

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА**

**О. П. КОЛОНТАЄВСЬКИЙ,**  
**С. А. АЛЕКСАНДРОВА**

**ТЕХНОЛОГІЯ І ОРГАНІЗАЦІЯ**  
**ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА**

**НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК**



**Харків**  
**ХНУМГ ім. О. М. Бекетова**  
**2025**

УДК 338.488.2:640.4](075.8)  
К61

**Автори:**

*Колонтаєвський Олег Петрович*, кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму і готельного господарства Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова;

*Александрова Світлана Анатоліївна*, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму і готельного господарства Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

**Рецензенти:**

*Самойленко Інна Олександрівна*, доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту Національного аерокосмічного університету імені М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»;

*Оболенцева Лариса Володимирівна*, доктор економічних наук, професор кафедри туризму і готельного господарства Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

*Рекомендовано до друку Вченою радою ХНУМГ ім. О. М. Бекетова,  
протокол № 6 від 30 січня 2025 р.*

**Колонтаєвський О. П.**

К61 Технологія і організація готельного господарства : навч. посіб. / О. П. Колонтаєвський, С. А. Александрова ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2025. – 164 с.

Навчальний посібник відповідає програмі курсу «Технологія і організація готельного господарства».

З метою формування у студентів загального уявлення про організаційні та технологічні процеси на готельних підприємствах, розуміння технології створення готельного продукту у навчальному посібнику розглядаються базові технологічно-організаційні поняття та дефініції.

Навчальний посібник призначений для здобувачів першого (бакалаврського) рівня освіти всіх форм навчання зі спеціальності 241 – Готельно-ресторанна справа, аспірантів, фахівців готельних підприємств, а також усіх, хто цікавиться питаннями технології і організації готельного господарства.

УДК [338.488.2:640.4:005.57](075.8)]

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
1 ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ...	7
1.1 Характеристика та види засобів розміщення.....	7
1.2 Вимоги до засобів розміщення.....	11
1.3 Готельні номери засобів розміщення.....	14
1.4 Готельний продукт.....	15
Запитання для самоконтролю.....	17
2 ХАРАКТЕРИСТИКА ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ГОТЕЛІВ.....	18
2.1 Класифікація готелів.....	18
2.2 Рівень комфорту готелів.....	19
2.3 Типологія готелів.....	25
2.4 Вимоги до готелів.....	31
Запитання для самоконтролю.....	34
3 ГОТЕЛЬ ЯК ТЕХНОЛОГІЧНА СИСТЕМА.....	36
3.1 Технологія готельної діяльності: понятійний апарат.....	36
3.2 Гостьовий цикл.....	37
3.3 Структура управління готелем: елементи і рівні.....	39
Запитання для самоконтролю.....	44
4 СУТНІСТЬ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ І ЦИКЛІВ.....	45
4.1 Класифікація технологічних процесів.....	45
4.2 Основний технологічний процес виробництва готельних послуг.....	47
4.3 Основні технологічні цикли. Приймання гостя.....	48
4.4 Технологічні операції основного технологічного циклу «Реєстрація документів».....	49
4.5 Технологічні операції основного технологічного циклу «Попередня оплата після прибуття».....	49
4.6 Технологічні операції основного технологічного циклу «Надання розміщення і додаткових послуг».....	50
4.7 Технологічні операції основного технологічного циклу «Організація виїзду і розрахунок під час виїзду».....	51
Запитання для самоконтролю.....	51
5 ТЕХНОЛОГІЯ ПРИБИРАЛЬНИХ РОБІТ У ЖИТЛОВИХ ГРУПАХ ПРИМІЩЕНЬ.....	52
5.1 Компоненти технологічних циклів прибирання житлових приміщень готелю.....	52
5.2 Нормативна хронологія технологічних циклів клінінгу.....	52

