання диму над камерою згорання) не менш як 1:2 і висоти труби не менше 5 метрів. Сучасні каміни і печі-каміни різноманітні за конструкцією і призначенням. У міських апартаментах популярні електричні каміни. Популярними є біокаміни, які працюють на біопаливі та при установці не потребують димаря.

За конструктивними особливостями виділяють каміни:

- заглиблені в нішу (англійський камін або закритий камін);
- камін Рамфорда – нагадує російську піч. Плита під вогнищем достатньо висока і неглибока, тому і займає значно менше місця в кімнаті, ніж звичайний традиційний камін. Каміни Рамфорда також характеризуються розширеними зведеннями, що відбивають тепло та спрямовують його в кімнату, і продуманою конструкцією димаря, що забезпечує максимальне тепло без кіптяви;

- відкритий камін, що стоїть всередині приміщення, з паливником, відкритим з усіх боків;
- напіввідкритий камін, який прибудований до стіни і не пов'язаний з конструкцією стіни.

Електрообладнання

В експлуатації готелю перебуває електротехнічне обладнання трансформаційних пунктів чи підстанцій з силовими електроприймальниками, установки електричного освітлення території готелю, під'їзних шляхів, святкової ілюмінації та рекламного освітлення готелю. Рекламне освітлення має обслуговуватись спеціалізованою організацією відповідно до договору.

Національним стандартом України ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» для готелів категорії 3*, за відсутності централізованого аварійного електропостачання, передбачається наявність стаціонарного генератора, що забезпечує електричним струмом основне освітлення і роботу устаткування (зокрема, ліфтів) упродовж не менше 24 годин, а для готелів категорії 4* і 5* – стаціонарного генератора, який забезпечує роботу всього обладнання енергоспоживання.

Для забезпечення електроживлення високої напруги в готелях повинні використовуватися власна підстанція, уловлювачі блукаючих струмів і система управління навантаженням напруги. Це продиктовано економічними міркуваннями. Показниками пікового навантаження в розрахунку на один готельний номер є значення, наведені в таблиці 39.

Таблиця 39 – Показники пікового навантаження в розрахунку на один готельний номер

Категорія	Струм на один номер, кВА	Максимальне навантаження в розрахунку на номер, кВт
Дві зірки	2,5	1,8
Три зірки	3,0	2,15
Чотири зірки	3,5	2,5
П'ять зірок	4,0	2,85

Дані показники враховують кондиціонування номерів, у тому числі готелю категорії «дві зірки».

Для струмів понад 600 кВА необхідно передбачати 2 трансформаторам, щоб у разі аварії забезпечити готель електроживленням. Трансформаторна підстанція нагрівається, і тому її слід оснастити примусової витяжною

вентиляцією. Тепло, що утворюється від функціонування трансформаторів, можна використовувати вдруге.

Штучне освітлення готельних комплексів умовно можна поділити на три частини:

- репрезентативна частина із громадськими приміщеннями (вхідні вестибюлі, бюро оформлення готельної документації, різні салони, холи, ресторани тощо), освітлення яких значною мірою залежить від архітектури інтер'єрів, що визначаються смаком архітектора і традиціями країни;

- номерний фонд готельних комплексів і загальні коридори, що займають найбільшу частину площі (60–80%);

- площа, зайнята технічними приміщеннями, кухнями, пральнями тощо

Для тих приміщень, де освітлення відіграє важливу роль у створенні певного інтимного середовища, переважно використовують лампи розжарювання, оскільки колір цих джерел найтепліший і найприємніший.

Люмінесцентне освітлення найкраще застосовувати там, де світло горить безперервно або де потрібні високі рівні освітленості, тобто в приміщеннях, призначених для технічного устаткування, в кухні, пральні та у службових коридорах.

Вмикання і вимикання освітлення громадських приміщень повинні здійснюватися централізовано з спеціальних пунктів або щитів, розташованих поза шляхами евакуації. У коридорах і громадських приміщеннях повинна бути передбачена мережа розеток для живлення побутових електроприладів.

У системі електропостачання готельних комплексів передбачені дві ізолювані схеми – від основного джерела і резервна (аварійна).

У готелях електропостачання повинно мати дві схеми розгалужень: основне та чергове. Чергове електроосвітлення, що становить приблизно 30% від основного, необхідно вмикати з метою економії електроенергії в нічний час і в часи відпочинку гостей. Цими мережами забезпечується освітлення коридорів, сходів, під'їздів, вестибюлів, гардеробів, камер схову, радіовузла, пожежних показників, кас, станцій пожежної та охоронної сигналізації, реклам і телефонних кабін. Для вмикання і вимикання основного та чергового освітлення потрібно застосовувати реле часу та автоматичні фотовимикачі.

Персонал готелю, який обслуговує електротехнічне обладнання, зобов'язаний:

- забезпечити безаварійну роботу всіх електроприймачів;
- замінювати електрообладнання, що вийшло з ладу;
- проводити періодичні огляди електрообладнання;

- проводити поточний та капітальний ремонт, якщо ці роботи не виконуються за договором зі спеціалізованою організацією;
- здійснювати заходи щодо раціонального витрачання електроенергії, зі зниження витрат електроенергії, скорочення термінів ремонтних робіт, підвищення терміну служби електрообладнання;
- здійснювати заходи з підвищення коефіцієнта потужності.

Перед початком експлуатації електрообладнання наказом по готелю призначається відповідальний за електрогосподарство, який повинен забезпечувати надійну, економічну, безпечну роботу електроустановок і здійснювати правильний підбір обслуговуючого персоналу.

Технічне обслуговування та нагляд за електроустаткуванням повинні суворо відповідати вимогам «Правил улаштування електроустановок» (ПУЕ) і «Правил техніки безпеки при експлуатації електроустановок споживачів».

Зазначені правила є обов'язковими для всіх готелів незалежно від виду власності та відомчої належності.

Під час приймання електрообладнання готелів в експлуатацію після будівництва або капітального ремонту від будівельно-монтажної організації потрібно отримати такі документи:

- проекти (електричні розрахунки, схеми);
- креслення електричних мереж, щитів і автоматів захисту та контролю, силового обладнання, з нанесенням на планах групових щитів, схем живильних мереж основного, резервного, чергового й аварійного електропостачання;
- протоколи зміни опору ізоляції кабелів, мереж, нестандартного електрообладнання та петлі «фаза-нуль»;
- акти на приховані роботи;
- протоколи вимірювання опору розтікання струму заземлювальних пристроїв;
- карта установок релейного захисту з параметрами струму, напруги і часу спрацювання;
- протоколи перевірки надійності кріплення важких світильників, люстр та інших електротехнічних виробів;
- паспорти на електротехнічні вироби;
- відомість заміни імпортного електроустаткування вітчизняним.

Обслуговуючий персонал готелю, служба побутового обслуговування та харчування повинні проходити інструктаж з техніки безпеки з присвоєнням першої кваліфікаційної групи з занесенням перевірки знань в журнал.

У номерах готелів категорій 3*–5* згідно з вимогами ДСТУ 4269:2003 необхідно передбачати не менше двох розеток для вмикання холодильника та інших побутових приладів і у санвузлі (ванній кімнаті) розетку, яка підключається через пристрій захисного відключення (ПЗВ) 10 мА, призначену для фена та електробритви.

Слабкострумове господарство

До слабкострумового господарства готелю належать:

радіофікація і телебачення, засоби охорони та пожежної сигналізації, диспетчерська служба, автоматизація інженерного обладнання, сигналізація служби прийому, кіноустановки, контрольно-вимірювальні прилади, годинники та засоби зв'язку, особливе місце займає комп'ютеризація служби прийому та розміщення, а також бухгалтерського обліку.

Радіофікація готелів здійснюється від власного радіовузла, в якому монтується кілька блоків підсилювачів для трипрограмного радіомовлення та музичного оформлення об'єктів харчування і громадських приміщень. Доцільно біля радіовузла розміщувати радіомайстерню для ремонту радіотелевізійної апаратури, а також студії звукозапису для складання музичних програм і рекламної інформації. З радіовузла передається по окремій лінії й інформація для працівників готелю. З цією метою в радіовузлі встановлюється мікрофон і окремий підсилювач.

Телевізорами комплектуються всі номери готелю відповідно до вимог Національного стандарту ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів»: в одно- двозіркових готелях телевізори встановлюються в номерах на прохання гостя, а починаючи з категорії 3 зірки кольорові телевізори повинні бути в усіх номерах. У готелях категорії 4–5* є можливість приймання програм основних телекомпаній світу і готельного відео каналу з дистанційним управлінням. Не рекомендується в одно- і двомісних номерах встановлювати великогабаритні телевізори. Для зручності ремонту асортимент телевізорів повинен бути мінімальним. У номерах дозволяється проводити огляд телевізорів і малий ремонт. В інших випадках ремонт потрібно здійснювати в майстерні.

У кінозалах, бізнес-центрах, концертних залах, конференц-залах обладнують стаціонарні підсилювальні установки з кількома мікрофонами на сцені і в залі. У цих приміщеннях необхідно мати електророзетки для підключення діaproекторів і нестационарних кіноустановок.

Обчислювальні та телефонні мережі

Створення структурованої кабельної мережі з використанням кабелів категорії 6 і 7 є стандартним рішенням. До цієї мережі підключаються не тільки комп'ютери, а й каси, принтерні пристрої, контрольні годинники,

сервісні модеми інженерної інфраструктури будівлі. Готель середнього класу оснащується мережею від 50 до 100 точок підключення без урахування телефонної проводки. Для готелю високої категорії додатково вводиться велика кількість точок підключення з роз'ємами типу RJ 45, які дозволяють гостям створювати власні мережі. Але технологія W-LAN і Bluetooth швидко прогресує, і скоро такі роз'єми і додаткові підключення не знадобляться.

З урахуванням величезної кількості обчислювальної техніки, яку сьогодні використовують готелі, для персоналу, особливо у великих готелях, повинні проводитися тренінги. Це вимагає організації приміщення для тренінгів, оснащеного 4–5 автоматизованими робочими місцями, що може перебувати в підвальній або цокольній частинах будівлі.

У гостьових номерах готелів категорії «три зірки» і вище в обов'язковому порядку встановлюються дві телефонні розетки з роз'ємом RJ 11 і одна розетка типу RJ 45 для модему в зоні робочого столу. У готелях категорії «чотири зірки» і вище на тумбочці обов'язкова наявність другого телефону.

Подібна мережа порівнянна за обсягами з компанією середніх розмірів. Вона висуває додаткові вимоги до розміщення сервера та джерел безперебійного живлення, а також додаткових комунікаційних вузлів на поверхах.

Бездротовий доступ до Інтернету

Технологія W-LAN є найбільш дешевим способом надання доступу в Інтернет гостям готелю. Деякі провайдери комунікаційних послуг пропонують безкоштовне оснащення готелю подібною технологією. Оснащення ноутбуків відповідними інтерфейсами і картами є на сьогоднішній день стандартним. У недалекому майбутньому більш досконалим з технічної точки зору і економічно виправданим буде рішення, засноване на технології UMTS.

З точки зору будівельних та інженерних технологій для монтажу подібних систем необхідно передбачити необхідну площу електроживлення і мережевого розведення, а також забезпечення перетворювачів електропостачанням, як це робиться для підтримки роботи мобільних телефонів і пейджингових систем.

Антени

Для правильного оснащення готелю потрібна досить велика кількість антенних пристроїв. Таким чином, на покрівлі будинку утворюється цілий парк антен, що вимагає відповідного обслуговування. Додатково на дахах готелів встановлюються антени стільникових телефонних операторів.

Системи й пристрої пожежної безпеки

Будівельні та протипожежні приписи багатьох країн вимагають установлення датчиків пожежної сигналізації тільки на евакуаційних шляхах. Однак на сьогоднішній день у багатьох державах, відповідно до стандартів готельних мереж, такими датчиками повинні забезпечуватися всі приміщення готелю, за винятком ванних кімнат. При цьому стандартними є двохетапні чотирипроводні адресні сповіщувачі з роздільним розпізнаванням і виведенням на центральний протокол. Це скорочує час реагування, число помилкових тривог і знижує витрати на їх обслуговування.

Такими датчиками оснащуються також всі комунікаційні шахти і сауни, розташовані в готелі. Проектувальники часто забувають про необхідність установлення датчиків димовидалення в системі циркуляції повітря, які запобігають потраплянню диму в системи вентиляції та кондиціонування.

Електроакустична система

Ретрансляція музики в приміщеннях готелю, на жаль, часто стикається з незаслужено поганим до неї ставленням. Якщо музичний супровід відповідає виробничій концепції, звучить фоном і організовується професійно, воно справляє на гостей хороше враження, особливо в процесі проходження по приміщеннях готелю. Якщо оператор готелю відмовляється від використання музичного супроводу, таку систему все одно слід встановити, адже вона також виконує функцію аварійного оповіщення гостей і персоналу.

4.2.3 Організація роботи обслуговуючих господарств

До обслуговуючих господарств в готелі відносять:

- транспортне господарство;
- енергетичне господарство;
- метрологічну службу;
- санітарну службу.

Сьогодні більшість готельних підприємств має у складі власної матеріально-технічної бази різні транспортні засоби, які необхідні для:

- надання послуг з прокату автомобіля, мотоцикла, квадроцикла, здійснення трансферів з використанням автомобілів або автобусів, літаків;
- надання можливості клієнтам готелю займатися спортом або розважатися з використанням катерів, яхт, мотодельтапланів;
- обслуговування і потреб існуючої матеріально-технічної бази, наприклад, території готельно-ресторанного і санаторно-курортного комплексу.

Завдання транспортної служби є утримання в належному технічному стані всіх транспортних засобів, що є у володінні готелю. До складу транспортної служби входять: диспетчер, водії, автомеханік, автослюсар.

До експлуатації автотранспорту, що використовується підприємствами готельного господарства, висуваються певні вимоги:

- наявність відмітки у техпаспорті щодо технічного огляду;
- певна спеціалізація перевезень.

До функцій енергетичного господарства відносять:

1. Проведення обліку витрат та встановлення норм на конкретний період;
2. Розробка і впровадження планів організаційних, технічних заходів з економії ресурсів.

Компетенції енергетичного господарства стосуються таких об'єктів: газорегулювальні системи, електропідстанції, радіо та телефонні мережі, котельні, бойлерні, диспетчерські служби, пожежна сигналізація, електропідстанції.

Метрологічна служба – служба, яка виконує роботи із забезпечення точності вимірювальних пристроїв. До функцій цієї служби належать:

- постійний контроль за точністю приладів;
- оформлення технічної документації;
- організація ремонту вимірювальних приладів;
- проведення навчання персоналу роботі з вимірювальними приладами.

Основне завдання санітарної служби - забезпечити належний санітарний стан підприємства готельного господарства та попередити епідемію (рис.51).

Дезінфекція – проводиться у разі появи інфекційного захворювання мешканця готелю.

Дезінсекція – проводиться з метою знищення комах.

Дератизація – проводиться з метою знищення гризунів.



Рисунок 51 – Склад та функції санітарної служби готелю



Питання для самоконтролю

1. Дайте характеристику систем холодного і гарячого водопостачання у підприємствах готельного господарства та їх технічної експлуатації.
2. Дайте характеристику системі каналізації у підприємствах готельного господарства
3. Які існують правила користування каналізаційними комунікаціями у підприємствах готельного господарства?
4. У чому полягають особливості організації опалення у підприємствах готельного господарства?
5. Які є шляхи економії тепла у підприємствах готельного господарства?

6. Охарактеризуйте систему вентиляції у підприємствах готельного господарства.

7. Яким є склад ліфтового господарства у підприємствах готельного господарства та його експлуатація?

8. Засоби внутрішнього зв'язку в готельному господарстві та їх характеристика.

9. Види транспорту, що використовується підприємством готельного господарства та особливості організації роботи транспортного господарства.

10. Організація та функції енергетичного господарства.

11. Функції метеорологічної служби.

12. Організація санітарної служби в готельному господарстві та її функції.

Тести

1. Приміщення або частина приміщення для переглядання телепередач передбачена у готелях таких категорій:

а) 1–2*;

б) 3–5*;

в) 4–5*;

г) у всіх категоріях.

2. Стационарний генератор, що забезпечує освітлення громадських, житлових приміщень і роботу ліфтів упродовж не менше 24 годин (у місцевості, де неможливо забезпечити централізоване аварійне енергопостачання), або централізоване аварійне енергопостачання передбачені у готелях категорій:

а) 1–2*;

б) 3–5*;

в) 4–5*;

г) 3*;

д) всіх категорій.

3. Резервуар для запасу води щонайменше ніж на добу у районах з можливими перебоями у водопостачанні повинен бути у готелях:

а) 3*;

б) 4*;

в) 5*;

г) всіх категорій.

4. Опалювання громадських і житлових приміщень окремими приладами або центральне опалення передбачені у готелях таких категорій:

а) 1–2*;

б) 3–5*;

в) 4–5*;

г) 3*;

д) всіх категорій

5. Підігрів підлоги у ванній кімнаті передбачений у готелях категорій:

- а) 1–2*;
 - в) 4–5*;
 - б) 3–5*;
 - г) 5*;
 - д) в жодній із категорій не обов'язкове
6. *Пасажирський ліфт або ескалатор у будинках більше двох поверхів передбачений у готелях категорії:*
- а) 1–2*;
 - б) 4–5*;
 - в) 4*;
 - г) 5*;
 - д) всіх категорій
7. *Вантажний ліфт (якщо кількість номерів більша 30) передбачений у готелях таких категорій:*
- а) 1–2*;
 - б) 4–5*;
 - в) 4*;
 - г) 5*;
 - д) всіх категорій
8. *Телефонний зв'язок у кожній кімнаті багатокімнатних номерів передбачений у готелях таких категорій:*
- а) 1–2*;
 - б) 4–5*;
 - в) 4*;
 - г) 5*;
 - д) всіх категорій
9. *Телефон на рецепції, доступний для гостей, передбачений у готелях:*
- а) 1–2*;
 - б) 4–5*;
 - в) 4*;
 - г) 5*;
 - д) всіх категорій.

Приклади розв'язування типових задач

Задача 1. *Визначити річні потреби витрат води в готелі 5* на 50 місць. Норма витрат води в середньому на добу 230 л/доба×місце. Площа ділянки, що потребує поливу складає 700 м². Період поливу території протягом року –187 діб.*

Розв'язок

Витрати води в готелі визначаємо за укрупненим показником:

$$B_{\text{готель}} = \frac{q_u^{\text{tot}} \times U}{1000} \times T + B_n$$

де, $B_{\text{готель}}$ – загальні витрати води готелем, м³;

q_u^{tot} – норма витрат води в середньому на добу, л/доба×місце, (230);

U – кількість місць у готелі, місць;

T – кількість робочих днів готельного комплексу на рік, днів (260);

Vn – витрати води на полив території, м³

Витрати води на полив території визначають за формулою:

$$\hat{A}_i = \frac{\hat{A}_e \times S_{\bar{a}} \times \tau \times \dot{O}_i}{710}$$

де, V_k – норма витрат води одним поливним краном за годину, (1,08 м³/год);

S_d – площа ділянки під будівництво, м²,

τ – час роботи поливного крана за добу, год. (2 год.);

T_p – період поливу території протягом року, днів ;

710 – площа, яка обслуговується одним краном, м²

$$V_{п} = (1,08 \times 700 \times 2 \times 187) / 710 = 398,2 \text{ м}^3/\text{год.}$$

$$V_{\text{гот}} = ((230 \times 50) / 1000) \times 260 + 398,2 = 3388,2 \text{ м}^3/\text{год.}$$

Задача 2. Визначити річні потреби тепла на опалення в готелі 5*на 50 місць, що побудований у м. Києві. Загальний об'єм будівлі становить 14519,1м³ Поправочний коефіцієнт на мінімум температури зовнішнього середовища для м. Києва становить – 1,17. Тривалість опалювального періоду за рік – 4490 год. Середня різниця температур внутрішнього та зовнішнього середовищ – 17,2 °С

Розв'язок

Розрахунок витрат тепла на опалення, Гкал, проведено за формулою:

$$Q_0 = q_0 \times V_0 \times T_0 \times \Delta t \times R_1,$$

dq_0 – питомі витрати тепла на нагрівання одиниці об'єму будівлі на 1°С

Гкал/(м³×°С); ($q_0 = 3,5254 \times 10^{-7} \div 3,2674 \times 10^{-7}$ при збільшенні об'єму будівлі $q_0 \rightarrow \min$);

V_0 – будівельний об'єм будівлі, м³;

R_1 – поправочний коефіцієнт на мінімум температури зовнішнього середовища; T_0 – тривалість опалювального періоду за рік, год;

Δt – середня різниця температур внутрішнього та зовнішнього середовища, °С.

$$Q_0 = 3,5254 \times 10^{-7} \times 14519,1 \times 4490 \times 17,2 \times 1,17 = 462,4 \text{ Гкал}$$

Задача 3. Визначити річні потреби тепла на вентиляцію в готелі 5*на 50 місць, що побудований у м. Києві. Загальний обсяг будівлі становить 14519,1м³ Тривалість опалювального періоду за рік – 4490 год. Середня різниця температур внутрішнього та зовнішнього середовища – 17,2°С. Витрати повітря на вентиляцію приведені в таблиці

Вихідні дані для розрахунку вентиляційної системи

Приміщення	Площа	Висота	Об'єм, V, м ³	Витрати повітря на вентиляцію, м ³	
				притяжна	витяжна
Приміщення приймально-вестибюльної групи	634,2	3,3	2092,9	8371,4	6278,5
Номерний фонд	1481	3,3	4887,3	19549,2	
Приміщення побутового обслуговування та торгівлі	21	3,3	69,3		207,9
Приміщення фізкультурно-оздоровчого призначення	464,7	3,3	1533,5		4600,5
Адміністративні приміщення	80,5	3,3	265,65		1062,6
Приміщення ЗРГ	622	3,3	2052,6	6157,8	8210,4
Приміщення господарського призначення	201	3,3	663,3		2653,2
Разом				27759,6	23013,21

Розв'язок

Витрати тепла на вентиляцію, Гкал, розраховано за формулою:

$$Q_v = q_v \times V \times T_o \times \Delta t ,$$

q_v – питомі теплові витрати на нагрівання 1 м³ повітря для вентиляції на 1°C, Гкал/(м³×°C) ($q_v = 6,9819 \times 10^{-7} - 6,4832 \times 10^{-7}$ при збільшенні об'єму будівлі $q_v \rightarrow \max$); V – будівельний об'єм будівлі, м³;

T_o – тривалість опалювального періоду за рік, год;

Δt – середня різниця температур зовнішнього та внутрішнього середовищ, °C.

$$Q_v = 6,4832 \times 10^{-7} \times 27759,6 \times 4490 \times 17,2 = 1389,8 \text{ Гкал}$$

ТЕМА 4.3. СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

План

- 4.3.1 Суть, значення та види інформаційних технологій в готельному бізнесі.
- 4.3.2 Сучасні інформаційні технології та автоматизовані системи управління готелями.
- 4.3.3 Інформаційний центр та інформаційні потоки в готелі.

Ключові слова: інформаційні технології, автоматизація, інформатизація, інформаційні потоки, інформаційний центр.

4.3.1 Суть, значення та види інформаційних технологій в готельному бізнесі

Сучасна індустрія гостинності за останні роки зазнала дуже серйозних змін у зв'язку з впровадженням нових комп'ютерних технологій. Успішне функціонування будь-якої фірми на ринку готельного бізнесу практично немислимо без використання сучасних інформаційних технологій.

Індустрія гостинності настільки багатоліка та багатогранна, що вимагає застосування найрізноманітніших інформаційних технологій, починаючи від розробки спеціалізованих програмних засобів, що забезпечують автоматизацію роботи окремого готелю та ресторану, до використання глобальних комп'ютерних мереж. Різноманіття вживаних в сфері гостинності інформаційних технологій наведено на рисунку 52.



Рисунок 52 – Системи інформаційних технологій у сфері гостинності

Вплив інформаційних технологій на управління готелем величезний, оскільки прямо пов'язаний з підвищенням ефективності роботи як кожного менеджера окремо, так і готелю в цілому. Вони прямо впливають на конкурентоздатність на сьогоднішньому ринку. Використання комп'ютерних мереж, Інтернету та інтернет-технологій, програмних продуктів наскрізної автоматизації всіх бізнесі-процесів готелю сьогодні не просто питання лідерства і створення конкурентних переваг, але й виживання на ринку в найближчому майбутньому.

Інформаційно-технічна революція змінила характер і методи ведення бізнесу. Використання можливостей технічного обміну сьогодні дозволяє легше і швидше створювати та продавати пакети послуг споживачам, вирішувати завдання фінансово-операційного управління, маркетингового планування, підвищувати конкурентоспроможність і кількість продажів.

Для швидкого і безпомилкового контролю операцій повноцінного аналізу існуючої ситуації, швидкості та повноти обслуговування гостя у фронт-офісі, тобто для забезпечення високої економічної ефективності та високої якості послуг, неминучим і незамінним стає впровадження автоматизованих інформаційних систем управління.

Фази використання інформаційних технологій:

- *автоматизація*;
- *інформатизація* (характеризується суттєвим впливом користувача на конструкцію автоматизованих систем);
- *комунікація* (прогресивна фаза, коли комп'ютери об'єднані в мережі, їх використання характеризується співпрацею між користувачами, а інформатика стає частиною існуючої інфраструктури).

Інформаційна технологія – це сукупність технологічних елементів для збирання, зберігання, обробки, передання та подання інформації з метою забезпечення ефективного функціонування інформаційних систем.

Інформаційна система являє собою сукупність функціональних, організаційних компонентів та компонентів системи обробки даних, необхідних для досягнення поставлених цілей.

Види інформаційних технологій:

- *обробка даних* – застосовується на операційному рівні з метою автоматизації рутинних операцій управлінської праці, які постійно повторюються;
- *управління* – застосовується на будь-якому рівні управління для задоволення інформаційних потреб персоналу, який приймає рішення;

- *автоматизований офіс* – характеризується організацією і підтримкою комунікаційних процесів як усередині підприємства, так і з зовнішнім середовищем за допомогою сучасних засобів передачі інформації;
- *підтримка прийняття рішень* – новий метод організації взаємодії людини і комп'ютера;
- *експертні системи* – надають можливість отримати консультацію експертів з проблем у межах накопичених знань.

Впровадження сучасних інформаційних технологій в систему управління готелем вимагає значних капіталовкладень. Оцінювання економічної доцільності інвестицій – завдання дуже складне, особливо тому, що метою придбання нових технологій є не лише скорочення витрат на робочу силу, але й підвищення якості та розширення асортименту послуг, скорочення термінів підготовки нових послуг і підвищення гнучкості процесу обслуговування. Зважаючи на те, що деякі з цих переваг не спричиняють прямого скорочення витрат на робочу силу, виправдати їх вибір буває дуже складно. Крім того, стрімкий розвиток нових технологій приводить до того, що придбане устаткування «старіє» протягом декількох місяців, що робить оцінювання витрат і вигод ще більш складним завданням.

Розглянемо переваги впровадження в практику роботи готелю автоматизованої інформаційної системи управління.

Маркетингові переваги. Зниження тривалості операційного циклу дозволяє готелю скоротити терміни надання послуг і забезпечує можливість швидко реагувати на зміни попиту. При цьому збільшується кількість надаваних готелем послуг, поліпшується їхня якість. Однак увесь цей зиск складно точно оцінювати або прогнозувати, оскільки він суттєво сильно залежить від дій конкурентів, що практично непередбачувані. Але, незважаючи на це, їх не слід ігнорувати, оскільки за своєю природою такі переваги є стратегічними і надзвичайно важливими для довгострокового успіху будь-якої компанії.

Інформаційна система готелю дозволяє у найкоротший термін вилучити з асортименту послуги, що реалізуються погано, і замінити їх новими, отримати ефект за рахунок більш точного визначення того, які категорії гостей отримують конкретні послуги, у який час і як змінюються їхні смаки тощо.

Впровадження автоматизованої інформаційної системи дозволяє скоротити витрати на робочу силу приблизно на 30%, знижуючи потребу в ній, а, отже, й підвищити продуктивність праці.

У результаті використання і впровадження автоматизованої інформаційної системи значно знижуються витрати на технічне

обслуговування і поточний ремонт, витрати енергії тощо, скорочуються поточні витрати у результаті більш раціонального використання номерного фонду готелю і збільшення ефективності обслуговування гостей. Економічний ефект одержується також від надання послуг через Інтернет.

Традиційного методу оцінювання економічної ефективності від впровадження АІТ – підрахунку прибутку від капіталу, що інвестується, недостатньо. Для цього потрібна методика, здатна показати повну віддачу, кількісний і якісний ефект сервісу в готельній індустрії.

Ефективність досягається й у відділі збуту, про що свідчить підвищення продажів на 50% і зменшення вартості ліквідних угод на 15%.

Ефективність для виробничого відділу – це скорочення часу технологічного циклу на 20% або зниження товарних запасів на 5%.

Ефективність і матеріальні вигоди від впровадження нового бухгалтерського модуля полягають у скороченні термінів пересилання платіжних документів, прискоренні поточних розрахунків тощо.

Ефективність досягається за допомогою впровадження нового покоління АІТ готельних систем, що створюють своєрідну інтерактивну інформаційну базу для готелів ланцюга, інтегровану з електронними системами бронювання. Запит кінцевого клієнта щодо готельних послуг автоматично обробляється з урахуванням його індивідуальних переваг, дозволяючи миттєво скласти оптимальну пропозицію і з великою ймовірністю забезпечення позитивної реакції клієнта і наступне здійснення бронювання.

Таким чином, впровадження інформаційної системи відкриває нові можливості для ефективного вирішення основних завдань готельного бізнесу. Експлуатація системи дозволяє готелю реалізувати програми ресурсозберігання шляхом зниження експлуатаційних витрат на утримання систем зв'язку, зниження енергоспоживання і водоспоживання, уникнути пікових навантажень, збільшити продуктивність праці, поліпшити якість послуг, виконуваних робіт і підвищити кваліфікацію працівників готелю.

4.3.2 Сучасні інформаційні технології та автоматизовані системи управління готелями

За рівнем розвитку готельно-ресторанної мережі Україна значно відстає від середніх по Європі показників, хоча трохи перевищує усереднені показники для СНД. Незважаючи на певні зрушення, діюча мережа готельного та ресторанного господарства ще не відповідає вимогам міжнародних стандартів.

Одним з основних напрямків розвитку готельного бізнесу в Україні слід вважати широке впровадження інформаційних комп'ютерних технологій управління та сучасних систем бронювання на основі вивчення та застосування досвіду розвинених країн у цій сфері.

На ринку СНД сьогодні є більше десятка систем автоматизації управління готелями. Серед них автоматизована система управління готелем «B52 ® Готель», «Fidelio», «Opera», «ШТРИХ–М: Готель», «UCS Shelter», «Libra Hospitality», «Інтурсофт»: Hotel 2000, «Korston Hospitality», «Парус-Готельне господарство».

Вартість одного проекту оцінюється іноді в десятки тисяч доларів. У результаті готель при використанні систем автоматизації управління перетворюється на кероване підприємство, здатне гнучко реагувати на зміни в ринковій ситуації, що робить вкладення коштів в технології цілком окупним. На жаль, у багатьох холдингах і групах компаній в Україні поширена тільки «часткова» автоматизація. Однак, якщо мова йде про комплексну автоматизацію мережі готелів, то тут не обійтися без інтегрованої системи управління бізнесом на базі сучасної системи управління ресурсами підприємства.

Загальними особливостями ІТ-готелів є автоматизація процесів планування, обліку та управління основними напрямками діяльності готелю.

Тому загалом їх можна розглядати як інтегровану сукупність таких основних підсистем: управління фінансами, управління матеріальними потоками, управління обслуговуванням, управління якістю, управління персоналом, управління збутом, аналіз фінансів, собівартості, оборотних коштів, управління маркетингом тощо.

Наведена послідовність функціональних підсистем не претендує на повноту і відбиває основні напрямки діяльності сучасних готелів.

Управління фінансами містить чотири функціональних підсистеми:

- фінансове планування діяльності готелю;
- контроль над фінансовими процесами;
- реалізація фінансових процесів;
- фінансовий контроль діяльності.

В управління обслуговуванням входять:

1. Підготовка до розміщення гостей. Формування номерного фонду з урахуванням реквізитів кожного номера, контроль за станом номера, історія зміни реквізитів номера, розмежування прав доступу користувачів до редагування і перегляду документів, архівів і довідників, протоколювання змін документів системи;

2. Управління розміщенням: аналіз номерного фонду на певний період, бронювання номерів, реєстрація гостей, поселення гостей. Перегляд карти розміщення;

3. Облік наданих послуг: налаштування довільних програм розрахунку тарифів на послуги, типова специфікація послуг, історія цін на послуги, кількісний облік наданих послуг розрізі матеріально відповідальних осіб, автоматичне формування рахунків до одержання та актів виконаних робіт, автоматичний облік телефонних переговорів;

4. Облік взаєморозрахунків з контрагентами: оперативний контроль взаєморозрахунків, аналіз документів, формування вимоги на погашення дебіторської заборгованості.

Найвідомішою корпорацією, що пропонує комплексні програмні засоби автоматизації підприємств є корпорація ПАРУС. Ця компанія пропонує свій програмний продукт і сервісне обслуговування. «Корпорація ПАРУС» – один з найбільших гравців на українському ринку високих технологій.

«Парус-Готельне господарство» надає користувачам наступні можливості при автоматизації бізнес-процесів готелів:

- автоматизація рецепції;
- управління номерним фондом;
- автоматизація бронювання;
- автоматизація реєстрації поселення і виїзду клієнтів;
- формування вартості наданих послуг;
- розрахунки з клієнтами.

Функціонал системи дозволяє вести по підприємству актуальну базу даних, яка надає інформацію про:

- номерний фонд з переліком послуг, які можуть надаватися клієнтам;
- перелік майна номерів;
- реєстрацію карток клієнтів з усією необхідною інформацією про них;
- ведення картотеки номерів з відображенням вільних/ зайнятих / заброньованих номерів/місць;
- категорії, вік, стать тих, хто проживає в номерах;
- відображення переліку послуг, наданих клієнтам;
- ведення обліку звернень клієнтів з будь-яких питань;
- контроль виконання питань, що виникають;
- реєстрацію переліку операцій з номерами / місцями;
- ведення картотеки надання погодинних послуг (сауна, масажний кабінет тощо);
- ведення журналу телефонних розмов клієнтів.

Програмний комплекс «Парус-Готельне господарство» має можливість готувати у друкованому вигляді такі документи:

- візитні картки для мешканців (форма № 3-Г);
- рахунок на оплату послуг (форма № 4-Г);
- реєстраційна картка клієнта (форма № 2-Г);
- анкета проживаючого (форма № 1-Г);
- касовий або фіскальний чек.

Програмний комплекс «Парус-Готельне господарство» також надає можливість роздруковувати та аналізувати такі звіти:

- журнал обліку проживаючих (форма № 5-Г);
- касовий звіт (форма № 8-Г);
- звіт за довільний період про оплату послуг з підсумками;
- звіт за довільний період про оплату за проживання;
- звіт за довільний період про оплату додатково наданих послуг;
- відомість руху номерів у готелі (форма № 9-Г);
- звіт про надані послуги за довільний період в розрізі послуг.

«Парус-Готельне господарство» – автоматизована система управління для готелів, дозволяє вирішувати такі облікові й управлінські завдання:

- ведення структури готельного комплексу;
- характеристика номерів, тарифи, фото номерного фонду;
- бронювання, поселення, додаткові послуги, розрахунок будь-якою формою оплати через фіскальний реєстратор або через платіжні документи;
- відстеження повторного приїзду;
- оперативне управління (скарги, ремонти, прибирання, простоювання номерів);
- поселення іноземців, валютний облік;
- гнучкі зміни (розрахунковий час, гнучка система оплати, знижки, спец. тарифи);
- облік майна в номерах;
- інтеграція з білінговими телефонними системами;
- погодинне планування – сауни, масажні кабінети, спортзали;
- вся затверджена та специфічна звітність.

Однією з проблем європейських готелів при високому завантаженні номерного фонду стало завдання реалізації заброньованих, але незадовго до прибуття гостя анульованих заявок. Для мінімізації можливих втрат у таких ситуаціях готель змушений вдаватися до перебронювання номерного фонду, що може привести до складностей, якщо відсоток перебронювання

розрахований неправильно. У даному випадку на допомогу знов-таки приходять інформаційні технології, що дають можливість оперативно виставляти на продаж останні наявні номери за цінами, що явно користуються попитом (функція Last Room Availability). Якщо раніше готелю було потрібно заздалегідь блокувати і передавати до сервера бронювання «ризикові» номери і нести ризик з їхніх недопродажів або перепродажів без можливості оперативного реагування на ситуацію, що змінюється, то сьогодні з використанням сучасних інформаційних засобів готель здатний на постійній основі підтримувати в серверах бронювання реальну картину стану свого номерного фонду, крім небезпеки його перепродажу. Найбільш повна інтеграція офісів бронювання готельних компаній з окремими готелями досягається при використанні спеціалізованих систем центрального бронювання (Central Reservations Systems). Вони дають найбільш широкі можливості пошуку, вибору і бронювання номерів у готелях мережі. Крім того, за допомогою систем центрального бронювання окремі готелі також одержують можливість здійснювати взаємне бронювання номерів у інших готелях мережі. Таким чином досягається тісна взаємодія готелів між собою і центральним офісом.

Перевагою перед незалежними готелями є об'єднання інформаційних і управлінських ресурсів окремих готелів у єдиний інформаційний простір. Збирання і аналіз інформації тісно пов'язані із системами центрального інформаційного забезпечення. Така система дає величезні можливості щодо збирання та аналізу даних. Дані про заявки гостей, тарифи, за якими споживачі проживають, їхні переваги і побажання автоматично із системи управління одного готелю передаються до іншого готелю. Створюється єдина інформаційна база, що являє собою наймогутніший інструмент для аналізу ринку та ефективного маркетингу готельних послуг. Один раз заведена історія гостя може бути доступна менеджеру з будь-якого готелю ланцюга, а також на корпоративному рівні. Можна одержати статистику про кількість заїздів (незаїздів) і про загальний дохід від проживання будь-якого гостя. Нове покоління систем дозволяє навіть зберігати електронні фотографії і зразки підписів своїх гостей.

Маркетинг у готельній індустрії набуває нового відтінку. Тепер це не лише пошук нових клієнтів, але і робота з людьми, що уже коли-небудь зупинялися в готелі. На сьогоднішній день практично кожен готельний ланцюг пропонує програму заохочення постійних клієнтів. А сучасні інформаційні засоби надають директорам з продажів і маркетингу готелів можливості для ефективного управління такими програмами.

Надання виняткового сервісу стає цілком реальним. Нові завдання, нові можливості інтеграції баз даних, інформаційний аналіз, двосторонній зв'язок з міжнародними системами бронювання та управління і є остаточною моделлю інформаційних готельних технологій.

4.3.3 Інформаційний центр та інформаційні потоки в готелі

Істотним елементом, від якого буде залежати надійне функціонування всієї операційної системи готелю, є інформаційний центр, що забезпечить об'єднання процесів постачання, споживання і виробництва, перетворюючи їх у єдину високоефективну систему. Це дозволить в умовах швидкої зміни потреб і бажань клієнтів на ринку готельних послуг оперативно і гнучко адаптувати операційну систему (рух трудових, інформаційних, матеріальних і фінансових потоків) під індивідуальні потреби різних сегментів клієнтів. Також це дасть можливість мінімізувати витрати на виробництво послуг і дозволить істотно скоротити час обслуговування і доставки товарів, прискорити процес одержання інформації різними службами і підвищити рівень сервісу.

Інформаційний центр – це складний людино-машинний комплекс, ядром якого є інформаційна комп'ютерна система, що орієнтована на досягнення таких цілей: відстеження стану готелю і ситуації довкола нього; оперативний аналіз; виявлення, ідентифікацію та оцінювання несприятливих змін стану готелю (потенційних небезпек і загроз клієнтам тощо); підтримку прийняття оперативних і стратегічних рішень для управління готелем з повним урахуванням змінних умов і факторів його стану.

Діяльність інформаційного центру спрямована на підвищення ефективності управління готелем і має такі напрямки: сприяння управлінню складським господарством, товарно-матеріальними ресурсами, кадрами; організація і впровадження інформаційних систем у різні служби і підрозділи; робота маркетингового відділу шляхом збирання та обробки важливої інформації для вироблення оперативних і стратегічних рішень, допомога бухгалтерії в проведенні моніторингу і контролю руху фоліо-рахунків клієнтів; обробка даних, інформації; формування необхідних форм звітів і передача даних. Також робота інформаційного центру спрямована на комплексне управління матеріальними й інформаційними потоками в сфері інформаційної підтримки служб прийому та розміщення, ресторану, обслуговування в номерах, охорони, служби протипожежної охорони, покоївок та ін.

У світовій практиці інформаційний центр забезпечує моніторинг стану готелю (економічний, виробничий), роботу усіх відділів, що беруть участь у

підготовці можливих варіантів оперативних і стратегічних рішень, у режимі 24-години.

Інформаційний центр входить до структури управління готелем і підпорядковується технічному директору. Центр має забезпечувати цілодобову підтримку та інформаційне забезпечення різних служб і відділів готелю. До його функцій входять:

- обслуговування і технічна підтримка автоматизованої інформаційної системи;
- ремонт, диспетчеризація, контроль за вхідною інформацією;
- забезпечення онлайнового зв'язку, програмне забезпечення, контроль і забезпечення безпеки готелю;
- контроль за номерним фондом і фінансовими зловживаннями, попередження різноманітних загроз;
- оперативне управління персоналом готелю;
- реєстрація та управління інформаційними і матеріальними потоками готелю;
- обслуговування і супровід сервера, електронної пошти і забезпечення зв'язку з Інтернет;
- обслуговування і підтримка в робочому стані комп'ютерної техніки, її встановлення та налаштування;
- обслуговування і супровід програмних продуктів, що купуються; підтримка і ведення бази необхідних даних;
- виявлення завдань у сферах діяльності різних відділів готелю та адміністрації для подальшої їхньої автоматизації, проектування подальших шляхів розвитку інформаційної системи;
- розробка і поновлення офіційного web-сайту готелю;
- впровадження інформаційних технологій у виконавську практику, створення і поновлення баз даних;
- створення і розсилання електронною поштою дайджестів зацікавленим організаціям;
- консультативна допомога співробітникам з питань використання інформаційних технологій у їхній роботі;
- програмно-технічне обслуговування мережі;
- передавання інформації, здійснення поточного спостереження, аналіз інформації і подання результатів керівнику відділу;
- контроль витрат води, тепла, електроенергії та ін.;
- управління та обслуговування автоматики дверей.

Розглянемо основні інформаційні потоки в готелі.

Інформаційні потоки в системі бронювання:

- інформація про майбутні заїзди і виїзди,
- наявність місць у готелі;
- дані про заїзди і виїзди;
- розміщення гостей і стан їхніх рахунків;
- інформація про користування послугами переселення з номера в номер;
- резервування (індивідуальне, службове);
- інформація про поточне завантаження і кількість броні на майбутні періоди;
- інформація про кількість і тип номерів, що замовляються, про час прибуття і від'їзду гостей;
- інформація про внесення депозитів;
- інформація про надані послуги і платежі за них;
- створення фоліо-рахунка клієнтів;
- інформація про всі платежі і послуги;
- архів рахунків;
- реєстрація і паспортно-візовий контроль.

Інформаційні потоки в системі обслуговування:

- резервування (індивідуальне, групове, службове) за типом кімнат, скасування резервування;
- інформація про внесення депозитів за бронь;
- аналіз поточного та очікуваного завантаження;
- перегляд історії клієнтів.

Інформаційні потоки в системі розрахунків:

- рознесення безготівкових платежів по рахунках гостей і клієнтів;
- аналіз розрахунків з компаніями і турагентствами;
- виставлення рахунків до оплати;
- одержання звітів про фінансову діяльність готелю.

Інформаційні потоки в системі управління готелем:

- управління службами сервісу готелю;
- контроль стану номерного фонду;
- інформація про санітарний стан номерів;
- управління службою покоївок;
- організація бюро знахідок;
- одержання звітів про роботу сервісних служб;
- ведення довідника номерів та індивідуальних особливостей кімнат, аналіз поточного стану номерів;
- управління статусом номера (чистий, брудний, несправний, не продається);

– інші оцінки (зміна рушників, білизни, халата, необхідний вид прибирання або ремонту тощо).

Автоматизована інформаційна система концентрує в собі всі результати роботи системи моніторингу і попередження подій і подає на засобах відображення узагальнені, а також деталізовані по багатьох рівнях і аспектах дані та інформацію для ефективного управління готелем.



Питання для самоконтролю

1. У чому полягає важливість застосування інформаційних технологій в діяльності сучасних готелів?
2. Охарактеризуйте систему автоматизації управління готелем.
3. Визначте інформаційні потоки в системі управління.
4. Які функції у готелі виконує інформаційний центр?

Тести:

1. Сучасні ІТ і автоматизовані системи управління готелями:

- a) «B52 ® Готель», «Fidelio», Едельвейс, «ШТРИХ–М: Готель», Hotel 2000;
- b) Парус-Підприємство, «Fidelio», Едельвейс, R-Keeper, Hotel 2000;
- c) Парус-Підприємство, «Fidelio», Едельвейс, R-Keeper, 1С–Парус.

2. «Парус-Готельне господарство» друкує такі документи:

- a) візитні картки, рахунок на оплату послуг, реєстраційна картка клієнта;
- b) звіт за довільний період про оплату за проживання, касовий звіт, реєстраційна картка клієнта, відомість руху номерів у готелі;
- c) звіт за довільний період про оплату за проживання, касовий звіт, реєстраційна картка клієнта, відомість руху номерів у готелі, візитні картки;

3. «Парус-Готельне господарство» друкує такі звіти:

- a) візитні картки, рахунок на оплату послуг, реєстраційна картка клієнта;
- b) журнал обліку проживаючих, звіт за довільний період про оплату за проживання, касовий звіт, відомість руху номерів у готелі;
- c) звіт за довільний період про оплату за проживання, касовий звіт, реєстраційна картка клієнта, відомість руху номерів у готелі, візитні картки.

4. Можливості при автоматизації бізнес-процесів готелів:

- a) автоматизація рецепції, управління номерним фондом, автоматизація бронювання, поселення і виїзду клієнтів, розрахунки з клієнтами;
- b) управління номерним фондом, автоматизація бронювання, розрахунки з клієнтами, формування вартості надаваних послуг;
- c) автоматизація бронювання, автоматизація реєстрації поселення і виїзду.

ТЕМА 4.4. УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ В ГОТЕЛІ

План

- 4.4.1 Сутність і значення безпеки готелю.
- 4.4.2 Характеристика можливих загроз, що можуть виникнути в готелі.
- 4.4.3 Тактико-організаційні заходи забезпечення умов безпеки в готелі.
- 4.4.4 Комплекс технічних засобів безпеки в готелі.

Ключові слова: безпека готелю, інтегрований комплекс технічних засобів, зловмисник, комплекс заходів з протипожежного захисту; охоронна сигналізація і відеоспостереження, контроль доступу на об'єкт, комерційна таємниця

4.4.1 Сутність і значення безпеки готелю

Головне завдання безпеки готелю – реалізація умов, за яких клієнти готелю і його співробітники могли б почувати себе впевнено, спокійно і комфортно.

Поняття безпеки охоплює не лише захист від кримінальних посягань, але й ще створення запобіжних заходів щодо захисту від пожежі, вибуху й інших надзвичайних подій.

Ефективне вирішення цієї проблеми вимагає системного підходу, заснованого на аналізі функціонування об'єкта, виявленні найбільш вразливих зон і особливо небезпечних загроз, складанні всіх можливих сценаріїв кримінальних дій та вироблення адекватних заходів протидії.

Комплексний підхід передбачає оптимальне поєднання організаційних, технічних і фізичних заходів попередження та своєчасного реагування на будь-яку небезпечну ситуацію.

Ключового значення набуває правильний вибір технічних засобів і систем безпеки, їх правильне проектування, монтаж і обслуговування.

Основними причинами, які виводять застосування технічних засобів на чільні позиції є:

- несхильність (на відміну від людей) до втоми, неувважності, хвороб, миттєвих почуттів, впливу кліматичних умов;
- непідкупність, неможливість обману, шантажу і залякування;
- миттєвість реакції, точність виконання закладених функцій.

Принципові відмінності готелів, як об'єктів впровадження комплексних систем безпеки, від промислових або військових (режимних) об'єктів полягають в такому:

- готель зацікавлений в створенні іміджу відкритого будинку з забезпеченням режиму найбільшого сприяння максимальному числу гостей. Тому будь-які пристрої безпеки повинні забезпечити у гостя почуття особистої безпеки і комфорту, а не лякати його;

- готелі розташовані в межах міста, в середовищі активного руху транспорту та пішоходів;

- система проходу в готель і номери повинна бути простою і не створювати для гостя великих труднощів.

Зазначені особливості вимагають побудови інтегрованого комплексу технічних засобів безпеки, сутність якого полягає в тому, що всі системи готелю взаємопов'язані, а процеси управління автоматизовані, що полегшує і прискорює в екстремальній ситуації процес прийняття рішень оператором служби безпеки, надаючи йому повну інформацію від усіх систем та автоматизуючи деякі дії. За рахунок передачі інформації іншим службам готелю полегшується робота покоївок, техніків, адміністраторів; підвищується рівень готельного обслуговування, споживачі відчувають себе більш комфортно і спокійно.