5.3 Нормативна хронологія технологічних операцій клінінгу в номерах.....	53
5.4 Поточне щоденне прибирання.....	53
5.5 Прибирання номерів після виїзду гостя.....	56
5.6 Генеральне прибирання.....	57
Запитання для самоконтролю.....	57
<b>6 ТЕХНОЛОГІЯ ПРИБИРАЛЬНИХ РОБІТ НАВКОЛИШНЬОЇ ТЕРИТОРІЇ ТА ВЕСТИБЮЛЬНОЇ ГРУПИ ПРИМІЩЕНЬ.....</b>	<b>58</b>
6.1 Технологія прибиральних робіт навколишньої території.....	58
6.2 Технологія прибирання приміщень загального користування.....	60
Запитання для самоконтролю.....	64
<b>7 ТЕХНОЛОГІЯ ПРИЙОМУ Й РОЗМІЩЕННЯ ГОСТЕЙ В ЖИТЛОВІЙ ЧАСТИНІ ГОТЕЛЮ.....</b>	<b>65</b>
7.1 Технологія обслуговування гостей службою прийому і розміщення.....	65
7.2 Обслуговування гостей службою прийому та розміщення.....	67
7.3 Визначення номерів і тарифів.....	68
Запитання для самоконтролю.....	74
<b>8 ТЕХНОЛОГІЯ БРОНЮВАННЯ МІСЦЬ У ГОТЕЛЯХ.....</b>	<b>75</b>
8.1 Технологія бронювання місць у готелях.....	75
8.2 Типи бронювання.....	78
8.3 Організаційні форми бронювання.....	79
8.4 Технологія бронювання номерів (місць) у готелях.....	79
8.5 Реєстрація замовлення з бронювання.....	80
Запитання для самоконтролю.....	84
<b>9 ІНЖЕНЕРНО-ЕКСПЛУАТАЦІЙНА СЛУЖБА В ГОТЕЛЯХ.....</b>	<b>85</b>
9.1 Інженерно-експлуатаційна служба в готелях.....	85
9.2 Функції персоналу інженерно-технічної служби готелю.....	90
9.3 Функції технічного відділу.....	92
9.4 Водопостачання і тепlopостачання.....	94
Запитання для самоконтролю.....	97
<b>10 АДМІНІСТРАТИВНА ТА ФІНАНСОВО-КОМЕРЦІЙНА СЛУЖБИ ГОТЕЛЮ.....</b>	<b>98</b>
10.1 Адміністративно-управлінська служба.....	98
10.2 Фінансово-комерційна служба готелю.....	100
10.3 Структура вартості послуг.....	102
10.4 Цінова стратегія готельних підприємств.....	105

10.5 Світовий досвід формування спеціальних тарифів на номери...	115
Запитання для самоконтролю.....	120
<b>11 ДОДАТКОВІ ПОСЛУГИ ЯК ПОКАЗНИК ЯКОСТІ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА КУЛЬТУРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ .....</b>	<b>121</b>
11.1 Додаткові послуги готелю.....	121
11.2 Якість обслуговування у готелях.....	122
11.3 Фактори впливу на якість обслуговування у готельних комплексах.....	124
Запитання для самоконтролю.....	125
<b>12 ТЕХНОЛОГІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОБУТОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ .....</b>	<b>126</b>
12.1 Технологія організації побутового обслуговування споживачів готельних послуг.....	126
12.2 Процес надання побутових послуг.....	127
12.3 Пральня-хімчистка готелю.....	127
12.4 Технологія виконання гостьових замовлень на послуги пральні-хімчистки.....	130
Запитання для самоконтролю.....	136
<b>13 ТЕХНОЛОГІЯ НАДАННЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧИХ ТА ІНШИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....</b>	<b>137</b>
13.1 Оздоровчі та спортивно-оздоровчі послуги .....	137
13.2 Спектр послуг, що надаються оздоровчим центром готелю.....	139
13.3 Посадові обов'язки персоналу оздоровчого центру готелю.....	143
Запитання для самоконтролю.....	148
<b>14 ІНШІ ДОДАТКОВІ ПОСЛУГИ І ТЕХНОЛОГІЇ ЇХНЬОГО НАДАННЯ. ТЕХНОЛОГІЯ ОЦІНКИ РІВНЯ ЗАДОВОЛЕННЯ КЛІЄНТІВ ЯКІСТЮ ОБСЛУГОВУВАННЯ.....</b>	<b>149</b>
14.1 Анімаційні технології в готельному сервісі.....	149
14.2 Технологія надання послуг інтерактивного платного телебачення.....	151
14.3 Інші додаткові послуги і технології їхнього надання.....	155
14.4 Камера зберігання.....	156
14.5 Послуга «Не турбувати гостя».....	157
14.6 Гості зі статусом «інкогніто».....	159
Запитання для самоконтролю.....	161
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>162</b>

## ВСТУП

Сучасний готель є складною багатофункціональною системою, ефективно управління якою потребує глибоких теоретичних знань та практичних навичок.

Навчальний посібник присвячено всебічному вивченню технології та організації готельного господарства. Його метою є надання студентам і фахівцям у сфері готельного бізнесу систематизованих знань про принципи функціонування готельних підприємств, їхню структуру, технологічні процеси та методи управління.