4.4.2 Характеристика можливих загроз, що можуть виникнути в готелі

На підставі статистичних даних і досвіду експлуатації готелів розглянемо найбільш небезпечні загрози:

- *пожежа* (причиною якої може бути недбалість гостей, несправність електрообладнання, недотримання або порушення правил протипожежної безпеки обслуговуючим персоналом, навмисний підпал);

- *вибух* викликаний пронесенням та встановленням вибухівки в кримінальних цілях, або вибух газу при його витоку (особливо ймовірно в місцях приготування їжі в ресторанах, барах при використанні газового обладнання);

- *несанкціонований прохід сторонніх осіб в номери* за відсутності гостей з метою крадіжки цінностей, документів, установлення вибухових пристроїв або підслуховувальної апаратури;

- *несанкціонований прохід в номери обслуговуючого персоналу* з кримінальними цілями чи обумовлений кримінальними мотивами або шантажем злочинців;

- *напад на гостя в номері, ліфті або в іншому місці готелю;*
- *напад на касу в робочий час або спроба її відкриття у неробочий час;*
- *напад на адміністрацію готелю з метою шантажу, вимоги відкрити касу або нейтралізувати систему безпеки;*

- *терористичний акт із взяттям заручників* клієнтів готелю або спроба підризу чи підпалу;

- *збройний напад на номери*, орендовані у готелях комерційними фірмами під офіси.

За ступенем підготовки і оснащення зловмисники можуть бути розділені на такі групи:

- випадковий, необізнаний, як правило, не озброєний і без спеціального оснащення чоловік, що намагається проникнути в готель без певного плану дій. До цієї групи належать підлітки, алкоголіки, дрібні хулігани або психічно невірноважені люди;

- поодинокий грабіжник чи терорист, обізнаний про режим роботи готелю, про місця зберігання значних цінностей або розміщення заможних гостей;

- озброєна група, яка проникає в готель з метою грабежу, теракту або взяття заручників;

- співробітник готелю, який вступив у змову з кримінальною групою з метою наживи або під впливом шантажу.

Таблиця 39 – Перелік можливих місць підвищеного інтересу кримінальних груп

Місця підвищеного інтересу	Можлива акція
Каса	Збройне пограбування
Приміщення тимчасового зберігання цінностей	Збройне пограбування, крадіжка
Зал прийому / оформлення гостей та місце зберігання ключів	Захоплення заручників, розкрадання ключів
Адміністративні приміщення	Захоплення заручників, збройний напад, вбивство
Приміщення служби безпеки	Нейтралізація охорони та системи сигналізації
Готельні номери і особливо апартаменти люкс	Пограбування, крадіжка, напад на гостей
Приміщення для конфіденційних переговорів	Установлення підслуховувальної апаратури
Ресторан	Збройне пограбування, захоплення заручників

Даний перелік може бути доповнений або змінений залежно від типу готелю і місцевих умов.

4.4.3 Тактико-організаційні заходи забезпечення умов безпеки в готелі

Традиційний метод посилення безпеки шляхом збільшення чисельності співробітників не дає бажаного результату як через економічні міркування, так і через малу ефективність такого підходу. Єдине правильне рішення питання безпеки - використання системного, комплексного підходу, що поєднує в собі методи організаційного, технічного і фізичного характеру в їх правильному поєднанні і розумному визначенні частки кожної складової.

До організаційних заходів належать:

- розробка детальних інструкцій щодо дій в усіх можливих позаштатних ситуаціях і доведення їх до кожного співробітника;
- складання коротких, ілюстрованих, високоінформативних й інтуїтивно зрозумілих інструкцій з користування апаратурою безпеки для гостей, до яких повинні бути внесені короткі правила поведінки в екстремальній ситуації;
- регулярне проведення занять з підвищення кваліфікації персоналу служби безпеки, фізичної та бойової підготовки;
- проведення навчання всього персоналу готелю правилам користування апаратурою комплексу безпеки;
- організація періодичної (не менше одного разу на рік) перевірки знань в області безпеки для персоналу, проведення додаткових навчань по мірі зміни кадрів і модернізації комплексу;
- організація професійної інженерної служби (в рамках штату служби безпеки), до обов'язків якої має увійти проведення технічного обслуговування комплексу автоматизації будівлі, проведення навчання і консультування співробітників інших служб готелю.

4.4.4 Комплекс технічних засобів безпеки в готелі

Пріоритетними напрямками забезпечення безпеки сучасного готелю є:

- комплекс заходів з протипожежного захисту;
- охоронна сигналізація та відеоспостереження;
- контроль доступу на об'єкт.

Сформулюємо загальні положення та вимоги до системи безпеки:

- зайва таємничість, жорсткий режим, постійна демонстрація збройної охорони і підозрілості може насторожити частину клієнтів і позбавити готель іміджу «відкритого будинку»;
- система повинна бути збалансованою, тобто, засоби захисту повинні розподілятися рівномірно, відповідно до значимості зон, які захищаються;
- всі застосовувані заходи й засоби не повинні створювати додаткової небезпеки здоров'ю, життю гостей та співробітників готелю.

Розглянемо основні підсистеми комплексу технічних засобів безпеки і засоби їх інтеграції в єдину систему.

Система пожежної безпеки

Призначення: ефективно і своєчасне виявлення загоряння з точним визначенням місця, оповіщення співробітників служби безпеки, міської служби пожежної охорони, ініціювання (подача сигналу на включення чи відключення) інших систем, документування інформації.

Побудова: для виявлення факту загоряння використовуються різні типи пожежних датчиків (оповіщувачів):

- димові (оптичні, іонізаційні, радіоізотопні, лінійні та ін.). Використовуються в найбільш важливих, пожежонебезпечних зонах, а при можливості в усіх приміщеннях;
- теплові (магнітні, із застосуванням легкоплавких матеріалів, термометричні тощо). Використовуються в менш відповідальних зонах і як допоміжні;
- ручні сигналізатори пожежі. Розташовуються, як правило, поблизу запасних пожежних виходів, у місцях паління тощо;
- комбіновані теплодимові датчики.

Інформація від датчиків збирається центральною станцією пожежної сигналізації, що виконує функції контролю стану і працездатності датчиків, шлейфів виконавчих пристроїв, оповіщення, передачі інформації, ініціювання та документування інформації.

Система візуально звукового оповіщення

Призначення: екстрене оповіщення гостей і співробітників готелю про виникнення пожежі або іншої екстремальної ситуації, вказання шляхів якнайшвидшої безпечної евакуації, видача іншої екстреної інформації.

Побудова: для оповіщення використовуються спеціалізовані гучномовці, світлові табло з фіксованими написами («Пожежа», «Вихід»), піктограми або світлодіодні табло. Сигнал на вмикання засобів оповіщення подається або автоматично центральною станцією пожежної сигналізації, або оператором системи безпеки. Аналогічно, передана через гучномовці аудіо інформація може або вимовлятися через мікрофон оператором або бути попередньо записана на магнітофон і передаватися автоматично.

Система пожежогасіння

Призначення: автоматичне гасіння вогнища загоряння, запобігання поширенню пожежі.

Побудова: можливі такі варіанти:

- 1) за принципом пожежогасіння:

- спрінклерне пожежогасіння (найдешевший варіант за умови глобальної реконструкції будівлі);
- аерозольне або порошкове пожежогасіння;
- газове пожежогасіння (висока ефективність, не наносить шкоди інтер'єру);

2) за принципом організації системи:

- автономні модулі пожежогасіння з вбудованими пожежними датчиками;
- команда на вмикання модуля пожежогасіння подається центральною пожежною станцією або інтегрованою системою безпеки.

Управління системою вентиляції і димовидалення

Призначення: Запобігання поширенню диму і вогню від вогнища спалаху по ліфтових і вентиляційних шахтах і трубах, видалення диму з приміщень.

Побудова: вмикаються підсистеми:

- димовидалення: центральна станція пожежної сигналізації формує сигнали, що запускають відповідні електродвигуни вентиляційної системи.
- запобігання поширення диму: Центральна станція пожежної сигналізації формує сигнал, що керують приводами заслонок вентиляційної системи, запускає електродвигуни турбін, що створюють підвищений тиск у ліфтових шахтах.

Система розблокування виходів

Призначення: при виявленні системою пожежної сигналізації вогнища загоряння суворо необхідним є автоматичне розблокування всіх дверей, у тому числі готельних номерів, пожежних та інших виходів для забезпечення безперешкодної евакуації з будівлі. Також необхідним, з погляду пожежної безпеки, є вимога автоматичного спуску ліфтів донизу й повне їх блокування при виникненні пожежі.

Побудова: центральна станція пожежної сигналізації формує сигнали, що передаються головному контролеру (локальним контролерам) системи управління доступом, який забезпечує розблокування дверей.

Система охоронної сигналізації та відеоспостереження

Призначення: ефективне і своєчасне виявлення факту несанкціонованого проникнення в приміщення, що охороняються (майданчики, зони), з точним визначенням місця, оповіщення співробітників служби безпеки, міліції (позавідомчої охорони), документування інформації.

Захисту за допомогою засобів охоронної сигналізації підлягають:

- зовнішній периметр готельного комплексу;
- паркування автотранспорту;

- зовнішній контур готелі;
- відповідальні службові приміщення, такі як каса, камера тимчасового зберігання цінностей, комори, кабінети адміністрації готелю, різного роду апаратні і пультаві;
- готельні номери;
- інші майданчики, зони, приміщення.

Для виявлення факту несанкціонованого проникнення використовуються різні типи сигналізаційних датчиків:

- датчики (ємнісні, радіопроменеві, провздохвильові, активні інфрачервоні, вібраційні та ін.), що встановлюються на зовнішніх огороженнях та використовуються для охорони периметра (зовнішнього кордону) готельного комплексу та парковок автотранспорту;

- датчики (мікрохвильові, інфрачервоні пасивні, комбіновані), що охороняють відкриті майданчики та застосовуються для охорони парковок автомобілів;

- датчики (магнітоконтатні, вібраційні, інфрачервоні активні і пасивні), що сигналізують про відкриванні або руйнуванні дверей, вікон та застосовуються для охорони дверей будівлі, в тому числі ліфтів, надають інформацію для системи управління доступом;

- датчики (акустичні, вібраційні), що реагують на розбиття скла;

- датчики (інфрачервоні пасивні, мікрохвильові, ультразвукові, комбіновані, барометричні), що блокують внутрішні об'єми приміщень;

- датчики (ємнісні, вібраційні та ін), що охороняють окремі предмети: сейфи, вітрини з цінностями, шафи зі зброєю.

Інформація від охоронних датчиків збирається центральною станцією охоронної сигналізації (системою збирання та обробки інформації), що виконує функції контролю стану і працездатності датчиків, шлейфів, виконавчих пристроїв, передачі інформації, документування.

Система тривожної сигналізації

Призначення: терміновий виклик (оповіщення про виникнення тривожної ситуації) служби безпеки.

Побудова: для подачі сигналу можуть бути використані різного роду пристрої:

- механічні тривожні кнопки можуть бути ручними, ножними, прихованими;

- радіокнопки (радіобрелки) можуть бути одно і багатокнопковими (для подачі різного роду сигналів), суміщеними з пластиковою карткою системи доступу, що дозволяє ідентифікувати особу, яка подала сигнал, її точне місце розташування.

Сигнал тривоги або виклику може бути поданий з інших пристроїв. Наприклад, кодонабірна панель системи управління доступом з набором «коду тихої тривоги», коли клієнта або співробітника змушують відключити систему під загрозою зброї. За цих умов він може набрати особливий код і тоді система дійсно відключиться, але при цьому на пост служби безпеки надійде тривожне повідомлення про те, що відключення сталося під примусом.

Система телевізійного спостереження

Призначення: забезпечення візуального контролю за обстановкою на об'єкті, аналіз позаштатних ситуацій, верифікація (перевірка істинності) надходження сигналів тривоги, допомога в прийнятті оперативних рішень, протоколювання візуальної інформації.

Побудова: відеоінформація збирається телевізійними камерами (чорно-білими або кольоровими). Рекомендуються (стосовно оснащення готелю) такі принципи установки камер:

- відкрите (без маскування): по периметру будівлі, на парковках автотранспорту, в зоні центрального входу, залі реєстрації, у великих холах, приміщеннях особливої важливості, в службових приміщеннях;
- приховане (маскування в годинники, світильники, предмети інтер'єру, замуровування в стіну) в зонах розташування готельних номерів, у приміщеннях особливої важливості (дублюються відкрито встановлені камери).

Взагалі, при виборі типу встановлення потрібно враховувати таку обставину: відкрито встановлена камера, з одного боку, «відлякує» потенційного злочинця, з іншого боку, створює певний моральний дискомфорт для клієнтів.

Відеоінформація від камер надходить до центрального пульта, де за допомогою різного роду відеокмутацийних пристроїв здійснюється обробка відеосигналів (накладення дати, часу, імені або номера камери, поєднання зображень), виведення відеоінформації на монітори, запис на відеореєструвальні пристрої, розподіл інформації між постами, взаємодія з іншими системами комплексу безпеки.

Система управління доступом

Призначення: забезпечення безперешкодного санкціонованого доступу в приміщення і блокування несанкціонованого доступу.

Організація режиму доступу:

- за тимчасовим розкладом;
- за ієрархією;
- залежно від оплачених клієнтом послуг тощо;

- облік робочого часу співробітників;
- документування інформації.

Побудова: найбільш поширеним у сучасній готельній практиці є використання автономних замків з пластиковою карткою системи VingCard.

Залежно від вимог готелю, можна побудувати систему контролю доступу різного рівня складності та функціональності, яка поєднує всі зони готелю: гостьові номери, зони загального доступу, службові приміщення та адміністративну частину.

Електронна карткова бездротова он-лайн система - це:

- зручний доступ гостей до номерного фонду та дверей загального доступу за єдиною карткою;
- розмежування доступу персоналу до службових приміщень, номерного фонду, розподільчих шаф тощо;
- оперативна зміна схеми доступу у реальному часі з робочого місця адміністратора системи;
- отримання даних про події у реальному часі;
- дистанційне відмикання дверей (Додаток Т – рис.1).

Електронна карткова віртуальна он-лайн система являє собою:

- зручний доступ гостей до номерного фонду та дверей загального доступу за єдиною карткою;
- розмежування доступу персоналу до службових приміщень, номерного фонду, інших точок проходу;
- оперативна зміна схеми доступу шляхом перенесення інформації ПК–модифікатор-картка-замок;
- зчитування пам'яті подій замків на картку користувача та перенесення інформації до ПК через он-лайн модифікатор карток (Додаток Т – рис.2).

Електронна карткова оф-лайн система являє собою (Додаток Т – рис.3):

- зручний доступ гостей до номерного фонду та дверей загального доступу за єдиною карткою;
- розмежування доступу персоналу до службових приміщень, номерного фонду, розподільчих шаф тощо;
- зміна схеми доступу шляхом перепрограмування замків;
- зчитування пам'яті подій замків з використанням мобільних пристроїв перенесення інформації.

Механічна система «Майстер-ключ» (Додаток Т – рис.4) представляє собою:

- усунення необхідності використання громіздких зв'язок ключів;
- розмежування доступу персоналу до службових приміщень, номерного фонду, розподільчих шаф тощо;

– доступ гостей до дверей загального доступу з використанням ключа від номера.

Система захисту інформації

Захисту підлягає нижченаведена інформація:

1. Інформація про клієнтів категорії VIP:

- про факт прибуття і вибуття, час проживання, розпорядок дня, відвідувачів і телефонних абонентів клієнта;
- про зміст переговорів, що ведуться клієнтом (у номері або в спеціально виділених кімнатах);
- інформація, що обробляється оргтехнікою (персональний комп'ютер, друкарська машинка, електронна записна книжка тощо).

2. Інформація, що обговорюється або оброблена із застосуванням технічних засобів під час нарад у спеціально виділених приміщеннях.

3. Комерційна таємниця.

Комерційну таємницю про діяльність готелю можуть складати відомості про окремі фінансові показники, про систему ділових зв'язків, відомості про клієнтів, дані з кадрів, відомості щодо організації охорони і протипожежної безпеки.

Технічні заходи мають на меті усунути витік захищуваних відомостей технічними каналами:

- засобами прослуховування акустичними і віброакустичними каналами;
- засобами побічних електромагнітних випромінювань і наведень технічних засобів зв'язку, електроживлення, радіотелевізійної приймальної апаратури, електропобутових приладів, оргтехніки тощо;
- оптичними каналами;
- засобами несанкціонованого знімання інформації.

Технічні заходи захисту охоплюють:

- звукоізоляцію захисних конструкцій стін, підлог стель;
- оснащення вікон приміщень, які захищаються, захисними жалюзіями, шторами, плівкою;
- використання сертифікованих засобів технічного захисту від побічних радіовипромінювань;
- періодичну перевірку приміщень на предмет встановлення в них закладок.

Реалізовані заходи захисту від витоку інформації відображаються в атестаті приміщення, який, за необхідності, видається клієнтам категорії VIP, а також представникам організацій, відповідальних за проведення конфіденційних заходів у спеціально виділених приміщеннях.

Технічне укріплення будівлі готелю

Призначення: створення фізичних бар'єрів, що перешкоджають несанкціонованому проникненню в будівлі готельного комплексу шляхом руйнування (злому) інженерних конструкцій будівлі.

Побудова: дана задача може бути вирішена тільки при будівництві нового будинку або при генеральній реконструкції, що допускає її перепланування. В інших випадках можуть бути рекомендовані такі заходи підвищення технічної міцності будівлі:

- встановлення металевих ґрат а вікнах першого і цокольного поверхів, обклеювання скла зазначених вікон, а також вікон готельних номерів (усіх або тільки категорії люкс) захисною плівкою;
- встановлення металевих дверей на входах в найбільш відповідальні приміщення і блоки приміщень;
- оснащення найбільш важливих дверей високоякісними замковими пристроями,
- встановлення турнікетів, прохідних кабін, шлюзів.

Створення комплексної інтегрованої системи безпеки дозволяє не тільки значно підвищити рівень безпеки будівлі та її мешканців, а й суттєво полегшити роботу обслуговуючого персоналу та підняти імідж готелю.



Питання для самоконтролю

1. Сформулюйте сутність і значення безпеки готелю.
2. Дайте характеристику можливих загроз, що можуть виникнути в готелі.
3. Запропонуйте тактико-організаційні заходи забезпечення умов безпеки в готелі категорії 3*.
4. Охарактеризуйте комплекс технічних засобів безпеки в готелі категорії 4*.
5. Охарактеризуйте систему охоронної сигналізації та відеоспостереження в готелі.
6. Охарактеризуйте систему управління доступом в готелі.
7. Охарактеризуйте систему пожежної безпеки в готелі.
8. Визначити завдання та функції системи інформаційної безпеки в готелі.

Тести

1. *Пріоритетними напрямками забезпечення безпеки сучасного готелю є:*
- а) комплекс заходів з протипожежного захисту;
 - б) охоронна сигналізація та відеоспостереження;
 - в) контроль доступу на об'єкт;
 - г) всі відповіді правильні.

2. *Вжиті заходи і засоби не повинні створювати додаткової небезпеки здоров'ю і життю гостей і співробітників готелю:*

- а) зайва таємність, жорсткий режим, постійна демонстрація збройної охорони і підозрливості;
- б) засоби захисту повинні розподілятися по можливості рівномірно у відповідності зі значимістю зон, що захищаються;
- в) всі відповіді правильні.

3. *Для виявлення факту загоряння використовуються різні типи пожежних датчиків (оповіщувачів):*

- а) димові (оптичні, іонізаційні, радіоізотопні, лінійні та ін.) ;
- б) теплові (магнітні, із застосуванням легкоплавких матеріалів, термометричні тощо);
- в) ручні сигналізатори пожежі;
- г) всі відповіді правильні.

4. *За принципом пожежогасіння розрізняють:*

- а) спрінклерне пожежогасіння;
- б) аерозольне або порошкове пожежогасіння;
- в) газове пожежогасіння;
- г) всі відповіді правильні.

5. *Захисту за допомогою засобів охоронної сигналізації підлягають:*

- а) зовнішній периметр готельного комплексу;
- б) паркування автотранспорту;
- в) службові та житлові приміщення;
- г) всі відповіді правильні.

6. *Захисту підлягає наступна інформація:*

- а) інформація про клієнтів категорії VIP;
- б) інформація, що обговорюється або оброблена із застосуванням технічних засобів під час нарад у спеціально виділених приміщеннях;
- в) комерційна таємниця;
- г) всі відповіді правильні.

РОЗДІЛ 5

УПРАВЛІННЯ ОПЕРАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ГОТЕЛЯ

ТЕМА 5.1. ЕКСПЛУАТАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЮ

План

- 5.1.1 Сутність та показники експлуатаційної діяльності готелю.
- 5.1.2 Методика планування експлуатаційної програм.
- 5.1.3 Планування доходів від експлуатаційної діяльності.
- 5.1.4 Планування доходів від додаткових послуг.
- 5.1.5 План підвищення якості експлуатаційної діяльності готелю.

Ключові слова: експлуатаційна діяльність підприємств готельного господарства, експлуатаційна програма, основні послуги готелю, додаткові послуги готелю, пропускна спроможність, коефіцієнт завантаженості готелю, показники експлуатаційної програми готелю

5.1.1 Сутність та показники експлуатаційної діяльності готелю

Для готелю основною діяльністю є надання місця тимчасового проживання, що відповідає критеріям основної мети створення підприємства та забезпечення основної частки його доходу. Інші послуги, що реалізуються готелем, розглядаються як додаткові і є об'єктом іншої операційної діяльності.

Отже, результатом діяльності підприємств готельного бізнесу є створення відповідних умов для тимчасового проживання та надання туристам платних і безкоштовних додаткових послуг. Іншими словами цей процес можна назвати експлуатаційною діяльністю готелів.

Управління експлуатаційною діяльністю, поточне та перспективне планування, постійний контроль за виконанням завдань мають першорядне значення, бо розробка плану господарської й комерційної діяльності починається саме з планування експлуатаційної діяльності.

Реальне оцінювання можливостей використання номерного фонду готелю здійснюється за такими показниками:

- одноразова місткість;
- максимальна пропускна спроможність;
- коефіцієнт завантаження номерного фонду;
- фактична пропускна спроможність.

Одноразова місткість характеризує кількість інвентарних місць готелю та визначається шляхом множення кількості номерів кожної категорії на число постійних місць у кожному з них.

$$O_m = K_{ном} \times \chi_{им},$$

де O_m – одноразова місткість, од.;

$K_{ном}$ – кількість номерів кожної категорії, од.;

$\chi_{им}$ – число постійних (інвентарних) місць у кожному номері, од.

Максимальна пропускна спроможність у готелі визначається шляхом добутку показника «одночасної місткості» на число календарних днів планового року

$$ПС_m = O_m \times D,$$

де $ПС_m$ – можлива (максимальна) пропускна спроможність готелю, людино-днів;

O_m – одноразова місткість, од.;

D – число календарних днів роботи готелю, днів.

Максимальна пропускна спроможність означає ту кількість місць, яку готель може максимально реалізувати за певний період, враховуючи відсутність можливих простоїв з будь-яких причин.

Однак практика свідчить, що 100% завантаження готелю, виходячи із загальної кількості місце-днів, неможливе, тому що виникають простої, пов'язані з капітальним ремонтом і реконструкцією готелю, поточним ремонтом та іншими об'єктивними причинами.

«Пропускна спроможність готелю» характеризує число місць, можливе для експлуатації впродовж періоду, що планується, з урахуванням технічно допустимих простоїв місць, а також інших об'єктивних причин. Вона визначається як різниця між загальною кількістю місце-днів у готелі та кількістю місце-днів перебування в капітальному, поточному ремонті та на реконструкції.

$$ПС = ПС_m - K_{кр},$$

де $ПС$ – пропускна спроможність, людино-днів;

$ПС_m$ – можлива пропускна спроможність готелю, од.;

$K_{кр}$ – кількість місце-днів перебування номерного фонду на капітальному ремонті та реконструкції, днів;

Co – простої з причин санітарної обробки номерів.

«Планова пропускна спроможність» - характеризує число місць, можливе для експлуатації впродовж періоду, що планується, з урахуванням

планових простоїв з об'єктивних причин (плановий ремонт, санітарна обробка номерів)

$$ПС_{пл} = ПС - К_{пр} - К_{со} - К_{ін},$$

де $ПС_{пл}$ – планова пропускна спроможність, місце-днів;

$ПС$ – пропускна спроможність, місце-днів;

$К_{пр}$ – кількість місце-днів перебування номерів у простої на плановому ремонті;

$К_{со}$ – кількість місце-днів перебування номерів у простої з причин санітарної обробки номерів та підготовки їх до заселення, місце-днів;

$К_{ін}$ – кількість місце-днів перебування номерів у простої через плановий ремонт з інших об'єктивних причин, місце-днів.

Кількість місце-діб простою номерного фонду з причин санітарної обробки – характеризує кількість місце-діб простою номерного фонду з причин санітарної обробки та підготовки номера до заселення

$$C_o = ((D : \bar{t}) \times (t_o : 24)) \times M,$$

де C_o – кількість місце-діб перебування номерів у простої з причин санітарної обробки номерів та підготовки їх до заселення, місце-діб;

D – кількість днів роботи готелю за рік, днів;

$\bar{t}$ – середній час перебування гостя у готелі, днів;

t_o – час простою номерного фонду з причин санітарної обробки та підготовки номера до заселення, год.;

M – кількість місць в готелі, місць.

Кількість місце-діб простою номерів з причин ремонту ($К_{пр}$) визначається шляхом добутку місткості номерів, що підлягають ремонту на число днів, необхідних для проведення цього ремонту

$$К_{пр} = M_p : Ц \times t_p,$$

де M_p – кількість місць в готелі, що підлягають ремонту місць,

$Ц$ – циклічність проведення поточного ремонту номерного фонду готелю, років,

t_p – середня тривалість ремонту 1 номеру, днів.

Простої номерів у поточному ремонті визначаються на підставі графіків проведення ремонту та нормативного числа днів простою в ньому кожної категорії номерів та їх місткості.

У разі відсутності нормативів простою номерів з причин поточного ремонту в якості вихідної бази використовуються дані аналізу фактичного простою номерів у поточному ремонті за попередні періоди.

На практиці, до об'єктивних причин прийнято також відносити простой у святкові дні, в останні дні грудня та перші дні січня. Однак, вивчення зарубіжного досвіду в цьому плані свідчить про існуючі резерви підвищення рівня завантаження готелів.

Коефіцієнт використання максимальної пропускної спроможності готелів (коефіцієнт завантаження) – це відношення пропускної спроможності готелю до його максимальної пропускної спроможності:

$$K_B = \frac{ПС}{ПС_{\text{м}}},$$

де $ПС$ – пропускна спроможність готелю;

$ПС_{\text{м}}$ – максимальна пропускна спроможність готелю.

Коефіцієнт завантаження не може перевищувати 1.

Коефіцієнт подвійного завантаження необхідний для планування завантаження

$$K_2 = \frac{(\text{Число}_{\text{ _гостей}} - \text{Число}_{\text{ _проданных _номеров}}) * 100\%}{\text{Число}_{\text{ _проданных _номеров}}}$$

До оперативних показників експлуатаційної діяльності відносять наступні показники:

1. Середня кількість гостей на місце – характеризує середню кількість гостей, що в середньому обслужені за рік на одному місці

$$\bar{Г} = \frac{Г_з}{Мпр},$$

де $\bar{Г}$ – середня кількість гостей на місце, осіб;

$Г_з$ – загальна кількість гостей, осіб;

$Мпр$ – кількість проданих місць, місць.

2. Обіговість місця:

в разях – характеризує кількість разів експлуатації одного місця за період з урахуванням середнього терміну перебування гостя в готелі

$$O_{\text{м}} = \frac{\bar{М}}{\bar{t}},$$

$O_{\text{м}}$ – кількість оборотів одного місця, разів;

$\bar{М}$ – середня кількість місць в експлуатації, місць;

$\bar{t}$ – середній час перебування гостя у готелі, днів;

в днях – характеризує, скільки разів на рік використовувалось місце за певний період з урахуванням середньої тривалості проживання, що склалася

$$K_{ом} = \frac{K_{\phi}}{M},$$

де $K_{ом}$ – оборотність місця в готелі, днів;
 K_{ϕ} – фактично надана кількість місце-днів;

.в кількості осіб – характеризує чисельність гостей, які в середньому обслужені на одному місці готелю за певний період

$$K_{ом} = \frac{K_{\varepsilon}}{M},$$

де $K_{ом}$ – оборотність місця в готелі, осіб;
 K_{ε} – кількість гостей, обслужених в готелі за певний період, осіб

3.Середня вартість однієї місце-добы розміщення як частка від ділення відпускної вартості послуг розміщення (виручки) в готелі на кількість місце-днів експлуатації номерного фонду.

Для вирішення проблеми сезонності цін, а також зміни структури послуг використовують механізм усереднення ціни, тобто, як ціну послуги готелю в маржинальному аналізі використовують показник середньорічної ціни. Для її розрахунку пропонуємо використовувати формулу зваженої середньої:

$$\overline{Ц} = \frac{\sum_{i=1}^n \overline{u}_i \times k_i}{\sum_{i=1}^n k_i}, \quad \overline{u}_i = \frac{\sum_j u_{ij} \times t_j}{365}$$

де $\overline{Ц}$ – середньорічна ціна номеру у готелі;
 n – кількість класів номерів;
 i – порядковий номер класу готельного номеру,
 k_i – кількість номерів класу i ;
 $\overline{u}_i$ – середньоденна вартість номеру i -го класу;
 Q – кількість сезонів;
 j – порядковий номер сезону, $j=(1, Q)$
 u_{ij} – ціна номера класу i в j -й сезон, $i=(1, N); j=(1, Q)$;
 t_j – тривалість j -го сезону в днях.

5.1.2 Методика - планування експлуатаційної програми

Розробка експлуатаційно-фінансового плану готелю починається з розробки експлуатаційної програми, що є важливою складовою плану готелю.

Експлуатаційна програма – це кількість місць, що надаються для проживання в плановому періоді з врахуванням кон'юнктури ринку та сезонності завантаження готелю (інакше, це обсяг основних послуг у натуральному вираженні). За одиницю виміру основних послуг готелю прийнято число місце-днів. Від запланованого обсягу послуг залежить їх собівартість, розмір прибутку, сума валових доходів, потреба в матеріальних ресурсах, обігових коштах та інші показники плану. Першим і досить відповідальним етапом планування експлуатаційної програми є аналіз її виконання впродовж останніх років і попередніх місяців планового року. В процесі аналізу визначається можлива та фактична пропускні спроможності, коефіцієнт завантаження готелю та інші показники.

Аналіз показників операційної діяльності проводиться за результатами статистичної звітності готелю (форма «1-готель») в динаміці та може бути поданий, наприклад, у вигляді таблиці 40.

Таблиця 40 – Динаміка оперативних показників виробничо-експлуатаційної програми готелю

Показники	Од. вим.	2013 рік	2014 рік	2014–2013 рр.		
				Абсолютне відхилення	Темп росту, %	Темп приросту, %
Обслужено приїжджих	осіб	17504	40549	23045	232	132
у тому числі іноземців	осіб	12649	31072	18423	246	146
Загальний час перебування приїжджих (ПС)	Люд-діб	41743	98060	56317	235	135
у тому числі іноземців	Люд-діб	34308	82390	48082	240	140
Календарний термін експлуатації	днів	365	365	0	100	0
Місткість	місць	534	570	36	107	7
Максимальна пропускна спроможність	Місце- діб	194910	208050	13140	107	7
Середня кількість гостей на місце	осіб	33	71	38	217	117
Кількість номерів	одиниць	384	407	23	106	6
Середня кількість гостей на номер	осіб	46	100	54	219	119
Середній час перебування гостя	Діб	2,3	2,4	0	101	1
Оборотність місяця:						
в разях	разів	232	237	12	105	5
в днях/добах	Діб	78	172	94	220	120
в кількості осіб	осіб	33	71	38	217	117
Рівень завантаження номерного фонду	%	21,4	47	26	220	120

Мета аналізу – пошук резервів збільшення номерного фонду та його завантаження, розробка заходів щодо скорочення простоїв, а також

визначення реальної бази для економічно обґрунтованого планування експлуатаційної програми.

У процесі розробки плану експлуатаційної програми необхідно враховувати передбачене збільшення номерного фонду чи зміну структури його категорійності.

Важливим етапом планування експлуатаційної програми є розподіл річного плану за кварталами та місяцями, тому що попит на готельні послуги має яскраво виражену сезонність і коливається в залежності від пори року. Весняно-літні місяці характеризуються наймасовішим заїздом споживачів, і коефіцієнт завантаження готелів за цей період, відповідно найвищий. Тому в II та III кварталах планується найвищий коефіцієнт використання місць. У I та IV кварталах цей коефіцієнт планується нижче середньорічного, тому всі ремонтні та інші роботи, пов'язані з припиненням функціонування номерів, переносяться саме на цей період.

5.1.3 Планування доходів від експлуатаційної діяльності

Після розробки експлуатаційної програми підходять до планування доходів від експлуатаційної діяльності готелів. У цьому плані потрібно передбачити забезпечення найбільш повного використання номерного фонду. Це сприяє припливу валютних надходжень, що можуть направлятися на розширення та вдосконалення матеріально-технічної бази готелів.

За даними ВТО, середньостатистична прибутковість різних видів готельних послуг середньої комфортабельності має таку структуру (% до доходу від усіх видів готельних послуг):

- дохід від послуг розміщення - 55;
- дохід від підприємств харчування - 25;
- дохід від продажу напоїв у буфетах, барах, нічних клубах - 10;
- дохід від реалізації додаткових послуг - 3;
- дохід від здачі приміщень в оренду - 2.

Решта (5%) - це дохід від надання послуг зв'язку та інших послуг, не включених до складу туристичного пакета.

Основна частка валового доходу на підприємствах готельного господарства формується за рахунок експлуатації номерного фонду. Ці доходи містять: *плату за проживання в номерах; плату за час, що перевищує повну добу проживання в готелі, а також доходи від бронювання номерів.*

Плануванню доходів від експлуатаційної діяльності передуює аналіз стану, динаміки та використання номерного фонду за поточний рік (див.табл.40).

На суму доходів від експлуатаційної діяльності впливають такі фактори:

- ✓ місткість і категорія готелю;
- ✓ структура номерного фонду;
- ✓ контингент і тривалість проживання споживачів;
- ✓ коефіцієнт завантаження номерного фонду.

Доходи готелю від експлуатації номерного фонду визначаються за наступною формулою:

$$D_n = M \times K_z \times C$$

де M – місце-дні в експлуатації на плановий період;

K_z – коефіцієнт завантаження;

C – середня ціна проживання в номері.

Однак такий метод визначення суми доходу не дозволяє врахувати диференціацію цін на номери різної категорії, а також сезонність попиту на готельні послуги. Точнішим та економічно обґрунтованим є план доходів від експлуатації номерного фонду, визначений з урахуванням усіх вищевказаних факторів.

Таким чином, сума доходів за надання місць у готелі визначається шляхом добутку експлуатаційної програми (планового числа місце-днів) кожної категорії номерів на відповідну ціну за проживання (за добу). Крім того, до доходів включається сума надбавки до основної ціни за весняно-літній сезон (табл.41).

Таблиця 41 – Планування доходів від експлуатації готельних місць в готелі

Категорія номеру	Кількість номерів	Всього місць у номерах	Кількість днів експлуатації номерів	Кількість місце-днів згідно з планом	Ціна за місце за добу, грн	Доходи за рік за основною ціною місць, тис. грн	Сезонні надбавки, тис грн	Разом доходи за рік, тис. грн
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Одномісний, вища	5	5	360	1800=5 x360	190,0	342,0= 1800x 190	42,8= 342* (25% x 0,5)*	384,8= 342+ 384,8

Продовження табл. 41

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Одномісний стандарт, I категорії	20	20	360	7200	160,0	1152,0	144,0	1296,0
Двомісний стандарт, I категорії	20	40	352	14080	120,0	1689,6	215,4	1905,0
Одномісний стандарт, II категорії	20	20	355	7100	90,0	639,0	81,5	720,5
Двомісний стандарт, II категорії	30	60	350	21000	65,0	1365,0	174,0	1539,0
Разом	95	145		51180	–	5187,6	657,7	5845,3

Сезонні надбавки визначаються, виходячи з установленної в даному готелі надбавки у розмірі 25 відсотків від основної ціни з 1 травня до 31 жовтня та коефіцієнта сезонності.

Для визначення суми надбавки до доходів за рік необхідно врахувати, що надбавки будуть застосовуватись протягом 180 днів (травень-жовтень), відповідно, коефіцієнт сезонності становитиме за номерами:

одномісний, вища – 0,50 (180 днів надбавки / 360 днів експлуатації номеру (табл.41. 3 колонка));

одномісний, I – 0,50 (180 / 360);

двомісний, I – 0,51 (180 / 352);

одномісний, II – 0,51 (180 / 355);

двомісний, II – 0,51 (180 / 350).

Знаючи коефіцієнт сезонності, можна визначити розмір надбавки до річного доходу за кожною категорією номерів. Так, наприклад, за одномісними номерами вищої категорії (див. табл. 41) надбавки становитимуть 42,8 тис. грн (342 x 25% x 0,5) / 100.

Доходи від бронювання місць плануються, виходячи з тенденції розвитку цього виду платних послуг за попередні роки та перспектив розміщення споживачів у році, що планується. Але ж практика показує, що кількість готелів, які беруть плату за бронювання місць, значно скоротилася. Конкурентна боротьба на ринку готельних послуг примушує відмовлятися від платних послуг за бронювання місць, тому плата за бронювання спрямовується на оплату розміщення споживачів.

5.1.4 Планування доходів від додаткових послуг

Значним резервом збільшення доходів готелів є збільшення обсягу та розширення асортименту додаткових послуг. Сервіс потрібно налагоджувати не за принципом попиту, а за принципом пропозиції. На жаль, асортимент додаткових послуг, що надаються вітчизняними готелями є ще досить

скромним. У зв'язку з цим, для визначення розмірів доходів від додаткових послуг на період, що планується, слід виходити не тільки з досягнутого в базисному періоді рівня, але й враховувати можливості впровадження нових видів послуг і вдосконалення діючих форм обслуговування.

Розмаїття вказаних видів послуг не дає можливості вносити ї до плану в натуральних показниках. Тому план доходів від додаткових послуг входить до загального плану реалізації готельних послуг у ціновому виразі.

Визначення доходів від додаткових послуг здійснюється на кожний вид, виходячи з кількості запланованих послуг і встановлених цін на них.

Платні послуги туристи можуть отримати від побутових підприємств (перукарня, хімчистка, пральня, ремонт взуття та ін.), що знаходяться у безпосередньому підпорядкуванні готелю.

У процесі розробки плану на додаткові послуги потрібно виходити з аналізу даних цих показників у натуральному виразі за ряд попередніх років. Особливу увагу слід звернути на вивчення контингенту споживачів за соціальним, статевим-віковим складом, платоспроможністю, а також рівнем цін на додаткові послуги та тенденції їх зміни на період, що планується.

В умовах ринкової економіки важливим фактором визначення обсягу попиту на додаткові послуги є ціни. Одним із способів визначення та виміру взаємозв'язку попиту та ціни є визначення коефіцієнта еластичності (табл. 42).

Таблиця 42– Реакція покупців на зміну цін

Величина	Характер попиту	Поведінка покупців	
		якщо ціна знижується	якщо ціна підвищується
$L_Z = \infty$	цілком еластичний	підвищується обсяг послуг до необмеженого розміру	знижується обсяг послуг до необмеженого розміру
$1 < L_Z < \infty$	еластичний	значно підвищують обсяг послуг (попит зростає вищими темпами, ніж знижується ціна)	значно знижується обсяг послуг (попит знижується вищими темпами, ніж зростає ціна)
$L_Z = 1$	одинична еластичність	попит зростає тими ж темпами, що й падає ціна	попит падає з тим самим темпом, що й зростає ціна
$0 < L_Z < 1$	Нееластичний	темп зростання попиту менший темпу зниження ціни	темп зниження попиту менший темпу зростання ціни
$L_Z = 0$	цілком нееластичний	абсолютно не змінюється обсяг послуг	абсолютно не змінюється обсяг послуг

Функція попиту $Q=D_Z$ встановлює залежність обсягу попиту Q від ціни Z . Головне питання, що виникає під час аналізу цієї залежності, – це наскільки різко змінюється обсяг попиту за тієї чи іншої зміни ціни. Для

цього доцільно визначити коефіцієнт еластичності попиту від ціни за формулою:

$$L_Z = \frac{\Delta Q}{\Delta Z} \times \frac{Z}{Q},$$

де L_Z – коефіцієнт еластичності попиту від ціни;
 ΔQ – зміна обсягу попиту на одного туриста;
 ΔZ – зміна ціни; Z – ціни минулого року;
 Q – обсяг попиту на одного туриста у минулому році.

Для визначення величини реакції попиту на зміну ціни зручніше використовувати абсолютну величину еластичності. Коефіцієнт показує наскільки зміниться попит у результаті підвищення (зниження) цін на 1 відсоток. Якщо $L_Z = 1$, це означає, що попит змінюється прямо пропорційно підвищенню ціни (одинична еластичність). Якщо $L_Z > 1$, це означає, що попит зростає вищими темпами, ніж ціни (еластичний попит).

Приклад. Обсяг послуг на одного туриста в перукарні за минулий період становив 56 грн, за середньої ціни послуги 12 грн 50 коп, а в поточному році відповідно 62 грн, при середній ціні послуги 5 грн 80 коп.

Коефіцієнт еластичності дорівнює:

$$L_Z = \frac{62 - 56}{15,8 - 12,5} \times \frac{12,5}{56} = 0,396.$$

Коефіцієнт еластичності, що дорівнює 0,396 означає, що з зростанням цін на 1% попит на перукарські послуги знижується лише на 0,396%, тобто попит є нееластичним. Крім того, цей коефіцієнт свідчить про те, що реакція споживачів на підвищення цін є незначною, тому що ці послуги належать до категорії послуг першої необхідності.

Знаючи коефіцієнт еластичності, можна приймати комерційне рішення щодо варіювання цінами у плановому році та визначити обсяг попиту на послуги перукарні. Так, якщо передбачається підвищення цін на 3%, темп зниження попиту становитиме 1,188% ($0,396 \times 3$), а обсяг попиту на 1 туриста відповідно дорівнюватиме 61 грн 26 коп [$62 \text{ грн} \times (100 - 1,188) / 100$]. За умови розміщення 30 тис. споживачів готельних послуг за рік сума доходів від перукарні становитиме 1837,8 тис. грн ($61 \text{ грн} 26 \text{ коп} \times 30000$ споживачів).

Аналогічно можна визначити доходи й для інших видів послуг і підсобних підрозділів (хімчистки, пральні, тренажерних залів, масажних кабінетів, басейнів та ін.).

Іншим способом визначення доходу від додаткових послуг може бути метод аналогій чи маркетингові дослідження щодо рівня попиту на ті чи інші послуги. Розглянемо приклади.

Приклад 1. Визначення доходів від послуг СПА-салону при готелі.

Маркетингові дослідження ринку СПА-послуг показали, що в середньому завантаженість салону при готелях по Україні становить 26% від максимальної його потужності. Визначимо планові показники діяльності СПА-салону при готелі «Шипіт».

Планування доходу та прибутку від послуг СПА-готелю «Шипіт»

Послуга	Пропускна спромож., осіб	Планова к-ть послуг, шт	Планове завантаження, %	Ціна послуги	Виручка за місяць	Питома вага витрат, %	Сума витрат, грн	Прибуток з послуги за місяць, грн	Прибуток з послуги за рік, грн
Перукар 2 крісла	12	5 <i>(с.2 x с.4) / 100%</i>	40	120	576 <i>(с.3 x с.5)</i>	15	86,4 <i>(с.6 x с.7) / 100 %</i>	489,6 <i>(с.6 – с.8)</i>	5875,2 <i>(с.7 x 12 міс.)</i>
Манікюр / педикюр	18	5	30	200	1080	15	162	918	11016
Косметолог	20	10	50	240	2400	30	720	1680	20160
Масаж	10	3	30	200	600	5	30	570	6840
Пілінг	12	2	20	320	768	5	38,4	729,6	8755,2
Солярій	12	2	20	80	192	20	38,4	153,6	1843,2
Комплекс для корекції	6	2	30	240	432	0,5	2,16	429,84	5158,1
УЗД пілінг	12	1	10	240	288	5	14,4	273,6	3283,2
Обгортання	6	1	20	240	288	5	14,4	273,6	3283,2
Мезотерапія	12	1	10	400	480	25	120	360	4320
Разом	120		26		7104	125,5	1226	5877,8	70534

Приклад 2. Визначення доходів від послуг конференц-залу на 100 місць при готелі

Аналіз діяльності готелів-конкурентів показав, що середня кількість годин оренди за місяць становить, в середньому 40 год. Визначимо планові показники діяльності конференц-залу

Розрахунок доходу від оренди конференц-зали

Показник	Сума за 1 год	Сума за місяць	Сума за рік
Вартість оренди (дохід)	400	16000 <i>(40 год x 400 грн)</i>	192000
в т.ч. ПДВ (20%)	82,876	3315,04 <i>(82,876 x 40 год)</i>	39780
Разом витрат	14,38	575,2 <i>(14,38 x 40 год)</i>	6902,4
Валовий прибуток	305,62	15105 <i>(16000-3315,04-575,2)</i>	181258
Податок на прибуток (18%)	55,01	2718,9 <i>(15105*18%/100%)</i>	32626
Чистий прибуток	250,60	12386 <i>(15105-2718,9)</i>	148631

У процесі планування доходів необхідно також враховувати реальний резерв збільшення доходів і від оренди приміщень готелю, оскільки чимало додаткових послуг надають проживаючим організації та служби інших відомств, які розташовані в готелі. За користування приміщеннями готель отримує з цих служб орендну плату згідно фактичним затратам на утримання приміщень. Дана послуга також формує доходи готелю.

Крім того, з'являються такі додаткові джерела доходів, як кошти від випуску цінних паперів, дивіденди за акціями, що їх придбало підприємство та ін.

Після визначення доходів від усіх видів діяльності готелю складається план валового доходу. Сума валового доходу – це обсяг реалізації комплексу готельних послуг, структура яких така:

$$D = D_n + D_{бр} + D_{дп} + D_{пп} + D_o + D_{ід},$$

де D_n – доходи готелю від експлуатації номерного фонду;

$D_{бр}$ – доходи від попереднього бронювання номерів;

$D_{дп}$ – доходи від надання додаткових послуг;

$D_{пп}$ – доходи від експлуатації підсобних підрозділів;

D_o – доходи за оренду приміщень;

$D_{ід}$ – інші доходи.

В процесі обґрунтування обсягів надання послуг розміщення на плановий період доцільно додатково розраховувати показники порогу безпечності господарської діяльності та запас фінансової стійкості підприємства:

Поріг безпечності господарської діяльності характеризує допустимі межі зниження обсягу реалізації послуг проживання

$$ПБ = O_{пл} - O_{тб},$$

де $ПБ$ – поріг безпечності господарської діяльності;

$O_{пл}$ – плановий обсяг реалізації основних послуг готелю від операційної діяльності, місце-діб;

$O_{тб}$ – обсяг реалізації основних послуг готелю в точці беззбитковості, місце-діб.

Запас фінансової стійкості підприємства характеризує допустимі межі зниження обсягу реалізації послуг проживання

$$ЗФС = \frac{O_{пл} - O_{тб}}{O_{тб}},$$

де $ЗФС$ – запас фінансової стійкості підприємства.

5.1.5 План підвищення якості експлуатаційної діяльності готелю

Важливим завданням організаційної та планової роботи готелю є неухильне зростання ефективності його експлуатаційної діяльності, спрямованої на високоякісне обслуговування споживачів готельних послуг, зростання їх обсягу та зниження трудових і матеріально-фінансових затрат у процесі надання послуг. На вирішення цього завдання спрямовано зміст плану підвищення якості експлуатаційної діяльності готелю. У процесі планування розробляється план оргтехзаходів, спрямованих на підвищення рівня та якості обслуговування проживаючих у готелі, тобто розробляються та здійснюються такі заходи, що сприяють збільшенню обсягу послуг, підвищенню продуктивності праці, зниженню експлуатаційних витрат за рахунок економії матеріальних ресурсів, раціонального використання основних та обігових фондів, підвищення якості обслуговування. Таким чином, план підвищення ефективності експлуатації готелю складається з двох взаємопов'язаних частин:

1. План оргтехзаходів;
2. План наукової організації праці.

План оргтехзаходів – це комплекс заходів, спрямованих на підвищення рівня та якості обслуговування споживачів, тобто на вдосконалення технологічного процесу виробництва готельних послуг. Він містить перелік технічних, організаційних, фінансових заходів, що збільшують обсяг і підвищують якість послуг, продуктивність праці, знижують експлуатаційні витрати.

План оргтехзаходів спрямовано на пошук і використання внутрішніх резервів готелю. У ньому знаходять своє відображення раціоналізаторські пропозиції щодо впровадження нової техніки, введення нових форм обслуговування, удосконалення системи управління, зниження витрат матеріальних ресурсів, запровадження передового вітчизняного й іноземного досвіду.

План оргтехзаходів має бути узгодженим з усіма техніко-економічними показниками експлуатаційно-фінансового плану. В ньому відображається точний зміст запланованого заходу, вказуються конкретні виконавці, термін виконання, а також розмір витрат і джерела фінансування. План оргтехзаходів складається за типовою формою (табл.43).

Таблиця 43 – План заходів щодо підвищення ефективності експлуатації готелю

Зміст	Мета здійснення	Терміни впровадження		Виконавець	Витрати	Джерела фінансування	Орієнтовна економія та інший виробничий ефект
		початок	кінець				

У плані заходів виділяють такі розділи:

- 1) освоєння нових видів і форм обслуговування;
- 2) впровадження нової обчислювальної техніки та автоматизації технологічних процесів;
- 3) удосконалення технологічних процесів, запровадження механізації, що полегшує ручну працю та покращує умови праці;
- 4) підвищення рівня використання основних фондів і прискорення оборотності коштів;
- 5) економія матеріальних і фінансових ресурсів і підвищення рентабельності готелю.

Реалізація вказаних заходів потребує їх фінансування. Джерела можуть бути різними. Якщо заходи ведуть до зміни вартості основних фондів, то вони фінансуються за рахунок капітальних вкладень (частина амортизаційних відрахувань, фонд виробничого та соціального розвитку). Заходи, що не впливають на зміну вартості основних фондів, здійснюються за рахунок експлуатаційних витрат і їх відносять на собівартість послуг.

Для внесення заходів до плану визначають їх економічну ефективність, тобто той позитивний результат, що покращує всю експлуатаційну діяльність готелю та виражається в натуральних одиницях і у вигляді грошової економії.

Економічна ефективність експлуатаційної діяльності готелю являє собою підсумковий позитивний результат від впровадження в роботу досягнень науково-технічного прогресу (НТП).

Річний економічний ефект від застосування механізації, автоматизації, що забезпечують економію матеріальних ресурсів у процесі надання послуг, визначається за формулою:

$$E = (S_1 - S_2) \times A_2,$$

де S_1 ; S_2 – відповідно наведені витрати на одиницю послуги, що виробляється за допомогою базової та нової техніки (до і після впровадження заходів), грн;

A_2 – річний обсяг виробництва послуг після впровадження заходів.

Наведені витрати – це сума собівартості та нормативного прибутку від питомих капіталовкладень у виробничі фонди, що визначаються за формулою:

$$S = C + E_H \times K ,$$

де C – собівартість одиниці послуги, грн;

E_H – нормативний коефіцієнт ефективності капіталовкладень, що дорівнює 0,15;

K – питомі капіталовкладення у виробничі (експлуатаційні) фонди, грн

План наукової організації праці – це складова плану підвищення ефективності експлуатації готелю. Цей план містить такі питання:

- 1) ущільнення робочого дня;
- 2) удосконалення нормативів чисельності обслуговуючого персоналу;
- 3) удосконалення організації праці на кожній ділянці;
- 4) підвищення кваліфікації працівників (вивчення передового досвіду роботи кращих вітчизняних і зарубіжних готелів, вивчення іноземних мов);
- 5) удосконалення системи управління, форм стимулювання праці, що забезпечують зростання ефективності праці.

Отже, розробка плану експлуатаційної діяльності потребує оволодіння різноманітними методами аналізу та планування, вивчення попиту на основні й додаткові послуги, кон'юнктури ринку та постійного пошуку резервів збільшення можливостей надання готельних послуг. План підвищення ефективності експлуатаційної діяльності сприяє виконанню експлуатаційної програми ще й підвищенню економічної ефективності роботи готелю.



Питання для самоконтролю

1. Показники, які характеризують експлуатаційну діяльність готелів.
2. Методика розрахунку експлуатаційної програми готелів.
3. Методика планування доходів від основної діяльності.
4. Методика планування доходів від додаткових послуг.
5. Розробка плану підвищення якості експлуатаційної діяльності готелю.

Тести

1. За яких умов характер попиту на додаткові послуги готелю є еластичним?

- а) Темп зростання попиту відповідає темпу зниження цін.
- б) При зростанні ціни обсяг попиту знижується на необмежену величину.
- в) Темп зростання попиту перевищує темп зростання ціни.

2. За яких умов характер попиту на послуги готелю є одинично-еластичним?

- а) Попит зростає більш високими темпами, ніж знижується ціна.
- б) При зростанні ціни попит знижується на необмежену величину
- в) Темп зростання попиту відповідає темпу зростання ціни.

3. За яких умов характер попиту на послуги готелю є нееластичним?

- а) Попит зростає меншими темпами, ніж знижується ціна.
- б) Темп зниження попиту менший, ніж темп зростання ціни.
- в) При зниженні ціни обсяг попиту зовсім не змінюється.

4. Якщо будь-яка кількість послуг реалізується за однаковою ціною, то попит на цю послугу є:

- а) досконало еластичним;
- б) нееластичним;
- в) одинично-еластичним.

5. Якщо ціна на послугу нееластичного попиту зросла з 0,5 до 0,8 грн, то обсяг доходу готелю:

- а) скоротиться;
- б) зросте;
- в) залишиться незмінним.

Практичні завдання

Задача 1. Визначення показників експлуатаційної діяльності готелю

У тризірковому готелі «Гостинний двір» на одинадцяти поверхах розташовані номери:

а) першої категорії :

- однокімнатні одномісні – 90 номерів;
- однокімнатні двомісні – 50 номерів;

б) вищої категорії (багатокімнатні) на 2 особи:

- всього – 40 номерів,
- з них: малих люксів – 10, великих люксів – 16, люксів – 6,
- люкс апартаментів – 8.

У поточному році 10 номерів малих люксів знаходились на капітальному ремонті. Крім цього частина номерного фонду перебувала, як передбачалося за планом, на поточному профілактичному ремонті: люксів – 2, однокімнатних одномісних – 32, однокімнатних двомісних – 10. Середня тривалість поточного ремонту одного номера складала 6 днів.

Визначити можливу і планову пропускні спроможності, коефіцієнт завантаження готелю, час простою номерного фонду (людино-діб) з різних причин, якщо за звітний період фактично надано 76860 людино-діб при середній тривалості перебування 1 гостя в готелі 6 днів. Час санітарної обробки і підготовки номера до заселення гостей у середньому становитиме 1,8 год. Простої номерного фонду з інших причин не планувались.

Задача 2.

Використовуючи звітні дані про господарську діяльність готелю за 3 роки, що наведені в додатку М, проаналізувати діяльність готельного підприємства. З метою урізноманітнення даних, студент сам коригує цифри звітності, позначені *, відповідно до останньої цифри залікової книжки.

Завдання:

- 1) описати готельне підприємство на основі довідкових даних, розділів: «Характеристика підприємства», «Структурні підрозділи сфери сервісу» (табл. 1, 2);
- 2) проаналізувати номерний фонд (зміна місткості і структури за 3 роки);
- 3) розрахувати основні показники і проаналізувати їх динаміку;
- 4) проілюструвати основні показники роботи та їх динаміку.

Дані розрахунків студенти заносять до табл. 1.

Таблиця 1 - Дані підприємства за 3 роки

Показники	2013 рік	2014 рік	2015 рік	Відхилення 2015 р. від 2013 р.
Загальна площа, м				
Житлова площа усіх номерів, м				
Місткість, місць				
Кількість усіх номерів, номерів				
— одномісних				
— двомісних				
— чотиримісних				
з них:				
— класу «Люкс»				
— класу «напівлюкс»				

Далі необхідно проаналізувати структуру номерного фонду з 2013 по 2015 роки (табл. 2).

Для наочності необхідно відобразити структуру номерного фонду графічно і пояснити з чим пов'язані зміни структури номерного фонду.

Таблиця 2 - Склад і структура номерного фонду підприємства

Категорія номера	Кількість номерів, номерів	Питома вага %
Одномісні		
Двомісні		
Чотиримісні		
З них:		
Люкс		
Напівлюкс		
Всього		

Далі необхідно розрахувати основні показники роботи готельного підприємства та дослідити їх динаміку:

1) одноразова місткість готелю:

$Ом = \text{кількість номерів} \times \text{місткість в номерах};$

2) кількість ліжок-діб в інвентарі = $Ом \times \text{кількість днів експлуатації};$

3) кількість ліжок-діб в ремонті = $\text{кількість номерів в ремонті}^1 \times \text{місткість номерів, що перебувають в ремонті} \times \text{кількість днів ремонту}^2;$

4) кількість ліжок-діб в експлуатації = $\text{кількість ліжок-діб в інвентарі} - \text{кількість ліжок-діб в ремонті}$

5) кількість ліжок-діб наданих (див. додаток М: форма № 1 «Готель»: рядок 33);

6) середнє число днів завантаження на 1 місце зарік = $\text{кількість ліжок-діб наданих} / Ом$

Примітка

⁽¹⁾ Кількість номерів в ремонті студенти приймають рівними: одномісний номер – * номерів, двомісний – *+1 номерів, чотиримісний – *+3 номерів, одномісний номер категорії «люкс» – 1 номер, одномісний номер категорії «напівлюкс» – 1 номер

(* – остання цифра номеру залікової книжки студента).

⁽²⁾ Кількість днів ремонту студенти приймають рівним: одномісний номер * днів, двомісний – *+1 днів, чотиримісний – *+3 днів, одномісний номер категорії «люкс» – *+5 днів, одномісний номер категорії «напівлюкс» – *+3 днів (* – остання цифра номеру залікової книжки студента).

7) коефіцієнт завантаження номерного фонду = $\text{кількість ліжок-діб наданих} / \text{кількість ліжок-діб в експлуатації};$

8) кількість гостей (див. додаток М: форма № 1 «Готель»: рядок 31);

9) середня тривалість мешкання в готелі = $\text{кількість ліжок-діб наданих} / \text{кількість гостей};$

10) кількість іноземних гостей (див. додаток М: форма № 1 «Готель»: рядок 32);

11) тривалість мешкання іноземних гостей в готелі (див. додаток М: форма № 1 «Готель»: рядок 34);

12) дохід від основного виду діяльності (див. додаток М: форма № 1 «Готель»: рядок 41);

13) доходи від додаткових послуг (див. додаток М: форма № 1 «Готель»: рядок 43);

14) інші доходи без податку на додану вартість (ПДВ) (див. додаток М: форма № 1 «Готель»: рядок 44);

15) всього доходів = дохід від основної діяльності + дохід від додаткових послуг + інший дохід без ПДВ;

16) дохід від основної діяльності (на 1 гостя) = дохід від основного виду діяльності / кількість гостей;

17) середній тариф мешкання = дохід від основного виду діяльності / кількість ліжко-діб наданих

18) операційні витрати (див. додаток М: форма № 1 «Готель»: рядок 45);

19) інші витрати (див. додаток М: форма № 1 «Готель»: рядок 52–1);

20) загальні витрати = операційні витрати + інші витрати

21) фінансовий результат діяльності готелю до оподаткування = всього доходів – загальні витрати

22) податок на прибуток (ставка (%) податку x суму фінансового результату до оподаткування) – у 2014 році ставка податку на прибуток становить 18%, у 2015 р. становитиме 17%, а в 2016 р. – 16%;

23) чистий прибуток = фінансовий результат діяльності готелю до оподаткування – податок на прибуток(сума).

Після проведених розрахунків студенти аналізують результати, роблять порівняльний аналіз за три роки шляхом розрахунку абсолютного приросту, темпів росту й приросту.

Далі студенти проводять розподіл приїжджих іноземців по державах світу, з яких вони прибули (табл. 3).

Таблиця 3 - Структура іноземних туристів

Країни, з яких приїжджали туристи	Кількість туристів					
	2013		2014		2015	
	осіб	%	осіб	%	осіб	%

За проведеними розрахунками студенти мають зробити висновки, побудувати графіки з вказанням структури іноземного потоку туристів за період, який досліджувався.

ТЕМА 5.2. ЦІНОУТВОРЕННЯ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

План

5.2.1 Особливості ціноутворення в готелях.

5.2.2 Методи формування цін в готелях.

5.2.3 Структура вартості послуг розміщення.

5.2.4 Практика використання цінових знижок та спеціальних тарифів в Україні та за кордоном.

Ключові слова. *Ціноутворення, ціна, тариф, знижки, повна собівартість, експлуатаційна собівартість, прямі експлуатаційні витрати, загальні експлуатаційні витрати, адміністративні витрати, витрати на збут та інші загальні господарські витрат, спеціальний тариф*

5.2.1 Особливості ціноутворення в готелях

Ціноутворення – це система стандартних правил визначення ціни готельного продукту при його реалізації. Як правило, цінова політика розробляється на тривалий термін і пристосовується до мінливих умов ринку. Ціна повинна бути маневреною та динамічною.

Існує різниця між готельною ціною і тарифним планом. Тарифний план є більш широким поняттям і фактично об'єднує сукупність цін, розроблених для певного сегмента покупців, що мають однакові обмеження (умови ануляції, умови оплати) і наповнення (наприклад, вартість сніданку включена до ціни проживання). Так, наприклад, тариф «вихідного дня» може мати в різних готелях різні ціни, залежно від сегмента ринку і попиту, але завжди має стандартну формулу: проживання з п'ятниці по неділю (не менше 2 ночей), включає вартість сніданку, екскурсійної програми, безкоштовне відвідування оздоровчого центру.

Тариф (ціна) є формою грошового визначення вартості продукції (робіт, послуг), яку реалізують суб'єкти господарювання.

В сфері готельного господарства виникають свої специфічні особливості надання та реалізації послуг. У зв'язку з цим при ціноутворенні слід враховувати такі аспекти, а саме:

1) сезонність надання послуг. Йдеться про попит на більшість видів послуг, які не можна виробити «про запас», а їх виробництво, реалізація, споживання збігаються у часі й мають чітко виражений сезонний та часовий характер;

2) неоднорідність послуг (пропозиція номерів різних категорій і за різними цінами не тільки за категоріями номерів, але й за сезонами), а також надання додаткових послуг (ресторан, сауна, більярд, боулінг й т. ін.);

3) основна маса витрат, що їх за економічним змістом відноситься до змінних, в готельному бізнесі належить до постійних, тому що навіть незаповнений номер потребує витрат на його обслуговування. В результаті, в готельному бізнесі постійні витрати суттєво перевищують змінні, й відповідно зростає операційний леверидж й зменшується зона безпеки підприємства;

4) плинність штату обслуговуючого персоналу (найм влітку, звільнення взимку). Причому частину оплати праці персоналу відносять не на змінні витрати, а на постійні, наприклад, прибиральниці, садівники, шофери;

5) на формування вартості послуг у підприємствах готельного господарства впливають повноваження центральних органів виконавчої влади, обласних, міських державних адміністрацій, виконавчих органів міських рад через регулювання цін і тарифів на такі види продукції й послуг:

а) Мінекономіки України встановлює оптові ціни на природний газ для виробників і постачальників та тарифи на його транспортування територією України;

б) Мінзв'язку України, за погодженням із Мінекономіки України, встановлює тарифи:

- на основні послуги зв'язку в межах України;

- на міжнародні послуги зв'язку;

в) Мінпром України, за погодженням із відповідними обласними державними адміністраціями, регулює тарифи на послуги з подання води;

г) обласні державні адміністрації регулюють (встановлюють):

- тарифи на теплову енергію (послуги теплопостачання для всіх груп споживачів), що відпускається енергопостачальними організаціями й підприємствами незалежно від форм власності;

- тарифи на послуги водопостачання та водовідведення, що надаються всім споживачам підприємствами, що перебувають у комунальній власності, та населенню – підприємствами незалежно від форм власності.

б) високий рівень орієнтації на психологічні особливості гостя. Наприклад, ціна на розміщення може бути пов'язана з його статусом і становищем у суспільстві.

Ціна готельного місця залежить від:

- класу готелю;

- категорії номера;
- якості послуги;
- знижок чи надбавок за певні послуги.

Особливістю готельних послуг є те, що вони, як правило, не потребують посередників при реалізації. Крім того, особливістю надання готельних послуг є відсутність незавершеного виробництва. Ці особливості виробництва та продажу готельних послуг надають певний вплив на формування ціни готельної послуги. Як показує практика, на рівень цін впливають такі фактори:

- собівартість послуги;
- рівень цін на аналогічні послуги у конкурентів;
- співвідношення попиту і пропозиції;
- рівень заробітної плати персоналу.

При формуванні ціни готельної послуги слід брати до уваги і те, що можуть бути різні типи покупців:

- ошадливі покупці, що звертають особливу увагу на ціну, якість і перелік послуг;
- персоніфіковані покупці, для яких велике значення має імідж готелю, якість обслуговування, ставлення персоналу і в меншій мірі – ціна послуг, що надаються;
- апатичні покупці, які основну увагу приділяють комфортному проживанню та якісному обслуговуванню, незалежно від ціни послуги.

При наданні готельних послуг ціни повинні бути однаковими для всіх споживачів (фізичних та юридичних осіб).

Зміна цін можлива тільки у випадку, якщо умови надання послуг відрізняються від умов, передбачених публічним договором. Проте, все це не позбавляє готель можливості застосовувати знижки, встановлені ним самотійно. Але ці знижки при виконанні умов їх надання повинні надаватися всім споживачам.

Згідно з «Правилами надання готельних послуг в Україні» готель зобов'язаний своєчасно надавати споживачеві необхідну і достовірну інформацію про послуги, що забезпечує можливість їх правильного вибору, в якій, зокрема, мають бути зазначені:

- ціни номерів (місця в номері);
- перелік послуг, що входять у ціну номера (місця в номері);
- перелік і ціни додаткових послуг, що надаються за окрему плату;
- відомості про форму та порядок оплати послуг;

– граничний термін проживання в готелі, якщо він встановлений виконавцем;

– перелік категорій осіб, які мають право на отримання пільг, а також перелік пільг, що надаються при наданні послуг відповідно до законів і іншими нормативними правовими актами.

Готелі надають свої послуги відповідно до «Правил надання готельних послуг», у яких закріплено положення, що ціна номера (місця в номері), а також форма його оплати встановлюється виконавцем, тобто керівництвом готелю.

Готель може включати до вартості проживання різний набір послуг. Даний набір визначається вимогами, встановленими стандартами для відповідної категорії готелів. Одні й ті ж послуги для готелів однієї категорії є додатковими, а для іншої – обов'язковими, які вносять у вартість проживання.

Готель самостійно визначає перелік послуг, які входять в ціну номера. Однак, надаючи цю інформацію споживачам, готель може зіткнутися з проблемою, коли, клієнт не захоче купувати більш широкий спектр послуг.

Слід звернути увагу на те, що «Правилами» встановлено перелік послуг, які виконавець зобов'язаний надати споживачеві безкоштовно, незалежно від категорії готелю:

- виклик швидкої допомоги;
- користування медичною аптечкою;
- доставка в номер кореспонденції після її отримання;
- побудка до певного часу;
- надання окропу, голок, ниток, одного комплекту посуду і столових приладів.

«Правилами» встановлено, що виконавець має право встановити або погодинну, або подовову оплату проживання, а плата за проживання в готелі стягується у відповідності з єдиною розрахунковою годиною – з 12-ї години поточної доби за місцевим часом.

Як правило, за певних умов розміщення (одномісне, двомісне, тримісне) в певній категорії номерів адміністрацією готелю встановлюються базові ціни, розраховані за добу проживання (без знижок).

У готелях можуть бути передбачені спеціальні ціни, які передбачають знижки в порівнянні з базовими цінами. Спеціальні ціни фіксуються в окремих прейскурантах. Ці ціни, як правило, застосовуються для таких категорій:

- групи іноземних громадян більше десяти чоловік;

- туристичні фірми;
- постійні споживачі;
- розміщення на неповний день та ін.

Знижка може надаватися покупцю або у формі зменшення звичайної продажної ціни, або у формі передачі певної їх кількості «безкоштовно».

При відхиленні ціни більш ніж на 20 відсотків у бік підвищення або в бік зниження від рівня цін, що застосовуються платником податку за ідентичний (однорідний) товар (роботу, послугу) у межах нетривалого періоду часу, податкові органи мають право перевіряти правильність застосування цін по операціях.

При здійсненні податкового контролю податкові органи повинні враховувати підстави надання знижок. Таким чином, при наданні знижок у розмірі, що перевищує 20% продажної ціни з метою уникнення податкових ризиків, має бути підготовлено обґрунтування надання знижки, яке вказує на те, що:

- знижка є звичайною;
- знижка надана на законних підставах.

З цією метою: відповідно до Закону України «Про підприємства в Україні» (ст. 23 п. 1) та «Правил користування готелями та надання готельних послуг в Україні» (затверджених наказом Державного комітету України по туризму від 10 вересня 1996 р. № 77/44), підприємства готельного господарства зобов'язані розробити внутрішній документ «Положення про надання знижок проживаючим». Зазначене Положення і буде документом, що формує маркетингову (цінову) політику готелю, і саме воно буде використовуватися в суперечках з податковими органами як обґрунтування своєї позиції. Зокрема, в ньому зазначають всі знижки і можливі ситуації (умови), за яких можуть бути надані знижки клієнтам готелю, в тому числі юридичним особам, (наприклад, в періоди зниження завантаження ціна номера знижується, але при цьому ці періоди мають бути чітко визначені; при поселенні більш ніж на 20 днів надається знижка; знижки вихідного дня; групові знижки та ін.).

Необхідно також, щоб внутрішніми документами були визначені поняття стандартного номера, номерів напівлюкс, люкс тощо. А саме, повинні бути визначені такі вимоги, як оформлення номера, періодичність прибирання і зміни постільної білизни, наявність тих або інших меблів, побутової техніки.

Таким чином, просто надання знижок за рішенням адміністрації не є підставою для застосування нижчої ціни реалізації послуги. Це буде порушенням і призведе до несприятливих податкових наслідків. Тільки якщо надання знижки буде роз'яснено «Положенням про надання знижок проживаючим», знижена ціна буде виправдана і не викличе нарікань з боку податкових органів і клієнтів.

Для того, щоб уникнути податкових ризиків, пов'язаних з визнанням знижки у формі надання додаткової кількості продукції «безкоштовно» безоплатною передачею можна запропонувати наступне. По-перше, в рахунку повинно бути вказано, що додатково передана клієнтові кількість товарів являє собою знижку. По-друге, повинна бути вказана сума, на яку надається знижка.

Порядок надання знижок, що перевищують 20%, повинно бути формалізовано у розпорядчому документі (наказі керівника). Даний документ повинен містити не тільки порядок розрахунку знижки, а й підстави надання знижки.

Оскільки всі послуги, що надаються готелем поділяють на основні і додаткові, то в рахунку гостя необхідно відображати кожен надану йому послугу окремим рядком із зазначенням дати надання послуги та її повної вартості для гостя.

5.2.2 Методи формування цін в готелях

На сьогодні в теорії і практиці ціноутворення склалися два принципово різних методологічних підходи до встановлення тарифів на послуги проживання в готелях.

Перший підхід полягає у формуванні спочатку ціни, яка забезпечує окупність всіх витрат і отримання цільового прибутку, та її корегування з урахуванням інформації про рівень цін, що склалися на ринку.

Другий підхід заснований на абсолютно протилежній логіці і припускає визначення на першому етапі ринкової ціни з подальшим корегуванням постійних і змінних витрат підприємства для забезпечення цільового прибутку.

Оскільки політика цін кожного готельного підприємства залежить від безлічі обставин, існують такі методи розрахунку цін на готельні послуги:

1. Метод розрахунку ціни послуги на основі витрат набув широкого розповсюдження у підприємницькій практиці і базується на поділі витрат на змінні і постійні. Після розрахунку суми витрат до неї додається надбавка в залежності від бажаного рівня прибутку або особливостей того чи іншого

виду послуг. Слід зазначити, що собівартість послуг готельного господарства складається з витрат на утримання й експлуатацію основних фондів; обігових коштів, що йдуть на придбання матеріальних ресурсів і витрат на оплату праці. На відміну від промислових підприємств, готельні підприємства пов'язані з експлуатаційною діяльністю й тому структура їх затрат різна. Проте є й такі загальні елементи витрат, як витрати на амортизацію, енергію, опалення, водопостачання та інші.

До складу готельного тарифу (вартості проживання), окрім вартості розміщення у номері певної категорії, входять інші складові, такі як харчування, послуги міні-бару (напої), послуги сауни тощо залежно від особливостей попиту клієнтів та відповідної маркетингової (в тому числі продуктової) політики готельного підприємства. Водночас надаються знижки, якщо деякі складові не входять до готельного тарифу.

2. Метод розрахунку ціни за цільовою нормою прибутку може використовуватись готельними підприємствами з широким асортиментом послуг, більшість з яких є новими на ринку. Цей метод базується на тому, що до сумарних витрат на одиницю послуги додається бажана норма прибутку на вкладений капітал.

Відсоток прибутку додається до ціни основної послуги згідно з ціновою політикою готелю після розрахунку собівартості та визначається з урахуванням податку на прибуток.

Слід відмітити, що цінова політика будь-якого підприємства готельного господарства не буває постійною. Вона змінюється залежно як від характеру самого ринку, так і від ринкової ситуації, що відбиває вплив усіх ціноутворювальних факторів. Попит зумовлює максимальну ціну, яку підприємство може запросити за пропоновану послугу.

Мінімальна ціна визначається експлуатаційною чи повною собівартістю послуги.

Конкурентоспроможна ціна враховує рівень розвитку конкуренції.

Кожне підприємство на ринку повинно прагнути встановити таку ціну на свій товар чи послугу, яка б повністю покрила всі витрати на його виробництво й збут, а також справедливую норму прибутку за докладені при цьому зусилля й подолані ризики.

3. Метод розрахунку ціни, базуючись на рівні поточних цін, полягає у тому, що підприємці встановлюють ціни на свої послуги трохи вищі або нижчі ніж у конкурентів, орієнтуючись при цьому не на власні витрати, а на

ринкову ситуацію, цінову політику підприємств-конкурентів, а також їх реакцію на зміну ціни.

4. *Метод наближеного підрахунку.* Цей метод довгий час застосовувався в США. Він встановлював тариф номера з розрахунку \$1 на кожні \$1000 будівельних витрат на один номер. Наприклад, припустимо, що середні будівельні витрати склали \$80 000 на готельний номер. Використовуючи співвідношення 1 до 1000, одержуємо середню ціну номера, рівну \$80. Однак, беручи за основу будівельні витрати, випускається з уваги ефект інфляції. Так, добре обладнаний готель з витратами на номер \$100000. міг бути побудована сорок років тому з витратами \$20000 за номер. Метод \$1 за \$1000 рекомендує ціну \$20 за номер, тоді як дійсна ціна буде значно вище.

5. *Формування тарифу на основі приведення витрат до площі готелю* (приклад розрахунку наведено в кінці теми).

6. *Формула Хаббарта* (приклад розрахунку наведено в кінці теми), за якою планова вартість послуг розміщення визначається таким чином:

а) розраховуються загальні операційні витрати готелю, що охоплюють: загальну суму прямих і загальних витрат, в т. ч. з експлуатації номерного фонду; адміністративні та інші загальногосподарські витрати; витрати на маркетинг, амортизацію будівлі, обладнання, меблі, білизну; обов'язкові податкові та страхові платежі;

б) визначається прийнятна сума прибутку відповідно до цінової політики готелю. Мінімальна сума прибутку – норма прибутку на вкладений капітал за мінімальною відсотковою ставкою банків;

в) визначається планова вартість послуг розміщення як різниця між загальною вартістю продукції, робіт, основних і додаткових послуг готелю та плановою сумою доходів (виручки) ресторану, кафе і барів, інших доходів;

г) розраховується плановий обсяг реалізації послуг розміщення як добуток максимальної пропускнуєї спроможності готелю на плановий коефіцієнт завантаження номерного фонду;

д) визначається середня вартість однієї доби розміщення шляхом ділення суми планової вартості послуг проживання (в грн) на плановий обсяг реалізації послуг (в натуральних одиницях). Середня вартість однієї доби розміщення є відправною точкою в процесі диференціації готельних тарифів за категоріями номерів готелю.

Управління прибутком (до оподаткування) вважається окремим елементом ціноутворення, пов'язаним з ціновою політикою підприємства.

Прибуток може бути мінімальним, нормальним, необхідним та максимальним.

Мінімальний прибуток забезпечує мінімальний рівень рентабельності на вкладений капітал.

Мінімальна сума прибутку може бути визначена кількісно незалежно від обсягу діяльності підприємства. Для цього використовується сума основних та оборотних коштів підприємства, й мінімальний рівень рентабельності капіталу, що відповідає рівню середньої відсоткової ставки за депозитними вкладками. Розрахунок здійснюється за формулою:

$$\Pi = (\Phi_{ос} + \Phi_{об}) \times P_{вс} / 100$$

де Π – прибуток;

$\Phi_{ос}$ і $\Phi_{об}$ – основні й обігові фонди підприємства;

$P_{вс}$ – рівень середньої відсоткової ставки за депозитними вкладками.

Нормальний прибуток визначається за середньогалузевим рівнем прибутку.

Поняття максимального й необхідного прибутків пов'язано з реалізацією цілей підприємства й обраною ціновою політикою на регіональному ринку продукції й послуг. При цьому підприємство повинно визначити, з одного боку, можливість збільшення обсягу діяльності з урахуванням зміни платоспроможного попиту клієнтів, а з іншого - розрахувати обсяг діяльності, тобто доходу (D), який дає змогу одержати максимально можливий або необхідний прибуток, за формулою:

$$D = (PB + \Pi) / (100\% - PЗВ),$$

де $PВ$ – сума умовно-постійних витрат виробництва й обігу;

Π – сума максимально можливого або необхідного прибутку (з урахуванням податку на прибуток);

$PЗВ$ – рівень змінних витрат, відсоток від обсягу доходів.

Обсяг беззбиткової діяльності готелю можна визначити за формулою:

$$D = PB / 100 \% - PЗВ,$$

де $PВ$ – сума умовно-постійних витрат виробництва й обігу;

$PЗВ$ – рівень змінних витрат, відсоток від обсягу доходів.

Враховуючи, що завданням кожного готелю є максимальне задоволення різноманітних потреб клієнтів, не менш важливим є вдосконалення механізму ціноутворення на додаткові послуги в готельних комплексах.

5.2.3 Структура вартості послуг розміщення

Структура вартості розміщення гостей охоплює:

- повну собівартість послуг розміщення;
- прибуток;
- кілька видів податків і зборів;
- комерційні надбавки і знижки.

У вітчизняній практиці середня ціна однієї людино-добы розміщення в номері готелю визначається за формулою:

$$Ц = \Sigma [(S + П + ЗНк) \times 1,2 + ТЗ] \times n / N_{заг}$$

де S – повна собівартість послуг розміщення, грн;

n – кількість номерів данної категорії;

$N_{заг}$ – загальна кількість номерів в готелі;

$П$ – прибуток від реалізації послуг розміщення, грн;

$ЗНк$ – комерційні знижки (надбавки) від оптової ціни підприємства ($S + П$), грн;

$S + П$ – базовий тариф місця;

$1,2$ – коефіцієнт, що враховує податок на додану вартість (20%) до оптової ціни підприємства з урахуванням комерційних надбавок і знижок, грн;

$ТЗ$ – готельний збір, що сплачується за диференційованими ставками й дорівнює 1,5% від оптової ціни підприємства за одну (першу) добу розміщення з урахуванням комерційних надбавок і знижок, грн (додаткові послуги до бази оподаткування не включаються, в т.ч. і послуги бронювання, оскільки являються додатковими);

$Тл/д$ – загальний термін перебування клієнтів, місце-днів.

При визначенні собівартості і розміщення гостей у номерах готелю слід розрізняти експлуатаційну та повну собівартості, але в основу ціни будь-якої послуги готельного господарства покладена її повна собівартість.

Експлуатаційна собівартість одиниці послуг (однієї місце-добы розміщення) визначається як сума прямих і загальних експлуатаційних витрат на одиницю послуг.

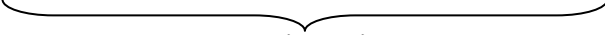
Повна собівартість послуги розміщення у номері відповідної категорії являє собою сукупність трудових, матеріальних і фінансових витрат, виражених у грошовій формі в розрахунку на одиницю послуг. Вона відбиває досягнутий техніко-організаційний рівень експлуатаційної діяльності готелю, пов'язаної з виробництвом і реалізацією послуг.

Визначення повної собівартості одиниці послуг розміщення здійснюють в такій послідовності:

Повна собівартість =
= Експлуатаційна собівартість +
+ Адміністративні витрати, витрати на збут та інші загальні господарські
витрати.

У таблиці 44 наведений перелік статей поточних витрат, що входять до складу експлуатаційної й повної собівартостей послуг розміщення.

Таблиця 44 – Перелік витрат, що відносяться на собівартість послуг розміщення

Найменування витрат		
Прямі експлуатаційні витрати:	Загальні експлуатаційні витрати, в т. ч.:	Адміністративні витрати, витрати на збут та інші загальні господарські витрати:
– заробітна плата обслуговуючого персоналу; – соціальні відрахування (з прямої заробітної плати); – амортизація номерного фонду; – поточний ремонт номерного фонду; – витрати на утримання приміщень номерного фонду, в т. ч.: · опалення приміщень номерного фонду; · витрати на водопостачання та каналізацію; · витрати на електроенергію; · витрати на прання та прасування білизни; · інші матеріальні витрати (в т.ч. на придбання предметів індивідуального користування клієнтів); · витрати на утримання телефонів, радіо, годинників.	– витрати на утримання загальних приміщень готелю та прилеглої території; – амортизаційні відрахування; – витрати на протипожежні заходи; – знос малоцінного інвентарю; – витрати на охорону праці та техніку безпеки; – витрати на підвищення професійної кваліфікації кадрів готелю; – інші загальні експлуатаційні витрати.	– на оплату праці працівників апарату управління з відрахуваннями на соціальні заходи; – витрати на маркетинг, в т. ч. на рекламу; – представницькі витрати по збуту послуг; – витрати на відрядження; – витрати на утримання адміністративних приміщень; – витрати на підготовку управлінських кадрів.
 Експлуатаційна собівартість		
 повна собівартість		

Собівартість одиниці послуг розміщення гостей є основою для розрахунку мінімального (базового) рівня цін на проживання в номері готелю.

Однак планування собівартості послуг проживання в номерах, різних за якістю та категорією, пов'язане з трудомісткими розрахунками витрат за кожною калькуляційною статтею. Тому на практиці більшість підприємств готельного господарства визначає лише планову середню вартість одиниці послуг (однієї людино-добы розміщення гостей) і на її основі встановлює коефіцієнти перерахунку до діючих цін на послуги розміщення в номерах певної категорії та встановлює ціни на період, що планується.

Повну собівартість послуг розраховують на підставі окремих та зведеного кошторису експлуатаційних й інших витрат.

Зведений кошторис експлуатаційних витрат охоплює всі види витрат, пов'язаних з експлуатаційною діяльністю готелю, спрямованою на створення умов для тимчасового проживання гостей та надання їм усіх складових основних і додаткових послуг. До планового кошторису витрат не включають витрати, які не належать до експлуатації готелю. Наприклад, до кошторису витрат не входять: витрати щодо поточного і капітального ремонту нежитлових будівель і споруд, що входять до складу валових витрат готелю; фінансові витрати; витрати від участі в капіталі; надзвичайні витрати. Ці витрати відшкодовуються за рахунок валового прибутку.

У готельному господарстві вироблення та реалізація послуг збігаються в часі, тому за характером своєї діяльності готель не має незавершеного виробництва, а відтак кошторис поточних витрат готелю є одночасно й планом поточних витрат. Кошторис поточних витрат, який містить ряд елементів та статей витрат, складається на підставі окремих кошторисів та розрахунків. Більшість з них визначають, виходячи з розрахунків плану з праці та матеріально-технічного постачання; частина витрат планового кошторису встановлюється на підставі звітних даних.

З плану з праці переносять *витрати на заробітну плату* обслуговуючого та адміністративно-управлінського персоналу. До складу витрат на оплату праці входять:

- виплати заробітної плати, нараховані згідно з тарифними ставками, посадовими окладами, відрядними розцінками;
- усі види компенсаційних доплат і стимулювальних надбавок (за роботу в нічний час, суміщення посад, розширення зон обслуговування);

- за високу професійну майстерність, володіння двома й більше іноземними мовами та ін.;
- премії за поточні виробничі результати;
- вартість форменого одягу, що залишається в особистому постійному користуванні;
- оплата чергових щорічних відпусток, навчальних відпусток;
- оплата за роботу у вихідні та святкові дні, у понаднормативний час;
- оплата робіт за трудовою угодою;
- різниці між окладами, що виплачуються за тимчасове заміщення;
- інші виплати, що їх вносять до фонду оплати праці (за винятком витрат на оплату праці, що фінансуються за рахунок чистого прибутку, який залишається у розпорядженні підприємства).

Відрахування на соціальні заходи містить відрахування за встановленими нормами на державне соціальне страхування, до пенсійного фонду, до державного фонду страхування на випадок безробіття та на страхування від нещасних випадків (разом 37,84%).

Витрати на опалення, водопостачання та електроенергію переносять з відповідних розрахунків плану матеріального постачання.

Витрати на амортизаційні відрахування визначають, виходячи з середньорічної вартості основних засобів та чинних норм амортизації. Середньорічна вартість засобів на період, що планується, складається з вартості основних засобів на початок періоду та середньорічної вартості основних засобів за вирахуванням середньорічної вартості засобів, які вибувають в плановому періоді.

Витрати на прання та прасування білизни розраховують на підставі встановлених підприємством норм накопичення білизни на одне готельне місце на місяць та чинних тарифів на прання та прасування, враховуючи вартість транспортування брудної та доставки чистої білизни. Якщо готель має в своєму розпорядженні пральню, яка працює на умовах господарського розрахунку, витрати на прання та прасування білизни відносяться на собівартість послуг пральні як прямі витрати.

Витрати на телефонізацію, радіофікацію розраховуються на підставі діючої абонентської плати за ці послуги. При наявності в готелі комутатора зв'язку враховуються витрати, пов'язані з його утриманням (заробітна плата обслуговуючого персоналу, нарахування на неї, витрати на ремонт комутатора тощо).

Окремо складається кошторис витрат на заходи з охорони праці та техніки безпеки, куди входять витрати на придбання спецодягу, медикаментів, проведення заходів з техніки безпеки та інші роботи, пов'язані з охороною та поліпшенням умов праці. Розмір сум за цими статтями визначається на підставі відповідних норм або розробленої технічної документації. Наприклад, витрати на спецодяг залежать від встановлених на підприємстві термінів використання одягу для визначених професій робітників. За тими видами витрат, на які не існує встановлених нормативів, розрахунки здійснюються на основі звітних даних за минулі періоди, враховуючи можливі зміни в періоді, що планується.

Витрати на утримання адміністративно-управлінського персоналу та інші адміністративні витрати вносять до окремого кошторису в межах лімітів, встановлених власником готелю.

Поточні витрати, пов'язані з наданням додаткових та супутніх послуг, а також з експлуатацією підсобних підрозділів (пральня, перукарня, ресторан), розраховуються за окремими кошторисами. Зазначені кошториси та розрахунки лягають в основу складання зведеного кошторису поточних витрат готельного комплексу. Виходячи з них, складають калькуляцію повної собівартості послуг розміщення та інших видів готельних послуг.

У вітчизняних готелях при ціноутворенні визначають *середню вартість однієї місце-добы розміщення* як частку між всією сумою витрат на експлуатацію готелю та сумою прибутку з врахуванням податкових платежів на повний обсяг наданих послуг розміщення (місце-дів).

Зазвичай у готельних комплексах (що надають кілька видів послуг) поточні витрати поділяють, залежно від віднесення їх до різних видів послуг, на прямі (виробнича заробітна плата, технологічне паливо, сировина тощо) та загальні експлуатаційні, адміністративні витрати, на збут та інші загальногосподарські витрати.

Якщо готель надає один вид послуг – лише помешкання, - то всі витрати готелю відносять прямо на одиницю цих послуг, не поділяючи їх на прямі та загальні. Якщо ж загальні експлуатаційні, адміністративні витрати, витрати на збут та інші загальні господарські витрати розподіляють між готельними послугами й послугами інших підрозділів, підпорядкованих готелю (підсобні підрозділи), то застосовують метод опосередкованого віднесення вказаних витрат на собівартість послуг цих підрозділів. Наприклад, якщо у підпорядкуванні готелю є сауна, пральня, підприємство громадського харчування, то частину загальних витрат готелю відносять на

собівартість цих послуг пропорційно сумі прямих витрат. Коли за калькуляційними статтями, тобто статтями, які прийняті при розрахунку собівартості послуг, проводять групування прямих поточних витрат, враховують місце їх виникнення та призначення.

Залежно від способу віднесення до собівартості послуг витрати поділяються на прямі та непрямі. *Прямі витрати* характеризуються тим, що можуть бути безпосередньо віднесеними до собівартості одиниці окремих видів готельних послуг. Так, до прямих експлуатаційних витрат, що їх відносять до собівартості послуг розміщення, слід відносити витрати на оплату праці обслуговуючого персоналу, прямі матеріальні витрати, в тому числі на опалення номерів готелю, водопостачання, електроенергію, прання білизни, телефонізацію номерів та інші прямі витрати, які можуть бути безпосередньо віднесені на конкретний об'єкт, зокрема, відрахування на соціальні заходи, плата за оренду землі, амортизаційні відрахування та ін.

Непрямі адміністративні витрати, витрати на збут, загальновиробничі та загальногосподарські витрати спочатку визначаються в цілому по підприємству, а потім розподіляються між підрозділами готельного комплексу та видами послуг пропорційно прямим витратам або іншим показникам відповідно до методики, затвердженої адміністрацією підприємства.

Визначення вартості кожної послуги в готелі потребує калькуляції.

Планова калькуляція середньої вартості однієї людино-добы розміщення гостей передбачає визначення окремих видів витрат, експлуатаційної й повної собівартостей та вартості послуг розміщення (табл.45).

Таблиця 45 – Послідовність визначення окремих видів витрат, експлуатаційної й повної собівартості та вартості послуг розміщення

1	Прямі експлуатаційні витрати
2	Загальні експлуатаційні витрати
3	Експлуатаційна собівартість загального обсягу послуг (ряд.1+ряд.2)
4.	Адміністративні витрати, витрати на збут та інші загальні господарські витрат
5.	Повна собівартість послуг розміщення (ряд.3+ряд.4)
6.	Планова сума прибутку до оподаткування
7.	Вартість послуг розміщення в оптових цінах підприємства як сума повної собівартості та прибутку до оподаткування (ряд.5+ряд.6)
8.	Сума ПДВ (20% від вартості послуг в оптових цінах підприємства) (ряд.7 x 0,2)

9.	Сума туристичного збору за одну (першу) добу розміщення (добуток середньої добової вартості послуг в оптових цінах підприємства (без ПДВ) на ставку готельного збору) (ряд.7 x (1,5%)/100%)
10	Відпускна вартість основних послуг готелю (ряд.7+ряд.8+ряд.9)

Далі визначається *середня вартість однієї місце-добу розміщення* як частка від ділення відпускної вартості послуг розміщення в готелі на планову кількість людино-днів експлуатації номерного фонду.

З урахуванням визначеної норми прибутку, ПДВ і готельного збору здійснюється диференціація середньої вартості послуг розміщення за категоріями номерів готелю за одну добу.

На спеціальні, додаткові й супутні послуги (транспортні, екскурсійні послуги, сніданок у номері, виклик таксі, прання та прасування білизни тощо) рекламна ціна визначається за формулою:

$$Ц = S + П + K_{зн.} + ПДВ,$$

де S – повна собівартість, що охоплює прямі й непрямі витрати на надання послуг;

$П$ – прибуток до оподаткування, запланований відповідно доцінової політики підприємства;

$K_{зн.}$ – сума комерційних знижок для окремих категорій клієнтів;

$ПДВ$ – податок на додану вартість (20%).

В основі визначення рекламних цін ($Ц_p$) на основні й додаткові послуг підрозділів громадського харчування також лежить калькулювання їх реальної собівартості (S), прибутку до оподаткування ($П$), комерційних знижок ($K_{зн.}$), відпускної вартості й податку на додану вартість ($ПДВ$):

$$Ц_n = S + П + K_{зн.} + ПДВ.$$

При калькулюванні собівартості додаткових послуг та послуг підсобних підрозділів повинні враховуватись «прямі витрати», які можуть бути безпосередньо віднесені на собівартість тої чи іншої послуги, й «непрямі витрати», що охоплюють адміністративні витрати, витрати на збут та інші загальногосподарські витрати, які відносять на собівартість різних послуг пропорційно визначеним показникам, найчастіше — за середнім рівнем, що склався на підприємстві. До прямих відносять такі статті витрат: на оплату праці працівників, які надають послугу, транспортні витрати, інші прямі витрати (допоміжні матеріали, витрати на тару тощо).

Для визначення базової ціни, наприклад послуги камери схову, спочатку розраховують розмір витрат на оплату праці персоналу, який

надаватиме послугу туристам щодо зберігання багажу. Далі плануються інші прямі витрати за передбаченими статтями калькуляції, додається частка непрямих витрат (пропорційна прямим витратам), враховується запланований прибуток (до оподаткування) та ПДВ. Таким чином визначається відпускна вартість загального обсягу послуги. Діленням цієї суми на добуток максимальної кількості місць камери схову й середньої кількості календарних днів місяця (або планового обсягу послуг зберігання багажу) визначається відпускна вартість одиниці послуги зберігання ручної поклажі за добу.

Отже середня відпускна вартість (базова ціна) зберігання 1-го додаткового місця в камері схову за добу визначається за формулою:

$$Ц_p = B : (D \times M \times K),$$

де B – відпускна вартість послуг камери схову, за місяць;

D – календарна кількість днів місяця;

M – максимальна кількість місць зберігання багажу в камері схову,

K – коефіцієнт використання місць.

5.2.4 Практика використання цінових знижок та спеціальних тарифів в Україні та за кордоном

Спеціальний тариф – стандартний тариф, зменшений на певну величину (знижку). Використовується для розширення ринку збуту продукції, є основною «зброєю», що використовується в конкурентній боротьбі.

Пропозиція знижок – це звичайний засіб використання будь-якої можливості привабити клієнта та розширити ринок збуту продукції в конкурентному середовищі готельного продукту. Тому пільги та понижені тарифи в готелях – загальноприйнятий метод конкурентної боротьби і засіб швидкого підвищення збуту готельного продукту, передусім у випадку його низького збуту.

Вітчизняні готелі найчастіше вносять до «Положення про надання знижок проживаючим» такі види цінових знижок:

1. Сезонні знижки – за реалізацію послуг у несезонний період, у святкові дні (різдвяні, великодні та інші релігійні свята) – від 25 до 50%;

2. За тимчасове зниження якості послуги проживання за будь-яких об'єктивних причин (ремонт ліфтового господарства, тимчасова відсутність гарячої води, телефонного зв'язку, телевізора або холодильника у номерах, де

вони повинні бути) – сума знижки визначається з урахуванням розмірів мінімальної добової вартості відсутніх послуг;

3. За розташування номерів у безпосередній близькості до душових та інших приміщень загального користування, а також приміщень, у яких проводяться ремонтні роботи, – 5–10%;

4. Спеціальні знижки – для школярів та студентів під час канікул, при розміщенні в одному номері членів однієї родини (якщо не застосовується спеціальний «родинний тариф»);

5. Знижка за платежі готівкою (а не кредитними картками) – до 2%. Функціональні знижки (дилерські) – при реалізації товарів і послуг з допомогою посередників (турагентів, дистриб'юторів, інших посередників). Знижка на відшкодування витрат посередників складає 3 – 25% від собівартості послуг;

6. Знижки постійним клієнтам готелю – 5–10%. Розмір знижок на проживання постійним клієнтам коригується залежно від кількості днів проживання;

7. Дипломатичні знижки – надаються при наявності дипломатичного паспорта та за умови обов'язкового попереднього бронювання (10–20%);

8. Закриті знижки – при наданні окремих видів послуг працівникам підприємства.

9. Спеціальні знижки, сума яких визначається окремим розрахунком:

- форс-мажорні знижки – при ненаданні обов'язкових послуг не з вини відповідальних служб готелю (наприклад, тривала відсутність гарячої чи холодної води; відключення електроенергії; відключення ліфтового господарства; відключення опалення в осінньо-зимовий період тощо);

- знижки на нічне проживання у робочі дні – надаються клієнтам, що розміщуються у готелі з 22⁰⁰ до 8⁰⁰ наступного дня;

- знижки на проживання в неробочі (вихідні та святкові) дні – надаються з 12⁰⁰ п'ятниці до 12⁰⁰ неділі (святкового дня);

10. Знижки за обсяг реалізації послуг. Готель може застосовувати спеціальні розцінки для залучення клієнтів, які спроможні оплатити більшу кількість людино-днів впродовж певного періоду чи протягом року; пропонувати спеціальні, пільгові ціни або надавати безплатні послуги для асоціацій та організаторів зустрічей та конференцій. Крім знижок для групових клієнтів готель може пропонувати спеціальні корпоративні ціни учасникам, які гарантують готелю використання визначеної кількості місць щороку;

11. Знижки залежно від сезону купівлі. Застосування сезонних знижок, тобто зниження ціни для споживачів, які користуються готельними послугами в несеzon, дозволить готелю підтримувати стійкий попит впродовж року. Сезонність суттєво впливає на ціни. Тому на ринку готельних послуг рекомендується формувати різні варіанти сезонних цін:

- ціни на послуги гостинності в головний сезон;
- ціни на послуги гостинності в період міжсезоння;
- ціни на послуги гостинності в несеzonний період.

Різниця між сезонними та несеzonними цінами може бути в 2 і більше разів. Врахування фактора сезонності при формуванні цін на послуги гостинності дозволяє протидіяти обмеженням можливостям реалізації послуг через стимулювання попиту.

В українських готелях набула поширення *диференціація готельних тарифів залежно від громадянства та форми надання послуг*:

- для туристів та громадян України;
- для іноземних туристів та громадян;
- за оренду приміщень під офіси;
- за довгострокове проживання тощо.

При визначенні вартості послуг проживання застосовують *диференційований підхід до встановлення цін на номерний фонд залежно від виду й категорії номеру*. При цьому встановлюють такі види готельних тарифів:

- базовий тариф;
- тариф сімейного туру;
- тариф на вихідні дні;
- тариф сімейного туру на вихідні дні;
- тариф на проживання понад 7 діб;
- тариф на проживання понад 14 діб;
- тарифи на оренду номерного фонду.

Рішення про застосування знижки оформляється наказом по підприємству.

Цінова структура деяких готелів може бути подана декількома десятками видів тарифів. Кожен з тарифів має свої характеристики та умови застосування. У сучасній міжнародній готельній практиці тарифи можна об'єднати в кілька груп:

базовий (rack rate) – офіційно опублікований тариф. Як правило, обсяг продажів за цим тарифом невеликий;

ринковий (best available rate) – ціна формується на основі співвідношення попиту і пропозиції на певний момент часу. Даний тариф може змінюватися до декількох разів на день залежно від коливання попиту;

агентський (consortia rate) – комісійний тариф для агентств, а також для глобальних систем бронювання. Дорівнює часто базовому тарифу. Комісія не перевищує 5–10%;

корпоративний (corporate rate) – спеціальний тариф для корпоративних клієнтів на певний час. Як правило, не комісійний, але зі знижкою від базового до 20%;

туроператорський (tour operator net rate) – тариф призначений для реалізації в турпакеті. Знижка від базового 10–40%.

Для оптовиків (wholesaler rate) – для великих операторів на ринку для внесення в турпакет інших туроператорів. Знижка – до 50%.

Інші види популярних тарифів:

–тариф зі сніданком (bed and breakfast);

–тариф «Пакетний» (packaged rate) – охоплює кілька послуг готелю;

– тариф для тривалого проживання (long-term stay rate);

– тариф «N ночей за ціною N-1» – один з найперспективніших зараз.

Умова – кілька ночей проживання;

– тариф для співробітників турфірм і авіакомпаній (travel agent rate);

– груповий тариф (group rate).

Готельний тариф повинен гарантувати відшкодування затрат на утримання готелю і повертати інвестований капітал. Одночасно вартість номера не має відштовхувати потенційного клієнта.

Саме із застосуванням системи спеціальних тарифів для конкретних категорій клієнтів та залежно від конкретної ситуації сьогодні функціонує абсолютна більшість готельних підприємств у світі.



Питання для самоконтролю

1. Які фактори впливають на процес ціноутворення в готелях.
2. Розкрийте правові аспекти ціноутворення в готелі.
3. Назвіть теоретичні підходи, що використовуються в ціноутворенні.
4. Розкрийте сутність основних методів ціноутворення в готелі.
5. Що лежить в основі формування ціни на послуги розміщення
6. Яка структура собівартості послуг розміщення та додаткових послуг?

7. Розкрийте сутність витрат, які формують собівартість послуг розміщення.
8. Економічний сенс цінових знижок та спеціальних тарифів.
9. Практика використання цінових знижок та спеціальних тарифів в Україні та за кордоном.

Приклади розв'язування типових задач

Завдання 1. Приклад розрахунку середньої місячної вартості і базової ціни послуги зберігання 1-го додаткового місця в камері схову за добу для готелю на 200 місць. Коефіцієнт завантаження складає 0,5. Плановий розмір прибутку складає 30% від повної собівартості наведених. Решта даних наведена в таблиці.

Розрахунок середньої місячної вартості послуг
камери схову на 200 місць

Статті витрат	Сума (в грн)
Прямі витрати:	
на оплату праці	2100,00
відрахування на соціальні заходи	787,50
опалення приміщення	225,00
амортизація основних засобів	206,50
комунальні витрати	155,00
Разом прямих витрат	3474,00
Адміністративні витрати, витрати на збут та інші загальногосподарські витрати ($K = 0,133$ до суми прямих витрат)	462,04
Разом витрат	3936,04
Прибуток до оподаткування (18% на 2014р.)	708,49
Вартість послуг за оптовою ціною підприємства	4644,53
ПДВ 20%	928,91
Відпускна вартість послуг	5573,44

Розв'язок

Базова ціна одного місця зберігання в камері схову в плановому місяці дорівнює:

$$5573,44 / (200 \text{ місць} \times 30 \text{ діб} \times 0,50) = 1,86 \text{ грн за добу; мінімальна ціна: } (3936,04 \times 1,2(\text{ПДВ}) / 200 \text{ місць} \times 30 \text{ діб} \times 0,50) = 1,57 \text{ грн}$$

Завдання 2. За аналогічною методикою (див. завдання 1) здійснити розрахунок тарифу на оренду конференц-залу на 100 місць за одну годину, який визначається за формулою:

$$Ц_m = B / D / T,$$

B – відпускна вартість послуг конференц-залу за місяць;

D – планова кількість днів роботи на місяць (20 днів);

T – планова кількість годин ділової активності конференц-залу на добу (8 годин).

Розрахунок середньої місячної вартості оренди конференц-залу на 100 місць

Статті витрат	Сума (в грн)
Прямі витрати:	
На оплату праці	2340,00
Відрахування на соціальні заходи	940,00
На опалення приміщення	320,00
Амортизація основних засобів	150,00
На комунальні витрати	200,00
Разом прямих витрат	3950,00
Адміністративні витрати, витрати на збут та інші загальногосподарські витрати ($K = 0,133$)	462,04
Разом витрат	???
Прибуток до оподаткування (18%)	???
Вартість послуг за оптовою ціною підприємства	????
ПДВ 20%	???
Відпускна вартість послуг	????

Завдання 3. Формування тарифу на основі приведення витрат до площі готелю

В готелі на 203 номери (326 місць) номерний фонд готелю складає:

80 номерів – однокімнатних одномісних (1 кімн. 1 місн);

63 номери – однокімнатних двомісних (1 к. 2м);

60 номерів – двокімнатних двомісних (2 к. 2м.).

Згідно з технічним паспортом готелю загальна площа номерів складає 3778,4 м², а площа холів, коридорів, вестибюлів має 509,5 м². Вся експлуатаційна площа готелю дорівнює 4 287, м². Площа номерів при цьому складає:

1 к. 1м. номери – 11,5 м² ;

1 к. 2м. номери – 16,8 м² ;

2 к. 2м. номери – 30,0 м².

Витрати на утримання, обслуговування готелю в місяць складають 35220 грн. Дані про витрати наведені з урахуванням віднесення витрат до кількості місць, експлуатаційної площі і до кількості номерів.

1. Витрати, що залежать від кількості місць, за звітний місяць склали 36700 грн, у тому числі:

– водопостачання – 11500 грн;

- каналізація – 8000 грн;
- вивезення сміття – 3000 грн;
- прання білизни – 13200 грн;
- витрати на миючі засоби – 1000 грн

2. Витрати, що залежать від площі готельного номера в місяць склали 197600 грн, у тому числі:

- заробітна плата працівників, зайнятих прибиранням номера, – 101 500 грн;
- амортизація – 41 000 грн;
- витрати на миючі й чистячі засоби для прибирання номера – 4500 грн;
- витрати на електроенергію – 18000 грн;
- витрати на опалювання номерної фундації – 21000 грн;
- витрати на поточний ремонт – 10000 грн;
- витрати на дезобробку приміщень – 1600 грн

3. Витрати, що залежать від кількості номерів, за місяць склали 117900 грн, у тому числі:

- заробітна плата працівників обслуговуючого господарства – 36200 грн;
- заробітна плата адміністративно-управлінського персоналу – 63500 грн;
- витрати на зв'язок, поштово-телеграфні витрати – 2100 грн;
- інші витрати – 12500 грн

Необхідно розрахувати тариф на мешкання в однокімнатному, однокімнатному, двомісному, двокімнатному, двомісному номерах з урахуванням коефіцієнта завантаження 70 %, рентабельності 18% по відношенню до собівартості і ПДВ 20%.

Розв'язок

I. Визначимо коефіцієнт площі допоміжних приміщень (холів, коридорів, вестибюлів), що доводиться до площі номерів (j):

$$J = 509,5 \text{ м} / 3778,4 \text{ м} = 0,14.$$

Таким чином, на кожний тип номера припадає додаткова площа в розмірі :

$$\begin{aligned} 1\text{к.1м.} - 11,5 \times 0,14 &= 1,61 \text{ м}^2 ; \\ 1\text{к.2м.} - 16,8 \times 0,14 &= 2,35 \text{ м}^2 ; \\ 2\text{к.2м.} - 30,0 \times 0,14 &= 4,20 \text{ м}^2 . \end{aligned}$$

Можна сказати, що умовно площа номерного фонду складає:

$$\begin{aligned} 1\text{к.1м.} - 11,5 + 1,61 &= 13,11 \text{ м}^2 ; \\ 1\text{к.2м.} - 16,8 + 2,35 &= 19,15 \text{ м}^2 ; \\ 2\text{к.2м.} - 30,0 + 4,2 &= 34,20 \text{ м}^2 . \end{aligned}$$

II. Розподілимо витрати згідно з заданими групами витрат таким чином:

1 група витрат:

$$\begin{aligned} \text{Витрати} / \text{кількість місць} &= 36700 \text{ грн} / 326 \text{ місць} = \\ &= 112,60 \text{ грн на одне місце.} \end{aligned}$$

Таким чином, на однокімнатний однокімнатний номер припадає 112,60 грн витрат; на однокімнатний двомісний номер – 225,20 (112,6 грн x 2 місця) грн і на двокімнатний двомісний – 225,20 грн витрат першої групи розподілу.

2 група витрат:

$$\begin{aligned} \text{Витрати / площа номерів} &= 197600 \text{ грн} / 4287,9 \text{ м}^2 = \\ &= 46,00 \text{ грн на один квадратний метр номерного фонду.} \end{aligned}$$

Розподіл даної групи витрат по типах номерів проведений таким чином:

$$1\text{к.1м.} - 603,10 \text{ грн} (13,11 \text{ м}^2 \times 46 \text{ грн});$$

$$1\text{к.2м.} - 880,90 \text{ грн} (19,15 \text{ м}^2 \times 46 \text{ грн});$$

$$2\text{к.2м.} - 1573,20 \text{ грн.} (34,2 \text{ м}^2 \times 46 \text{ грн}).$$

3 група витрат:

$$\begin{aligned} \text{витрати / кількість номерів} &= 117900 \text{ грн} / 203 \text{ номери} = \\ &= 580,80 \text{ грн на один номер.} \end{aligned}$$

Таким чином, собівартість експлуатації номера в місяць складе:

$$1\text{к.1м.} = 112,60 + 603,10 + 580,80 = 1296,50 \text{ грн};$$

$$1\text{к.2м.} = 225,20 + 880,90 + 580,80 = 1686,90 \text{ грн};$$

$$2\text{к.2м.} = 225,20 + 1573,20 + 580,80 = 2379,20 \text{ грн.}$$

Тариф на експлуатацію номера в добу з урахуванням рентабельності і

ПДВ (за умови 100%– завантаження номерної фундації) складе:

$$1\text{к.1м.} = 1296,50 \text{ грн} \times 1,18 \times 1,2 / 30 \text{ днів} = 61,20 \text{ грн};$$

$$1\text{к.2м.} = 1686,90 \text{ грн} \times 1,18 \times 1,2 / 30 \text{ днів} = 79,60 \text{ грн};$$

$$2\text{к.2м.} = 2379,20 \text{ грн} \times 1,18 \times 1,2 / 30 \text{ днів} = 112,30 \text{ грн.}$$

З урахуванням середнього коефіцієнта завантаження номерного фонду

$K_z = 0,7$, тарифи на експлуатацію номерів в добу складуть:

$$1\text{к.1м.} = 1296,50 \times 1,18 \times 1,2 / 30 \times 0,7 = 87,40 \text{ грн};$$

$$1\text{к.2м.} = 1686,90 \times 1,18 \times 1,2 / 30 \times 0,7 = 113,70 \text{ грн};$$

$$2\text{к.2м.} = 2379,20 \times 1,18 \times 1,2 / 30 \times 0,7 = 160,40 \text{ грн.}$$

Завдання 4. Формування тарифу на основі формули Хабберта

Умова: В готелі кількість номерів –200. Кількість місць – 400. Коефіцієнт завантаження готелю складає 70%. Коефіцієнт подвійного завантаження (в номерах проживають 2 особи) – 40%.

Річний кошторис витрат на роботу готелю

витрати	Сума, грн
Фонд оплати праці (ФОП)	1795684
Відрахування на соціальні заходи	466877,8
Амортизація основних засобів	72069,6
Знос нематеріальних активів	1811,2
Знос малоцінних швидкозношуваних предметів	63147,2
Витрати на електроенергію	263762
Витрати на холодне водопостачання	130381,4
Витрати на опалення та гаряче водопостачання	345137,2
Витрати на оренду основних фондів	784962,9
Витрати на прання білизни	187546,8
Витрати на охорону	225165,4
Абонентська плата за користування телефоном	55681,2
Плата за службові міжміські переговори	62332,3
Плата за обслуговування ліфтів	12436,6
Плата за радіозв'язок та обслуговування телевізорів	24210
Витрати на матеріали:	
Поверхової служби	91650
Господарської служби	47110,2
Ремонтно-експлуатаційної служби	175853,4
Витрати на утримання автомобільного парку	88801
Витрати на канцелярські товари	22665,4
Витрати на обслуговування касових апаратів	13282,2
Витрати на обслуговування ксероксів	5125,8
Витрати на консультаційні послуги	3330
Платежі за банківське обслуговування	38848
Оплата медичного обслуговування	2376,8
Інші витрати:	
Утримання пожежної сигналізації	37800
Витрати на рекламу	45521,4
Витрати на автомобільний транспорт	12290
Витрати на ремонт ксерокса	7190,6
Оплата юридичних послуг	4600
Витрати на чищення килимів	1369,8
Витрати на обслуговування холодильників	8034
Витрати на ремонт меблів	8928
Витрати на обслуговування комп'ютерів	9822,6
Витрати на ремонт вентиляції	9810
Оплата стільникового зв'язку	5029,6
Платежі за вивезення сміття	16562
Оплата послуг санепідемстанції	7786,6
РАЗОМ:	5173094

Визначити:

1) ціну розміщення за допомогою формули Хабберта та ціну з урахуванням попиту на різні типи заселення, якщо різниця між ціною при одинарному та подвійному розміщеннях повинна складати 130 грн;

2) розрахувати ціну по сегментах ринку враховуючи нижченаведене. Важливою частиною ціноутворення на готельні послуги є диференціація цін за сегментами ринку з наданням знижок певним групам споживачів, що дозволяє забезпечити повне завантаження готелю та залучити додаткових мешканців при виході на нові ринки. В цьому випадку розрахунок цін здійснюється на основі визначення потенційної середньої ціни номера, яка визначається як середня ціна, що може бути досягнута за умов. Коли всі номери будуть продані без знижок. Такий підхід пов'язаний з тим, що на практиці готель може мати декілька базових цін: при заселенні одного дорослого з дитиною та ін..

Припустимо, що всіх гостей можна умовно поділити на три категорії: індивідуали (складають 40% всіх проживаючих); учасники конференцій (35%) та туристи, що подорожують групою (25%). З урахуванням кон'юнктури ринку і маркетингової стратегії готелю рівень знижок з ціни учасникам конференції складає 10%, а груповим туристам – 20%. Рівень цін для мешканців, для туристів – індивідуалів не зміниться.

2) визначити знижки з цін, обумовлених кон'юктурою ринку за умови, що величина граничних витрат – 100 грн, а сприятлива кон'юнктура ринку дозволить збільшити доходи готелю при зниженні ціни на 10%.

Розв'язок

1. Розрахунок ціни за допомогою формули Хабберта

а) визначаємо кількість номерів, що будуть зайняті протягом року при даному коефіцієнті завантаження:

$$200 \text{ номерів} \times 365 \text{ днів} = 51100 \text{ номеро/днів};$$

б) визначаємо витрати на утримання номера:

$$5173094 \text{ грн} / 51100 \text{ л-д} = 101,23 \text{ грн};$$

в) визначаємо ціну за умови, що норматив рентабельності складає 40% від рівня затрат:

$$101,32 \text{ грн} \times 1,4 = 141,7 \text{ грн};$$

г) визначаємо загальну виручку готелю за рік:

$$141,7 \text{ грн} \times 51100 \text{ л-д} = 7242331,6 \text{ грн};$$

д) визначаємо кількість номерів, що зайняті відповідно, одним чи двома гостя:

- всього щодня зайнято номерів: $200 \text{ ном.} \times 0,7 \text{ (коеф. завантаж.)} = 140 \text{ ном.}$
- з них, зайнято двома гостями: $140 \text{ ном.} \times 0,4 \text{ (коеф. подвійного завантаж.)} = 56 \text{ ном.}$
- зайнято одним гостем: $140 \text{ ном.} - 56 \text{ ном.} = 84 \text{ ном.};$
- е) визначаємо загальний дохід від реалізації номерів протягом доби:

$$141,7 \text{ грн} \times 140 \text{ ном.} = 19838 \text{ грн}$$

ж) менеджер готелю вважає, що, з урахуванням попиту на різні типи заселення, різниця між ціною при одинарному та подвійному розміщенні повинна складати 130 грн. Відповідно, можна *розрахувати ціну реалізації одного місця в номері при різних формах розміщення* шляхом складання рівняння:

$$84_{\text{ном.}} \times P_{\text{грн.}} + 56_{\text{ном.}} \times (P_{\text{грн.}} + 130_{\text{грн.}}) = 19838 \text{ грн}$$

$P_{\text{грн.}}$ – ціна місця при одинарному розміщенні;

$P_{\text{грн.}} + 130_{\text{грн.}}$ – ціна місця при подвійному розміщенні (за умовою)

$$84P + 56P + 7280 = 19838$$

$$140P = 19838 - 7280$$

$$P = 12558 / 140$$

$$P = 89,7 \text{ грн.}$$

Отже, одинарне розміщення буде коштувати 89,7 грн, а подвійне – 219,7 грн (89,7+130) чи 109,85 грн за одне місце (219,7 / 2).

2. Розрахунок цін за сегментами ринку

Визначимо ціну номера для різних сегментів ринку з урахуванням запропонованих знижок, що викладені в завданні 2:

а) здійснимо розрахунок потенційної ціни номера без знижки:

$$141,7 \text{ грн} / [(0,4_{(40\% \text{ індивідуалів})} \times 1_{\text{(ціна без знижки)}}) + \\ + (0,35_{(35\% \text{ учасники конференцій})} \times 0,9_{(10\% \text{ знижка учас. конф., тобто, } (100\% - 10\%) / 100\%}) + \\ + (0,25_{(25\% \text{ групов. туристів})} \times 0,8_{(20\% \text{ знижка для груп. тур.)})}] = 154,9 \text{ грн}$$

б) з урахуванням знижки ціни складуть:

– для мешканців, що прибули індивідуально: $154,9 \times 1 = 154,9 \text{ грн};$

– для учасників конференцій: $154,9 \text{ грн} \times 0,9_{(10\% \text{ знижка})} = 139,4 \text{ грн};$

– для групових туристів: $154,9 \text{ грн} \times 0,8_{(20\% \text{ знижка})} = 123,9 \text{ грн};$

в) проведемо коригування цін по типу розміщення (за формулою Хабберта) за умови, що коефіцієнт подвійного розміщення для різних категорій мешканців однаковий. Відомо, що щоденно в готелі зайнято 140 номерів, з них індивідуалами – 56 номерів, учасниками конференцій – 49 номерів, груповими туристами – 35 номерів.

Відповідно, дохід від реалізації номерів

- мешканцями-індивідуалами складе: $154,9 \text{ грн} \times 56 \text{ ном.} = 8674,4 \text{ грн}$;
- учасниками конференцій: $139,4 \text{ грн} \times 49 \text{ ном.} = 6830,6 \text{ грн}$;
- груповими туристами: $123,9 \text{ грн} \times 35 \text{ ном.} = 4336,5 \text{ грн}$.

Виходячи з величини коефіцієнта подвійного розміщення можна розрахувати кількість номерів кожного виду розміщення для кожної категорії гостей.

а) З 56 номерів, де розмістилися індивідуальні туристи, в 22 номерах проживають по дві особи і в 34 номерах – по одній (задано умовою). Складемо рівняння:

$$34 \times P + 22 (P+130) = 8674,4 \text{ грн}$$

Звідси, ціна номера при одинарному розміщенні складе 149,8 грн, а при подвійному – 162,8 грн, тобто, 81,4 грн за місце.

б) З 549 номерів, де розмістилися учасники конференцій, в 20 номерах проживають по дві особи і в 29 номерах – по одній (задано умовою). Складемо рівняння:

$$29 \times P + 20 (P+130) = 6030,6 \text{ грн}$$

Звідси, ціна номера при одинарному розміщенні складе 134,1 грн, а при подвійному – 147,1 грн, тобто, 73,5 грн за місце.

в) З 35 номерів, де розмістилися групові туристи, в 14 номерах проживають по дві особи і в 21 номері – по одній (задано умовою). Складемо рівняння:

$$21 \times P + 14 (P+130) = 4336,5 \text{ грн}$$

Звідси, ціна номера при одинарному розміщенні складе 118,7 грн, а при подвійному – 131,7 грн, тобто, 65,8 грн за місце.

Відповідно до Податкового кодексу України під час реалізації готельних послуг в ціні має враховуватись податок на додану вартість в розмірі 20% від встановленої ціни.

В цьому випадку преїскурант на послуги даного готелю буде мати вигляд :

Преїскурант на послуги готелю, грн

Вид розміщення	Ціна номера для бізнесменів	Ціна номера для учасників конференцій	Ціна номера для туристів при груповому розміщенні
Одинарне	179,76	160,92	142,44
Подвійне	195,36 (за місце 97,68)	176,52 (за місце 88,26)	158,04 (за місце 79,02)

Приклад розрахунку вартості номера для бізнесменів при одинарному розміщенні: $149,8 \text{ грн (ціна номера)} \times 1,2 \text{ (ПДВ: (100\%+20\%)/100\%)} = 179,76 \text{ грн}$ Для решти преїскуранту ціна визначається аналогічно

3. Визначення знижок з ціни, обумовлених кон'юктурою ринку

Інколи виникає необхідність скоригувати ціну на готельні послуги у зв'язку з сезонними змінами попиту чи зміною кон'юктури ринку. В цьому випадку можна використати формулу, що показує залежність між коефіцієнтом завантаження готелю, рівень якого дозволить зберегти наявний рівень прибутку, та величиною зміни ціни.

$$K_{зц} = \frac{K_{з\text{ пот}} \times (P_0 - ГЗ)}{[(P_0 \times (1 - DP)) - ГЗ]}$$

Де $K_{зц}$ – коефіцієнт завантаження готелю. Що необхідний для підтримки наявного рівня прибутку після зниження ціни;

$K_{з\text{ пот}}$ – поточний коефіцієнт завантаження готелю;

P_0 – базова ціна;

$ГЗ$ – граничні витрати на обслуговування додаткового номера;

DP – величина зниження ціни в частках.

Знаючи, що поточний коефіцієнт завантаження готелю складає 70%, базова ціна номера при одномісному розміщенні – 136,5 грн, величина граничних витрат – 100 грн, а за умовою задачі сприятлива кон'юктура ринку дозволить збільшити доходи готелю при зниженні ціни на 10% здійснимо розрахунок:

$$K_{зц} = \frac{0.7 \times (136.5 - 100)}{[(136.5 \times (1 - 0.1)) - 100]} = \frac{0.7 \times (136.5 - 100)}{0.9 \times (136.5 - 100)} = \frac{0.7}{0.9} = 0.778$$

Для досягнення зазначених цілей коефіцієнт завантаження готелю повинен бути не менше 78%.

ТЕМА 5.3. ОРГАНІЗАЦІЯ СПІВПРАЦІ ГОТЕЛЮ З ТУРФІРМАМИ

План

- 5.3.1 Основи ефективної співпраці готелю та туроператора.
- 5.3.2 Схеми співпраці, основані на ризику.
- 5.3.3 Безризикові схеми співпраці готелю та туроператора.

Ключові слова: оренда готелю, комітент, елотмент, безвідзивне бронювання, пріоритетне бронювання, підвищена комісія, робота на разових заявках, блок місць, жорсткий блок, м'який блок

5.3.1 Основи ефективної співпраці готелю та туроператора

Одним з основних напрямків діяльності підприємств готельного господарства взаємовідносини з туроператорами. Послуги готелів (основні – проживання та харчування та ряд додаткових) беруть участь у формуванні турів і, до того ж, складають питому вагу в ціні турпакета (до 40%). Це вимагає вибудовування ефективних взаємовідносин між представниками туристичних підприємств та готелів.

На практиці існує багато схем такої співпраці, але уніфікованого набору схем взаємної співпраці готелю і туроператора не існує, оскільки як стратегія, так і стиль їх взаємодії багато в чому залежать від суб'єктивних факторів, ґрунтуються на наявних уявленнях сторін про можливості один одного, на репутації та іміджі потенційних партнерів.

Існуючі схеми співпраці туроператора та готелю можна умовно розбити на дві групи (рис.74):

1.Схема співпраці пов'язана з перенесенням ризику продажу кімнат з готелю на туроператора. Зрозуміло, платою за понесення ризику туроператором є високі розміри дисконту на послуги готелю (до цієї групи входять – оренда готелю, придбання блоків кімнат на умовах комітенту і елотменту, безвідзивне бронювання);

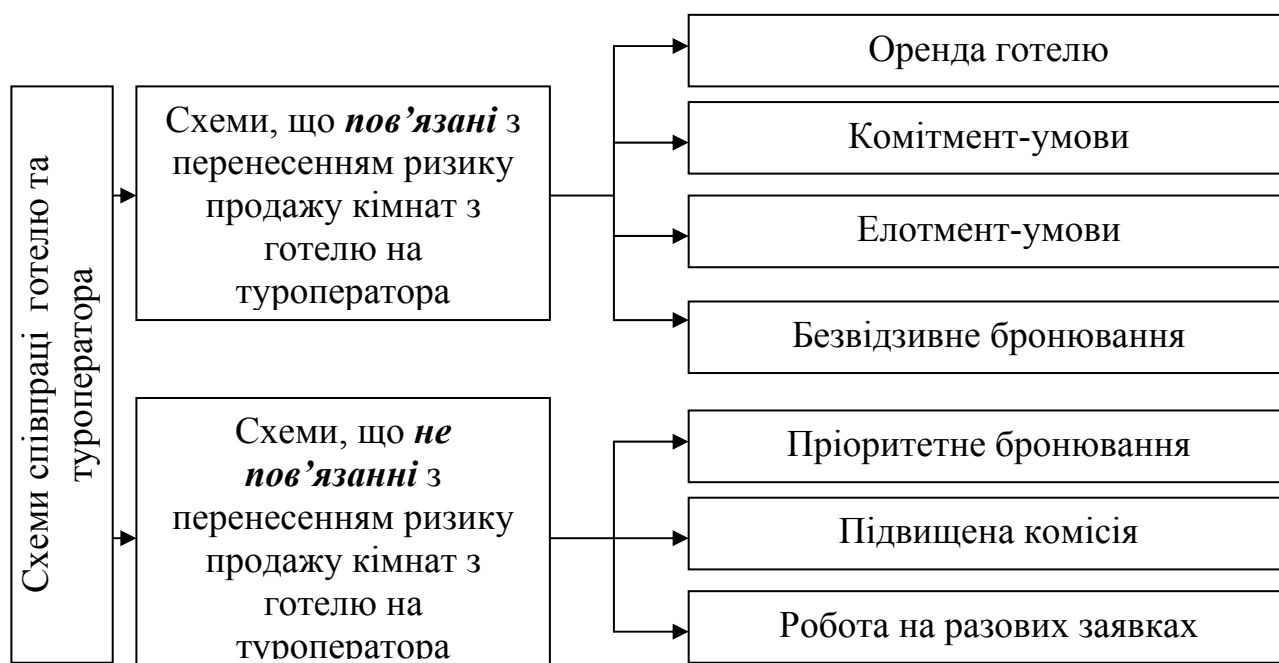


Рис.74. Схеми співпраці готелю та туроператора

2. Схеми роботи, що не базуються на переході ризику від готелю до туроператора, але й не припускають значних знижок з боку готелю (до цієї групи відносять: пріоритетне бронювання, підвищену комісію і роботу на разових заявках).

Принципами ефективної співпраці між підприємствами готельного господарства та туристичними підприємствами є:

- компроміс інтересів сторін. З одного боку, готель прагне найвигідніше продати власні послуги та забезпечити себе від можливості простою кімнат. З іншого боку, туроператор прагне якомога дешевше придбати послугу готелю, узявши при цьому на себе найменший ризик, пов'язаний з подальшою реалізацією номерів. Кінцеве оформлення схеми взаємодії туроператора і готелю свідчить про те, що обидві сторони знайшли оптимальне рішення (передача ризику за конкретною ціною);
- об'єктивність готелю щодо визначення вартості ризику для різних туроператорів. Цей принцип означає те, що туроператор, який узяв на себе максимальну частку ризику власника готелю, повинен отримати найменшу ціну кімнат, і навпаки;

- ідентичність умов спільної роботи для всіх учасників ринку. Умови реалізації номерів залежать від суб'єктивного ставлення керівництва готелю (наявний досвід спільної роботи, репутація оператора, особисті зв'язки менеджменту) до туроператора;

- подвійний вибір. Цей принцип означає, присутність фактора конкурентної боротьби за право реалізовувати кімнати конкретного готелю. Власники популярних готелів мають можливість вибирати найбільш вигідні для їх комерційних інтересів пропозиції туроператорів. З іншого боку, і готелі активно змагаються один з одним за можливість побудови ефективної співпраці з відомими туроператорами, пропонуючи, вигідні для них умови

подальшої роботи (мінімізуючи переданий ризик, полегшуючи систему виплат, даючи відстрочку платежу);

- взаємна відповідальність. Оскільки будь-яка схема взаємодії туроператора та готелю фіксується в договорі, то різна не узгоджена між сторонами, зміна умов договору, що ініціюється одним з партнерів, веде до утиску прав або комерційних інтересів іншої сторони. Тому мають бути передбачені стороною – ініціатором змін виплати певного розміру штрафів, відшкодування збитків, понесених постраждалою стороною в результаті припинення дії договору.

5.3.2 Схеми співпраці, основані на ризику

Здавання в оренду готелю

Схема співпраці «оренда готелю» – це обмін права готелю розпоряджатися готельними номерами на сплачену туроператором суму орендної плати.

Економічний сенс цієї операції полягає не тільки в придбанні туроператором права розпоряджатися готельними номерами від свого імені та згідно з власною політикою ціноутворення, але і в перенесенні ризику комерційної діяльності готелю (перш за все, пов'язаного з загрозою простою кімнат) в повному обсязі на туроператора. Це, в свою чергу, вимагає від власника готелю серйозного дисконту туроператору в ціні кожної кімнати. У ряді випадків вартість кімнат, що реалізуються на умовах оренди готелю, для туроператора може складати 40–60% від планової ціни відповідного сезону.

Оренда готелю є ризикованою операцією для туроператора і тому він має володіти солідними фінансовими ресурсами, повинен мати реальні можливості для ефективної реалізації кімнат протягом терміну оренди.

Незважаючи на значні знижки, рідко який готель не прийме пропозицію туроператора щодо оренди готелю. Оскільки в результаті подібної угоди власник готелю звільняється від будь-якого ризику, пов'язаного з простоєм кімнат, отримує значну передоплату ще до початку курортного сезону. Це дозволяє йому максимально підготувати як інфраструктуру, так і персонал готелю до прийому споживачів. З іншого боку, це вигідно і туроператору, оскільки він отримує шанс продавати тури за мінімальною для свого ринку ціною, що дозволить йому зміцнити свої позиції.

Під час оренди власник готелю (уповноважена особа) зобов'язаний здійснювати управління готелем, контролювати надання заявлених послуг мешканцям (прибирання номерів, заміна білизни, надання послуги «goom–сервіс»), забезпечувати роботу всієї готельної інфраструктури з надання додаткових послуг, оплачувати в повному обсязі комунальні платежі, податкові збори тощо. Єдиним винятком з буденної роботи є його повне невтручання в процедуру бронювання номерів і розрахунків з гостями якими впродовж всього терміну оренди займається туроператор. Готель отримує від споживача готельних послуг лише плату за використанні ним додаткові послуги, вартість яких не увійшла до ціни оренди.

Функції служби бронювання орендованого готелю зводяться до отримання від туроператора інформації про дати майбутніх заїздів, кількість та особисті дані споживачів готельних послуг, про умови їх розміщення (категорію номерів, систему харчування, перелік необхідних для поселення документів). Решта служб готелю (розселення, експлуатація, сервіс, безпеки, харчування) працює в звичному режимі, виконуючи закріплені за ними функції.

Розмір орендної плати залежить від ряду чинників:

- класу готелю, його місця розташування і популярності;
- категорії готельних номерів, що орендуються;
- розміру номерного фонду готелю, що орендується;
- терміну оренди. Чим він довший, чим більше несезонних або міжсезонних днів він охоплює, тим меншим буде розмір орендної плати. Очевидно, що найнижчою буде орендна плата на умовах цілорічної оренди, найбільш високою – у випадку оренду готелю тільки на високий або піковий сезони;

- умов оплати орендної плати. Власник готелю зацікавлений в швидкому отриманні максимального розміру орендних платежів, тому з метою стимулювання оперативності орендних виплат може піти на додаткові знижки. Таким чином, якщо туроператор запропонує йому повну оплату оренди одноразову і до початку туристичного сезону, у нього буде значно більше шансів отримати додаткові знижки;

- обумовленої кількості і якості додаткових послуг, які включено до орендної плати;

- динамічності пропонованого туроператором графіка заїзду гостей. Цей графік планується туроператором і надається підприємству готельного господарства у момент підписання договору оренди. В ньому вказується планована тривалість заїздів гостей, позначаються дати заїзду і виїзду гостей в майбутньому сезоні. Чим тривалішим буде заїзд, тим рідше змінюватимуться гості, отже, менше потрібно буде зусиль служб готелю на підготовку номерів до прийому нових споживачів. В цьому випадку у туроператора з'являється причина вимагати додаткового дисконту;

- ступеня участі туроператора в удосконаленні готельного сервісу. Деякі туристичні оператори, орендуючи готель, власними силами організовують анімаційні програми для споживачів готельних послуг, наймають персонал для роботи на кухні, в ресторані, службі розміщення і сервісу. Це, безперечно, вигідно туроператорові, оскільки, щоб він не вдосконалив в готелі, все це піде на користь його ж туристам, додасть йому додаткові бали порівняно з конкурентами. Це також вигідно і готелю, який, завдяки зусиллям туроператора, звільняється від необхідності власних витрат на виконання цих заходів. Отримавши в оренду готель, туристичний оператор приступає до реалізації готельних номерів на свій розсуд, користуючись власною агентською мережею. Ця торгівля може будуватися трьома способами:

1) реалізація кімнат на ринку туроператора у складі пропонованих ним турпакетів;

2) реалізація тільки послуг орендованого готелю на ринку туроператора, що включається в тури інших операторів;

3) реалізація кімнат безпосередньо при самому готелі.

Продаж блоку місць на умовах комітменту

Схема співпраці «комітмент-умови придбання блоків кімнат» полягають в повній або частковій (не менше 50%) передоплаті заявленої кількості номерів безпосередньо перед сезоном, а також в практичній неможливості туроператора відмовитися від заявленого блоку до закінчення терміну комітменту.

Дана форма співпраці є популярною і характеризується набагато меншими, в порівнянні з орендою готелю, витратами та ризиком туроператора.

Комітмент-умови вигідні для підприємства готельного господарства, оскільки дають йому можливість отримання коштів за майбутні продажі своїх кімнат ще до настання сезону. Це дозволяє йому більш продуктивно підготувати інфраструктуру готелю до зустрічі споживачів готельних послуг і уникнути можливого ризику простою номерів.

У разі придбання блоків місць туроператор має можливість:

- вибрати кількість кімнат, ризик за продаж яких він готовий перейняти на себе, регулюючи його власним досвідом роботи, можливостями продажів, ефективністю функціонування своєї агентської мережі;

- купувати блоки місць одночасно в декількох готелях, що дає туроператорові можливість розширити асортимент своїх турів, орієнтуючи їх на різні сегменти туристичного ринку.

Блок місць – кількісна і тимчасово обмежена сукупність ліжко-місць в готелі, матеріальну відповідальність за продаж яких перед готелем несе туристичний оператор.

Будь-який блок місць має такі характеристики:

- кількість номерів та їх категорія (перелік кімнат, право користування якими належить туроператорові);

- тривалість блоку місць (термін використання блоку місць, що придбані туроператором);

- розмір дисконту.

Залежно від умов продажу блоки підрозділяють на декілька видів:

- суворо фіксовані – туроператор придбає конкретні номери, список яких вказується в додатку до договору придбання блоку. В результаті туроператор знає не тільки категорію та місткість номера, але й поверх, на якому номер розташований, куди виходять вікна цього номера, специфіку номера, тощо;

- вільно фіксовані – туроператор придбає кімнати конкретної категорії або місткості без зазначення їх номерів. Це означає, що споживачі готельних послуг можуть бути розселеними в різних номерах, на різних поверхах готелю, але за умов повного збігу категорії і місткості номерів.

Залежно від ступеня ризику, що приймається туроператором, блоки можна класифікувати на тверді і м'які:

- твердий блок місць передбачаються умови роботи за яких на туроператора покладається повна матеріальна відповідальність за реалізацію заявленого і сплаченого блоку місць протягом сезону. У разі погіршення кон'юнктури туристичного ринку, збитки повністю несе туроператор, а його відмова від блоку місць до закінчення строку дії договору без штрафних санкцій неможлива;

- під м'яким блоком місць передбачаються умови роботи, що дають можливість туроператору відмовитись від частини або від цілого блоку за 7–14 днів до планованого заїзду. Повідомлений про зміну розміру блоку місць готель має можливість з меншими збитками реалізувати номери на місці, або через інших, туроператорів, не вимагаючи при цьому оплати «згорілих» номерів з відмовника.

Залежно від розміру придбані блоки можуть бути:

- ексклюзивні (якщо розмір блоку перевищує половину номерного фонду готелю);
- великі (розмір блоку 30–50 % номерного фонду готелю);
- значні (розмір блоку 15–30 % номерного фонду готелю);
- незначні (до 15 % номерного фонду).

Розмір блоку, що заявляється, залежить, перш за все, від комерційних і фінансових можливостей туроператора.

Придбання блоку місць на умовах елотменту

Схема співпраці «елотмент-умови» передбачає подання заявки без передоплати про розміри і тривалість блоку місць, які прагне придбати туроператор. При цьому він має можливість вносити платежі на рахунок готелю безпосередньо перед кожним заїздом споживачів.

Працювати на умовах елотменту погоджуються або маловідомі готелі, або готелі в низький сезон. За умов елотменту готель ставить номери туроператора в постійну резервацію, проте гроші за зарезервовані кімнати готель отримує перед кожним новим заїздом споживачів (графік заїздів споживачів – найбільш поширені заїзди, кратні тижню проживання, – також узгоджується сторонами при підписанні договору). Це означає, що до закінчення обумовленого терміну (за 7–14 днів) до моменту заїзду споживачів туроператор передає інформацію щодо споживачів, які заїжджають і перераховує необхідну суму оплати за резервування кімнат.

У разі жорсткого блоку місць, розмір оплати за елотмент постійний і не залежить від реальної кількості споживачів, які заїжджають. Тобто, туроператор оплачує вартість зарезервованого блоку за термін типового заїзду. Якщо ж блок місць м'який, туроператорові може бути надана можливість не оплачувати нереалізовані номери, або, навпаки, збільшити кількість резервованих кімнат на термін певного заїзду.

Для готелю співпраця на елотмент-умовах при м'якому блоці місць менш вигідна.

Розмір плати за елотмент-умовами залежить від тих же умов, що і за комітент-умовами.

У практиці роботи туроператорів з готелями комітент-умови і елотмент-умови часто поєднуються і доповнюють одні одних. Так, оцінюючи власні можливості туроператор придбає комітментів на 20–30% від розміру регулярних відправлень, добираючи решту обсягу елотментами.

Розподіл блоку місць за фіксованими цінами формує статичну структуру майбутніх продаж готелю, які він може адаптувати до зміни ринкових умов. Тому раціональний підхід в розподілі блоку місць є довгостроковою передумовою росту доходів готелю.

Раціональний розподіл блоку місць полягає в реалізації таких основних положень:

- зниження розміру блоку місць на дати високої активності з одночасним значним зростанням періоду повернення номерів у вільний продаж;
- підвищення тарифів на номери, що реалізуються блоками на дати високої активності;
- введення закритих дат (black-out dates) протягом року (зазвичай, на час різних заходів в місті), на які готель заздалегідь не продає місця за контрактними цінами.

Співпраця на умовах безвідзивного бронювання

Схема співпраці «безвідзивне бронювання» – це резервування туроператором певної кількості кімнат на невеликий часовий період (найчастіше, на святкові, або на інші пікові дати) з вказанням в заявці крайнього терміну оплати броні. При цьому відмова туроператора від заброньованих номерів без сплати ним штрафних санкцій неможлива (безвідзивне бронювання).

Безвідзивне бронювання вигідне для туроператора, оскільки він максимально знижує ризик (номери резервуються на зручні для туроператора дати заїзду в найбільш популярні серед споживачів дати, а не на тривалий період), але при цьому залишає можливість розпоряджатися номерами від свого імені на власний розсуд.

З іншого боку, це вигідно і готелю, який перекладає ризик з реалізації кімнат на туроператора і до того ж не вимушений давати партнерові крупний дисконт.

Безвідзивне бронювання буває двох видів:

- суворо фіксоване – резервування кімнат на конкретні дати без можливості туроператора змінювати дати або тривалість заїздів;
- пролонговане бронювання – це безвідзивне бронювання, при якому туроператор має можливість перенести на пізніший термін дати заїзду без сплати готелю штрафних санкцій.

5.3.3 Безризикові схеми співпраці між готелю і туроператора

Робота на умовах підвищеної комісії

Робота на умовах підвищеної комісії – це резервування і оплата кімнат під конкретного туроператора, що вніс передоплату чи повністю сплатив вартість послуг, сплачених туристом. В цьому випадку, навіть у разі відмови

клієнта від туру, штрафні санкції туроператора перекладаються на туриста, який відмовився від послуги. В даних випадках прийнято говорити не про дисконт, а про комісійну винагороду туроператорові з боку готелю.

Комісійна винагорода (комісія) – це певний розмір винагороди в ціні номера, встановлений готелем, що формує дохід туроператора з кожного проданого ліжко-місця.

Розмір встановленої комісійної винагороди залежить від числа споживачів, що поставляються туроператором. Готелі, які співпрацюють на умовах комісії використовують прогресивну шкалу розміру комісійної винагороди. Наприклад, готель А може збільшити комісію з 10% до 12% при досягненні туроператором рівня продажів в 1000 ліжко-місць за сезон, далі, досягнувши рівня в 1500 ліжко-місць в перебігу того ж самого сезону. комісія зростає до 15% і так далі. Такий підхід називають прогресивною комісією. Прогресивна комісія може бути двох видів – напрацьована і стартова.

Напрацьована прогресивна комісія змінюється протягом сезону залежно від кількості поставлених туроператором постояльців. Так, на початку сезону вона мінімальна, до кінця сезону може зростати.

Напрацьована прогресивна комісія має дві форми практичного застосування:

- без зворотної сили (коли підвищення комісійної винагороди стосується лише майбутніх клієнтів. В наведеному вище прикладі, за розміром комісії в 12% вважатимуться тільки ліжко-місця, які продані понад 1000 і нижче 1500);

- має зворотну силу (в цьому випадку, у момент підвищення комісійної винагороди готель проводить перерахунок по всіх раніше відправленими клієнтами з корегуванням на вищу комісію. В нашому випадку, після досягнення рівня продажів в 1000 ліжко-місць за сезон, туроператор отримує 12% комісію, після чого відбувається перерахунок по всіх раніше проданих ліжко-дням і готель повертає операторові суму, що її перевищує).

З іншого боку, стартова підвищена комісія відрізняється від напрацьованої тим, що окремим туроператорам готель може надавати вищу комісію вже перед початком сезону. Такий індивідуальний підхід ґрунтується на досвіді роботи з конкретним туроператором, обсязі поставлених ним клієнтів в минулому сезоні, особистих симпатіях і зв'язках керівництва готелю та туроператора.

Робота на умовах пріоритетного бронювання

Пріоритетне бронювання має не стільки економічний сенс, скільки є чинником, який полегшує щоденну роботу туроператора, пов'язану з разовим бронюванням кімнат в готелі. Під цією формою співпраці розуміється, що готель розглядає і підтверджує заявки туроператора поза чергою і з максимальним пріоритетом. Пріоритет заявки означає, що служба бронювання готелю може підтвердити заявку туроператора на шкоду інтересам інших туроператорів, що мають в цьому готелі заброньовані, але неоплачені кімнати. Право пріоритетного бронювання зазвичай не

оформляється. В більшості випадків цим правом наділяють туроператорів, що мають позитивний досвід роботи з даним готелем, налагоджені особисті зв'язки.

Разові заявки на умовах стандартної комісії

Це найбільш примітивна форма співпраці готелю і туроператора, що не передбачає певних обов'язків чи ризиків, а, відповідно, і знижок.

Резервування номера відбувається за бажанням конкретного споживача, або за передоплатою, яку він вніс.

Робота по разових заявках на практиці може здійснюватись двома способами – з оплатою послуг туроператорові та з оплатою послуг на місці. У першому випадку туроператор приймає від споживача повну оплату вартості готельних послуг і до закінчення встановленого, в підтвердженні бронювання терміну, оплачує рахунок готелю, залишаючи собі розмір своїх комісійних. У другому випадку розрахунок між споживачем готельних послуг і готелем відбувається безпосередньо в готелі. При цьому розмір комісійної винагороди автоматично зараховується на спеціально відкритий для туроператора рахунок в готелі. Після закінчення визначеного в договорі терміну (зазвичай, раз на місяць) працівниками туроператора і готелю складається акт звіряння виконаних робіт, в якому відмічається сума комісійної винагороди туроператора за минулий період.



Питання для самоконтролю

1. Розкрийте основні аспекти ефективної співпраці готелю та туроператора.
2. Які фактори впливають на вибір партнера для реалізації номерів готелю?
3. Розкрийте сутність схеми «оренда готелю».
4. Розкрийте сутність схеми «робота на комітент-умовах».
5. Розкрийте сутність схеми «робота на елотмент-умовах».
6. Розкрийте сутність схеми «безвідзивне бронювання».
7. Розкрийте сутність безризикових схем співпраці.

Тести

1. Під час оренди готелю ризики переносяться на :
 - а) готель;
 - б) туроператора;
 - в) всі відповіді правильні.
2. При якій формі співпраці туроператора з готелем функції управління готелем виконує туроператор:
 - а) оренда готелю;
 - б) купівля блоку місць на умовах елотменту та комітменту;

- в) безвідзивне бронювання.
3. Розмір орендної плати за готель залежить від:
- а) класу готелю;
 - б) категорії орендованих номерів;
 - в) строку оренди;
 - г) всі відповіді правильні.
4. В залежності від умов продажу блоки місць в готелях розрізняють на:
- а) строго фіксовані;
 - б) вільно фіксовані;
 - в) всі відповіді правильні.
5. В залежності від ступеня ризику туроператора блоки місць в готелях розрізняють на:
- а) жорсткі;
 - б) м'які;
 - в) всі відповіді правильні.
6. Блок місць має такі характеристики:
- а) кількість номерів та їх категорія;
 - б) тривалість оренди блоку місць;
 - в) розмір дисконту;
 - г) всі відповіді правильні.

Практичні завдання

Задача 1. Виходячи з даних про умови співпраці готелю і туроператора розрахувати ціну ліжко-місця за кожною схемою взаємовідносин.

Ціна ліжко-місця = ціна стійки в пік-сезон – % дисконту.

Наприклад: за умовою співпраці «оренда готелю» ціна ліжко-місця = $1200 - (1200 \times 45\%) / 100\% = 660$ грн

Розрахунок оформити у вигляді таблиці.

Розрахунок ціни ліжко-місця

Умови роботи	Тривалість договору	К-ть днів	К-ть місць в блоці	Дис-конт	Ціна ліжко-місця (= ціна стійки – дисконт)
Ціна стійки в пік-сезон	1200 грн доба				
Оренда готелю	15.05–15.09	120	300	45	660
	15.06–15.09	90	300	50	
КОМІТМЕНТ					
Оплата до 01.05	15.05–15.09	120	100	49	Розв'язати самостійно
Оплата до 01.06	15.05–15.09	120	50	45	Розв'язати самостійно
Оплата до 01.07	15.05–15.09	120	30	42,5	Розв'язати самостійно
Оплата до 01.05	01.06–01.09	90	30	44	Розв'язати самостійно
ЕЛОТМЕНТ (жорсткий)					
Заїзд 7 днів	15.06–15.09	90	100	42,5	Розв'язати самостійно
Заїзд 14 днів	15.06–15.09	90	100	43,3	Розв'язати самостійно
ЕЛОТМЕНТ (м'який)					
Заїзд 7 днів	15.06–15.09	90	100	25	Розв'язати самостійно
Заїзд 14 днів	15.06–15.09	90	100	26,6	Розв'язати самостійно
Підвищена комісія				12	Розв'язати самостійно
Безвідзивна броня				20	Розв'язати самостійно
Безвідзивна пролонгована броня				15	Розв'язати самостійно
Пріоритетна броня				12	Розв'язати самостійно
Разова заявка				10	Розв'язати самостійно

ТЕМА 5.4. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

План

- 5.4.1 Вимоги до обслуговуючого персоналу готелів.
- 5.4.2 Особливості роботи у сфері сучасного готельного бізнесу.
- 5.4.3 Планування чисельності обслуговуючого персоналу.
- 5.4.4 Планування кар'єри в готельному бізнесі.
- 5.4.5 Професійна етика персоналу готелю.

Ключові слова: *кваліфікація, професія, норми обслуговування, норми чисельності, норми часу на обслуговування, середньостискова чисельність, коефіцієнт заміщення, бригадний метод, тренінг, наставництво, професійна етика, стандарт*

5.4.1 Вимоги до обслуговуючого персоналу готелів

Готельне господарство має безліч служб, в яких працюють люди різних професій. Біля входу приїжджих зустрічають швейцари. Найбільш престижна і високооплачувана робота в готелі пов'язана з прийомом і обслуговуванням гостей. У різних готелях відповідні посади називаються по-різному – порт'є, менеджери з прийому гостей, касир-адміністратор. Ці співробітники – обличчя готелю, і від їх поведінки залежать перші враження гостя про перебування в країні, місті і самому готелі.

Порт'є (касир-адміністратор) зустрічає гостей, проводить всі операції щодо їх оформлення, видає ключі, приймає оплату, контролює їх від'їзд. Необхідною умовою для претендента на посаду працівника служби прийому є вільне володіння англійською мовою. У деяких п'ятизіркових готелях потрібно знати другу мову, зазвичай, французьку або німецьку. Зараз все готелі високих категорій комп'ютеризовані, причому деякі мають власні комп'ютерні програми управління готельним комплексом, тому працівники служби прийому повинні мати навички роботи на комп'ютері на рівні користувача.

Готельний менеджер спеціальної служби зі взаємодії з гостями, що є характерним для п'ятизіркових готелів, виконує особисті й ділові доручення того чи іншого клієнта: купує авіа- та залізничні квитки, оформляє прокат автомобілів, влаштовує екскурсії в інші міста, купує квитки в театри, замовляє столик в ресторані, нічному клубі, допомагає продовжити візу.

Якщо клієнтові надається максимум послуг, то, приїжджаючи в черговий раз, він обов'язково зупиниться там, де йому сподобалося.

Відділ продажів відповідає за заповнюваність готелю: його співробітники укладають договори з турагентствами та іншими зацікавленими структурами. Рядові менеджери з продажу (sales managers) виконують всю роботу з документами (підготовка контрактів, відправлення факсів), а керівники безпосередньо ведуть переговори. Взагалі, щоб продавати готельні номери, треба мати особливий склад характеру, вміти викликати довіру, ненав'язливо переконувати. Спілкування з людьми, відкрите і доброзичливе, – головна складова готельного бізнесу.

Покоївці за зміну необхідно прибрати з десятків двокімнатних номерів так, щоб у них не залишилося ні пилінки. При цьому є чітко визначений час, відведений на прибирання одного номера, і покоївка кожену хвилину робить саме те, що їй належить робити. Досить часто оплата праці покоївки залежить від кількості прибраних номерів. Ця важка некваліфікована робота оплачується невисоко, але покоївки іноді отримують чайові, які споживачі залишають у номері. Зазвичай покоївки набираються досвіду в готелях не вищого рангу, а в п'ятизірковій готелі покоївок, як і інший обслуговуючий персонал, приймають, в основному, за рекомендаціями працюючого персоналу з готелів більш низьких категорій. Але й там не гарантується висока оплата, а попит досить суворий.

Наразі ні в кого не виникає сумніву, що успіх роботи підприємств сфери готельного бізнесу значною мірою залежить від кваліфікаційного рівня професійних кадрів. П'ятизірковий готель може втратити категорію, якщо серветки на столі лежатимуть не під тим кутом, на гелі для душу у ванній кімнаті буде відсутній термін придатності, телефонна служба не відповідатиме після 3-го дзвінка, а інформаційна служба не зможе задовольнити запит клієнта протягом 24 годин. Це означає, що співробітники готелю незадовільно виконують свої обов'язки.

Управління персоналом має бути простим і гнучким, забезпечувати ефективність і конкурентоспроможність, орієнтуватися на підбір і розстановку кадрів, розвиток трудових ресурсів підприємства.

У висококласних готелях розроблені стандарти поведінки для працівників: як вони повинні виглядати, розмовляти з гостями, вести телефонні переговори. Існує навіть така спеціальна посада в кадровій службі, як фахівець з дотримання стандартів поведінки, який спостерігає протягом

дня за поведінкою співробітників. Стандарти розроблені на всіх рівнях, абсолютно для всіх посад.

Якість надання послуг в готелі – це його репутація, гарантія конкурентоспроможності та популярності. Доброю готельною традицією вважається та, де весь персонал об'єднаний однією задачею – догодити гостю. І якщо його радо зустрінуть, нададуть чистий номер, смачний обід, але раптом несподівано нагрублять в барі, то пропадуть всі попередні зусилля персоналу, оскільки споживач поїде незадоволеним. Тому до підбору співробітників в готелях ставляться надзвичайно відповідально.

Отже, вимоги до обслуговуючого персоналу готелів можна умовно розділити на 4 групи:

1. Кваліфікація

Весь обслуговуючий персонал повинен пройти професійну підготовку. Ступінь підготовки має відповідати надаваним ними послугам. Як мінімум, один співробітник повинен пройти підготовку, пов'язану з забезпеченням безпеки у готелі. Один співробітник повинен бути підготовлений з питань безпеки у сфері громадського харчування.

2. Знання іноземної мови

Для готелів категорії одна зірка досить знання працівниками служби прийому та розміщення іноземної мови (мова міжнародного спілкування або мова найбільш вживана клієнтами готельного комплексу в цьому регіоні).

Для готелів категорії 2 зірки вимоги аналогічні попереднім.

Для готелів категорії 3 зірки всьому персоналу, що має контакти з гостями, необхідне знання в достатньому обсязі, як мінімум, двох мов міжнародного спілкування чи інших мов, найбільш вживаних клієнтами готелю в цьому регіоні.

Для готелів категорії 4 зірки вимоги аналогічні попереднім, але знання мов має бути на більш високому рівні.

Для готелів категорії 5 зірок всьому персоналу, котрий контактує з гостями, необхідне вільне володіння, як мінімум, трьома іноземними мовами.

3. Поведінка. Персонал усіх категорій готелів повинен вміти створювати на підприємстві атмосферу гостинності, має бути готовим доброзичливо виконати прохання споживачів, виявляти терпіння і стриманість.

4. Медичні вимоги. Персонал усіх категорій готелів повинен проходити періодичне медичне обстеження для отримання відповідного сертифіката.

5. *Уніформа*. Персонал усіх категорій готелів, який контактує з гостями, повинен носити формений одяг, часом з особистим значком із зазначенням імені та прізвища. Форма повинна бути завжди чистою і в хорошому стані.

У готельних комплексах будь-якої категорії повинні бути створені окремі умови для відпочинку і харчування персоналу. Обсяг таких умов повинен відповідати чисельності персоналу.

5.4.2 Особливості роботи у сфері сучасного готельного бізнесу

Робота у сфері готельного сервісу має ряд особливостей, знання яких дозволяє добитися підвищення ефективності та прибутковості підприємства.

- робота в готелях супроводжується великими фізичними та нервовими навантаженнями;
- різний контингент гостей вимагає особливого уміння й бажання знаходити спільну мову з різними людьми, оскільки серед постояльців готелю бувають багаті і бідні, молоді і немолоді, спокійні і запальні, тверезі і п'яні, представники різних національностей і спеціальностей, а також кримінальні елементи;
- необхідність швидкого прийняття рішення за будь-яких умов, що склалися в готелі;
- необхідність координації різних служб і різних фахівців, які повинні взаємодіяти так, щоб всі проблеми, що виникають у клієнта, вирішувалися оперативно і без втручання менеджменту готелю з персоналу;
- необхідність дотримання стилю та стандартів роботи;
- безперервність виробництва готельних послуг має забезпечити їх якість в режимі цілодобового обслуговування;
- сезонність роботи передбачає, що наявність роботи в готелі може залежати від сезону. Тому і потреба в кадрах може змінюватися протягом сезонів.

Робота персоналу готельного підприємства пов'язана з низкою психологічних проблем, обумовлених національним менталітетом.

♦ Готельний працівник – категорія особлива. Протягом тривалого часу надання послуг вважалося другорядним, не дуже почесним, а швидше навіть принизливим заняттям через дивні уявлення про рівність і самоповагу. Вважалося негідним обслуговувати іншу здорову людини, прислужувати їй. Більшість людей вважали, що послугу можна надати лише приємній людині, товаришу і перебуваючи в гарному настрої. Подібні погляди досі існують.

Людина, яка в глибині душі не любить (соромиться, ненавидить) те, що робить, при будь-якому самоконтролі буде час від часу зриватися. Тому основне питання, яке необхідно з'ясувати, – ставлення обслуговуючого персоналу до людей взагалі. Йому має бути притаманне добре ставлення до людей; він повинен розуміти, що його робота полягає в турботі про клієнтів і наданні їм послуг. Обслуговування – це виконання будь-якої роботи для людини, задоволення її потреби і доброзичливе ставлення до неї.

♦ Працездатність кожної людини підвладна певним коливанням, викликаним природними ритмами, тому пік працездатності може припадати на різні періоди дня. Поряд з регулярними добовими коливаннями працездатності спостерігаються інші, більш тривалі закономірності – біоритми, коли стан людини піддається циклічним коливанням, які потрібно враховувати, плануючи активність в так звані сильні і слабкі дні.

♦ З одного боку, клієнт повинен отримати всі необхідні послуги для того, щоб відчувати повагу до себе з боку працівників готелю, а з іншого – персонал повинен залишатися непомітним, а внутрішнє життя готелю з його складним господарством досить прихованим від гостей.

♦ Головне – це клієнт, а не виробничий процес. Але в нашій країні найбільша самоповага до працівника. Часто саме вона вимагає у клієнта підтвердити особливо шанобливе ставлення до нього.

♦ Нерозуміння психологічної суті обслуговування, нездатність або небажання через особисті властивості, власні проблеми, бажання чи амбіції зосередитися на іншій людині потрібно розглядати як підставу для розгляду питання про професійну непридатність до роботи у сфері сервісу.

♦ Дуже поширене явище – особисте ставлення в обслуговуванні. Якщо запитати що-небудь двічі (не розчули або не зрозуміли) у симпатичної дівчини, яка знаходиться за стійкою готелю чи бару, в більшості випадків по її відповіді буде помітне роздратування.

Під час виконання службових обов'язків реалізуються два типи відношення – відношення до партнера (клієнта) і ставлення до себе.

Ставлення до клієнта. У ставленні працівника до клієнта повинні проявлятися:

♦ повага (яку можна виразити словами: ви важливі для мене; ви варті того, щоб я відклав все інше заради вас; ви заслуговуєте моєї уваги);

♦ увага (я бачу вас і тільки вас; ви цікаві мені; я помічаю навіть тонкі руху вашої думки та почуття і відповідаю на них розумінням);

♦ розуміння (мені зрозумілі ваші переживання і бажання; я точно знаю, чого ви хочете і що вас турбує);

♦ прийняття (я визнаю ваше право бути таким, яким ви є; я дружелюбно допомагаю вам в межах можливого і обумовленого в наших відносинах);

♦ дружелюбність (мені приносить задоволення допомогти вам почувати себе комфортно);

♦ допомога (я допомагаю вам зробити те, що вам зараз необхідно).

Ставлення до себе виявляється в нижченаведеному:

♦ задоволення від своєї справи (мені подобається те, що я роблю; мені це цікаво; моя робота робить моє життя насиченим і повним; я можу реалізувати свої здібності та сповнений енергії);

♦ прийняття себе (мені подобається, як я виглядаю і яким я є в моїй справі; у мене все добре виходить);

♦ стабільно висока самооцінка (я знаю собі ціну і впевнений в ній; я заслуговую на повагу і тому маю право на помилки).

Якщо керівництво готелю надає своїм працівникам допомогу у вирішенні життєвих проблем, ступінь їх задоволення роботою підвищується.

Робота в готелі суттєво залежить від самоповаги гостя, що проявляється у його спілкуванні з персоналом готелю, у готовності очікування послуги.

Повага проявляється або полягає в розумінні, а отже, в передбаченні та врахуванні бажань чи проблем гостя, особливо тих, на які він не розраховував. Однією з причин, що спонукають людину бувати у висококласних готелях і пансіонатах, є різниця в побутовому комфорті – бажання прожити кілька днів у більш висококласному життєвому середовищі, ніж зазвичай. Це може бути особливо привабливо для учасників конференцій і семінарів, оплачуваних за рахунок не тільки учасників, а й організацій.

Відчуття самоповаги створюється якістю предметів побуту, спілкуванням з вишуканими речами і продуманістю їх наявності. Передбачення бажань і якість їх задоволення викликають у людини відчуття власної гідності. Людина дуже швидко звикає до цього відчуття. Але, відчувши його один раз, люди міцно засвоюють такий стандарт обслуговування, і його вони шукатимуть і на нього орієнтуватимуться надалі.

Друга складова самоповаги клієнта більш очевидна – це спілкування з обслуговуючим персоналом.

Клієнт приїздить не в гості до працівника реєстратури або покоївки. Йому не потрібна їх приватна дружелюбність або особисте ставлення, але

персонал готелю повинен з повагою ставитися до потреб клієнта. Клієнт, звертаючись до працівника готелю, може отримати або підтримку своїй самоповазі, або відчутні уколи, відчуття недооціненості, зневаги, недостатньої турботи. Людина, що приїздить до готелю для відпочинку або у справах, хоче задоволення своїх бажань. Для однієї людини відпочинок – це можливість спати і не бачити інших людей, не дотримуватися якогось жорсткого розпорядку дня, можливість побути наодинці з собою; для іншої – нові враження і нові люди, можливість придбати нові знайомства і доторкнутися до нових сторони життя. Тому в готелі мають забезпечуватися інтереси різних груп клієнтів.

5.4.3 Планування чисельності обслуговуючого персоналу

Високий рівень якості обслуговування гостей та оптимізація витрат на утримання трудових ресурсів забезпечуються необхідною кількістю і структурою персоналу.

Чисельність персоналу в службах залежить від розмірів готельного комплексу та обсягів обслуговування.

Планування чисельності персоналу готелю здійснюється за такими категоріями: адміністративно-управлінський персонал; виробничий персонал, допоміжний персонал. При плануванні чисельності персоналу повинен бути визначений його якісний склад (рівень кваліфікації, освіти).

При розрахунку чисельності персоналу слід використовувати методи: нормативний і техніко-економічних розрахунків.

Нормативний метод передбачає використання рекомендованих (середньогалузових) норм витрат праці персоналу: нормативів чисельності, норм обслуговування, нормативів часу обслуговування

Таблиця 42 – Рекомендовані методи розрахунку чисельності персоналу готелю за категоріями

Категорії персоналу	Методи розрахунку чисельності працівників		
	нормативний		Техніко-економічних розрахунків
	норми чисельності	норми обслуговування / норми часу	
Адміністративно-управлінський персонал	+		
Виробничий персонал	+	+	+
Допоміжний персонал		+	+

Норма чисельності – це встановлена чисельність працівників певного професійно-кваліфікаційного складу, необхідна для виконання конкретних виробничих, управлінських функцій або обсягів робіт. За нормами чисельності визначаються також витрати праці за професіями, спеціальностями, групами або видами робіт, окремими функціями, в цілому по готелю або по службах, змінах, структурних підрозділах.

Норма обслуговування – кількість виробничих об'єктів (одиниць обладнання, номерів певної комфортності, робочих місць), які працівник або група працівників відповідної кваліфікації зобов'язані обслужити протягом одиниці робочого часу в певних організаційно-технічних умовах.

Норми обслуговування призначаються для нормування праці працівників, зайнятих обслуговуванням гостей, номерного фонду та місць загального користування, робочих місць, апарату управління готелем. Щоб розрахувати норму обслуговування, треба визначити норму часу обслуговування.

Норма часу обслуговування – це кількість часу, необхідного в певних організаційно-технічних умовах на обслуговування протягом зміни одного гостя, одиниці обладнання, квадратного метра виробничої площі.

Середньоспискова чисельність персоналу на основі норм чисельності, кількість штатних одиниць певної посади визначаються згідно з запропонованими середньогалузовими нормами .

Середньоспискова чисельність персоналу, що працює в 1 зміну визначається з використанням норм обслуговування та вираховується за формулою:

$$Ч_{сп} = \frac{О}{Н_о} \times K_{зам}, \text{ з урахуванням змін: } Ч_{сп} = \frac{О \times T_{но}}{T_{зм}} \times K_{зам}$$

де $Ч_{сп}$ – середньоспискова чисельність персоналу;

$О$ – об'ємні параметри об'єкта обслуговування;

$T_{зм}$ – тривалість зміни, год;

$T_{но}$ – норма часу обслуговування, хв.;

$Н_о$ – норма обслуговування (шт., номерів);

$K_{зам}$ – коефіцієнт заміщення $\approx 1,1$

За допомогою коефіцієнта заміщення ($K_{зам}$) здійснюється коригування явочної чисельності працівників із врахуванням відпусток, хвороб, інших неявок на роботу з поважних причин.

Приклад розрахунку середньоспискової чисельності покоївок готелю 4* на плановий рік

Категорії і місткість номерів	Одночасна місткість, номерів	Норма обслуговування, номерів	Чисельність явочна, осіб	Середньо-спискова чисельність, осіб
А	1	2	3=1:2	4=3 x Кзам
Вища категорія, у. т.ч.:				
президентський апартамент	1	3	0,33	0,36
апартамент	2	4,5	0,44	0,48
люкс	2	4,5	0,44	0,48
напівлюкс (студіо)	5	4,5	0,44	0,48
дуплекс	10	4,5	2,22	2,44
Першої категорії (стандарт), у т.ч.:				
одномісних	5	7	0,71	0,78
двомісних	10	6,5	1,54	1,69
Другої категорії, у т.ч.				
одномісних	5	9	0,56	0,62
двомісних	15	8	1,88	2,07
Третьої категорії	—	—	—	—
Всього	55		8,56	9,4

Норма часу обслуговування ($T_{но}$) визначається за формулою:

$$T_{но} = (T_{n_1} + T_{n_2} + \dots + T_{n_n}) \times K$$

де $T_{n_1} + T_{n_2} + \dots + T_{n_n}$ – час, витрачений на виконання окремих робіт в номері;

K – коефіцієнт, що враховує витрати часу на виконання додаткових функцій, відпочинок і особисті потреби та визначається за формулою:

$$K = \frac{1 + (a_1 + a_2)}{100},$$

де a_1 – час на додаткові функції у відсотках до часу основних функцій;

a_2 – час на відпочинок і особисті потреби у відсотках до часу основних функцій.

Визначивши норму часу на обслуговування за нормативами або за допомогою хронометражу, можна розрахувати *норму обслуговування* за такою формулою::

$$H_o = \frac{T_{зм}}{T_{но}} = \frac{T_{зм}}{T_{но} \times n \times K},$$

де H_o – норма обслуговування;

$T_{но}$ – норма часу на обслуговування одного гостя, однієї одиниці виробничих площ, одиниці обладнання, хв.;

n – кількість одиниць робіт, виконуваних протягом певного періоду (зміни,

місяця);

K – коефіцієнт, що враховує виконання додаткових функцій, не врахованих нормою часу (функції обліку, інструктажу, спостереження за процесом), а також на відпочинок і особисті потреби.

При аналізі виконання норм обслуговування необхідно враховувати умови надання послуг. Зокрема, простої, пов'язані з неможливістю виконання робіт з об'єктивних причин, тобто простої, що не залежать від підприємства і працівника, або неможливість прибирання номерів у зв'язку з присутністю в них мешканців.

Для визначення втрат робочого часу з об'єктивних причин, а отже, для уточнення норм обслуговування для покоївок рекомендується приймати поправковий коефіцієнт:

$$K_{\text{внп}} = \frac{T_{\text{зм}} - T_{\text{внп}}}{T_{\text{зм}}},$$

де $K_{\text{внп}}$ – коефіцієнт, що визначає втрати робочого часу з незалежних від підприємства і працівника причин;

$T_{\text{зм}}$ і $T_{\text{внп}}$ – час робочої зміни і час простою з незалежних від підприємства і працівника причин, хв.

Наприклад, при втраті 30 хвилин робочого часу, поправочний коефіцієнт до норм чисельності або обслуговування при 8-ми годинній робочій зміні дорівнює:

$$K = (480 - 30) / 480 = 0,937.$$

На практиці ці втрати не перевищують 50 хвилин

Введення таких коефіцієнтів дозволяє більш точно визначити необхідну чисельність персоналу і, крім того, дати об'єктивну оцінку виконання встановлених в даний час норм обслуговування.

Аналіз нормування праці виконується за всіма спеціальностями робочих і службовців готелю. У процесі аналізу враховуються всі фактори, що впливають на відхилення фактичних витрат праці від нормативних, а також відповідність встановлених норм сучасному стану готелю та умовам його роботи на відповідному ринку готельних послуг.

В основі обґрунтування чисельності працівників методом техніко-економічних розрахунків лежить кількість робочих місць працівників окремих професій та режим роботи підприємства або певного структурного підрозділу.

Визначення чисельності обслуговуючих працівників через витрати праці

Доступним методом розрахунку чисельності працівників є її визначення через витрати праці (часу) на виконання робіт, тобто через трудомісткість. Знаючи нормативну (або розрахункову, наприклад, при аналізі часу на прибирання одного номера) трудомісткість робіт, можна розрахувати чисельність персоналу. Усі розрахунки роблять, виходячи з того, що в році 213 робочих днів: від 365 віднімають 104 вихідних дні, 10 днів лікарняних, 12 святкових, 26 днів відпустки (тривалість середньої відпустки в готелі).

Приклад. Визначимо чисельність покоївок для готелю зі 100 номерів виходячи з денного виробітку однієї покоївки в 16 кімнат і прогнозній зайнятості кімнат у 80%. У розглянутий період (рік) готель потребує щодня:

$(100 \text{ ном} \times 0,8) / 16 \text{ ном} = 5 \text{ покоївок}$, щоб впоратися з обсягом робіт.

З урахуванням того, що покоївка перебуває в розпорядженні готелю 213 днів у році, розраховуємо необхідну кількість людино-днів на рік і ділимо його на фактичне число робочих днів покоївки:

$$5 \times 365 \text{ днів} = 1825 \text{ людино-днів};$$

$$1825/213 = 8,5, \text{ або}$$

$$365/213 = 1,7;$$

$$5 \times 1,7 = 8,5 = 9$$

Для обслуговування гостей умовного готелю потрібно 9 покоївок, щоб впоратися з обсягом робіт.

Оскільки розрахунки необхідної чисельності за загальноприйнятими формулами дозволяють отримати середньорічний показник, необхідно проаналізувати, чи є коливання потреби в робочій силі в окремі періоди щодо цього середньорічного показника. Розрахувавши за формулою середньорічний показник, в окремі періоди часу підприємство може відчувати або брак чисельності, або її надлишок. Тільки після цього можна вирішувати питання про набір кадрів відповідно до середньорічної потреби та методів регулювання виниклих неузгодженостей.

Спискова чисельність старших покоївок в змін $Ч_{ст.п.}$ визначається за формулою:

$$Ч_{ст.п.} = Ч_{нст.п.} \times K_{зам} \times K_{зм},$$

де $Ч_{нст.п.}$ – нормативна чисельність старших покоївок, чол. = 0,95 на 100 місць;

$K_{зам}$ – коефіцієнт, що враховує планові невиходи старших покоївок під час відпусток, хвороби тощо;

$K_{зм}$ – коефіцієнт змінності. При однозмінній роботі $K_{зм} = 1$, при двозмінній $K_{зм} = 2$, при тризмінній $K_{зм} = 3$.

Нормативи чисельності швейцарів, сторожів (вахтерів) встановлюються з розрахунку 1 особа у зміну на 1 пост.

Для швейцарів, сторожів (вахтерів) встановлено норматив чисельності, виходячи з того, що відповідно до посадової інструкції протягом усього чергування вони повинні постійно перебувати біля входних дверей вестибюля. Для визначення чисельності швейцарів, сторожів (вахтерів) необхідно:

- встановити кількість постів швейцарів, сторожів (вахтерів) в готелі;
- встановити кількість змін роботи швейцарів, сторожів (вахтерів) на кожному посту.

Приклад розрахунку чисельності швейцарів, сторожів (вахтерів).

Вихідні дані

Річний фонд робочого часу при цілодобовій роботі становить 8784 год.

$24 \text{ год} \times 366 \text{ днів} = 8784 \text{ годин на рік}$

Річний фонд робочого часу 1 робітника за балансом робочого часу для 8-ми годинного робочого дня – 2058 год.

Коефіцієнт невиходів $K = 1,08$.

Розрахунок нормативної чисельності швейцарів, сторожів (вахтерів):

$Ч_n = 8784 / 2058 = 4,27 \text{ чол.}$

Облікова чисельність швейцарів:

$Ч_{сп} = Ч_n \times K_n = 4,27 \times 1,08 = 4,615 \sim 5 \text{ чол.}$

При нормуванні персоналу необхідно враховувати роботу бригадним методом.

Комплексна бригада в умовах специфіки готельного виробництва об'єднує в своєму складі працівників споріднених спеціальностей, а сам принцип роботи будується на широкому суміщенні спеціальностей. Кінцевим результатом діяльності комплексної бригади є не тільки якісне і своєчасне прибирання та підготовка номерного фонду готелю, приміщень загального користування, а й надання додаткових платних і безкоштовних послуг, подача в технічні служби готелів заявок на ремонт санітарно-технічного обладнання, меблів, інвентарю, контроль за усуненням несправностей. У таких бригадах раціонально використовується поверховий обслуговуючий персонал готелю, рівномірною стає змінна зайнятість у денний і нічний час, у святкові та вихідні дні, практично повністю усуваються конфлікти й суперечності між членами бригади, бо весь колектив несе відповідальність за стан всіх видів обслуговування.

Вид бригад залежить, насамперед, від структурних особливостей готелю, числа працюючих в різний час доби, хоча самі принципи формування бригад однакові в будь-яких умовах. Спеціалізована бригада складається з

робітників однієї спеціальності, що виконують колективно роботу одного типу. Це бригади покоївок, адміністраторів, сантехніків тощо. Все залежить від числа працівників, зайнятих у забезпеченні цілодобового функціонування конкретного готелю. Як показала практика, оптимальна чисельність таких бригад не перевищує 12–15 чоловік.

Розрахунок чисельності бригад в сучасних умовах кожен готель може виробляти самостійно, виходячи з специфіки виробництва, впливу на нього сезонності, завантаження.

Як приклад розглянемо розрахунок чисельності бригади готелю.

Приклад

Вихідні дані: готель категорії 3 зірки має таку структуру номерного фонду:

вищої категорії двокімнатних двомісних номерів – 13 ном./ 26 місць;

першої категорії однокімнатних одномісних номерів – 11 / 11;

першої категорії однокімнатних двомісних номерів – 36 / 72;

Разом – 60 ном./109 місць.

Прибирання місць загального користування складає 2,5 хв

Кількість наданих ліжок-діб на рік складає 38100

Кількість проживаючих в рік, 13300 чол.

Норматив явочної чисельності покоївок для другої та третьої зміни при заданих обсягах ліжок-діб і кількості мешканців складає 3,11 (довідкова величина).

Норми часу на прибирання одного номера, відповідно: 1,59; 0,99; 1,13.

Коефіцієнт, що враховує плановані для даного готелю невиходи покоївок, 1,3

Норми чисельності покоївок, що працюють в II і III зміни приведені в додатку М

Розрахунок. Визначаємо норму часу (в годинах) обслуговування вказаних номерів, множачи на коефіцієнти:

$$13 \text{ ном.} \times 1,59 = 20,67 \text{ год.}$$

$$11 \text{ ном.} \times 0,99 = 10,89 \text{ год.}$$

$$36 \text{ ном.} \times 1,13 = 40,68 \text{ год.}$$

$$\text{Разом: } 72,24 \text{ год.}$$

Визначаємо добову чисельність покоївок I зміни ($T_{зм}=8 \text{ год.}$):

$$72,24 \text{ год} / 8 \text{ год.} \times 1,3 = 11,74 \sim 12 \text{ (одиниць)}.$$

Визначаємо норматив явочної чисельності покоївок II і III змін:

$$3,11 \times 1,3 = 4,04 \sim 4 \text{ (одиниці)}.$$

Загальна чисельність покоївок: $12 + 4 = 16 \text{ (од.)}$

Визначаємо облікову чисельність прибиральників за умов:

а) витрати часу на виконання робіт з прибирання зони обслуговування бригади – 2571 хв.;

б) витрати часу на виконання додаткових функцій, відпочинок, особисті потреби – 1,12 год.;

в) коефіцієнт невходів на роботу – 1,3;

г) змінний фонд часу – 480 хв.

$$Чя = 2571 \text{ хв.} / 480 \text{ хв.} \times 1,12 = 6,0 \text{ (од.)}$$

$$Чсп = 6 \text{ од.} \times 1,3 = 8 \text{ (од.)}$$

Облікова чисельність старших покоївок (чергових по поверху) складає 1,5 поста = 7 (од.).

Загальна сумарна чисельність: 7 одиниць старших покоївок (чергових по поверху) + 16 одиниць покоївок + 8 одиниць прибиральниць = 31 одиниця.

Таким чином, створюється бригада з 20-ти чоловік.

У даному прикладі створена бригада з 20-ти осіб, що становить 2/3 від розрахункової чисельності. Така усереднена чисельність визначена у зв'язку з встановленим розміром завдання бригаді, яка за умовами охорони праці не може становити більше півтори норми прибиральної площі, за рідкісним винятком, коли коефіцієнт переробки може бути 2,0 (але не більше). У наведеному прикладі завантаження кожного члена бригади становить 130% денної норми виробітку. Таке співвідношення дозволяє утримувати закріплений ділянку роботи в бездоганному санітарному стані, не вдаючись до надмірних навантажень персоналу.

Отже, головним у встановленні оптимальної чисельності бригади, і це підтвердило багаторічна практика, є гранична можливість забезпечення денної норми виробітку кожним членом бригади.

Поділ праці для найбільш раціонального використання робочої сили необхідно поєднувати з пошуком можливостей суміщення професій, процесом, зворотним поділу праці. Це доцільно тому, що в готельному господарстві переважають готелі з невеликим числом працівників (до 100 осіб). У цих умовах процес поділу праці може викликати недовантаження персоналу, а суміщення професій може ліквідувати цей недолік в організації праці. Поєднувати професії слід тільки в тому випадку, якщо це не знижує якості обслуговування проживаючих.

Доцільність суміщення різних трудових функцій і професій робітників обумовлюється зайнятістю за основною функцією. Зайнятість характеризується коефіцієнтом, який визначається за формулою:

$$K_3 = \frac{T_f}{T_z}$$

де K_3 – коефіцієнт зайнятості;

T_f – час роботи за фахом, хв;

T_z – тривалість зміни, хв.

Відношення чисельності інвентарного номерного фонду готелю (N) до штатної чисельності її обслуговуючого персоналу (Чп) дасть змогу визначити показник ефективності використання трудових ресурсів (E_m) в готельному

технологічному процесі. У вигляді формули викладене може бути подано так:

$$Em = \frac{N}{\sum n}$$

Проблема визначення чисельності персоналу індивідуальна для кожного готелю.

5.4.4 Планування кар'єри в готельному бізнесі

Основними передумовами, що визначають ефективність роботи з підбору і добору кадрів, є:

- постановка чітких цілей готелю;
- розробка ефективної організаційної структури управління, що дозволяє забезпечити досягнення цих цілей;
- наявність кадрового планування, що є сполучною ланкою між цілями готелю та організаційною структурою управління.

Кадрове планування – це фундамент політики щодо персоналу, який забезпечує систематичний підхід до підбору і добору кадрів. Звичайно при доборі кандидатів використовують не один метод, а цілий комплекс різних методів, спрямованих на всебічну оцінювання кандидатів.

Традиційно, як джерела пошуку кандидатів у готелі можуть бути використані:

1. Просування по службі всередині готелю;
2. Переведення з відділу у відділ;
3. Призначення топ-менеджерів зі спеціального резерву керівників;
4. Рекомендаціями працівників;
5. Оголошення в засобах масової інформації (ЗМІ);
6. Випускники і студенти старших курсів коледжів і університетів туристського профілю;
7. Державна служба зайнятості;
8. Приватні агентства з підбору персоналу.

Визначення правил добору дозволяє уточнити основні процедури оцінювання кандидатів, а також виділити ключові позиції порівняння претендентів.

Первинний добір починається з аналізу списку і документів кандидатів. Його ціль – відсіяти тих, хто не має мінімального набору характеристик, необхідних для заняття вакантної посади. Кожен готель вправі встановлювати свої вимоги до документів претендентів.

Найбільш розповсюдженими методами первинного добору є: аналіз анкетних даних, тестування, експертиза почерку.

На наступному етапі відділ людських ресурсів проводить індивідуальну співбесіду (інтерв'ю) з відібраними кандидатами. Це дуже відповідальний етап і тому багато готелів приділяють йому велику увагу.

Широко поширені письмові рекомендації людей, що знають кандидата за спільною роботою, навчанням, заняттям спортом тощо. Як правило, такі рекомендації містять винятково позитивні відгуки.

Співбесіда з керівником підрозділу проводиться з метою уточнення професійних якостей кандидата та оцінювання того, наскільки можуть спрацюватися кандидат і колектив готелю, відділу. Крім того, лінійний керівник надає кандидатові докладну інформацію про свій підрозділ, вакантну посаду і посадові обов'язки.

Після цієї співбесіди приймається рішення про те, який кандидат найбільшою мірою підходить готелю. Але для самого кандидата добір на цьому не закінчується.

Випробний термін є останнім іспитом для кандидата і менеджера з персоналу. Він показує не тільки професійну придатність кандидата, а й обґрунтованість висновків, зроблених менеджером з персоналу, обґрунтованість витрачених на добір сил і засобів.

При укладанні трудового договору (контракту) може бути встановлений випробний термін до трьох місяців, а в окремих випадках, за узгодженням із профспілкою – до шести.

Процедуру оцінювання результатів проходження випробного терміну необхідно чітко визначити і довести до відома кандидата. Якщо останній не справився зі своїми обов'язками, то його звільняють. Висновок трудової угоди – договору (контракту) увінчує процес добору персоналу.

Трудовий договір (контракт) відповідно до Законодавства України повинен бути укладений у письмовій формі. Укладення договору в усній формі є грубим порушенням трудового законодавства. При укладанні трудового договору необхідно дотримуватися форми і змісту, встановлених законодавством.

Контракт – угода між працівником і роботодавцем. У ньому повинні бути обумовлені питання, пов'язані зі спеціальністю працівника, кваліфікацією, посадою і правилами внутрішнього розпорядку. Роботодавець на підставі контракту повинен виплачувати зарплату і забезпечувати умови праці відповідно до закону та угоди сторін.

Необґрунтована відмова в роботі категорично заборонена (після всіх стадій перевірки); роботодавець повинен письмово пояснити причину даного рішення. Основним помічником працівника в даній ситуації є профспілка.

Трудовий договір укладається:

- 1) на час виконання певної роботи;
- 2) на певний термін (від 1 року до 5 років);
- 3) на невизначений термін.

Досягти зростання ефективності праці в готелі можна шляхом підвищення кваліфікації її працівників. Навчання кадрів та професійна адаптація персоналу мають декілька напрямків:

- навчання при вступі нового працівника на роботу;
- навчання при переміщенні працівника на іншу посаду чи при зміні обсягу робіт;
- навчання працівників при виявленні неякісного виконання ними своїх професійних обов'язків;
- розвиваюче навчання для співробітників, що бажають підвищити свій рівень професійної кваліфікації;
- навчання при зміні технології роботи.

Важливою задачею навчання при вступі нового працівника на посаду є швидка його адаптація до нових умов роботи, створення умов для отримання максимальної віддачі від працівника найближчим часом.

Навчання має бути чітко спланованим і проходити за конкретною програмою, що розроблена для даної професійної категорії. Зокрема, в обов'язковому порядку новий працівник має пройти тренінг, що спрямований на ознайомлення з історією, структурою готелю, принципами гостинності, основами корпоративної культури, правилами безпеки.

Працівник готелю має добре орієнтуватися на своєму робочому місці, мати чітку уяву про ресурси та інфраструктуру готелю, щоб вміти грамотно інформувати гостей.

Звичайно, навчання персоналу має відбуватися з урахуванням специфіки його роботи але існують загальні елементи навчання, а саме: працівник, що працює в контактній зоні, повинен пройти такі тренінги зі:

- 1) стандартів поведінки і зовнішнього вигляду;
- 2) стандартів обслуговування в сфері гостинності;
- 3) прийняття рішень з метою формування навиків інтерпретації та аналізу проблем, а також оперативного генерування та оцінювання способів дій;

4) виявлення комунікативних здібностей з метою підтримки чи формування стійких навиків міжособистісної взаємодії в ситуаціях «споживач-працівник готелю», «працівник-працівник»;

5) вирішення конфліктних ситуацій з метою розвитку навиків розуміння «сигналів» конфліктної поведінки на її початковій стадії, навиків уникнення конфлікту;

6) етикету, який проводиться в двох варіантах:

о при безпосередньому спілкуванні співробітника з гостем з метою розуміння правил етикету в готельному бізнесі у відповідності з міжнародними стандартами обслуговування;

о при безпосередньому спілкуванні співробітника з гостем по телефону;

7) продажу з метою розвитку навиків ефективних продажів.

Під час тренінгу створюється можливість миттєвого співвідношення отриманої інформації (міні-лекція) та діяльності, емоційного проживання нових моделей поведінки, що забезпечує найбільш ефективне досягнення поставлених цілей.

Крім тренінгів важливим елементом навчання обслуговуючого персоналу готелю є:

– ротація кадрів, коли, наприклад, працівник відділу розміщення декілька днів працює помічником адміністратора номерного фонду. Такі переміщення на етапі навчання сприяють кращій адаптації та інформуванню про роботу інших служб готелю;

– наставництво.

Останнім часом створення в готелі додаткових можливостей для кар'єрного росту сприймається як одна з основних задач кадрової служби. Втримати перспективного працівника в готелі можна лише за умов, коли він буде уявляти собі перспективу кар'єрного росту та отримувати відповідну матеріальну винагороду. З цією метою в готелях повинні бути розроблені програми підвищення кваліфікації чи тренінгові програми для працівників кожного структурного підрозділу окремо. Разом з тим такі програми мають давати бажаний виробничий результат, а тому їх зміст, методи і форми повинні поновлюватися й вдосконалюватися постійно.

Іншим методом підвищення кваліфікації є підвищення по службі. Особливо важливо це для готелів, які використовують в кадровій роботі принцип піраміди. Тобто, персонал набирається зовні тільки в її основу, а

далі просуваються по кар'єрі лише працівники даного готелю. Така схема роботи кадрової служби в цьому напрямку виглядає таким чином:

- 1) планування персоналу;
- 2) оцінка персоналу;
- 3) планування росту керівних кадрів (резерв менеджерів);
- 4) підвищення по службі.

До основних форм супроводу професійного росту і кар'єри відносять такі:

- 1) діагностика професійно-психологічного потенціалу працівника;
- 2) аналіз факторів, які детермінують професійний розвиток: вік, професійний досвід і кваліфікація, рівень професійної освіти та підготовки, стан здоров'я, динамічність кар'єри;
- 3) вивчення вектора професійного спрямування фахівця: рівня самооцінки, мотивації, ціннісних орієнтацій та соціально-професійних установок;
- 4) співбесіда з питань професійного росту і кар'єри з працівником та його начальником;
- 5) складання спільно з працівником кар'єрограми.

5.4.5 Професійна етика персоналу готелю

Професійна етика – це сукупність моральних норм, які визначають ставлення людини до свого професійного обов'язку. Моральні якості працівника розглядаються як один з основних елементів його професійної придатності. Уміння спілкуватися з людьми є найважливішою та необхідною якістю для працівника індустрії гостинності.

У готельному бізнесі вмінню спілкуватися з клієнтами приділяється особлива увага. Весь персонал, в першу чергу ті працівники, які постійно спілкуються з клієнтами, проходять спеціальне навчання: персонал вчать, як спілкуватися з різними клієнтами, говорити по телефону, вислуховувати скарги тощо.

Із загальних правил для персоналу виділимо найважливіші:

♦ працівник готелю повинен бути завжди готовий надати клієнту послугу тоді, коли вона потрібна клієнтові, а не тоді, коли це зручно працівникові;

♦ працівник повинен демонструвати позитивне ставлення до клієнта: виказувати повагу, вести бесіду бездоганно ввічливо, доброзичливим тоном, в жодному разі не підвищуючи голос, не виявляти свого невдоволення;

- ◆ зберігати витримку;
- ◆ працівник готелю повинен посміхатися клієнту, підтримувати позитивний контакт очима. У розмові з гостями використовувати відповідні фрази («доброго ранку», «звичайно, я з задоволенням зроблю це»);
- ◆ потрібно вміти тактовно інформувати клієнта і повідомляти йому навіть неприємні новини, наприклад про те, що клієнт повинен доплатити деяку суму;
- ◆ жоден працівник готелю не має права сперечатися з гостем, навіть через дрібниці; якщо клієнт повідомляє інформацію працівникові, то останній повинен продемонструвати максимальне бажання зрозуміти клієнта, кивати головою, вставляти слова «зрозуміло», «добре», а якщо йому не дуже зрозуміло бажання клієнта, то задавати питання типу «якщо я Вас правильно зрозумів, Ви бажаєте ...».

Проблеми клієнта потрібно вирішувати швидко і невідкладно. Працівник готелю повинен зробити все можливе, щоб якомога швидше заспокоїти гостя. Якщо працівник не може самостійно вирішити проблему, він повинен направити клієнта (а краще супроводити його) до менеджера, який здатний вирішити питання. Протягом 20 хв. слід зателефонувати і переконатися, що проблема вирішена, а споживач задоволений. Потрібно зробити все можливе, щоб надалі не втратити гостя як клієнта.

Кожен працівник готелю зобов'язаний:

- ◆ демонструвати впевненість і компетентність та відповідати очікуванням клієнта;
- ◆ практикувати обслуговування типу «на відстані трьох кроків»;
- ◆ забезпечувати виконання стандартів на тій посадовій позиції, яку він займає;
- ◆ знати запити внутрішніх і зовнішніх споживачів і тому вміти надати їм продукти та послуги, які ті очікують;
- ◆ розуміти коло доручених йому обов'язків і завдань;
- ◆ постійно виявляти недоліки, які він помічає в готелі, і вживати заходів до їх усунення;
- ◆ нести відповідальність за забезпечення максимального рівня чистоти.

Необхідно забезпечити абсолютну надійність виконання побажань клієнта, особливо таких, як побудка у бажаний час.

Існують і певні стандарти гостинності, яких повинні дотримуватися працівники готелю, зокрема:

- запам'ятовувати імена гостей, їх звички, улюблені напої;

– по можливості приділяти всім клієнтам однакову увагу, оскільки всі клієнти рівні незалежно від їх зовнішнього вигляду;

– пам'ятати правила: споживач завжди має рацію, споживач завжди повинен бути задоволений; споживач є найважливішою особою в готелі незалежно від того, присутній він особисто чи звертається письмово або по телефону; споживач є живою людиною зі своїми забобонами і помилками, а не предметом сухої статистики; споживач є невід'ємною частиною бізнесу, а не сторонньою особою. Він головна причина, завдяки якій працює весь персонал.

Забороняється:

- демонструвати клієнтові своє ставлення до нього;
- робити клієнту зауваження;
- розпитувати гостя про особисте життя;
- прислухатися до розмов клієнтів;
- висловлювати свою думку без відповідної пропозиції клієнта;
- торкатися питань політики і релігії;
- вирішувати конфлікт з колегами в присутності клієнтів;
- розмовляти з колегою, коли клієнт чекає;
- вимагати чайових.

Перш ніж перейти до обслуговування наступного клієнта, необхідно запитати у попереднього клієнта, чи не потрібно йому ще що-небудь. Треба завжди пропонувати клієнтові вибір з декількох можливих варіантів послуги. З дітьми треба спілкуватися ввічливо, але не так формально, як з дорослими. З інвалідами не можна розмовляти зверхньо, голосно. Якщо вони погано чують або не розуміють, звертатися необхідно саме до них, а не до супровідника.

Співробітник повинен відчувати себе послом свого готелю. Він повинен бути максимально поінформований про цей готель, його послуги, розташування служб, процедури замовлення, меню в ресторані та інше, щоб відповісти на запитання гостей. Слід завжди говорити про діяльність свого готелю тільки позитивно, жодних негативних коментарів, завжди підкреслювати переваги свого готелю перед конкурентами.

Замість того, щоб просто повідомити гостю, де знаходиться те чи інше приміщення, слід провести його туди.

При розмові по телефону необхідно дотримуватися таких правил етикету:

- відповідати не пізніше ніж через три телефонних дзвінка і завжди з посмішкою;
- відрекомендуватися, назвавши готель, службу своє прізвище;
- не змушувати клієнта чекати інформації більш 45 с;
- якщо на відповідь потрібно більше часу, слід запитати клієнта, чи згоден він зачекати чи запропонувати зв'язатися з ним пізніше;
- не слухати розмови інших людей по телефону;
- по можливості не переадресовувати дзвінки.

Одним з атрибутів, що дозволяють судити про якість готелю, є зовнішній вигляд обслуговуючого персоналу. Готель, працівники якого мають фірмовий одяг, об'єднаний фасоном, кольором, обробкою і відмітними знаками, залишає приємне враження у клієнта. Уніформа повинна бути бездоганною, взуття начищеним, на бейджі повинні бути чітко написані ім'я та прізвище працівника.

Внутріфірмові правила суворо регулюють зовнішній вигляд: акуратна зачіска, акуратні руки, мінімум прикрас у жінок. Не допускається запах цибулі, часнику і тим більше поту.



Питання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте систему управління персоналом готелю, наведіть її функції, принципи та структуру.
2. Наведіть основні технології управління персоналом.
3. Дайте визначення поняття «маркетинг персоналу».
4. Наведіть методи визначення потреби готелю в персоналі.
5. Які існують джерела наймання персоналу, як проводиться його пошук і добір?
7. В чому полягає роль кадрового планування в готелі?
8. Як проводиться управління кар'єрою персоналу в готелі?
9. Як здійснюється оцінювання і стимулювання праці персоналу?
10. Назвіть загальні вимоги, що висуваються до обслуговуючого персоналу в готелі.
11. Охарактеризуйте систему тренінгів обслуговуючого персоналу готелю. Які функції покладені на навчально-тренінговий центр?

Тести

1. Основні функціональні обов'язки персоналу підприємств готельного господарства викладені у:

- а) відповідних типових положеннях і інструкціях;
- б) програмі розвитку підприємства;
- в) наказах по персоналу.

2. Кількість персоналу, який належить до контактної зони залежить від:

- а) обсягу реалізованих послуг;
- б) місткості підприємства готельного господарства;
- в) немає правильної відповіді

3. Штатні нормативи, як будь-які технічні нормативи:

- а) не постійні;
- б) постійні;
- в) змінюються в залежності від фаху персоналу

4. До обслуговуючого персоналу підприємств готельного господарства висуваються вимоги до:

- а) кваліфікації;
- б) манер поведінки;
- в) віку.

5. Персонал усіх категорій та типів підприємств готельного господарства повинен:

- а) уміти створювати на підприємстві атмосферу гостинності, бути готовим доброзичливо виконати вимоги споживача, виявляти терпіння і стриманість;
- б) удосконалювати атмосферу гостинності, виконувати технічні умови;
- в) виявляти недоброзичливе ставлення персоналу до споживачів готельних послуг, удосконалювати систему обслуговування.

6. З метою удосконалення організації праці необхідно проводити аналіз витрат робочого часу за допомогою:

- а) хронометражу;
- б) методу аналогів;
- в) методу прямого нормування.

Приклади розв'язування типових задач

Завдання 1. Розрахунок норм праці покоївок

Розрахувати норми часу обслуговування за видами прибирання номерів готелю з урахуванням характеристик номерного фонду готелю і норм часу на обслуговування одного номера за категоріями та видами прибирання.

Таблиця 1

Норми часу за видами прибирання на обслуговування одного номера залежно від його категорії, хв

Категорія номера	Вид прибирання					
	сухе		зміна білизни		від'їзд	
	Оперативний час	Оперативний час, з урахуванням коефіцієнта К	Оперативний час	Оперативний час, з урахуванням коефіцієнта К	Оперативний час	Оперативний час, з урахуванням коефіцієнта К
стандартний	6	7,5	35	43,75	45	56,25
люкс	12	15,0	60	75	90	112,5
апартаменти	24	30	120	150	240	300

Таблиця 2

Характеристика номерного фонду готелю

Категорія номера	Кількість
стандартний	172*
люкс	34*
апартаменти	4*
Всього	210

*студенти замінюють останню цифру на цифру свого порядкового номера і формують варіант для індивідуального розв'язання завдання

Норми обслуговування визначають за формулами:

$$H_o = \frac{T_{зм}}{T_{но}},$$

де $T_{зм}$ – тривалість зміни = 480 хв.;

Норма часу обслуговування ($T_{но}$) визначається за формулою:

$$T_{но} = (T_{n1} + T_{n2} + \dots + T_{nn}) \times K$$

де $T_{n1} + T_{n2} + \dots + T_{nn}$ – час, витрачений на виконання окремих робіт в номері; K – коефіцієнт, що враховує витрати часу на виконання додаткових функцій = 1,25.

На підставі вихідних даних визначимо середні норми часу обслуговування одного номера будь-якої категорії за видами прибирання:

$$T_{но} \text{ «сухе»} = 72 \times 7,5 + 34 \times 15 + 4 \times 30 / 210 = 9 \text{ хв}$$

$$T_{но} \text{ «зміна білизни»} = (172 \times 43,75 + 34 \times 75 + 4 \times 150) / 210 = 51 \text{ хв}$$

$$T_{но} \text{ «від'їзд»} = (172 \times 56,25 + 34 \times 112,5 + 4 \times 300) / 210 = 70 \text{ хв.}$$

Оскільки покоївці доручається обслуговування номерів різних категорій і видів прибирання, то номенклатура номерів підбирається в кожній окремому випадку таким чином, щоб дотримувалася умова:

$$T_o \leq T_{зм}$$

де T_o – сумарна трудомісткість обслуговування, розрахована виходячи з обсягів роботи за числом номерів будь-якої категорії і норм часу

обслуговування за видами виконуваних робіт; Тзм – тривалість зміни (480 хв).

Можливе формування такого поєднання норм обслуговування: 3 номери обслуговування будь-якої категорії для прибирання «від'їзд»,
4 номери будь-якої категорії для прибирання «зміна білизни»,
6 номерів будь-якої категорії для «сухого прибирання»:

$$To = (3 \times 70) + (4 \times 51) + (7 \times 9) = 477 < 480 \text{ хв.}$$

Таким чином, комплексна норма обслуговування однією покоївкою в зміну становить 13 номерів різної категорії та різними типами прибирання.

Явочна чисельність покоївок, що працюють в денну зміну, необхідна для обслуговування всіх номерів у готелі, визначається за такою залежністю:

$$Ч_я = \frac{N}{H_o},$$

де Чя – явочна чисельність покоївок, чол.

N – загальна кількість номерів;

Но – норма обслуговування на одну покоївку в зміну.

$$Ч_я = 210/13 = 16 \text{ чол.}$$

Ця чисельність покоївок відповідає максимальному, тобто 100% завантаженню готелю. Враховуючи специфіку галузі готельного бізнесу – сезонність, від чого залежить завантаження готелю, можна розрахувати необхідну явочну чисельність покоївок при певній завантаженості готелю.

Дану залежність можна подати у вигляді таблиці.

Таблиця 3

Явочна чисельність покоївок залежно від сезонного завантаження готелю

Завантаження готелю, %	Кількість номерів, що забезпечують вказане завантаження	Явочна чисельність покоївок в денну зміну, чол. <i>ст. 2 / 13ном.</i>
100	210	16
90	189 (201 x 0,9)	149 (189 / 13ном)
80	168	13
70	147	11
60	126	10
50	105	8
40	84	6

Чисельність покоївок, що працюють в дві зміни по 12 год. Повинно коливатися в межах від 12 (6 чол. x 2 зм.) до 32 чол (16 чол. x 2 зм.)

Завдання 2. Розрахувати чисельність машиністів із прання та ремонту спецодягу за нормами часу.

Вихідні дані

1 Річний обсяг робіт в одиницях виміру:

- прання в машині-автоматі із програмним керуванням із завантажувальною ємністю машини до 5 кг – 7500 кг;
- сушіння в сушильних шафах – 7500 кг;
- прасування на каландрах з продуктивністю машини 380 кг/зміну – 6000 кг;
- прасування вручну – 1500 кг;

2 Річний фонд робочого часу одного працівника (2008 год.),

Ф – 2011 год.;

3 Коефіцієнт, що враховує заплановані невиходи працівників через щорічні відпустки, хвороби тощо, К – 1,15.

Таблиця 4

Розрахунок чисельності машиністів із прання та ремонту спецодягу

№ по– зиції	Найменування видів робіт, що виконуються машиністом	Одиниця виміру обсягу робіт	Час на одиницю виміру, люд.-год.	Номер карти, позиції	Річний обсяг робіт, од.	Річна трудоємність Тр, люд.-год.
1	Прання в машині-автоматі з програмним управлінням, з ємністю машини до 5 кг	100 кг	2,29	32.1	75	171,75
2	Сушіння в сушильних шафах	100 кг	1,37	32.7	75	102,75
3	Прасування на каландрах з продуктивністю машини 380 кг/зміну	100 кг	6,3	32.9	60	378,0
4	Прасування вручну	100 кг	16,4	32.11	15	246,0
Усього						898,5

Чисельність становить:

$$C_H = \frac{T_p \cdot K_n}{\Phi} = \frac{898,5 \cdot 1,15}{2011} = 0,51 \text{чол}$$

Приймається чисельність 0,5 чол.

Завдання 3. Розрахувати чисельність прибиральників службових приміщень за нормами обслуговування.

Вихідні дані

1. Площа прибирання, яку необхідно обслуговувати:

- службові приміщення – 250 м² з коефіцієнтом заставлення до 0,4;
- коридор – 120 м² з коефіцієнтом заставлення до 0,2;
- туалет жіночий – 25 м²;
- туалет чоловічий – 20 м².

2. Коефіцієнт, що враховує заплановані невиходи працівників через щорічні відпустки, хвороби тощо, К – 1,15.

Таблиця 5

Розрахунок чисельності прибиральників службових приміщень

№ по- зиції	Найменування приміщень	Норма обслуговування в зміну Но, м ²	№ карти, позиції, індекс	Площа прибирання, яку необхідно обслуговувати N, м ²	Норма чисельності прибиральників, $\times i = \frac{N \cdot K_i}{I_i}$, чол.
1	Службові приміщення	518,4	39.1.б	250	$\frac{250 \cdot 1,15}{518,4} = 0,55$
2	Коридор	1198,8	39.2.а	120	$\frac{120 \cdot 1,15}{1198,8} = 0,12$
3	Туалет жіночий	216	39.4.а	25	$\frac{25 \cdot 1,15}{216} = 0,13$
4	Туалет чоловічий	199,8	39.5.а	20	$\frac{20 \cdot 1,15}{199,8} = 0,12$

Норма чисельності прибиральників службових приміщень становить:

$$Ч_n = 0,55 + 0,12 + 0,13 + 0,12 = 0,92 \text{ чол.}$$

Приймається 1 чол.

Завдання 4. Приклад розрахунку нормативної чисельності прибиральників службових приміщень

Вихідні дані:

Сумарна площа приміщень – 2535 м².

Площа службових приміщень – 1450 м² (з коефіцієнтом заставленості від 0,2 до 0,4).

Площа зали засідань – 360 м² (з коефіцієнтом заставленості 0,6).

Площа коридору – 405 м² (з коефіцієнтом заставленості 0,3).

Площа чоловічого туалету – 40 м².

Площа жіночого туалету – 50 м².

Площа сходів – 150 м².

Площа вестибюля – 80 м² (з коефіцієнтом заставленості 0,3).

Розрахунок:

Чисельність прибиральників службових приміщень визначається:

$$Ч_{np} = \frac{1450}{518,4} + \frac{360}{831,6} + \frac{405}{1036,8} + \frac{40}{199,8} + \frac{50}{216} + \frac{150}{788,4} + \frac{80}{1036,8} = 4,32 \text{чол.}$$

$$Ч_{np} = 4,32 \times 1,15 = 4,97 \text{чол.}$$

Приймається чисельність 5 чол.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Нормативні джерела

1. Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг, затверджені наказом Держкомстандарту 27.01.99 р. № 37.
2. Постанова КМУ «Про порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» від 15 березня 2006 року №297
3. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщування та надавання готель них послуг, затверджені наказом Державної туристичної адміністрації України від 16.03.2004 р. за № 19 та зареєстровані в Міністерстві юстиції України 02.04.2004 р. за № 413/9012
4. ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні Класифікація готелів» (розроблено Держтурадміністрацією спільно із ДП НДІ «Система». Введено в дію у липні 2004 року).
5. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги» (розроблено Держтурадміністрацією спільно із ДП НДІ «Система». Введено в дію у липні 2004 року).
6. ДСТУ 3862–99 «Громадське харчування. Терміни та визначення».
7. ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація».
8. ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення».
9. Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг (наказ Держстандарту від 27.01.1999р. №37, зареєстрований у Мін'юсті 15 квітня 1999р. за №236/3529).
10. Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (Постанова КМУ від 15.03.2006р. №297).
11. ДБН В.2.2–20–2008. Будинки і споруди. Готелі.
12. ДБН В.2.2–9–99. Громадські будинки і споруди. Основні положення.
13. ДБН В.2.2–11–2002. Підприємства побутового обслуговування.
14. ДБН В.2.2–13–2003. Спортивні та фізкультурно–оздоровчі споруди.
15. ДБН В.2.5–23:2010 Інженерне обладнання будинків і споруд. Проектування електрообладнання об'єктів цивільного призначення.
16. ДБН В.2.5–24–2003 Інженерне обладнання будинків і споруд. Електрична кабельна система опалення
17. ДБН В.2.5–27–2006 Інженерне обладнання будинків і споруд. Захисні заходи електробезпеки в електроустановках будинків і споруд
18. ДБН В.2.5–28–2006 Інженерне обладнання будинків і споруд. Природне і штучне освітлення.
19. ДСТУ Б В.2.5–34:2007 Сміттєпроводи житлових і громадських будинків. Загальні технічні умови.
20. ДСТУ Б В.2.5–38:2008 Інженерне обладнання будинків і споруд. Улаштування блискавкозахисту будівель і споруд.
21. ДСТУ 3862–99 (зм. 2003 р.) Ресторанне господарство.
22. СНиП 2.04.01–85. Внутренний водопровод и канализация зданий.
23. СанПіН 42–123–577–91. Санітарні правила для підприємств

громадського харчування, включаючи кондитерські цехи і підприємства, що виробляють м'яке морозиво (СанПіН).

24. СНиП 2.04.05–91 Отопление, вентиляция и кондиционирование.

25. ДСТУ Б А.2.4–7–95. Система проектної документації для будівництва. Правила виконання архітектурно-будівельних робочих креслень.

26. ВБН В 2.5–78.11.01–2003. Системи сигналізації охоронного призначення.

27. Міжгалузеві норми чисельності робітників, що обслуговують громадські будівлі (будівлі управлінь, конструкторські і проектні організації, затверджені Наказом Міністерства праці та соціальної політики України №105 від 11.05.2004р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uazakon.com/document/fpart72/idx72479.htm>.

Літературні джерела

1. Архитектурное проектирование общественных зданий и сооружений: Учебник для вузов / [В. В. Адамович, Б. Г. Бархан, В. А. Варезкин и др.]; под общ. ред. И. Е. Рожина, А. И. Урбаха. – [2–е изд.] – М.: Стройиздат, 1984. – 543 с.
2. Апонін В.В., Олексин І.І., Шутовська Н.О., Футало Т.В. Організація і технологія надання послуг. Навч. посібник за редакцією професора В.В. Апоніна. – К.: Видавничий центр «Академія», 2006. – 311 с.
3. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство: учебник / С. И. Байлик [для студ. высш. учеб. заведен.]. – 2–е изд., перераб и доп. – К.: Дакор, 2009. – 368 с.
4. Білорус О.Г. Глобалізація і національна стратегія України. – К.: ВО «Батьківщина», 2001.
5. Балашова Е.А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса–М:000 «Вершина», 2005.
6. Банько В.Г. Будівлі, споруди, обладнання туристських комплексів та їх експлуатація / Навчальний посібник. – К.: Центр інформаційних технологій. – 2006. – 292 с.
7. Білик Е.В. Сучасна енциклопедія етикету: 1000 правил і корисних порад. – Донецьк: ТОВ ВКФ «БАО», 2005 – 308 с.
8. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: Підручник. – К.: Київ. нац. торг.-екон. Ун-т., 2006. ~ 448 с.
9. Бородин В.В. Ресторанно-гостиничный бизнес: учет, налоги, маркетинг, менеджмент. – М: Книжный мир, 2001. – 165 с.
10. Бочелюк В.Й., Бочелюк В.В. Дозвіллезнавство. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 208 с.
11. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Укладач і головний редактор В.Т. Бусел. – К.: Ірпінь, ВТФ «Перун», 2004. – 1440 с.
12. Волков Ю.Ф. Гостиничный и туристский бизнес / Ю.Ф. Волков. – [2–е изд.]. – Ростов н/Д.: Феникс, 2009. – 637 с.

13. Герасименко В.Г. Основи туристичного бізнесу. – Одеса: Чорномор'я, 1997. – 160с.
14. Готелі та інші місця для тимчасового проживання: Статистичний бюлетень. – К.: Державний комітет статистики України, 2007.
15. Гуревич А. Я. История Средних веков / А. Я. Гуревич, Д.Э. Харитонович. – [2-е изд.]. – М.: МБА, 2008. – 320 с.
16. Довідник нормативних документів у сфері охорони праці, пожежної безпеки, гігієни праці та соціального страхування від нещасних випадків. ПП «РК» «Вектор». – Київ 2009, 244 с.
17. Дворкина Ю.Б. Клуб и свободное время // Клуб. – М., 1999. – № 6. – С. 2 – 13.
18. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: Навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
19. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 480с.
Экономика и организация туризма. Международный туризм / [Е.Л. Драчёва, Ю.В. Забаев, Д.К. Исмаев и др.]; под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчёвой. – 2 – изд., стер. – М.: КНОРУС, 2005. – 576 с.
20. Ерошенко И.Н. Культурно-досуговая деятельность в современных условиях. – М.: НГИК, 1994, – 69 с.
21. Ефимова О.П., Ефимова Н.А. Экономика гостиниц и ресторанов. – М.: Новое знание, 2006. – 392 с.
22. Карнаухова В.К., Краківська Т.А. Сервісна діяльність: навчальний посібник / За заг. ред. Ю.М. Краківської. – М.: ІКЦ «МарТ»; Ростов н / Д: Вид. центр «МарТ», 2006
23. Козлова, Т. «Лицо» сетевых отелей [Текст] / Т. Козлова // Новости турбизнеса. – 2005. – №22. – С. 23.
24. Лук'янова Л.Г., Дорошенко Т.Т., Муніч І.М, Уніфіковані технології готельних послуг / За ред.. проф. В.К. Федорченка. – К.: Вища школа, 2001. – 237 с.
25. Лесник А. Л. Безопасность в гостиничных предприятиях. Учебное пособие М.: УКЦ «Персона пяти звезд», ТрансЛит, 2008 –152 с
26. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания: Учебник для начального профессионального образования. – М: Академия, 2002. – 208 с.
27. Мальська М. П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.
28. Мунін Г.Б., Зимійов А.О., Самарцев Є.В., Гаца О.О., Максимець К.П., Роглев Х.И. Управління сучасним готельним комплексом: Навч.посіб. /За редакцією члена-кор. НАН України, д.е.н., професора СІ. Дорогунцова. – К.: Ліра – К, 2005. – 520 с.
29. Писаревський І. М. Матеріально-технічна база готелів: підручник / І. М. Писаревський, А. А. Рябев; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 286 с.

30. Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах: 36. наук. пр. / Київський національний торговельно-економічний ун-т / М.І. Пересічний (відп. ред.). – К.: КНЕУ, 2004. – 208 с.
31. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: Навч. посіб. – К.: Кондор, 2005. – 408 с.
32. Рябев А. А. Классификация гостиниц: некоторые проблемы и пути их решения / А. А. Рябев // XXXIV науч.-техн. конф. препод., аспирантов и сотр. Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. В 3-х ч. Ч. 3. Общественно-экономические науки: программа и тезисы докладов / Харьк. нац. акад. гор. Хоз-ва. – Х.: 2008. – С. 170 – 172.
33. Слипушко, Г.К. проблеме классификации отелей в мире и Украине [Текст] / Г.Слипушко // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2004. – №1. – С. 30–32.
34. Скараманга В.П. Фирменный стиль в гостеприимстве: Учеб. пособие. – М: Финансы и статистика, 2005.
35. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 304 с.
36. Ткаченко Т.І., Гаврилюк С.П. Економіка готельного господарства і туризму / Навч. посіб. – К.: КНТЕУ, 2005. – 179 с.
37. Уніфіковані технології готельних послуг: Навч. посібник / За ред. В.К.Федорченко. – К.: Вища шк., 2001. – 327 с.
38. Устименко Л.М., Афанасьев І.Ю. Історія туризму / Навчальний посібник. – К.: Альтер-прес, 2005.
39. Уокер., Джон Р. Управление гостеприимством. Вводный курс: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061122 «Гостиничный и туристический бизнес» / Джон Р. Уокер; Пер. с англ. [В.Н. Егорова].- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.- 735 с. – (Серия «Зарубежный учебник»).
40. Медлик, С. Гостиничный бизнес: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061122 «Гостиничный и туристический бизнес» / С.Медлик, Х.Инграм; Пер. с англ. [А.В.Павлов].-М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011.-239 с. – (Серия «Зарубежный учебник»).
41. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні. – К.: Вища школа, 2002. – 195 с.
42. Филипповский Е.Е., Шмарова Л.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 174 с.
43. Чигирь Л. Гостиничный бизнес: как организовать бронирование мест по Интернету / Л.Чигирь // Бизнес. – 2003. – № 24 (543). – С. 110–113
44. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма: учебное пособие. – 2-е изд./ А.Д.Чудновский, М.А. Жукова, В.С. Сенин.– М.: КНОРУС, 2005.– 448с
45. Шаповал М.І. Основи стандартизації, управління якістю і сертифікації: Підручник.– 3-є вид., перероб. і доп.– К.: Вид-во Європ. Ун-ту, 2002.

46. Jennie Germann Molz, Sarah Gibson. Mobilizing hospitality. - 2007 - 232 c. Ashgate Publishing Limited.
47. Jerry J. Weygandt. Hospitality Financial Accounting. - 2008 - 547 c. John Wiley & Sons, INC.
48. Michael Olsen, Virginia Tech, Jinlin Zhao. Handbook of hospitality strategic management. - 2008 - 513 c. Butterworth-Heinemann
49. Pat Golden-Romero. Hotel convention sales, services, and operations. - 2007 - 331 c. Butterworth-Heinemann
50. Simon Hudson. Tourism and Hospitality Marketing. - 2008 - 490 c. SAGE Publications Ltd
51. Susan Horner, John Swarbrooke. Leisure Marketing. - 2005 - 425 c. Elsevier Butterworth-Heinemann
52. Tammie J. Kaufmann, Conrad Lashley Lisa, Ann Schreier. Timeshare Management: The Key Issues of Hospitality Managers. - 2009 - 225 c. Elsevier Butterworth-Heinemann
53. Yvette Reisinger. International Tourism: Cultures and Behavior. - 2009 - 450 c. Butterworth-Heinemann.
54. Yoel Mansfeld, Abraham Pizam. Tourism, Security and Safety From Theory to Practice. - 2006 - 376 c. Elsevier Butterworth-Heinemann

Интернет джерела

1. Винокурова И. 15 фактов из жизни Цезаря Ритца, короля гостиничного бизнеса [Электронный ресурс] / И. Винокурова. – Режим доступа: www.prorobotu.com.ua.
2. Гостеприимная безопасность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bdimag.ru/index.php?action=article&id=44>
3. Концепция обеспечения безопасности современной гостиницы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sec4all.net/hotel-secur.html>
4. Концепції контролю доступу для готелю [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spv.ua/modshop/branch~699/lang~ukrainian/>
5. Конрад Хилтон: Империя под ударом [Электронный ресурс]: (по материалам <http://www.peoples.ru>). – Режим доступа: <http://www.uprav.ru/success/detail/1334524023>.
6. Конрад Хилтон: Философия отеля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://next-stop.ru/1069-konrad-khilton-filosofija-otelja.html>.
7. Сайт глобальной системы бронирования Amadeus [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.amadeus.ru>.
8. Офіційний сайт отеля Ritz [Электронный ресурс]. – Режим доступа: botinok.co.il/node/55185.
9. Офіційний сайт корпорації Sheraton [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.starwoodhotels.com/heraton/index.html>.
10. Офіційний сайт корпорації Marriott International [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Marriott_International

11.Офіційний сайт французької консультативної компанії «MKG Group»
[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mkg-group.com>

ПОРЯДОК
НАДАННЯ ПОСЛУГ З ТИМЧАСОВОГО РОЗМІЩЕННЯ (ПРОЖИВАННЯ)

1. Цей Порядок регулює питання надання юридичними та фізичними особами послуг з тимчасового розміщення (проживання).
2. Готелі та інші об'єкти, призначені для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) (далі - засоби розміщення), поділяються на:
колективні - засоби розміщення загальною кількістю місць 10 або більше, в яких надають місце для ночівлі в кімнаті чи іншому приміщенні і за які справляється плата за встановленими цінами;
індивідуальні - житло, в якому за плату або безоплатно надається обмежена кількість місць (менш як 10). У такому засобі одиниці розміщення (кімнати, житло) повинні бути відокремлені одна від одної.
3. Послуги з тимчасового розміщення (проживання) - це діяльність юридичної та фізичної особи з надання місця для ночівлі у засобі розміщення за плату, а також інша діяльність, пов'язана з тимчасовим розміщенням (проживанням), передбачена законом.
4. До послуг з тимчасового розміщення (проживання) не належать:
розміщення юридичною особою своїх працівників у засобі розміщення, що йому належить;
розміщення осіб, з якими укладається договір про наймання житла на строк, що перевищує один місяць (для курортів строк визначається місцевими органами виконавчої влади);
розміщення осіб, які навчаються у навчальному закладі, у засобі розміщення, що належить цьому закладу;
безоплатне розміщення фізичною особою членів своєї сім'ї або інших осіб.
5. Юридичні та фізичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання) у колективних засобах розміщення, зобов'язані вести книгу відгуків і пропозицій, яка зберігається у доступному для споживачів місці, своєчасно надавати повну та достовірну інформацію про документи, якими вони керуються під час надання послуг, перелік послуг, їх вартість та умови одержання, правила ефективного і безпечного користування засобом розміщення, найменування та адресу виконавця послуг, адреси і номери телефонів органів, що забезпечують державний захист прав споживачів.
6. Фізичні особи - власники або орендарі колективних засобів розміщення надають послуги з тимчасового розміщення (проживання) за умови державної реєстрації їх як суб'єктів підприємницької діяльності.
7. Фізичні особи - власники або орендарі індивідуальних засобів розміщення надають послуги з тимчасового розміщення (проживання) без державної реєстрації їх як суб'єктів підприємницької діяльності.
Фізичні особи - власники або орендарі індивідуальних засобів розміщення зобов'язані подавати у визначений законодавством строк органу відповідної податкової служби декларацію за встановленою формою про дохід, отриманий від надання таких послуг, вести книгу реєстрації, в якій зазначається прізвище, ім'я та по батькові мешканця, рік народження, місце проживання (перебування) та документ, який посвідчує особу, дата прибуття та вибуття, вартість наданих послуг. Статистичні відомості подаються до місцевих органів виконавчої влади за встановленою ними формою.
8. Послуги з тимчасового розміщення (проживання) підлягають обов'язковій сертифікації стосовно безпеки для життя та здоров'я людей, захисту їх майна та охорони довкілля в порядку, встановленому законодавством.
9. Плата за надані послуги з тимчасового розміщення (проживання) справляється на 12 годину поточної доби за місцевим часом.
10. Типи та характерні ознаки засобів розміщення, правила користування ними визначаються МКТ.
11. Державна класифікація засобів розміщення на відповідність певній категорії проводиться відповідно до законодавства.

12. Для проведення державних статистичних спостережень юридичні та фізичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання) у колективних засобах розміщення, складають звіт відповідно до законодавства. Зразки форм документів первинного обліку у сфері надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) розробляє і затверджує МКТ.

13. Відповідальність за надання споживачам достовірної інформації стосовно послуг з тимчасового розміщення (проживання) та їх якості несуть юридичні та фізичні особи, що надають ці послуги, відповідно до закону.

**ПРАВИЛА
КОРИСТУВАННЯ ГОТЕЛЯМИ Й АНАЛОГІЧНИМИ ЗАСОБАМИ РОЗМІЩЕННЯ ТА
НАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ**

*Затверджено Наказом Міністерства культури і туризму України
від 18 жовтня 2010 року N 43*

1. Загальні положення

1.1. Ці Правила регламентують основні вимоги щодо користування готелями та аналогічними засобами розміщення (далі - готелі) усіх форм власності, що здійснюють діяльність на території України у сфері надання послуг розміщення (готельних послуг) споживачам, і регулюють відносини між споживачами (фізичними особами, які проживають у готелях або мають намір скористатися готельними послугами), та готелями, виконавцями цих послуг.

1.2. У своїй діяльності готелі керуються чинним законодавством України та цими Правилами.

1.3. У Правилах терміни вживаються в такому значенні:

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

аналогічні засоби розміщення - підприємства будь-якої організаційно-правової форми власності, що складаються з номерів і надають обмежені готельні послуги, включно з щоденним заправлянням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів;

споживач - фізична особа, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити товари, роботи, послуги для власних (побутових) потреб;

замовник - фізична або юридична особа, в тому числі суб'єкт туристичної діяльності, яка укладає відповідний договір на надання готельних послуг від імені та на користь споживача та здійснює оплату за цим договором (надає гарантії щодо оплати за цим договором);

готельна послуга - дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням. Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, що надаються споживачу відповідно до категорії готелю;

основні послуги - обсяг послуг готелю (проживання, харчування тощо), що включається до ціни номера (місця) і надається споживачу згідно з укладеним договором;

додаткові послуги - обсяг послуг, що не належать до основних послуг готелю, замовляються та сплачуються споживачем додатково за окремим договором;

місце (ліжко-місце) - частина площі номера з ліжком, постільною білизною, рушниками та іншим інвентарем відповідно до категорії готелю, призначена та придатна для проживання однієї особи;

номер - окреме вмебльоване приміщення, що складається з однієї або декількох кімнат, обладнаних для тимчасового проживання;

штрафні санкції - штраф, який сплачується договірною стороною у випадку порушення нею вимог, обумовлених договором або чинним законодавством;

бронювання - процес замовлення замовником готелю основних і/або додаткових послуг у певному обсязі, з метою використання послуг в обумовлені терміни конкретним споживачем або групою споживачів;

підтвердження заброньованих послуг - згода готелю щодо виконання замовленого обумовленого переліку основних і додаткових послуг згідно з заявкою;

відмова в бронюванні послуг - відмова готелю в бронюванні основних і додаткових послуг готелю у визначений договором термін;

анулювання - відмова замовника від заброньованих послуг. Анулювання поділяється на три види: своєчасне анулювання, пізнє анулювання, неприбуття. В разі пізнього анулювання або неприбуття готель стягує штраф з замовника згідно з умовами, викладеними в договорі;

своєчасне анулювання - відмова замовника від використання заброньованих послуг не пізніше ніж за три доби до дати запланованого заїзду або в обумовлені договором терміни;

пізнє анулювання - анулювання у термін не пізніше ніж за одну добу до дати запланованого заїзду або в обумовлені договором терміни;

неприбуття - фактичне неприбуття споживача, групи споживачів до готелю у день заїзду, або ануляція заброньованих послуг менше ніж за 24 години до вказаної дати поселення;

дата заїзду - дата прибуття споживача до готелю;

дата виїзду - дата виїзду споживача із готелю;

ранній заїзд - заїзд споживача до готелю до розрахункової години;

пізній виїзд - виїзд споживача з готелю після розрахункової години в день виїзду;

розрахункова година - година, яка встановлена у готелі і при настанні якої споживач повинен звільнити номер у день виїзду і після якої здійснюється заселення у готель.

1.4. Категорія готелю встановлюється відповідно до чинного законодавства України.

1.5. Використання "зірок" як знака відповідності готелю певній категорії без підтвердження її у встановленому чинним законодавством порядку забороняється.

1.6. Посадові особи, які безпосередньо здійснюють керівництво готелем та його персоналом, повинні мати вищу фахову освіту або вищу освіту та спеціальну професійну підготовку чи стаж керівної роботи у сфері надання готельних послуг не менш трьох років.

1.7. Режим роботи готелю цілодобовий.

1.8. Персонал, який бере безпосередню участь у прийманні та обслуговуванні споживачів, повинен мати відповідну професійну підготовку, володіти іноземними мовами в необхідному обсязі в залежності від категорії готелю, дотримуватись правил службового етикету (бути ввічливим, люб'язним, мати охайний вигляд).

1.9. Персонал, який бере безпосередню участь у прийманні та обслуговуванні споживачів, повинен проходити медичне обстеження, результати якого відображаються в особових медичних книжках. Особова медична книжка пред'являється для контролю на вимогу представників установ державної санітарно-епідеміологічної служби.

1.10. У готелі повинні використовуватись мийні засоби, що дозволені Міністерством охорони здоров'я України та мають сертифікат відповідності.

1.11. Матеріально-технічне оснащення та мінімальний перелік послуг, що надаються готелем, повинні відповідати вимогам, установленим стандартами та іншими нормативно-правовими документами для категорії одна "зірка".

1.12. Готель повинен мати внутрішні правила проживання у готелі, які не суперечать цим Правилам, а також книгу відгуків та пропозицій.

1.13. Готель повинен мати журнал реєстрації вступного інструктажу працівників з питань охорони праці та журнал реєстрації інструктажів з питань охорони праці.

1.14. Готель повинен відвести не менше ніж 50 відсотків номерів та (або) місць розміщення для осіб, які не курять.

(розділ 1 доповнено пунктом 1.14 згідно з наказом Міністерства культури і туризму України від 19.10.2009 р. N 46)

2. Інформація про послуги

2.1. Готель зобов'язаний довести до відома споживача найменування та місцезнаходження юридичної особи, категорію готелю при її наявності.

Фізична особа - суб'єкт господарювання зобов'язаний надати споживачу інформацію про свою державну реєстрацію та найменування органу, що його зареєстрував.

2.2. Готель зобов'язаний надати споживачу необхідну, достовірну, доступну та своєчасну інформацію про готельні послуги.

Інформація доводиться до відома споживача у доступній наочній формі і розміщується у приміщенні, що призначене для оформлення розміщення споживача, у зручному для огляду місці та повинна включати таке:

зазначення нормативних документів, вимогам яких повинні відповідати готельні послуги;

ці Правила;

свідоцтво про присвоєння готелю відповідної категорії (якщо вона присвоєна);

копію сертифіката на послуги, що підлягають обов'язковій сертифікації;
копію ліцензії, якщо даний вид діяльності підлягає ліцензуванню;
ціну номера (місця в номері);
перелік основних послуг, що входять у ціну номера (місця в номері);
перелік і ціну додаткових послуг, що надаються за окрему плату;
відомості про форму та порядок оплати послуг;
перелік категорій осіб, що мають право на отримання пільг, а також перелік пільг, що надаються при наданні послуг у відповідності до законодавства;
відомості про роботу закладів (підприємств) громадського харчування, торгівлі, зв'язку, побутового обслуговування та інших, що розташовані в готелі. У разі їх відсутності - дані про місцезнаходження та режим роботи найближчих до готелю підприємств харчування, зв'язку та побутового обслуговування;
відомості про органи, що здійснюють захист прав споживачів.

2.3. Готель повинен забезпечити наявність у кожному номері внутрішніх правил проживання у готелі, правил протипожежної безпеки та інструкції щодо дій в екстремальних умовах, перелік додаткових послуг та прейскурант цін на них, відомості про роботу закладів (підприємств) громадського харчування, торгівлі, зв'язку, побутового обслуговування та інших, що розміщені у готелі, внутрішній телефонний довідник.

Зазначена інформація повинна доводитись до відома споживачів українською мовою і, в залежності від категорії підприємства, іноземними мовами (на розсуд готелю).

2.4. Збитки, завдані споживачу послугами, що надані готелем і були придбані в результаті недобросовісної інформації (реклами), підлягають відшкодуванню готелем у повному обсязі.

3. Порядок бронювання номерів (місць), укладання договору на готельне обслуговування та оплати послуг

3.1. Готель має право укласти договір з замовником (споживачем) на бронювання номерів (місць) шляхом підписання його двома сторонами, а також шляхом прийняття заявки на бронювання за допомогою поштового, телефонного або іншого зв'язку (засобів електронної пошти, включаючи факсимільну), який дозволяє достовірно встановити належність заявки споживачу або замовнику. Договір вважається укладеним тільки в разі письмового акцепту готелем направленої йому заявки на бронювання та досягнення сторонами згоди в обумовленій формі щодо всіх істотних умов.

3.2. При бронюванні номера (місця) готель може запросити передплату за надання готельних послуг. У разі відмови споживача оплатити броню, його розміщення у готелі проводиться у порядку загальної черги.

Передплата враховується в оплату готельних послуг при остаточному розрахунку, якщо інше не обумовлено укладеним із замовником договором.

При неприбутті споживача до 18:00 (час анулювання) в день замовленого прибуття, замовлення анулюється, якщо бронювання номера (місця) не було підтверджено.

Якщо заброньовані номери (місця) не були підготовлені вчасно до заселення, плата за їх бронювання не стягується.

3.3. Договір про надання основних готельних послуг може бути укладеним замовником на користь споживача за дорученням останнього.

3.4. Готель має право застосовувати вільні ціни і тарифи, та систему знижок на всі послуги, що надаються, за винятком тих, щодо яких здійснюється державне регулювання цін та тарифів.

3.5. Ціна номера (місця), вартість додаткових послуг, у т. ч. бронювання, встановлюються готелем самостійно, форма оплати визначається договором між споживачем/замовником та готелем.

Готель може застосовувати добову або погодинну оплату готельних послуг.

Готель визначає перелік основних послуг, які входять у ціну номера (місця в номері).

3.6. Договір про надання основних готельних послуг споживачу вважається укладеним після оформлення документів на проживання (заповнення анкети, реєстрації) та засвідчується розрахунковою квитанцією або іншим розрахунковим документом, що підтверджує укладення договору і містить у собі:

найменування готелю, його реквізити (для приватного підприємця - прізвище, ім'я по батькові, інформацію про державну реєстрацію);
прізвище, ім'я та по батькові споживача;
інформацію про номер (місце в номері), що надається;
ціну номера (місця в номері);
інші необхідні дані на розсуд готелю.

3.7. Договір про надання готельних послуг може бути укладений на визначений або невизначений термін. При укладанні договору на невизначений термін погодженим вважається найбільш короткий термін, як правило одна доба; дія договору в такому разі завершується о 12.00 дня, наступного за днем прибуття споживача.

3.8. Плата за надання готельних послуг стягується у відповідності до єдиної розрахункової години - 12-ї години поточної доби за місцевим часом.

Готель з урахуванням місцевих особливостей вправі змінити єдину розрахункову годину.

При проживанні в готелі менше однієї доби та у разі раннього заїзду чи пізнього виїзду готель самостійно визначає розмір плати за надання готельних послуг.

3.9. При розміщенні дітей віком до 5 років з батьками в одному номері, плата за проживання дітей не стягується.

4. Порядок надання послуг

4.1. Номер (місце) в готелі надається споживачу при пред'явленні паспорта або іншого документа, який засвідчує особу (паспорт громадянина України, паспорт громадянина України для виїзду за кордон, дипломатичний чи службовий паспорт, посвідчення особи моряка, посвідка на проживання особи, яка мешкає в Україні, але не є громадянином України, національний паспорт іноземця або документ, що його замінює, та віза на право перебування в Україні (якщо інше не передбачено чинними двосторонніми угодами), свідоцтво про народження неповнолітніх, які не досягли 16 років, посвідчення водія, для військових - особове посвідчення або військовий квиток, посвідчення, яке видане за місцем роботи споживача, та ін.), і заповненні анкети встановленого центральним органом виконавчої влади з питань туризму зразка.

4.2. Споживач має право розірвати договір про надання готельних послуг у будь-який час за умови оплати фактично наданих готелем послуг.

Порядок розірвання договору на надання готельних послуг з замовником визначається договором та чинним законодавством.

4.3. Готель зобов'язаний надати пільги тим категоріям споживачів, для яких такі пільги передбачені, в порядку і на умовах, визначених чинним законодавством.

4.4. Без згоди споживача/замовника готель не має права надавати додаткові послуги, які не включені у договір. Споживач/замовник вправі відмовитись від оплати таких послуг, а в разі їх сплати готель зобов'язаний повернути сплачену суму.

Забороняється обумовлювати виконання одних послуг за умови надання інших послуг.

4.5. За бажанням споживача йому може надаватись номер на два і більше місць з оплатою вартості номера.

4.6. Готель повинен забезпечити цілодобове оформлення споживачів, які прибувають та вибувають із готелю.

4.7. У закладах (підприємствах) громадського харчування, зв'язку та побутового обслуговування, розміщених у готелях, особи, які проживають у готелі, мають право на обслуговування у першу чергу.

4.8. Готель зобов'язаний надати споживачу без додаткової оплати такі види послуг:

виклик швидкої допомоги;

доставка в номер кореспонденції;

побудка у визначений час;

надання необхідного інвентарю в залежності від категорії готелю.

4.9. Зміна постільної білизни, рушників та туалетних речей проводиться у відповідності до категорії готелю, але не рідше двох разів на тиждень.

4.10. Готель забезпечує комплектність і справність обладнання в номері, а також якість підготовки приміщення під заселення.

4.11. Готель відповідає за схоронність речей, внесених до готелю споживачем, який проживає у ньому. Річ вважається такою, що внесена до готелю, якщо вона передана працівникам готелю або знаходиться у відведеному для споживача приміщенні.

Готель відповідає за втрату грошей, інших цінностей (цінних паперів, коштовностей) лише за умови, що вони були окремо передані готелю на зберігання.

У разі втрати чи пошкодження речі споживач зобов'язаний негайно повідомити про це готель.

Якщо до закінчення строку проживання споживач не пред'явив свої вимоги до готелю, вважається, що його речі не були втрачені чи пошкоджені.

4.12. У разі виявлення забутих речей готель зобов'язаний негайно повідомити про це власника речей (за умови, що їх власник відомий).

Забуті речі зберігаються у готелі протягом шести місяців, після чого передаються у відповідні державні органи для реалізації або знищуються, про що складається акт установленної форми.

4.13. Споживач зобов'язаний дотримуватись цих Правил, внутрішніх правил проживання у готелі та правил пожежної безпеки.

Якщо споживач неодноразово порушує внутрішні правила проживання у готелі, що призводить до матеріальних збитків, а також створює незручності для інших споживачів, готель має право відмовити у поселенні або розірвати договір (здійснити виселення).

5. Відповідальність готелю і споживачів за невиконання обов'язків під час надання готельних послуг

5.1. Готель зобов'язаний забезпечити якісне надання готельних послуг згідно з вимогами чинного законодавства, цих Правил та договору.

Матеріально-технічне забезпечення готелю, перелік та якість послуг, які надаються споживачу, повинні відповідати вимогам присвоєної готелю категорії.

5.2. За умови невиконання повністю або частково договірних зобов'язань, пов'язаних з наданням готельних послуг, винна сторона має відшкодувати іншій стороні завдані цим збитки.

5.3. При неможливості (відмові) виконати умови попередньо укладеного договору зі споживачем/замовником щодо надання готельних послуг готель зобов'язаний, на вимогу споживача, забезпечити розміщення споживача в іншому готелі, розташованому в даній місцевості, що надає послуги рівноцінні або вищої якості. Додаткові затрати, що виникли у зв'язку з цим, покриваються готелем.

5.4. Споживач при виявленні недоліків у наданій послугі, невідповідності послуги присвоєній категорії готелю має право за своїм вибором вимагати:

усунення недоліків безоплатно та у визначений термін;
відповідного зменшення ціни за надану послугу.

Готель повинен ужити заходів щодо усунення недоліків наданої послуги протягом години з моменту пред'явлення споживачем відповідної вимоги.

Споживач має право розірвати договір про надання готельних послуг і відповідно до чинного законодавства вимагати повного відшкодування збитків, якщо готель в установленний термін не усунув недоліки.

Гроші, сплачені споживачем за послуги, повертаються у день розірвання договору або в інший термін за домовленістю, але не пізніше ніж протягом 7 днів від дня пред'явлення відповідної вимоги.

5.5. Готель відповідно до чинного законодавства України несе відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю або майну споживача, що виникла в зв'язку з недоліками при наданні послуг. Порядок і обсяг відшкодування визначається відповідно до чинного законодавства.

5.6. Відшкодування збитків, що були заподіяні споживачем у зв'язку з утратою або пошкодженням майна готелю, здійснюється ним відповідно до чинного законодавства України.

6. Контроль за дотриманням Правил

6.1. Контроль за дотриманням готелем цих Правил здійснюють місцеві державні адміністрації, органи місцевого самоврядування, центральний орган виконавчої влади з питань туризму та інші центральні органи виконавчої влади в межах їх компетенції.

6.2. За порушення санітарних вимог або надання готельних послуг, що не відповідають вимогам нормативних документів стосовно безпеки для життя, здоров'я та майна споживачів і навколишнього природного середовища, готель несе відповідальність згідно із чинним законодавством.

6.3. Готель зобов'язаний здійснювати контроль за додержанням персоналом цих Правил. У разі порушення Правил винні особи несуть відповідальність відповідно до чинного законодавства.

ПОРЯДОК

встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)

1. Цей Порядок визначає процедуру встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання).

2. У цьому Порядку терміни вживаються у значенні, наведеному у Законі України "Про туризм" (324/95-ВР) та інших нормативно-правових актах з питань туризму.

3. Категорії готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), встановлюються за результатами обов'язкової сертифікації послуг з тимчасового розміщення, що ними надаються, стосовно рівня безпеки для життя та здоров'я людей, захисту їх майна та охорони навколишнього природного середовища в державній системі сертифікації УкрСЕПРО та оцінювання відповідності готелів вимогам певної категорії (далі - оцінювання готелю), що проводяться відповідно до Правил обов'язкової сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання), затверджених Мінекономрозвитку.

4. Готелям встановлюються такі категорії: "п'ять зірок", "чотири зірки", "три зірки", "дві зірки" та "одна зірка". Іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), у тому числі мотелям, пансіонатам, будинкам відпочинку, туристичним базам, кемпінгам, категорія встановлюється за рівнем обслуговування в них (перший, другий, третій, четвертий та відповідно п'ятий рівні).

5. Встановлення категорії готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (далі - готелі), здійснює уповноважений орган із встановлення категорій готелям.

Функції уповноваженого органу із встановлення категорій готелям виконує Держтуризмкурорт, яке:

утворює комісію із встановлення категорій готелям, до складу якої входять представники Держтуризмкурорт, Мінекономрозвитку, інших заінтересованих центральних органів виконавчої влади, органів з питань сертифікації та за згодою представники громадських організацій і яка приймає рішення про присвоєння категорії готелю за результатами розгляду документів про результати його оцінювання;

бере участь у підготовці та атестації аудиторів із сертифікації послуг з тимчасового розміщення;

веде реєстр свідоцтв про встановлення категорій готелям.

6. Обов'язкову сертифікацію та оцінювання готелю здійснюють органи із сертифікації, що призначаються Мінекономрозвитку для виконання у державній системі сертифікації УкрСЕПРО робіт із сертифікації (далі - органи із сертифікації).

7. Власник або уповноважена ним особа (далі - заявник) надсилає заяву про встановлення відповідної категорії готелю органів із сертифікації, на території якого розміщений готель.

Орган із сертифікації розглядає заяву та організовує проведення робіт із встановлення відповідної категорії готелю.

8. У разі наявності позитивних результатів проведення обов'язкової сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання) орган із сертифікації утворює комісію з питань оцінювання готелю і призначає її голову.

До складу комісії з питань оцінювання можуть залучатися висококваліфіковані фахівці готельного господарства та туризму, не більш як три аудитори із сертифікації, представники Держтуризмкурорт, інших центральних органів виконавчої влади, управлінь (відділів) з питань туризму і курортів Міністерства курортів і туризму Автономної Республіки Крим, обласних, Київської та Севастопольської міських держадміністрацій (за згодою їх керівників).

Склад комісії затверджується керівником органу із сертифікації.

{Пункт 8 із змінами, внесеними згідно з Постановою КМ N 1054(1054-2011-п) від 17.10.2011 }

9. Роботи з оцінювання готелів виконуються відповідно до вимог ДСТУ 4269 "Послуги туристичні. Класифікація готелів".

Для проведення зазначених робіт заявник зобов'язаний створити сприятливі для роботи комісії з питань оцінювання готелю умови, у тому числі безперешкодний доступ до приміщень, де надаються послуги, та необхідних документів.

10. Орган із сертифікації надсилає документи про результати оцінювання готелю та пропозиції щодо встановлення йому відповідної категорії комісії із встановлення категорій готелям, яка протягом 14 днів розглядає їх і приймає рішення більшістю голосів.

У разі прийняття рішення про неможливість присвоєння категорії, на яку претендує заявник, за погодженням із власником готелю або уповноваженим ним органом може бути встановлено нижчу категорію, якщо готель відповідає її вимогам.

11. Комісія із встановлення категорій готелям оформлює та видає заявнику свідоцтво про встановлення готелю відповідної категорії за формою, що розробляється та затверджується Мінінфраструктури.

Зазначене свідоцтво видається не більш як на три роки або за наявності в готелі системи управління якістю не більш як на п'ять років.

12. Комісія із встановлення категорії готелям надсилає органів із сертифікації відомості про встановлення готелю відповідної категорії.

13. Інформація про категорію готелю зазначається на фасаді готелю поряд з його назвою.

14. Заявник інформує органи із сертифікації про зміни умов надання послуг, що можуть вплинути на результати оцінювання готелю, підтверджені при встановленні категорії.

15. Зміна встановленої категорії або повторне встановлення категорії готелю здійснюється відповідно до вимог цього Порядку.

16. Вартість проведення робіт з оцінювання готелю зазначається в договорі, що укладається між заявником і органом із сертифікації.

17. Органи із сертифікації та комісія із встановлення категорій забезпечують дотримання конфіденційності інформації, що становить комерційну таємницю.

18. Спірні питання, що виникають під час встановлення категорії готелям, розглядаються комісією з апеляцій, положення про яку затверджується Мінінфраструктури за погодженням з Мінікономрозвитку.

МІЖНАРОДНІ ГОТЕЛЬНІ ПРАВИЛА

Міжнародні готельні правила вперше були опубліковані Міжнародною готельною асоціацією 60 років тому. Після цього вони кілька разів переглядалися.

Метою Міжнародних готельних правил є кодифікування загальноприйнятої міжнародної торгової практики, регулюючої питання договору на розміщення в готелі. Вони покликані проінформувати гостя і власника готелю про їх взаємні права і обов'язки.

Дані правила доповнюють положення, передбачені в національних законодавствах про договірні стосунки. Вони застосовуються, коли таке законодавство не включає специфічних моментів, що стосуються договору на розміщення в готелі.

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

Частина 1. ДОГОВІРНІ СТОСУНКИ Стаття 1. Договір на розміщення

Відповідно до договору на розміщення власник готелю зобов'язаний надати гостю розміщення і додаткове обслуговування. Передбачається, що послуги, що надаються, відповідають звичайним послугам в готелі залежно від її категорії, включаючи використання номера і ті зручності, які зазвичай надаються для загальних потреб гостей.

Клієнт несе відповідальність за оплату за договірною ціною. Умови договору обумовлюються категорією готелю, національним законодавством або інструкціями про діяльність готелю (якщо такі є), Міжнародними готельними правилами і правилами внутрішнього розпорядку готелі, які мають бути показані гостю. Стаття 2. Форма договору

Договір не має якої-небудь особливої форми. Він вважається за поміщеного, коли одна сторона приймає умови, запропоновані іншою стороною.

Стаття 3. Термін дії договору

Договір може бути поміщений на певний або невизначений період.

Коли договір полягає на приблизний термін, за узгоджений вважається найбільш короткий період.

Договір на розміщення закінчується в 12.00 дня, наступного за днем прибуття клієнта, якщо в договорі не обумовлено і не узгоджено розміщення довше, ніж на один день.

Будь-який договір на невизначений термін розглядається як договір на один день. В цьому випадку заява про закінчення договору, дія якого завершується в 12.00 наступного дня, повинно бути зроблено однією із сторін.

Заява, зроблена готелем з цього питання гостю, повинна розглядатися як заява, зроблена клієнтові.

Стаття 4. Виконання договору

Власник готелю і клієнт зобов'язані поважати умови договору.

Стаття 5. Невиконання договору

У випадку, якщо договір повністю або частково не виконаний, винна сторона зобов'язана повністю компенсувати іншій стороні всі її втрати. Постраждала сторона зобов'язується прийняти всі необхідні заходи з метою зменшення можливих втрат.

Якщо власник готелю не може виконати договір, він повинен прийняти заходи до пошуку іншого розміщення, рівного або вищого стандарту, в тій же місцевості. Всі додаткові витрати, що виникли у зв'язку з цим, мають бути покриті власником готелю. Якщо він не забезпечить цього, то буде підсудний для виплати компенсації.

Стаття 6. Закінчення договору

За винятком випадків, коли національне законодавство або національна торгова практика трактують умови договору інакше, ніякий договір не може вважатися за закінчений до повного його виконання, якщо тільки це не буде узгоджено сторонами на взаємній основі.

Стаття 7. Оплата

Готель може запитати повну або часткову попередню оплату.

Якщо готель отримує від клієнта певну суму грошей у вигляді авансу, це повинно вважатися за попередню оплату за розміщення і додаткові послуги, які будуть надані. Готель повинен повернути гроші, виплачені вперед, у розмірі перевищення попередньої оплати над сумою, необхідною до виплати, якщо тільки заздалегідь не було обумовлено, що цей попередній внесок є безповоротним. Рахунок набуває чинності з моменту його вручення.

Готель не зобов'язаний приймати чеки, купони, кредитні картки або інші види безготівкового платежу, якщо це не обумовлено окремо.

Платежі повинні здійснюватися у відповідній національній валюті, якщо готелем не обумовлений інший порядок. Стаття 8. Порушення договору

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

Частина II. ІНШІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ

Стаття 9. Відповідальність власника готелю

Юридична відповідальність власника готелю визначається національним законодавством.

За відсутності в національному законодавстві відповідних положень повинне прийматися положення Європейської конвенції від 17 грудня 1962 р.

Відповідальність за майно гостя зазвичай обмежена, за винятком випадків, коли очевидна провина власника готелю або його службовців.

Обов'язок готелю приймати на зберігання цінності залежить від розміру і категорії готелю.

Відповідальність за цінності може бути розумно лімітована, якщо гість був про це своєчасно проінформований. Власник готелю не несе відповідальність за автомашини гостей і їх вміст.

Стаття 10. Відповідальність гостивши / клієнта

Гість (клієнт) несе перед власником готелю юридичну відповідальність за будь-який збиток, нанесений особам, будівлі, обробці або устаткуванню, по його встановленій провині.

Стаття 11. Затримка майна гостивши

Готель як гарантії оплати будь-яких покладених нею сум має право затримати і надалі реалізувати за комерційною вартістю будь-яке майно, доставлене гостем в приміщення готелю.

Стаття 12. Поведінка гостивши

Гість повинен поводитися відповідно до звичаїв і правил внутрішнього розпорядку, прийнятих в готелі.

Серйозне або таке, що повторюється порушення правил внутрішнього розпорядку дає готелю право припинити дію договору негайно, без попереднього повідомлення.

Стаття 13. Домашні тварини

Якщо гість хоче привезти з собою в гості ницу домашня тварина, він зобов'язаний заздалегідь переконатися, що це дозволено правилами внутрішнього розпорядку даного готелю.

Стаття 14. Заняття і звільнення номерів

Якщо це не обумовлено інакше, номер(а), зарезервованний(ые) за гостем, має бути готовий до 14.00, а номери тих, що від'їжджають звільнені до полудня.

ДСТУ 4268:2003
НАЦІОНАЛЬНИЙ СТАНДАРТ УКРАЇНИ
ПОСЛУГИ ТУРИСТИЧНІ
ЗАСОБИ РОЗМІЩУВАННЯ
Чинний від 2004-07-01

(витяг)

4 КЛАСИФІКАЦІЯ ЗАСОБІВ РОЗМІЩУВАННЯ

4.1 Засоби розміщування поділяють на колективні та індивідуальні

4.1.1 Колективні засоби розміщування поділяють на:

а) готелі та аналогічні засоби розміщування:

- 1) готелі;
- 2) аналогічні готелям засоби розміщування;
- б) інші колективні засоби розміщування:
 - 1) помешкання, призначені для відпочинку;
 - 2) майданчики для кемпінгу;
 - 3) стоянки морського та річкового транспорту;
 - 4) інші колективні засоби розміщування;

в) спеціалізовані засоби розміщування:

- 1) оздоровчі засоби розміщування;
- 2) табори праці та відпочинку;
- 3) громадські транспортні засоби;
- 4) конгрес-центри.

4.1.2 Індивідуальні засоби розміщування поділяють на:

а) орендовані засоби розміщування:

- 1) кімнати, орендовані в сімейних будинках;
- 2) житло, орендоване у приватних осіб або через агентства;

б) інші типи індивідуальних засобів розміщування:

- 1) неосновне власне житло;
- 2) житло, що його надають безоплатно родичам та знайомим;
- 3) інші індивідуальні засоби розміщування туристів.

5 ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ЗАСОБІВ РОЗМІЩУВАННЯ

5.1 Засоби розміщування треба проектувати та будувати згідно з будівельними нормами та правилами, що має бути підтверджено актом приймання в експлуатацію або висновком уповноваженої організації.

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

5.3 Правила улаштування, устатковування та утримування гуртожитків повинні відповідати вимогам СанПиН 42-121-4719.

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

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

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

Засоби розміщування повинні мати вивіску із зазначенням їх виду та назви.

Інформація стосовно виконавців послуг засобів розміщування, режим їх роботи та перелік послуг, що надаються, повинна бути розміщена при вході на територію і (або) у приміщенні, і має відповідати вимогам Закону України «Про захист прав споживачів».

5.7 Засоби розміщування повинні мати:

а) освітлення в житлових та громадських приміщеннях - природне та штучне, в коридорах- цілодобове згідно із СНиП 23-05;

б) систему електропостачання з підведенням до житлових приміщень, електричні розетки повинні бути відповідно помарковані (зазначено електричну напругу);

в) холодне та гаряче водопостачання і каналізацію - згідно зі СНиП 2.04.01. У сільських районах та у районах з перебоями у водопостачанні необхідно забезпечити мінімальний запас води не менше ніж на добу та підігрів води;

г) опалення, що підтримує температуру повітря у житлових приміщеннях у межах від 18 °С до 22 °С згідно зі СНиП 2.04.05;

д) вентиляцію (природну або примусову), що забезпечує циркуляцію повітря і перешкоджає проникненню сторонніх запахів у житлові приміщення згідно зі СНиП 2.04.05;

е) телефонний зв'язок;

ж) мережу радіомовлення (підведення до усіх житлових кімнат) або незалежні від мережі радіоприймачі;

и) пасажирський ліфт (у разі потреби) - згідно з ДБН В.2.2-9.

5.8 Площа житлової кімнати повинна бути не менша ніж 8 м².

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

а) цілорічного функціонування - не менша ніж 6,0 м²;

б) сезонного (літнього) функціонування - не менша ніж 4,5 м²;

в) для таборів - не менша ніж 4,0 м².

5.9 У житловій кімнаті повинні бути:

а) меблі (ліжка, тумбочка, стіл, стілець, шафа або ніша для одягу), інвентар (килимки біля ліжка, дзеркало тощо), постільні речі (матрац, дві подушки, наволоки, ковдра, покривало на ліжку, простирадло, підковдра) за кількістю тих, хто проживає, та рушники (не менше двох на одного туриста);

б) цупкі завіски або жалюзі, що дають змогу затемнювати приміщення, та прозорі завіски на вікнах;

в) світильники на стелі (на стіні);

г) замки у дверях із внутрішнім запобіжником;

д) відповідний інвентар (попільничка - крім засобів розміщування для дітей та юнацтва, ключ комбінований для відкривання пляшок, набір посуду для питної води тощо).

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

У санвузлі повинні бути:

а) дзеркало над умивальником з освітленням, поличка для туалетних речей, тримач для рушників, гачки для одягу;

б) туалетне мило або дозатор для рідкого мила;

в) туалетний папір;

г) накривка до унітаза;

д) кошик для сміття;

е) у санвузлах колективного користування - електрорушники або паперові рушники.

5.11 У засобах розміщування треба передбачити:

а) кімнату побутового обслуговування з праскою та прасувальною дошкою, щітками для одягу та взуття - в колективних засобах розміщування, надавання праски та прасувальної дошки - в індивідуальних засобах розміщування;

б) місце для прання та сушіння одягу з необхідним устаткуванням та інвентарем;

в) приміщення або частину приміщення для переглядання телепередач та інших культурно-масових заходів;

г) камеру зберігання (у разі потреби);

д) приміщення для надавання послуг харчування згідно з ГОСТ 30523 і (або) кухню для самостійного готування їжі, устатковану холодильником, електричною (газовою) плитою або пічним опаленням;

е) пристрої зручного користування для інвалідів: нахилені пандуси біля входних дверей

для проїжджання інвалідного візка, ліфти, спеціально устатковані номери і туалети та інше згідно з ДБН В.2.2-9 (у новозбудованих колективних засобах розміщування).

Примітка. Під новозбудованими розуміють засоби розміщування, введені в експлуатацію або реконструйовані після надання чинності цьому стандарту.

5.12 Обслуговувальний персонал, що надає послуги у колективних засобах розміщування, повинен мати відповідну освіту та кваліфікацію, що відповідає виконуваний роботі.

Персонал повинен створювати атмосферу гостинності, комфорту, виявляти доброзичливість та ввічливість.

5.13 У колективних засобах розміщування повинні бути розроблені та затверджені посадові інструкції для персоналу.

6 ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ПОСЛУГ, ЩО ЇХ НАДАЮТЬ ЗАСОБИ РОЗМІЩУВАННЯ

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

а) цілодобове приймання;

б) послуги громадського харчування згідно з ГОСТ 30523 або умови для самостійного готування їжі (див. 5.11 д);

в) щоденне прибирання житлової кімнати та санвузла (крім гуртожитків, таборів праці та відпочинку, гірських притулків тощо);

г) змінювання постільної білизни - не менше одного разу на п'ять діб, змінювання рушників - не менше одного разу на три доби;

д) відправлення, отримування і доставляння листів та телеграм;

є) зберігання цінностей та багажу;

ж) медична допомога: викликання швидкої допомоги, користування аптечкою першої допомоги;

и) туристична інформація.

6.2 Послуги готелів повинні відповідати вимогам ДСТУ 4269.

6.3 Залежно від типу засобу розміщування перелік асортименту послуг можна доповнювати..

6.4 Спеціалізовані засоби розміщування надають додаткові послуги відповідно до їхньої спеціалізації.

7 ВИМОГИ БЕЗПЕКИ

7.1 Засоби розміщування потрібно розташовувати в екологічно безпечній зоні.

7.2 У засобах розміщування усіх типів потрібно забезпечити життя та здоров'я туристів, збереження їхнього майна.

7.3 Убезпечують проживання в засобах розміщування дотриманням:

а) вимог державних будівельних норм під час проектування та будування;

б) вимог безпеки технічної експлуатації будинків, споруд і устаткування, регламентованих нормативними документами;

в) заходів, що гарантують особисту безпеку туристів і збереженість їхнього майна.

7.4 Щоб забезпечити життя та здоров'я туристів, треба обов'язково дотримуватися вимог, встановлених у нормативних документах, щодо зберігання, транспортування та готування харчових продуктів відповідно до СанПиН 42-123-5777.

7.5 Засоби розміщування потрібно устаткувати системами протипожежного захисту відповідно до Правил пожежної безпеки в Україні.

7.6 У колективних засобах розміщування потрібно передбачити аварійні виходи, сходи, добре помітні інформаційні покажчики для вільного орієнтування як за звичайної, так і за надзвичайної ситуації.

7.7 У колективних засобах розміщування потрібно вивісити у доступному для оглядання місці плани евакуації та плани дій персоналу і туристів у надзвичайних ситуаціях (стихійне лихо, пожежі тощо).

7.8 Санітарно-технічне, технологічне та інше устаткування, прилади, меблі повинні бути у справному технічному стані, відповідати вимогам нормативних документів та їх потрібно використовувати згідно з інструкціями з експлуатації.

7.9 Експлуатуючи електричне, газове устаткування, треба дотримуватися вимог, встановлених ГОСТ 12.1.004 і Правилами пожежної безпеки в Україні, і правил експлуатації, встановлених виробником у експлуатаційній документації на конкретне устаткування.

7.10 У засобах розміщування потрібно дотримуватися санітарно-гігієнічних та протиепідемі-ологічних правил і норм щодо:

а) утримування санітарно-технічного устаткування та інвентарю;

б) стану території, місць загального користування, приміщень будинків, пляжів і різних споруд для туристів;

в) прання, прасування та зберігання білизни;

г) видалення відходів і захисту від комах та гризунів.

7.11 Допустимий рівень звукового тиску та рівень звуку в приміщеннях повинен відповідати вимогам ГОСТ 12.1.003, ГОСТ 12.1.036, СніП 11-12.

7.12 Питна вода повинна бути безпечна в епідеміологічному відношенні, нешкідлива за хімічним складом і відповідати ГОСТ 2874. За відсутності гарантії доброї якості питної води засоби розміщування потрібно устаткувати установками з оброблення води чи організувати підвезення питної води.

7.13 Мийні засоби, що входять до «Переліку продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні», повинні мати сертифікат відповідності, а препарати для дезінфекції, дезінсекції, дератизації, дезодорації - Гігієнічний висновок державної санітарно-гігієнічної експертизи на вітчизняну та імпортовану продукцію, і їх потрібно застосовувати відповідно до вимог нормативних документів чи інструкцій з використання.

7.14 Обслуговувальний персонал колективних засобів розміщування повинен бути підготовлений до дій у надзвичайних ситуаціях. Відповідальність за підготовленість персоналу у надзвичайних ситуаціях несе керівник засобу розміщування (власник).

7.15 Обслуговувальний персонал повинен проходити медичний огляд відповідно до вимог, встановлених чинним законодавством.

8 ВИМОГИ ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

8.1 Засоби розміщування мають функціонувати відповідно до вимог охорони навколишнього середовища (щодо утримування території, технічного стану і утримування приміщень, вентиляції, зодопостачання, каналізації згідно з чинними нормативними документами (ГОСТ 2874, ДБН В.2.2-9, ДБН 360, СніП 2.04.01, СанПиН 42-128-4690, ГОСТ 17.1.3.13 тощо).

8.2 У засобах розміщування має бути передбачено систему санітарного очищення та прибирання території (раціональне збирання, тимчасове зберігання, швидке видалення, регулярне вивезення твердих та рідких побутових відходів, їх надійне знешкодження та доцільна утилізація) згідно з СанПиН 42-128-4690.

Господарчі та підсобні будівлі, сміттєзбірники потрібно розмістити та облаштувати з дотриманням санітарних вимог і правил.

8.3 Під час функціонування засобів розміщування і надавання послуг не повинно бути шкідливих впливів на навколишнє середовище.

8.4 Засоби розміщування повинні мати екологічний паспорт або висновок природоохоронних служб, що підтверджує відсутність шкідливих впливів на навколишнє середовище, та довідку щодо екологічного стану навколишнього середовища.

9 МЕТОДИ КОНТРОЛЮВАННЯ

9.1 Органи державного управління у межах їхньої компетенції контролюють дотримання вимог до послуг засобів розміщування відповідно до вимог чинних нормативних документів.

9.2 Методи контролювання якості послуг, що надають засоби розміщування, застосовують згідно з ГОСТ 28681.2 і ГОСТ 28681.3.

ДСТУ 4269:2003 НАЦІОНАЛЬНИЙ СТАНДАРТ УКРАЇНИ

ПОСЛУГИ ТУРИСТИЧНІ
КЛАСИФІКАЦІЯ ГОТЕЛІВ

ТЕРМІНИ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТЬ

Нижче подано терміни, вжиті у цьому стандарті, та поняття.

визначення позначених ними

3.1 готельні послуги

Діяльність з розміщування та надавання тимчасового проживання споживачам у засобах розміщування, а також Інша діяльність, пов'язана з розміщуванням та тимчасовим проживанням

3.2 готель

Підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що надає готельні послуги, не обмежені щоденним заправлінням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів.

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

4.1 Класифікацію готелів та аналогічних засобів розміщування (далі за текстом для цілей цього стандарту - готелі) за категоріями здійснюють згідно із загальною характеристикою готелю, яку визначають комплексом вимог до:

- матеріально-технічної оснащеності;
- переліку надаваних послуг;
- кваліфікації персоналу.

4.2 Категорії позначають символом - «*» (зірка). Готелі класифікують за п'ятьма категоріями. Найвищу категорію готелю позначають - «*****», найнижчу - «*».

Категорію готелю зазначають на його вивісці, на квитанціях, у реєстраційній картці гостя та в рекламних документах.

Вимоги до кожної категорії готелів, наведені в цьому стандарті, є мінімальні і їх потрібно виконувати у повному обсязі.

4.3 Можуть бути відхили від вимог до матеріально-технічної оснащеності готелів та переліку надаваних в них послуг, якщо будинок готелю відноситься до пам'яток історії чи архітектури, за виконання таких умов:

керівництво готелю надає документальне підтвердження, засвідчене уповноваженим органом, що виконання вимоги неможливе з погляду збереження історичного характеру будинку, навколишніх забудов та прилеглої території;

відхил не призведе до значного зниження вимог, встановлених для даної категорії готелю;

в інформаційних та рекламних матеріалах, що стосуються готелю, подають інформацію про історичний характер будинку і пов'язані з цим відхили від вимог до матеріально-технічної оснащеності чи переліку надаваних послуг.

4.4 Вимоги до готелів усіх категорій

4.4.1 Готель повинен мати зручні під'їзні шляхи з необхідними дорожніми знаками, упорядковану і освітлену прилеглу територію, майданчик з твердим покриттям для короткочасного паркування і маневрування, за наявності окремого входу в ресторан - вивіску з його назвою. Готель, що займає частину будинку, повинен мати окремий вхід.

4.4.2 Архітектурно-планувальні і будівельні елементи готелю та використовуване технічне устаткування повинні відповідати вимогам ДБН В.2.2-9.

4.4.3 У готелі потрібно створити умови, щоб убезпечити життя, здоров'я туристів, зберегти їхнє майно та захистити навколишнє середовище згідно з ДСТУ 4268 та розділу 5 цього стандарту.

4.4.4 Готелі мають бути оснащені інженерними системами і устаткуванням, які забезпечують:

- постійне електропостачання;
- гаряче і холодне водопостачання (цілодобово);
- каналізацію;
- опалення, що забезпечує температуру в межах від 18 °С до 22 °С у житлових і громадських приміщеннях;
- вентиляцію (природну або примусову), яка забезпечує нормальну циркуляцію повітря і запобігає проникненню сторонніх запахів у номери і громадські приміщення;
- телебачення (підведення до усіх номерів);
- телефонний зв'язок;
- освітлення у номерах: природне (не менше одного вікна), штучне, забезпечене лампами розжарювання - 100 лк; люмінесцентними лампами - 200 лк; у коридорах - цілодобове освітлення.

4.4.5 Готель потрібно розміщувати у сприятливих екологічних умовах.

4.4.6 Проектуючи нові та реконструюючи наявні готелі, треба передбачати устаткування для задоволення потреб інвалідів та інших маломобільних груп населення згідно з вимогами

ДБН В 2.2-9 та розділу 6 цього стандарту.

Під новими готелями розуміють готелі, окремі корпуси, уведені в експлуатацію або реконструйовані після надання чинності цьому стандарту.

4.4.7 У готелі потрібно створювати всі необхідні умови для особистої гігієни, харчування і відпочинку персоналу. Приміщення для персоналу готелю повинні мати відповідне категорії готелю сучасне устаткування, зокрема санітарне.

5 ВИМОГИ ДО ГОТЕЛІВ РІЗНИХ КАТЕГОРІЙ

№ ч/ч	Вимога	Категорія готелю				
		*	**	***	****	*****
	1 Облаштування території, зовнішні елементи					
1	Вивіска					
	1) із зовнішнім освітленням або що світиться;	о	о			
	2) що світиться з емблемою			о	о	о
2	Вхід до готелю					
	1) безпосередньо до вестибюля, де міститься служба приймання, захищений від попадання холодного повітря;-	о	о	о	о	о
	2) окремий службовий вхід;			о	о	о
	3) вхід для гостей з дашком над дверима або з подвійними дверима, що відчиняються автоматично;			о		
	4) вхід для гостей з повітряно-тепловою завіскою та дашком на шляху від автомобіля				о	о
3	Вхід до ресторану (кафе, бару)					
	1) з готелю;		о	о	о	о
	2) окремий вхід з вулиці до об'єкта ресторанного господарства (не стосується закладів ресторанного господарства, розташованих на поверхах, вище другого)-			о	о	о
4	Автостоянка					
	1) автостоянка біля готелю або на відстані не більше ніж 400 м від нього з урахуванням особливостей забудови району. Кількість місць не менша ніж 20 % від кількості номерів, для мотелів - 100 %;	о	о	о		
	2) автостоянка з охороною або гараж з основними видами технічного обслуговування автомобілів. Кількість місць				о	о
5	Декоративне і (або) огорожувальне озеленення території (крім готелів, розташованих у суцільній міській забудові)	о	о	о	о	о
	II Громадські приміщення					
6	Устаткування та меблі відповідають функційній призначеності приміщення	о	о	о	о	о
7	Зона приймання (рецепція)					
	1) з мінімальною площею (м ²), якщо кількість номерів менша ніж 50;	10	20	20	30	50
	2) додаткова площа (м ²) на кожний номер понад 50	0,2	0,3	0,5	0,8	1,0
8	Служба приймання та зона відпочинку					
	1) - меблі (крісла, дивани, стільці, столи, журнальні столики) - спеціальний покриття підлоги: граніт, мозаїка, оздоблювальна плитка	о	о	о	о	о
	2) - меблі гарнітурні для відпочинку; - оздоба підлоги та стін зі штучних або натуральних матеріалів; - декоративне озеленення; - оформлення інтер'єру приміщення декоративними елементами, картинами або іншими художніми творами, які гармонують з обстановкою			о	о	

№ ч/ч	Вимога	Категорія готелю				
		*	**	***	****	*****
	- освітлювальні прилади, які гармонують із загальним стилем приміщення та забезпечують достатнє освітлення (не менше ніж 10 Вт/м²); - декоративні елементи оформлювання інтер'єру та картини в авторському виконанні, що відповідають загальному стилю приміщення; - освітлювальні прилади виняткового дизайну на індивідуальне замовлення, які гармонують із загальним стилем приміщення та забезпечують достатнє освітлення (не менше ніж 10 Вт/м²)					
	3) - меблі для відпочинку гарнітурні, виготовлені на замовлення, виняткового дизайну; - оздоба підлоги та стін із натуральних матеріалів найвищої якості; - живі квіти та декоративні рослини;					o
9	Килими або килимовий покрив у зонах відпочинку та коридорах	o	o	o	o	o
10	Сейф для зберігання цінностей туристів у зоні приймання	o	o	o	o	o
11	Інформаційні та рекламні матеріали, зокрема іноземними мовами, в зоні приймання або у холах на поверхах			o	o	o
12	Реєстрація з використанням сучасного технічного устаткування (якщо кількість номерів більша ніж 30)				o	o
13	Холи (салони) на поверхах			o	o	o
14	Приміщення або частина приміщення для переглядання телепередач	o	o			
	III Загальне технічне устаткування					
15	Аварійне освітлення (ліхтарі, акумулятори) або централізоване аварійне	o	o			
16	Стаціонарний генератор, що забезпечує освітлення громадських та житлових приміщень і роботу ліфтів протягом не менше ніж 24 год (у місцевості, де неможливо забезпечити централізоване аварійне енергопостачання), або централізоване аварійне енергопостачання			o		
17	Стаціонарний генератор, що забезпечує освітлення громадських та житлових приміщень і роботу ліфтів, холодильних установок, кухонного устаткування, обробляння та подавання води протягом не менше ніж 24 год (у місцевості, де неможливо забезпечити централізоване аварійне енергопостачання), або централізоване аварійне енергопостачання				o	o
18	Резервуар для запасу води щонайменше ніж на добу у районах з можливими перебоями у водопостачанні	o	o	o	o	o

№ ч/ч	Вимога	Категорія готелю				
		*	**	***	****	***
19	Резервна система гарячого водопостачання на час аварії чи профілактичних робіт			о	о	о
20	Кондиціонування приміщень спільного використання (вестибюль, приміщення для культурних або ділових заходів) 1) кондиціонування або інші системи чи устаткування, які забезпечують заміну повітря та дотримання температури від 18 °С до 22 °С і вологості від 45 % до 60 %;			о	о	о
21	Кондиціонування житлових приміщень 1) кондиціонування або інші системи чи устаткування, які забезпечують заміну повітря та дотримання температури від 18 °С до 22 °С і вологості від 45 % до 60 %; 2) кондиціонування				о	о
22	Вентиляція санвузлів	о	о	о	о	о
23	Опалення					
	1) опалювання громадських і житлових приміщень окремими приладами або центральне опалення;	о	о			
	2) центральне опалення;			о	о	о
	3) з термостатом для індивідуального регулювання температури (в нових та реконструйованих будинках);				о	о
	4) підігрівання підлоги у ванній кімнаті					о
24	Пасажи́рський ліфт або ескалатор у будинках {вимога не обов'язкова за наявності документального підтвердження щодо неможливості встановлювання ліфта з технічних причин. У такому випадку потрібно безплатно доставляти багаж у номери)					
	1) більше чотирьох поверхів;	о	о			
	2) більше трьох поверхів;			о		
	3) більше двох поверхів;				о	
	4) більше одного поверху;					о
	5) час очікування:					
	- 30 с;				о	о
	- 45 с;			о		
	6) цілодобова робота ліфта або ескалатора	о	о	о	о	о
25	Вантажний ліфт (якщо кількість номерів більша ніж 30)				о	о
26	Не менше одного ліфта на кожні 60 номерів (в нових та реконструйованих готелях)				о	о
27	Телефонний зв'язок					
	1) телефон в рецепції, доступний для гостей;	о	о	о	о	о
	2) міський телефон на поверсі за відсутності телефонів у	о	о			

№ ч/ч	Вимога	Категорія готелю				
		*	**	***	****	*****
	3) міський телефон в усіх номерах;			o		
	4) прямий телефон з міською, міжміською, міжнародною мережею в усіх номерах;				o	o
	5) у багатокімнатних номерах - у кожній кімнаті;				o	o
	6) у багатокімнатних номерах - у санвузлах;					o
	7) телефони колективного користування у вестибюлі в кабіні або під аку стичним ковпаком - міський, міжміський, міжнародний	o	o	o	o	o
	IV Номерний фонд					
28	Місць в одно-, двомісних номерах не менше ніж	60%	80%	100 %	100 %	100%
29	Житлова площа однокімнатних номерів (без площі та балкона) в м ²					
	1) одномісні;	8	9	10	12	14
	2) двомісні;	10	12	14	15	16
	3) тримісні;	14	16			
	4) чотиримісні;	16	18			
	5) для номерів, в яких кількість ліжок більше чотирьох, до площі чотиримісного номера додається на кожного наступного гостя 4,5 м ²	o	o			
	6) допущено відхил не більше ніж на 10 % житлової площі номерів, за умови збільшеної площі інших частин номера (лоджія, коридор тощо) і(або) підвищеної функційності меблів	o	o	o		
30	Багатокімнатні номери			o		
31	Багатокімнатні номери, які повинні мати щонайменше: вітальню площею не менше ніж 16 м ² , спальню із санвузлом (ванна, душ, умивальник, уні таз), коридор з додатковим туалетом. Кількість - не менша ніж 5 % від загальної кількості номерів				o	o
32	Звукоізоляція номерів на рівні 35 дБА	o	o	o		
33	Усі номери з підвищеною звукоізоляцією дверей та вікон, яка забезпечує захист від вуличного шуму				o	
34	Усі номери з особливою звукоізоляцією стін, дверей та вікон, яка повністю запобігає проникненню стороннього					o

№ ч/ч	Вимога	Категорія готелю				
		*	**	***	****	*****
	V Технічна оснащеність номерів					
35	Двері та замки					
	1) замок;	o	o	o	o	o
	2) із внутрішнім запобіжником;	o	o	o	o	o
	3) замок підвищеної секретності;				o	o
	4) вічко у дверях					o
36	Охоронна сигналізація чи електронні засоби контролювання за безпекою номера					o
37	Освітлення					
	1) загальне освітлення кімнати;	o	o	o	o	o
	2) світильник біля кожного ліжка;	o	o	o	o	o
	3) лампа, яка освітлює робоче місце (стіл);			o	o	o
	4) вимикач дистанційного керування загального освітлення біля узголів'я ліжка (в нових та реконструйованих готелях)				o	o
38	Електричні розетки					
	1) із зазначенням напруги;	o	o	o	o	o
	2) не менше двох на кімнату;	o	o	o	o	o
	3) у санвузлі;	o	o	o	o	o
	4) для під'єднання до інтернету;				o	o
	5) різнопазові				o	o
39	Телевізор					
	1) на прохання гостя;	o	o			
	2) кольоровий у кожному номері;			o	o	o
	3) з прийманням програм основних телекомпаній світу і готельного відео каналу, з дистанційним керуванням				o	o
40	Радіоприймачі або інша можливість приймання радіопрограм в усіх номерах	o	o	o	o	o
41	Холодильник у багатокімнатних та одномісних номерах			o		
42	Міні-бар або холодильник в усіх номерах				o	
43	Міні-бар					o
44	Міні-сейф у кожному номері або сейф з індивідуальними чарунками у службі приймання				o	
45	Міні-сейф у кожному номері					o

№ ч/ч		Категорія готелю				
		*	**	***	****	*****
	VI Оснащеність номерів меблями та інвентарем					
46	Ліжко (мінімальні розміри)					
	1) односпальне 80 см х 190 см;	o	o			
	2) односпальне 90 см х 200 см;			o	o	o
	3) двоспальне 140 см х 190 см;	o	o	o		
	4) двоспальне 160 см х 200 см;				o	o
	5) дитяче або розкладне ліжко {на прохання}	o	o	o	o	o
47	Комплект постільних речей і білизни: - матрац з намотрацником; - дві подушки; - ковдра, додаткова ковдра, покривало на ліжко; - простирадло, підковдра, наволоки	o	o	o	o	o
48	Килимок біля кожного ліжка за відсутності килима або килимового покриву підлоги	o	o	o		
49	Килим або килимовий покрив підлоги				o	o
50	Тумбочка (столик) біля кожного спального місця	o	o	o	o	o
51	Вішалка для верхнього одягу і головних уборів	o	o	o	o	o
52	Шафа, вбудована шафа або ніша для одягу з поличками і плічками (не менше ніж 3 шт./місце)	o	o			
53	Шафа з поличками, вішалкою та плічками (не менше ніж 5 шт./місце)			o	o	o
54	Стільці або інші меблі для сидіння (один предмет на кожного гостя, але не менше двох на номер)	o	o	o		
55	Крісло для відпочинку (щонайменше два на номер) або м'який диван				o	o
56	Стіл або письмовий стіл	o	o	o		
57	Письмовий стіл зі стільцем або робочим кріслом				o	o
58	Журнальний столик				o	o
59	Поличка (підставка) для багажу	o	o	o	o	o
60	Цупкі завіски (або жалюзі), що затемнюють приміщення	o	o	o	o	o
61	Прозорі завіски (або жалюзі)	o	o	o	o	o
62	Дзеркало - у кімнаті, додатково до дзеркала у ванній кімнаті або над умивальником; - щонайменше одне великого розміру або у повний	o	o	o	o	o
63	Швацький набір (голка, нитки)			o	o	o
64	Щітки: для одягу, для взуття	o	o	o	o	o
65	Склянки на кожного гостя	o	o	o		
66	Набір посуду для питної води, чаю та міні-бару				o	o
67	Вода мінеральна або столова, 0,2 л на гостя щоденно				o	o
68	Попільничка	o	o	o	o	o

№ ч/ч	Вимога	Категорія готелю				
		*	**	***	****	*****
69	Ключ скомбінований (для відкривання пляшок)	0	o	o	o	0
70	Інформаційні матеріали у номері					
	2) рекламні матеріали (буклети, брошури тощо) з туристичною та іншою інформацією;		o	o	o	o
	3) телефонний довідник;		o	o	o	o
	4) матеріали іноземними мовами;			o	o	o
	5) у папці з емблемою готелю			o	o	o
71	Набір письмового приладдя (конверти, поштовий папір, ручка, олівець)			o	o	o
72	Ярлики: «Прошу не заважати», «Можна прибирати»	o	o	o	o	o
73	Пакети для пральні та хімчистки			o	o	o
74	Протипожежна інструкція та інструкція щодо дій в екстремальних умовах	o	o	o	o	o
	VII Санітарне устаткування номера					
75	Кількість номерів із повним санвузлом (умивальник, унітаз, ванна або душ)	25%	50%	100 %	100 %	100 %
	У нових готелях - 100 % незалежно від категорії					
76	Площа санвузла повинна бути достатньою для вільного переміщення по ньому та дозволяти безпечне та комфортабельне використання усього устаткування	o	o	o	o	o
77	Кожний номер без санвузла повинен бути устаткований умивальником з холодною і гарячою водою	o	o			
78	На кожному поверсі, де розташовано номери без санвузлів, повинні бути один туалет та одна ванна або духова на кожні 5 номерів без санвузлів, але не менше ніж два туалети та дві ванни або душові на поверх окремо для жінок та чоловіків	o	o			
79	Інвентар та предмети санітарно-гігієнічного оснащення санвузла					
	1) дзеркало над умивальником з бічним або верхнім освітленням;	o	o	o	o	o
	2) полочка для туалетних речей;	o	o	o	o	o
	3) завіски для ванни чи душу;			o	o	o
	4) килимок на підлозі;	o	o	o	o	o
	5) фен для сушіння волосся;				o	o
	6) тримач для рушників, гачки для одягу;	o	o	o	o	o
	7) склянка;	o	o	o	o	o
	8) рушники на кожного гостя не менше ніж	2	2	3	4	4
	9) зокрема банний рушник;	o	o	o	o	o
	10) халат банний (на кожного гостя);					o
	11) шапочка банна (на кожного гостя);			o	o	o
Ns ч/ч	Вимога	Категорія готелю				
		*	**	***	****	*****
	12) тапочки банні (на кожного гостя);					o
	13) туалетні речі на кожного гостя (замінюють в міру використання);					

	а) туалетне мило;	о	о	о		
	б) туалетне мило або дозатор рідкого мила, шампунь, піна (сіль) для ванни в гтакованні з емблемою готелю;				о	о
	14) туалетний папір;	о	о	о	о	о
	15) тримач для туалетного паперу;	о	о	о	о	о
	16) щітка для унітаза {у футлярі};	о	о	о	о	о
	17) кошик для сміття з вогнетривкого матеріалу;	о	о	о	о	о
	18) пакети для предметів гігієни				о	о
	19) накривка до унітаза	о	о	о	о	о
	VIII Устаткування санітарних об'єктів загального					
80	Туалети: туалетні кабінки, умивальник з дзеркалом, електрична розетка, туалетний папір, мило або дозатор рідкого мила, паперові серветки або електрорушники, гачки для одягу, кошики для сміття з вогнетривкого матеріалу	о	о	о	о	о
81	Ванні кімнати або душові: ванни або душові кабінки, туалетна кабінка, умивальник із дзеркалом та поличкою для туалетних речей, гачки для одягу кошики для сміття з вогнетривкого матеріалу	о	о			
	IX Приміщення для надавання послуг харчування					
83	Ресторан або кафе: кількість сидячих місць не менша ніж 75 % від кількості місць в готелі			о		
84	Ресторан, кілька залів, окремі кабінети: кількість столів не менша ніж 75 % від кількості номерів; клас обслуговування - не нижчий за «вищий»				о	о
85	Банкетний зал(и), можливо такий(-і), що можна трансформувати у конференц-зал				о	о
86	Бар				о	о
87	Додатковий бар у зоні приймання					о
88	Окреме приміщення для харчування персоналу				о	о
89	X Додаткові приміщення для надавання інших послуг Зал універсальний для проведення культурних або ділових заходів з аудіо- та відеоапаратурою {для мотелів необов'язково}			о	о	о
90	Бізнес-центр з телефаксом, копіювальною технікою, комп'ютерами, під'єднаними до інтернету				о	о

Ns ч/ч	Вимога	Категорія готелю				
		*	**	***	****	*****
91	Приміщення для біологічного відновлювання організму та занять спортом: 1) плавальний басейн, сауна, тренажерний зал, солярій, масажна, спортивний зал - щонайменше два об'єкти з вищеназваного (обов'язково для готелів ***, розташованих у курортно-рекреаційній зоні);			o	o	o
92	Медичний кабінет					o
93	Перукарня першої чи другої категорії відповідно до вимог ДСТУ 4094 (якщо кількість номерів більша ніж 50)			o		
94	Перукарня вищої категорії відповідно до вимог ДСТУ 4094				o	o
95	Кімната побутового обслуговування	o	o	o	o	
96	Камера схову {цілодобово}	o	o	o	o	o
97	Магазини та торговельні кіоски (з продажу сувенірів, парфюмерно-косме-тичної, тютюнової продукції, газет, журналів та іншої поліграфічної продукції)			o	o	o
98	XI Послуги Служба приймання: цілодобово	o	o	o	o	o
99	Швейцар				o	o
100	Піднесення багажу {з машини в номер і з номера в машину) цілодобово 1) на прохання;		o	o		
101	Прибирання номера покоївкою 1) щоденно; 2) контролюючи його стан протягом дня	o	o	o	o o	o o
102	Заправлення ліжок покоївкою	o	o	o	o	o
103	Замінювання постільної білизни 1) один раз на три дні або за бажанням гостя; 2) щоденно або за бажанням гостя	o	o	o	o	o
104	Замінювання рушників 1) один раз на три дні або за бажанням гостя; 2) щоденно або за бажанням гостя	o	o	o	o	o
105	Прання 1} повернення білизни протягом 24 год; 2) повернення білизни протягом 12 год	o	o	o	o	o
106	Прасування 1) надавання праски, прасувальної дошки; 2) протягом години, також у вихідні дні	o	o	o	o	o
107	Чищення одягу (хімчистка)			o	o	o
108	Дрібний ремонт одягу	o	o	o	o	o
109	Чищення взуття 1) персоналом готелю або автоматом; 2) персоналом готелю			o	o	o
110	Послуги секретаря, стенографіста, перекладача, посильного				o	o
112	Зберігання цінностей у сейфі адміністрації	o	o	o	o	o
113	Зберігання багажу	o	o	o	o	o

№ ч/ч	Вимога	Категорія готелю				
		*	**	***	****	*****
111	Надавання в користування (самостійне або за участю обслуговувального персоналу) комп'ютерів, електронних засобів зв'язку, відео-, аудіоустаткування			о	о	о
114	Обмінювання валюти 1) для готелів категорії *** допускають наявність пункту обміну валюти або банкомата на відстані до 100 м; 2) цілодобово			о	о о	о о
115	Приймання кредитних карток			о	о	о
116	Організування зустрічей та проводів (в аеропорту, на вокзалі тощо)				о	о
117	Викликання таксі	о	о	о	о	о
118	Оренда (прокат) автомобіля				о	о
119	Паркування автомобіля персоналом готелю та подання з гаража (зі стоянки) до під'їзду					о
120	Бронювання квитків на різні види транспорту			о	о	о
121	Бронювання і (або) продаж квитків до театру та на інші розважальні заходи		о	о	о	о
122	Туристичні послуги (туристична інформація, екскурсії, гіді-перекладачі тощо)			о	о	о
123	Прокат спортивного та відпочинкового інвентарю для готелів, розташова них у курортно-рекреаційній зоні			о	о	о
124	Викликання швидкої допомоги, користування аптечкою першої допомоги	о	о	о	о	о
	ХІІ Послуги харчування					
125	Надавання сніданків			о	о	о
126	Робота принаймні одного бару цілодобово				о	о
132	Обслуговування в номері					
	1) з 7.00 год до 24.00 год;			о		
	2) цілодобово				о	о
	ХІІІ Вимоги до персоналу та його підготовленості	:				
128	Посадові інструкції для персоналу, що фіксують функційні обов'язки і встановлені правила роботи	о	о	о	о	о
129	Кваліфікація: керівники та персонал повинні бути підготовлені:					
	1) щодо виконуваної роботи;	о	о	о	о	о
	2) щодо забезпечення перебування в готелі	о	о	о	о	о
130	Знання мов					
	1) добре володіння персоналом служби приймання однією іноземною мовою;	о	о			

№ ч/ч		Категорія готелю				
		*	**	***	****	*****
	2) вільне володіння персоналом служби приймання англійською та ще однією іноземною мовою, підтверджене документом про відповідну освіту(як мінімум закінчення спеціальних курсів);			o	o	o
	3) достатні знання англійської мови покоївками, швейцарами та іншим обслуговуючим персоналом				o	o
131	Персонал повинен бути здатний створювати в готелі атмосферу гостинності, у стосунках з гостями виявляти доброзичливість	o	o	o		
132	Персонал повинен бути добре підготовлений та люб'язний, готовий швидко та ефективно виконати прохання гостей				o	o
133	Персонал повинен проходити періодичний медичний огляд	o	o	o	o	o
134	Зовнішній вигляд персоналу					
	1) формений одяг, диференційований за службами, службові позначки;	o	o	o	o	o
	2) уніформа персоналу з характерними для готелю особливостями				o	o

6 ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ЩОДО УРАХУВАННЯ ПОТРЕБ ІНВАЛІДІВ

6.1 Вхід до готелю повинен бути пристосований до потреб інвалідів та інших мало мобільних груп населення.

6.2 Служба приймання повинна мати спеціальне місце для обслуговування особи, що рухається на візку.

6.3 Готелі усіх категорій повинні мати щонайменше один номер, пристосований до потреб інвалідів.

6.4 У загальнодоступній частині готелю принаймні один туалет повинен бути пристосований до потреб інвалідів.

6.5 У громадських приміщеннях (вестибюль, холи, приміщення для харчування тощо) потрібно визначити місця для особи, що рухається на візку.

7 ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ЯКОСТІ УСТАТКОВАННЯ ТА ОСНАЩЕННЯ ГОТЕЛІВ РІЗНИХ КАТЕГОРІЙ

7.1 Готелі категорії одна зірка

Готелі категорії одна зірка можуть бути побудовані з недорогих будівельних матеріалів, мати устаткування та меблі, випущені серійно, але усі меблі та електроприлади повинні бути справні, функційні. Постільна білизна та рушники повинні бути якісні, без пошкоджень.

Санвузли повинні бути оснащені справним устаткуванням, стіни і підлога покриті водонепроникним матеріалом.

7.2 Готелі категорії дві зірки

Усе устаткування готелю може бути недороге, але функційне, справне, у доброму технічному стані.

Постільна білизна в доброму стані, незношена, без пошкоджень, з натуральних або натурально-штучних тканин: може бути однотонна або з малюнком, біла або кольорова, картата або у смужку.

Оснащення санвузлів повинно мати естетичний вигляд, стіни і підлога покриті водонепроникним матеріалом і зроблені якісно, без видимих недоліків.

7.3 Готелі категорії три зірки

Будинок готелю повинен органічно вписуватися в архітектурний ансамбль вулиці (площі), головний фасад будинку повинен відповідати певному архітектурному стилю. Якщо будинок побудовано за невдалим проектом і він має невиразний фасад, повинен бути застосований

широкий спектр сучасних будівельних технологій і матеріалів, які дають змогу зробити зовнішній вигляд привабливим.

Меблі та оснащення можуть бути з матеріалів середньої вартості, але добре оформлені, відповідати єдиному стилю. Усе устаткування повинно бути у доброму технічному стані та створювати затишок.

Номери та громадські приміщення повинні бути прикрашені декоративними елементами, картинами або іншими художніми творами.

Постільна білизна з натуральних тканин, незношена, однотонна або з малюнком, біла або кольорова, картата або у смужку.

Санвузли повинні бути оснащені якісним устаткуванням середньої вартості, стіни і підлога покриті відповідним водонепроникним матеріалом, зроблені без недоліків.

7.4 Готелі категорії чотири зірки

Будинок готелю повинен органічно вписуватися в архітектурний ансамбль вулиці (площі).

Усі фасади будинку повинні відповідати певному, чітко вираженому архітектурному стилю; у випадку реконструкції будинку, який є історико-архітектурною пам'яткою, потрібно зберегти початковий вигляд фасадів, фресок, вітражів.

Інтер'єр будинку повинен бути створений відповідно до єдиного дизайн-проекту, стіни прикрашені художніми творами, які гармонують з інтер'єром.

Будівельні матеріали, меблі та устаткування громадських приміщень і номерів повинні бути з дорогих матеріалів, комфортні та у дуже доброму технічному стані. У всіх приміщеннях мають бути килими або килимові покриття відповідної якості.

Постільна білизна з тонкотканих натуральних тканин, біла або кольорова.

Санвузли повинні бути оснащені якісним дорогим устаткуванням у відмінному стані, стіни і підлога покриті відповідним водонепроникним матеріалом не менше ніж на дві третини поверхні за висотою.

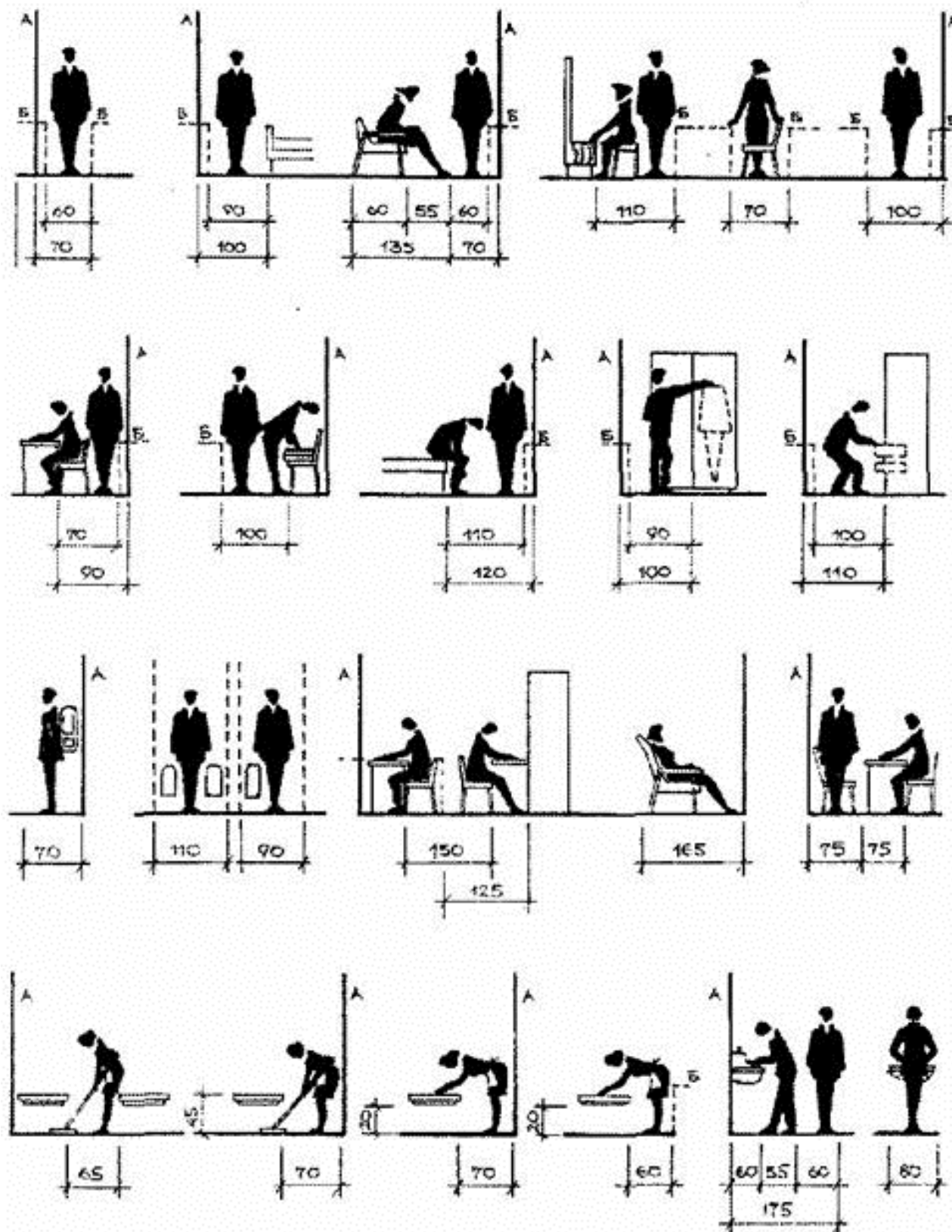
7.4 Готелі категорії п'ять зірок

Вимоги до будинку такі самі, як до готелів категорії чотири зірки. Винятковий дизайн інтер'єру. Номери, холи, вестибюль прикрашено авторськими роботами: картинами, декоративними прикрасами, керамікою, гобеленами тощо. Предмети інтер'єру і оформлення повинні створювати респектабельну атмосферу готелю.

Загальне устаткування, устаткування громадських приміщень, кімнат та санвузлів, меблі та килими повинні бути з найдорожчих матеріалів, мати власні неповторні особливості і перебувати у бездоганному стані. Посуд та столові прибори мають бути одного стилю, гарнітурні.

Постільна білизна з тонкотканих натуральних тканин з вишитою або витканою емблемою готелю.

Габарити функціональних зон і проходів на основі антропологічних даних: А - стіна, Б – низькі меблі



Основні документи для надання готельних послуг

Типова форма	Призначення документу	Обробка документу	Підстава для складання	Кому пода-ється	Примітки
1	2	3	4	5	6
«Анкета проживаючого» типова форма № 1-г	Є підставою для реєстрації проживаючого та видачі візитної картки	заповнюються власноручно громадянином України українською мовою в одному екземплярі та передаються адміністратору готелю, в якого вони і зберігаються систематизованими за алфавітом в картотеці.	Документ, що засвідчує особу (паспорт і таке інше)	Службі прийому та обслуговування	Зберігається протягом усього терміну проживання громадянина в готелі та протягом місяця після його виїзду, потім зберігається протягом ще одного року в архіві готелю, після чого знищується з оформленням відповідного акту
«Реєстраційна картка» типова форма № 2-г	Є підставою для реєстрації проживаючого та видачі візитної картки	заповнюються власноручно іноземцем або особою без громадянства українською та англійською мовами в одному екземплярі та передаються адміністратору готелю, в якого вони і зберігаються систематизованими за алфавітом в картотеці.	Документ, що засвідчує особу іноземця або особи без громадянства (паспорт і таке інше)	Службі прийому та обслуговування	Зберігається протягом усього терміну проживання громадянина в готелі та протягом місяця після його виїзду, потім зберігається протягом двох років в архіві готелю, після чого знищується з оформленням відповідного акту
«Візитна картка» типова форма № 3-г	Є підставою для видачі ключів від номера та надає право на обслуговування службами готелю	Заповнюється українською та англійською мовами в одному екземплярі черговим адміністратором готелю	оформляється на підставі «Анкети проживаючого» або «Реєстраційної картки» і видається кожному проживаючому в готелі	Особі, що проживає в готелі	На картці відмічаються обов'язкові відомості, прізвище проживаючого, номер кімнати і термін проживання. Інші необхідні відомості можуть бути внесені додатково за рішенням адміністрації готелю.

1	2	3	4	5	6
«Рахунок» типова форма № 4-г	Є підставою для здійснення розрахунків з особою, яка проживає в готелі за надані послуги (як основні, так і додаткові)	Заповнює щоденно касир готелю	оформляється на підставі «Візитної картки гостя»	Перший примірник видається особі, що проживає в готелі; другий – до бухгалтерії	Одночасно з реєстрацією громадянина України або іноземного громадянина, що поселяються в готелі незалежно від форми обробки документів (ручна або електронна), і від форми оплати (готівкової або безготівкової) послуг готелю Сума до сплати розраховується щодобово згідно з переліком фактично отриманих послуг разом із сумами ПДВ та готельного збору, та всього до сплати. У рахунку сума до сплати з ПДВ вписується в гривнях
«Журнал обліку громадян, що проживають у готелі» типова форма № 5-г	Є підставою для обліку громадян, що проживають у готелі	Заповнюється українською мовою черговим адміністратором готелю	оформляється на підставі «Анкет проживаючого» та «Реєстраційної картки»	Порт'є	Застосовується для обліку всіх осіб, що проживають у готелі. Ведуть в одному примірнику, по закінченню якого передають в архів.
«Журнал обліку іноземців, що проживають у готелі» типова форма № 6-г	Є підставою для обліку іноземців та осіб без громадянства, що проживають у готелі	Заповнюється черговим адміністратором готелю	Оформляється на підставі «Реєстраційної картки», паспортів та віз	Порт'є	форму Журналу типової форми № 6-г затверджують органи МВС України. Ведуть в одному примірнику, по закінченню якого передають в архів.
«Журнал реєстрації заявок на бронювання номерів» типова форма № 7-г	Є підставою для здійснення бронювання номерів (місць)	Заповнюється щоденно черговим адміністратором готелю	оформляється на підставі телеграм, телефонних дзвінків, листів, факсів, електронних листів, що надійшли у готель, на бронювання номерів від фізичних та юридичних осіб	Черговому адміністратору готелю	Юридичними особами заявка на бронювання номерів у готелі подається у вигляді гарантійного листа довільної форми, який підписується відповідальною особою та завіряється печаткою.

1	2	3	4	5	6
«Касовий звіт» типова форма № 8-г	Є підставою для здійснення розрахунків за надані послуги та оприбуткування готівки в касі	Складається касиром (портє, відповідальним за розрахунки)	Складається в одному примірнику на підставі щоденних «Рахунків»	Головному бухгалтеру не пізніше наступного дня разом з другими примірниками рахунків (форма N 4-г), контрольною касовою стрічкою ЕККА та контрольною стрічкою терміналу кредитних карток (в разі використання механізованого розрахунку).	В ньому не допустимі виправлення та підчищення. Графа форми "Вид платежу" містить перелік послуг готелю, наданих проживаючим за звітний період.
«Відомість руху номерів у готелі» типова форма № 9-г	Є підставою для здійснення оперативного обліку наявності та стану номерів та місць в готелі	Заповнюється щоденно черговим адміністратором станом на 9.00	оформляється на підставі «Журналу обліку громадян, що проживають у готелі» та «Журналу осіб, які проживають на поверсі»	Черговому адміністратору готелю	використовується для оперативного обліку звільнення і заселення номерів та проведення ремонтних робіт у номерах
«Журнал осіб, які проживають на поверсі» типова форма № 10-г	Є підставою для здійснення оперативного обліку осіб, які проживають на поверсі	заповнюється щодня черговим по поверху	оформляється на підставі «Журналу обліку громадян, що проживають у готелі» та «Журналу обліку іноземців, що проживають у готелі»	Черговому на поверсі	Використовується покійками для здійснення поточних робіт з прибирання номерів

НОРМЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ ДЛЯ УБОРЩИКОВ СЛУЖЕБНЫХ ПОМЕЩЕНИЙ ПО КАТЕГОРИЯМ ГОСТИНИЦ

Объекты уборки	Категория гостиниц			
	*** — ***** (3—4 звезды)		* — ** (1—2 звезды)	
	Нормы			
	обслужива- ния, кв. м	времени об- служивания	обслужива- ния, кв. м	времени об- служивания на
Вестибюль и коридоры	615	1,3	615	1,3
То же с ковровыми покрытиями	593	1,35	593	1,35
Холл с заставленностью до 20%	572	1.4	888	0,9
То же с ковровыми покрытиями	533	1,5	851	0,94
Холл с заставленностью от 21 до 40%	533	1,5	800	1,0
То же с ковровыми покрытиями	513	1,56	769	1,04
Холл с заставленностью от 41 до 60%	500	1,6	727	1,1
То же с ковровыми покрытиями	82	1,66	702	1,14

НОРМАТИВЫ УБОРКИ СЛУЖЕБНЫХ ПОМЕЩЕНИЙ

НОРМАТИВЫ ВРЕМЕНИ НА УБОРКУ ПОЛА В СЛУЖЕБНЫХ ПОМЕЩЕНИЯХ

Вид работы	Содержание работы	Коэффициент заставленности			
		до 0,2	0,21-	0,41-	Свыше
		Время, мин./кв. м			
Мытье	а) С передвижением мебели: отодвинуть мебель, вымыть пол, периодически меняя моющий раствор или воду. Поставить отодвинутую мебель на место	0,513	0,616	0,739	0,887
Протирка Подметание	б) Без передвижения мебели: вымыть пол, периодически меняя мою-	0,435	0,522	0,626	0,751

НОРМАТИВЫ ВРЕМЕНИ НА УБОРКУ ПОЛА В ФОЙЕ, ХОЛЛАХ, ВЕСТИБЮЛЯХ, КОРИДОРАХ

Вид работы	Содержание работы	Время, мин./кв. м
Мытье	Вымыть пол, периодически меняя моющий раствор или воду	0,484
Протирка	Протереть пол, периодически меняя моющий раствор или воду	0,246
Мытье	Вымыть лестницу, периодически меняя моющий раствор или воду,	1,08
Протирка	протереть перила	0,669

НОРМАТИВЫ ВРЕМЕНИ НА УБОРКУ ПОЛА В ТУАЛЕТАХ

Вид работы	Содержание работы	Время, мин./кв. м
Мытье	Вымыть пол, периодически меняя моющий раствор или воду	1,33
Протирка	Протереть пол, периодически меняя моющий раствор или воду	0,856
Подметание	Подмести пол, предварительно увлажнив его	0,686

НОРМАТИВЫ ВРЕМЕНИ НА ВЛАЖНУЮ ПРОТИРКУ ПРЕДМЕТОВ МЕБЕЛИ

Содержание работы: удалить пыль с поверхности предметов влажным способом, периодически
меняя моющий раствор или воду

Объект уборки	Единица объема	Время, мин	Объект уборки	Единиц а	Время, мин
Автомат газированной воды	шт.	0,400	Плинтуса	м	0,200
Банкетка	шт.	0,750	Портрет, картина	кв. м	2,90
Бюст	шт.	3,70	Подоконник	кв. м	1,20
Вентиляционная решетка	кв. м	2,0	Подставка под графин	шт.	0,200
Вешалка-стойка с круглой	шт.	0,930	Репродуктор	шт.	0,610
Диван	шт.	2,10	Сейф	кв. м	0,340
Дверь	кв. м	1,35	Мытье	кв. м	0,645
Кресло рабочее	шт.	0,650	Протирка	кв. м	0,830
Книжная полка	м	6,600	Стенд	кв. м	2,35
Настольный вентилятор	шт.	0,520	Столы:		
Настольная лампа	шт.	0,680	письменный	шт.	1,15
Настольный телефон	шт.	0,420	телефонный,		0,625
Отопительные приборы	кв. м	1,60	Стул	шт.	0,480
Пишущая или счетная машинка	шт.	0,750	Счеты	шт.	0,325
Шкаф конторский	шт.	1,45	Тумба	шт.	0,780
Шкафы секционные:			Чернильный прибор	шт.	0,550
до 2,5 м	шт.	5,30	Электрополотенце	шт.	0,300
2,6-3,5 м		6,40	Кондиционер	шт.	1,05
3,6-4,5 м		8,50	Настольный календарь	шт.	0,370

НОРМАТИВЫ ВРЕМЕНИ НА СУХУЮ ПРОТИРКУ ПРЕДМЕТОВ И МЕБЕЛИ

Содержание работы: удалить пыль с поверхности предметов сухим способом

Объект уборки	Единица объема	Время, мин	Объект уборки	Единица объема	Время, мин
Настенные часы	шт.	0,530	Телевизор,	шт.	1,00
Настольные часы	шт.	0,300	Полированная	шт.	0,730
Панель	кв. м	0,690	Полированный	шт.	1,10
Полированные столы:			Полированный		
письменный	шт.	1,0	до 2,5 м	шт.	4,10
журнальный		0,560	2,6-3,5 м		5,0
Портрет, картина	кв. м	2,10	3,6-4,5 м		6,60
Стенд	кв. м	1,70			

НОРМАТИВЫ ВРЕМЕНИ НА ПРОЧИЕ ВИДЫ РАБОТ

Вид работ	Содержание работы	Единица объема работы	Время, мин
Мытье стен, дверей	Вымыть стену, дверь, периодически меняя моющий раствор или воду Вымыть стакан Вымыть мыльницу	кв. м	1,96
Мытье стакана		шт.	1,0
Мытье мыльницы		шт.	1,5
Наполнение графина водой		шт.	1,42
Опорожнение пепельницы	Высыпать содержимое пепельницы и протереть ее	шт.	0,532
Опорожнение урны	Опорожнить урну от содержимого и промыть ее	шт.	3,48
Опорожнение корзин в служеб.помещениях в туалетах.	Опорожнить корзину от содержимого в тару и поставить ее на место	шт.	0,525
			0,625

Продовження дод Л.

Вид работ	Содержание работы	Единица объема работы	Время, мин
Опорожнение и чистка полоскательницы	Опорожнить полоскательницу от содержимого, вычистить с помощью моющих средств и промыть ее водой	шт.	1,20
Обметание пыли со стен	Специальным приспособлением обмести пыль со стен	кв. м	0,590
Обметание пыли с потолков	Специальным приспособлением обмести пыль с потолков	кв. м	0,650
Поливка и протирка вазонов с цветами	Полить цветок к протереть вазон	шт.	0,950
Смена полотенец	Снять грязное полотенце, сдать его и получить	шт.	3,14
Чистка:	С помощью моющих средств вычистить предмет и промыть его водой	шт.	
писсуаров			2,00
раковин			3,00
унитазов			5,00
Чистка зеркал	Очистить поверхность зеркала спе-циальным	кв. м	1,80
Чистка полумягкого стула	Очистить стул с помощью пылесоса от пыли	шт.	0,680
Чистка мягкого кресла	Очистить кресло с помощью пы-лесоса от пыли	шт.	0,315
Чистка мягкого дивана	Очистить диван с помощью пыле-соса от пыли	шт.	0,75

НОРМА ЧИСЕЛЬНОСТІ ПОКОЇВОК, ЩО ПРАЦЮЮТЬ В 2, 3 ЗМІНИ

[illegible]

ЗВІТ ПРО РОБОТУ ГОТЕЛЮ
2013 рік

Тип підприємства	Код рядк	Категорія готелю, мотелю, готельно-офісного центру				
(готель)	001	1*	2**	3***	4****	5***
Мотель	002	1*	2**	3***	4****	5***
Готельно-офісний центр	003	1*	2**	3***	4****	5***
Кемпінг	004					
Молодіжна турбаза та гірський	005					
Клуб з приміщеннями для	006					
Гуртожиток для приїжджих	007					

Показники	Код рядка	Од. виміру	Фактично
А	Б	В	1
1. Характеристика підприємства			
Загальна площа	01	кв. м	3995
Житлова площа всіх номерів	02	кв.м	2672
Місткість	03	місць	розрахувати
Кількість усіх номерів на кінець року,	04	одиниць	9*
з них: люксів	05	одиниць	1
Напівлюксів	06	одиниць	9
Одномісних	07	одиниць	25%
Двомісних	08	одиниць	60%
тримісних і з більшою кількістю місць	09	одиниць	15%
Середньооблікова чисельність штат-них працівників облікового складу	10	чол.	12*
2. Структурні підрозділи сфери сервісу			
Автостоянка	21	одиниць	1
Ресторан	22	одиниць	1
Кафе, бар тощо	23	одиниць	1
Сауна (лазня, басейн)	24	одиниць	1
Пральня	25	одиниць	1
Заклади торгівлі (магазин, кіоск тощо)	26	одиниць	1
Інші підрозділи з надання послуг за ринковими цінами	27	одиниць	-

Продовження дод.Н

Показники	Код рядка	Код держави світу	Усього	Утому числі	
				діти до 14 років	підлітки 15-17 років
А	Б	В	1	2	3
3. Діяльність підприємства					
обслуговано приїжджих, осіб	31	X	348*	-	
у тому числі іноземців (всього сума рядків)	32	X	127*		
Буркіна-Фасо	32-1	854	4%	-	-
Алжир	32-2	012	7%	-	-
Болівія	32-3	068	2%	-	-
Болгарія	32-4	100	5%	-	-
Білорусь	32-5	112	8%	-	-
Канада	32-6	124	9%	-	-
Хорватія	32-7	191	12%	-	-
Франція	32-8	250	13%	-	-
Німеччина	32-9	276	10%	-	-
Угорщина	32-10	348	14%	-	-
Чехія	32-11	203	16%	-	-
Загальний час перебування приїжджих, людино-осіб	33	X	1074*		
у тому числі іноземців	34	X	382*		

Показники	Код рядка	Фактично, тис. грн
А	Б	1
4. Основні фінансові показники		
Доходи від основного виду діяльності (плата за	41	1998, *
з них: податок на додану вартість (ПДВ), 20 %	41-1	
готельний збір	41-2	-
інші непрямі податки та вирахування з доходу	41-3	-
з рядка 41 доходи від обслуговування іноземних	42	297, *
Крім того, доходи від надання додаткових послуг (автостоянки, сауни, ресторану, кафе, бару, аптечного кіоску тощо) без ПДВ та інших непрямих податків та вирахувань з доходу	43	493, *
Інші доходи без ПДВ та інших непрямих податків та вирахувань з доходу	44	118, *

Операційні витрати (сума рядків 46, 48, 49, 50, 52)	45	1689*
у тому числі: матеріальні витрати	46	35%
оплата праці	47	25%
відрахування на соціальні заходи	48	8%
відрахування на амортизацію	49	12%
інші операційні витрати	50	20%
Інші витрати	52-1	9,7*
Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування (відповідає рядку 170 або 175 форми №2 П (С)БО)	54	

Довідка: Балансова вартість основних засобів (залишкова)____(тис. грн.)

* - остання цифра номеру залікової книжки студента

Форма № 1-готель

ЗВІТ ПРО РОБОТУ ГОТЕЛЮ

2014 рік

Тип підприємства	Код рядк	Категорія готелю, мотелю, готельно-офісного центру				
(готель)	001	1*	2**	3***	4****	5****
Мотель	002	1*	2**	3***	4****	5****
Готельно-офісний центр	003	1*	2**	3***	4****	5****
Кемпінг	004					
Молодіжна турбаза та гірський	005					
Клуб з приміщеннями для	006					
Гуртожиток для приїжджих	007					

Показники	Код рядка	Одиниця виміру	Фактично
А	Б	В	1
1. Характеристика підприємства			
Загальна площа	01	кв. м	3995
Житлова площа всіх номерів	02	кв.м	2672
Місткість ¹	03	місць	
Кількість усіх номерів на кінець року, усього	04	одиниць	9* ²
з них: люксів	05	одиниць	3
напівлюксів	06	одиниць	15
одномісних	07	одиниць	27%
двомісних	08	одиниць	61%
тримісних і з більшою кількістю місць	09	одиниць	12%
Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу	10	чол.	125
2. Структурні підрозділи сфери сервісу			
Автостоянка	21	одиниць	1
Ресторан	22	одиниць	1
Кафе, бар тощо	23	одиниць	1
Сауна (лазня, басейн)	24	одиниць	1
Пральня	25	одиниць	1
Заклади торгівлі (магазин, кіоск тощо)	26	одиниць	1

. Продовження дод.Н

Показники	Код рядка	Код дер- жави сві- ту	Усього	діти до 14 років	підлітк и 15-17 років
А	Б	В	1	2	3
3. Діяльність підприємства					
обслуговано приїжджих, осіб	31	X	350*	-	
у тому числі іноземців (всього сума рядків)	32	X	142*		
Буркіна-Фасо	32-1	854	4%	-	-
Алжир	32-2	012	7%	-	-
Болівія	32-3	068	2%	-	-
Болгарія	32-4	100	5%	-	-
Білорусь	32-5	112	8%	-	-
Канада	32-6	124	9%	-	-
Хорватія	32-7	191	12%	-	-
Франція	32-8	250	13%	-	-
Німеччина	32-9	276	10%	-	-
Угорщина	32-10	348	14%	-	-
Чехія	32-11	203	16%	-	-
Загальний час перебування приїжджих, людино-осіб	33	X	1088*		
у тому числі іноземців	34	X	341*		

Показники	Код рядка	Фактично, тис. грн
А	Б	1
4. Основні фінансові показники		
Доходи від основного виду діяльності (плата за проживання)	41	2499, *
з них: податок на додану вартість (ПДВ), 20 %	41-1	
готельний збір	41-2	-
інші непрямі податки та вирахування з доходу	41-3	-
з рядка 41 доходи від обслуговування іноземних	42	315, "
Крім того, доходи від надання додаткових послуг (автостоянки, сауни, ресторану, кафе, бару, аптечного кіоску тощо) без ПДВ та інших непрямих податків та вирахувань з доходу	43	586, *
Інші доходи без ПДВ та інших непрямих податків та вирахувань з доходу	44	144, *

Операційні витрати (сума рядків 46, 48, 49, 50, 52)	45	2103, *
у тому числі: матеріальні витрати	46	35%
оплата праці	47	25%
відрахування на соціальні заходи	48	8%
відрахування на амортизацію	49	12%
інші операційні витрати	50	20%
Інші витрати	52-1	-
Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування ¹ (відповідає рядку 170 або 175 форми №2 П (С)БО)	54	

Довідка: Балансова вартість основних засобів (залишкова)___(тис. грн.)

* - остання цифра номеру залікової книжки студента

ЗВІТ ПРО РОБОТУ ГОТЕЛЮ

2015 рік

Тип підприємства	Код рядк	Категорія готелю, мотелю, готельно-офісного центру				
(готель)	001	1*	2**	3***	4****	5***
Мотель	002	1*	2**	3***	4****	5***
Готельно-офісний центр	003	1*	2**	3***	4****	5***
Кемпінг	004					
Молодіжна турбаза та гірський	005					
Клуб з приміщеннями для	006					
Гуртожиток для приїжджих	007					

Показники	Код рядка	Одиниця виміру	Фактично
А	Б	В	Г
1. Характеристика підприємства			
Загальна площа	01	кв. м	3995
Житлова площа всіх номерів	02	кв.м	2672
Місткість	03	місць	розрахуват
Кількість усіх номерів на кінець року,	04	одиниць	9* ²
з них: люксів	05	одиниць	5
Напівлюксів	06	одиниць	17
Одномісних	07	одиниць	27%
Двомісних	08	одиниць	63%
тримісних і з більшою кількістю місць	09	одиниць	10%
Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу	10	чол.	125
2. Структурні підрозділи сфери сервісу			
Автостоянка	21	одиниць	1
Ресторан	22	одиниць	1
Кафе, бар тощо	23	одиниць	1
Сауна (лазня, басейн)	24	одиниць	1
Пральня	25	одиниць	1
Заклади торгівлі (магазин, кіоск тощо)	26	одиниць	1

. Продовження дод.Н

Показники	Код рядка	Код пер-	Усього	діти до 14	підлітки 15-17
А	Б	В	1	2	3
3. Діяльність підприємства					
обслуговано приїжджих, осіб	31	X	352*	-	
у тому числі іноземців (всього сума рядків)	32	X	140*		
Буркіна-Фасо	32-1	854	4%	-	-
Алжир	32-2	012	7%	-	-
Болівія	32-3	068	2%	-	-
Болгарія	32-4	100	5%	-	-
Білорусь	32-5	112	8%	-	-
Канада	32-6	124	9%	-	-
Хорватія	32-7	191	12%	-	-
Франція	32-8	250	13%	-	-
Німеччина	32-9	276	10%	-	-
Угорщина	32-10	348	14%	-	-
Чехія	32-11	203	16%	-	-
Загальний час перебування приїжджих, людино-осіб	33	X	1081*		
у тому числі іноземців	34	X	333*		

Показники	Код рядка	Фактично, тис. грн
А	Б	1
4. Основні фінансові показники		
Доходи від основного виду діяльності (плата за проживання)	41	3596, *
з них: податок на додану вартість (ПДВ), 20 %	41-1	
готельний збір	41-2	-
інші непрямі податки та вирахування з доходу	41-3	19, *
з рядка 41 доходи від обслуговування іноземних	42	830, *
Крім того, доходи від надання додаткових послуг (автостоянки, сауни, ресторану, кафе, бару, аптечного кіоску тощо) без ПДВ та інших непрямих податків та вирахувань з доходу	43	581, *
Інші доходи без ПДВ та інших непрямих податків та вирахувань з доходу	44	153, *

Продовження дод.Н

Операційні витрати (сума рядків 46, 48, 49, 50, 52)	45	2506,*
у тому числі: матеріальні витрати	46	35%
оплата праці	47	25%
відрахування на соціальні заходи	48	8%
відрахування на амортизацію	49	12%
інші операційні витрати	50	20%
Інші витрати	52-1	12,2*
Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування ¹ (відповідає рядку 170 або 175 форми №2 П (С)БО)	54	

Довідка: Балансова вартість основних засобів (залишкова)____(тис. грн.)

* - остання цифра номеру залікової книжки студента

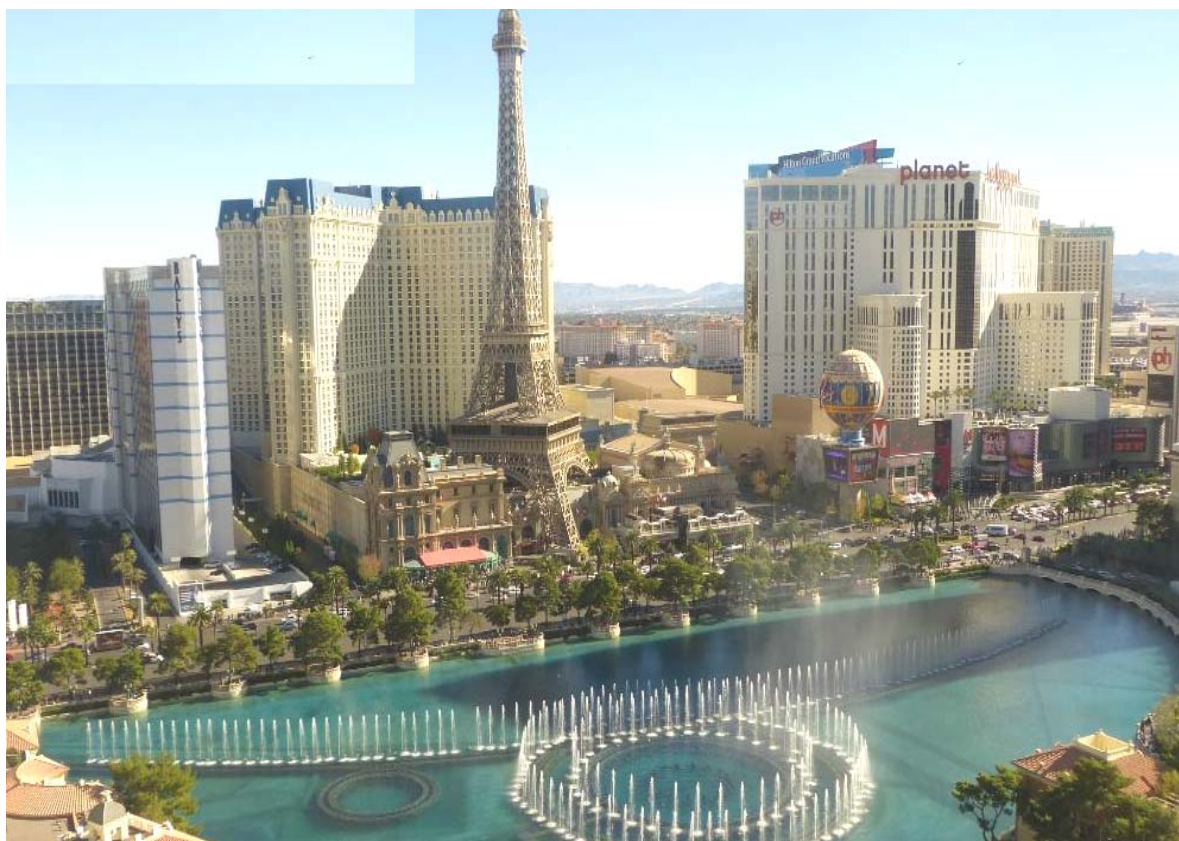


Рисунок 1 – Готель-казино «Bellagio» у Лас-Вегасі



Рисунок 2 - «Venetian Hotel» у Венеції



Рисунок 3 - Проект готелю Waterworld (Songjiang, Китай) – приклад гармонізації будівлі та особливостей ландшафту



Рисунок 4 – Приклади планувальних рішень готелю компактної форми

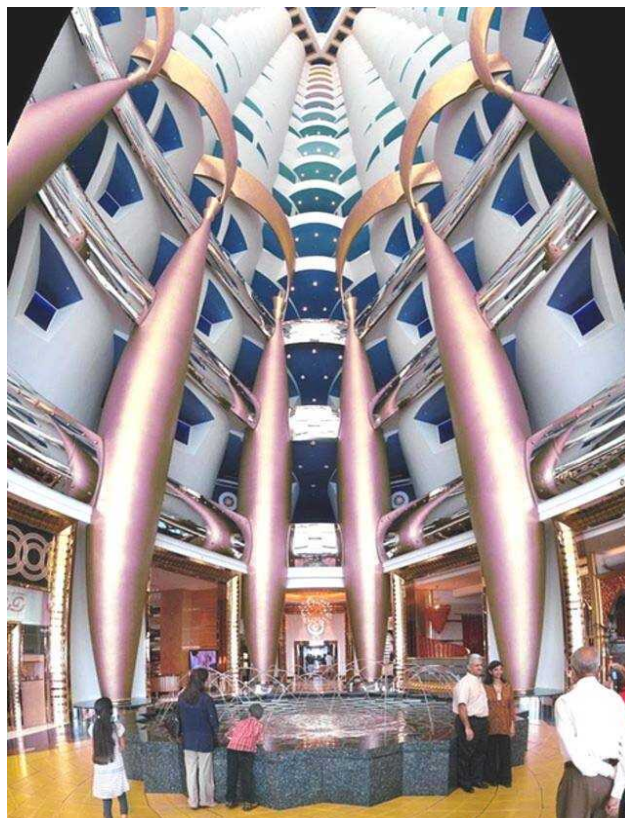


Рисунок 5 – Атріум з дво- та тристороннім розташуванням номерів: вид зверху (готелі «Radisson Blu Hotel» в Берліні та «Бурдж Аль Араб», ОАЕ)

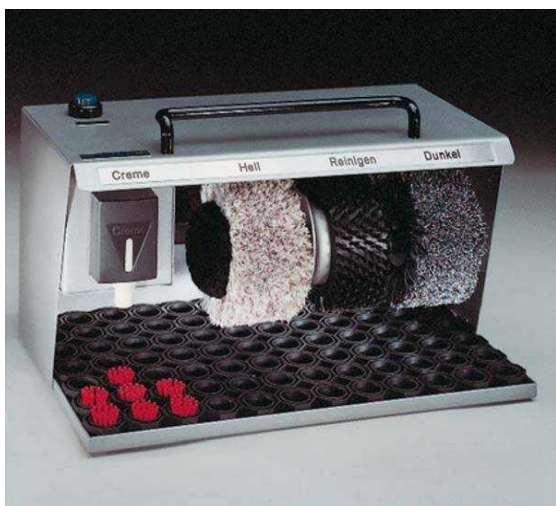


Рисунок 1 – Дизайн машинок для чищення взуття



Рисунок 2 – Візки для перевезення багажу



Рисунок 3 – Приклад обмеження руху канатами



Рисунок 1 – Приклад укомплектованого візка покоївки



Рисунок 2 – Зразок оформлення туалетного паперу



Рисунок 3 – Зразки комплектації та розміщення предметів гостинності в номері



Рисунок 1 – Система водогону



Рисунок 2 – Система каналізації

Продовження дод.С

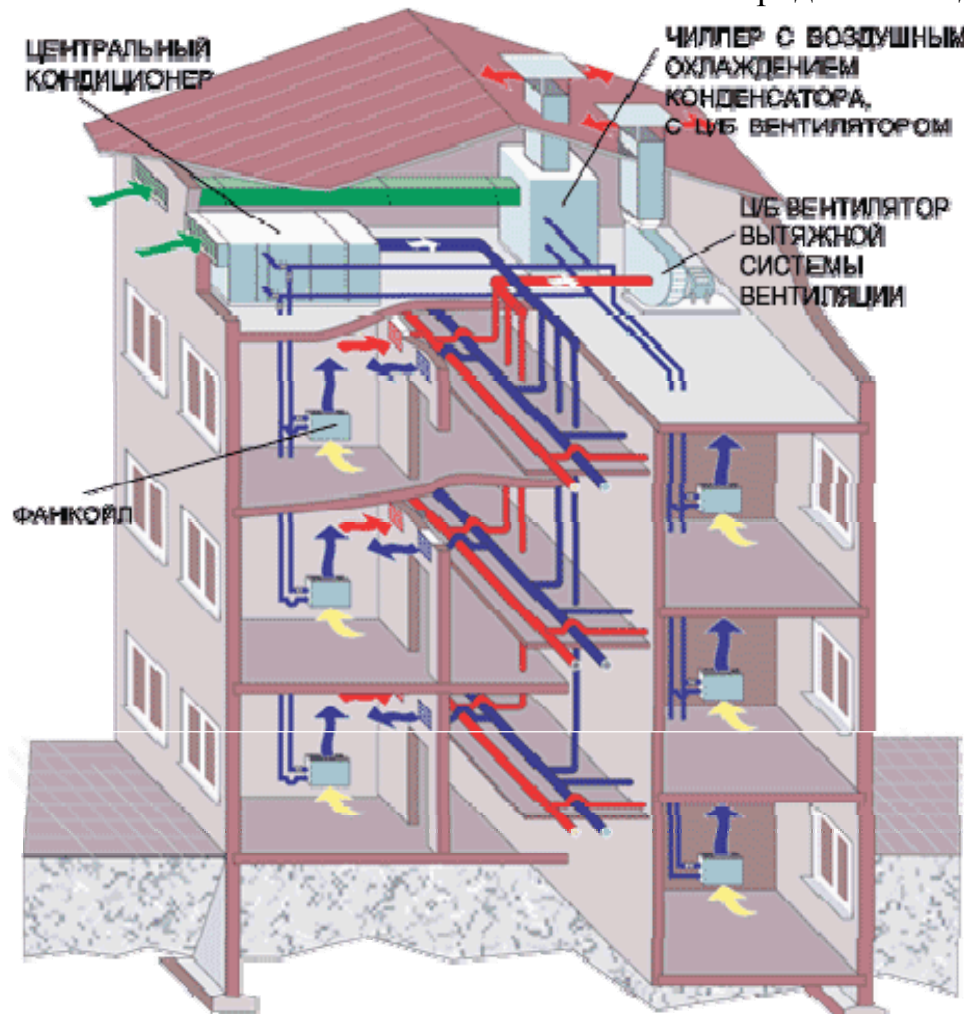


Рисунок 3 – Схема системи кондиціювання повітря



Рисунок 4 – Розташування системи кондиціювання та вентиляції на даху будівлі



Рисунок 5 – Система центрального пиловидалення

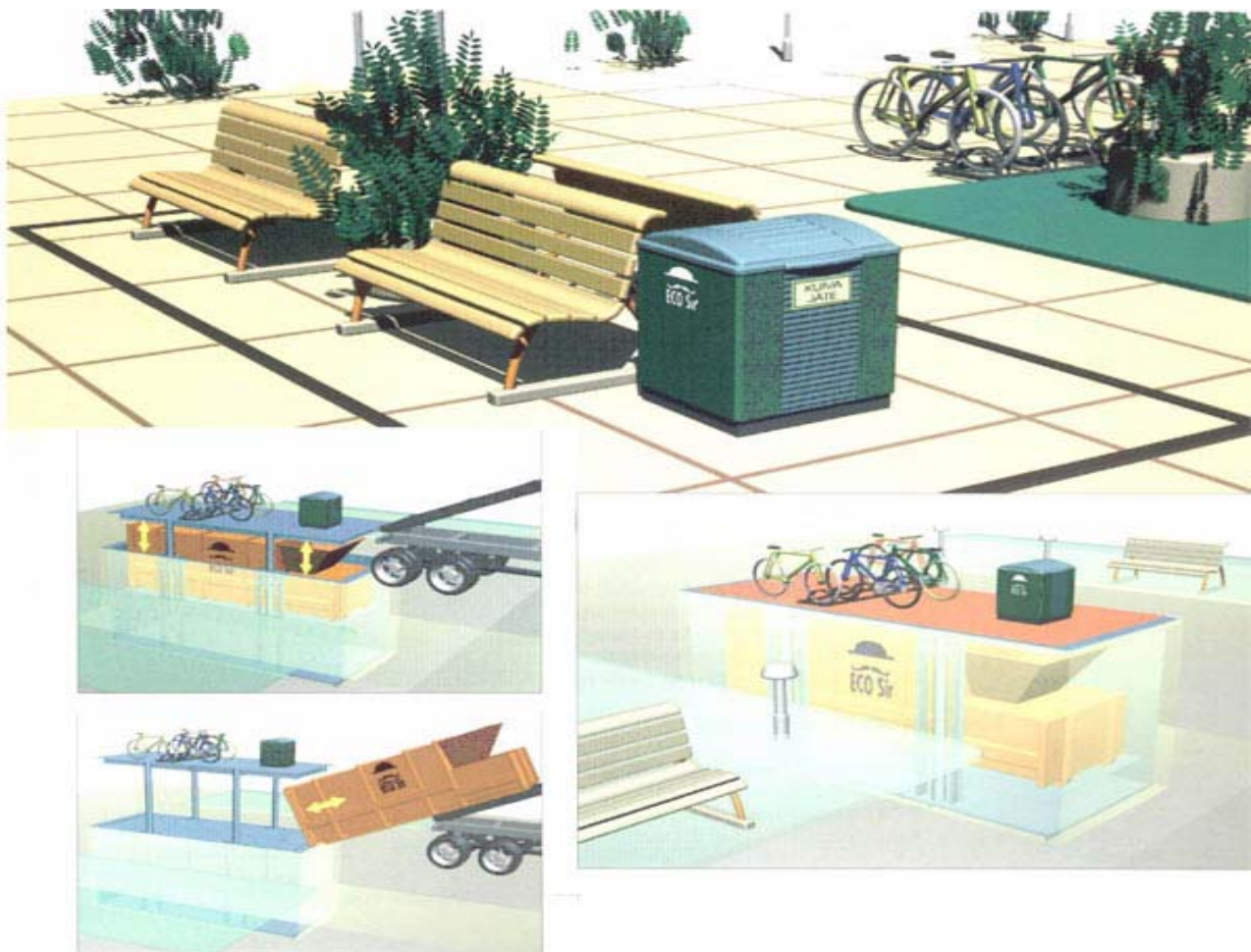


Рисунок 6 – Бункерний смітєприймальник



Рисунок 7 – Пневматична система транспортування біовідходів

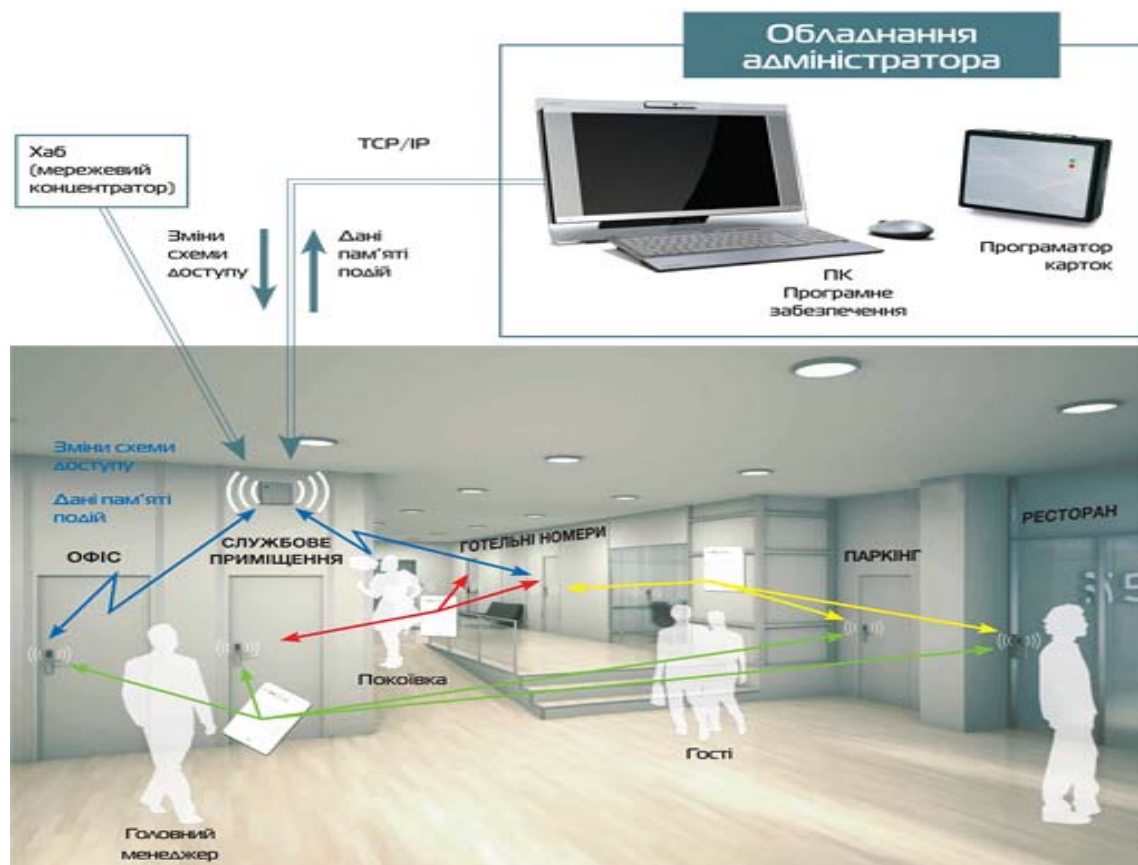


Рисунок 1 – Електронна карткова бездротова он-лайн система контролю доступу

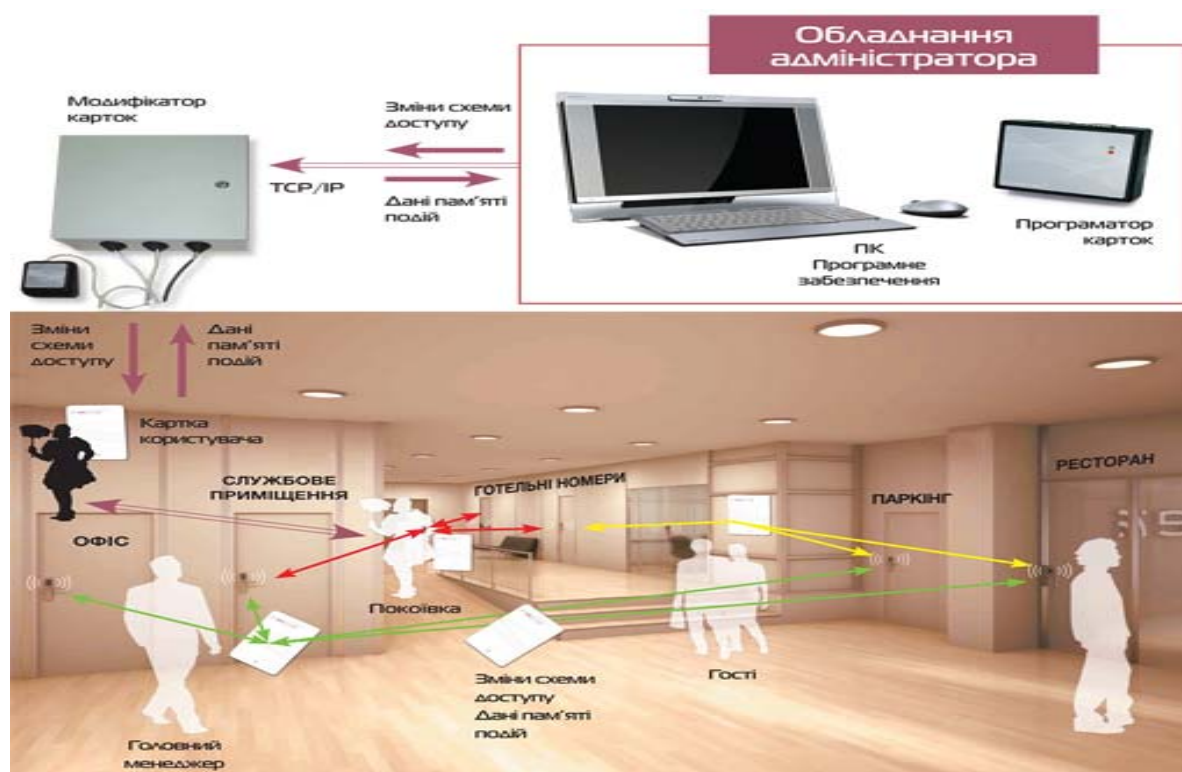


Рисунок 2 – Електронна карткова віртуальна он-лайн система контролю доступу

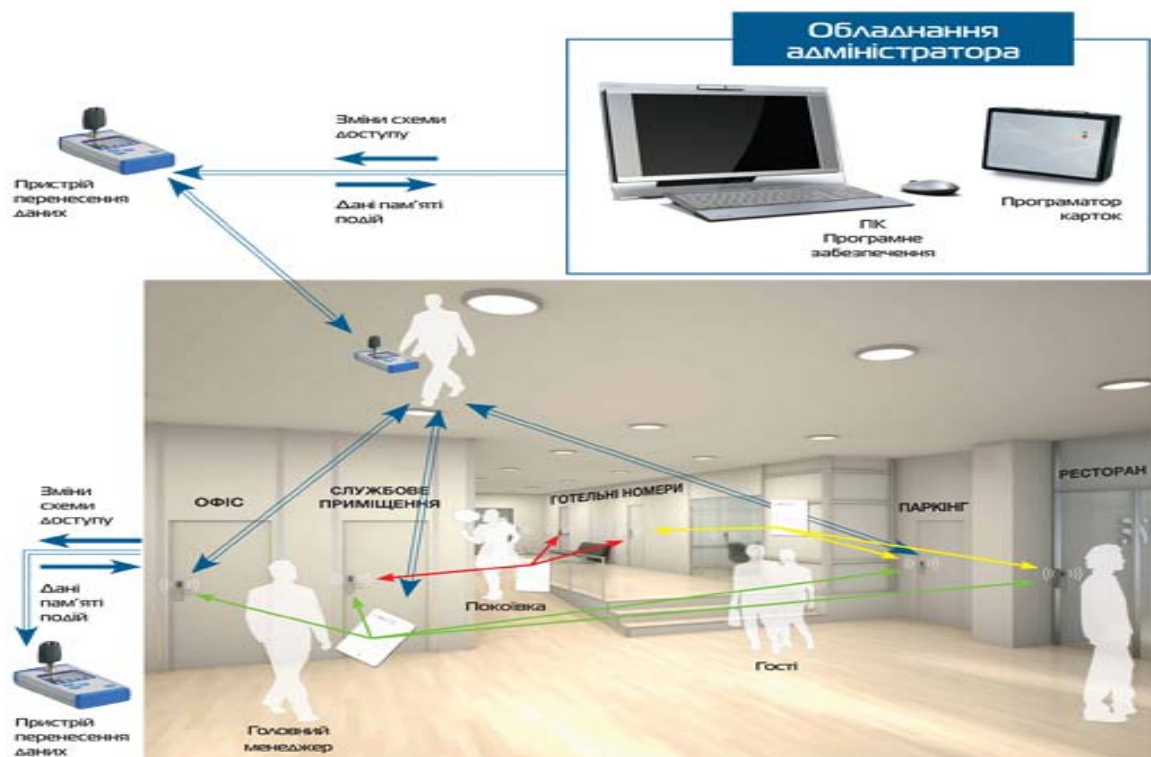


Рисунок 3 – Електронна карткова оф-лайн система

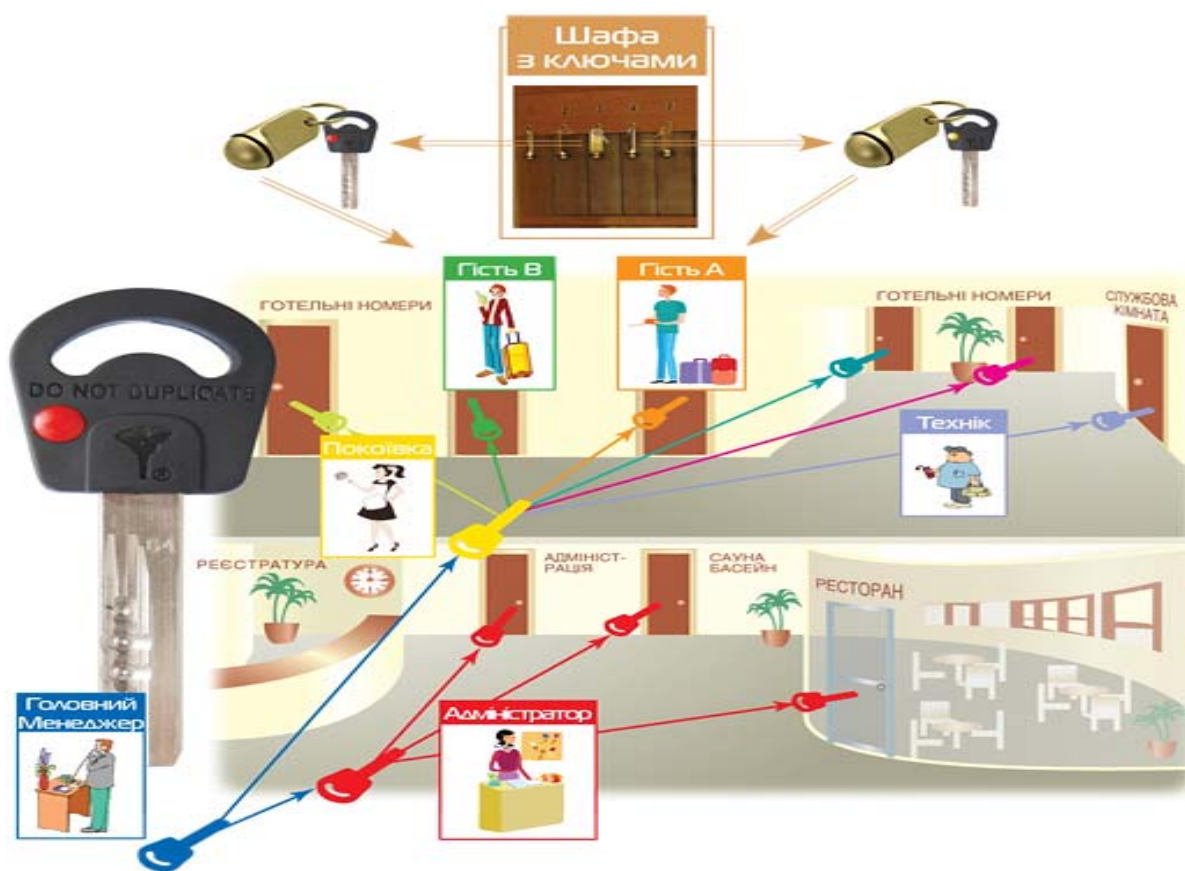


Рисунок 4 – Механічна система «Майстер-ключ»

ЛЕВИЦЬКА І. В., КОРЖ Н. В., ОНИЩУК Н. В.

ГОТЕЛЬНА СПРАВА

Навчальний посібник

*Рекомендована до друку рішенням
Вченої ради Житомирського державного технологічного університету
(протокол №3 від 02.11.2015 року)*

Рецензенти:

**МОСТЕНСЬКА І. Л
БОЙКО М.Г
ВАЛІНКЕВИЧ Н.В**

Підписано до друку _____.2015р.
Формат 60×90 1 /16. Папір офсетний.
Ум. друк. арк. 33.7. Тираж 500. Зам. № 102729

Віддруковано ПП «ТД Едельвейс і К»
м. Вінниця, вул.600-річчя, 17. Тел. (0432)550-333
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
Серія ДК № 3736 від 17.03.2010 р.