Метою навчального посібника є формування у студентів цілісного уявлення про готельне господарство як про соціально-економічну систему; вивчення технологічних процесів, характерних для різних служб готелю; розвиток навичок аналізу та прийняття управлінських рішень у готельному бізнесі; підготовка фахівців, здатних ефективно працювати в різних підрозділах готельних підприємств.

Структура посібника відображає логіку вивчення дисципліни та охоплює такі ключові аспекти:

- визначення готелю, характеристика та класифікація засобів розміщення, вимоги, що до них висувуються;
- готель як технологічна система (сукупність взаємопов'язаних процесів), гостьовий цикл та структура управління;
- основні технологічні процеси в готелі, пов'язані з прийомом та розміщенням гостей, обслуговуванням номерного фонду, організацією харчування та додатковими послугами;
- управління готельним підприємством (функції різних служб готелю, принципи організації управління персоналом та фінансово-господарською діяльністю);
- сучасні тенденції в готельному бізнесі.

Методична основа посібника базується на поєднанні теоретичних положень з практичними прикладами та завданнями. Для закріплення матеріалу пропонуються запитання для самоконтролю.

Посібник призначений для студентів закладів вищої освіти, які навчаються за напрямом підготовки, пов'язаними з готельним бізнесом та туризмом, а також для фахівців, які бажають підвищити свою кваліфікацію в цій галузі.

# 1 ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ

## 1.1 Характеристика та види засобів розміщення

**Засоби розміщення** (згідно з Національними стандартами України ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги» та ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення») – це будь-які об'єкти, де регулярно або періодично надаються послуги розміщення для ночівлі. Єдина загальноєвропейська у світі класифікація таких засобів відсутня.

Експертами Всесвітньої туристської організації (UNWTO) була розроблена **Стандартна класифікація засобів розміщення туристів**, яка включає дві категорії:

- 1) колективні засоби розміщення туристів:
  - готелі та аналогічні засоби розміщення;
  - спеціалізовані засоби розміщення;
  - інші колективні засоби розміщення;
- 2) індивідуальні засоби розміщення.

UNWTO надає значну увагу питанню класифікації готелів та їхньої уніфікації. У 1989 році Секретаріат Всесвітньої туристської організації розробив Рекомендації для міжрегіональної гармонізації критеріїв готельної класифікації. У 2015 році була опублікована доповідь під назвою «Системи класифікації готелів: узгодженість критеріїв для 4- і 5-зіркових готелів», у якій порівняли критерії в 30 європейських туристичних напрямках та шести напрямках в інших регіонах, визначивши загальні критерії для 4- і 5-зіркових готелів.

У доповіді також наведено загальний огляд існуючих систем класифікації готелів, їхніх переваг і недоліків, а також рекомендації щодо важливих аспектів, які варто враховувати під час створення офіційної системи класифікації.

Питання класифікації засобів розміщення в Україні розглянуто в Національному стандарті України. Згідно із зазначеними документами [1, 2], в Україні засоби розміщування поділяють на:

- колективні (готелі та аналогічні засоби розміщення, інші колективні засоби розміщування, спеціалізовані засоби розміщування);
- індивідуальні (орендовані засоби розміщування, інші типи індивідуальних засобів розміщування).

**Готелі та аналогічні засоби розміщення** – це комплекси, що складаються з щонайменше сім номерів, під єдиним управлінням, згруповані за категоріями на основі переліку надаваних послуг та наявного обладнання. Вони надають готельні послуги, такі як обслуговування номерів, щоденне заправлення ліжок, прибирання кімнат і санвузлів, та не належать до спеціалізованих закладів [1].

**Готель** – підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, складається з номерів, надає готельні послуги, які не обмежуються щоденним заправленням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів [1].

**Аналогічні засоби розміщення** – підприємства будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складаються з номерів і надають обмежені готельні послуги, включаючи щоденне заправління ліжок, прибирання кімнат та санвузлів (наприклад, пансіонати, будинки відпочинку, туристичні бази тощо) [1].

Більшість **спеціалізованих засобів розміщення** складають оздоровчі заклади, що надають послуги розміщення, такі як будинки реабілітації та оздоровчі ферми. Ці заклади можуть бути безприбутковими, мати єдине керівництво і надавати мінімальні готельні послуги, за винятком щоденного заправління ліжок. Вони можуть не мати стандартних номерів, а пропонувати житлові одиниці або колективні спальні приміщення. Окрім розміщення, такі заклади виконують додаткові функції, як-от лікування, оздоровлення, соціальна допомога чи транспортування [1].

Основними видами **спеціалізованих засобів розміщення** є:

- оздоровчі засоби розміщення;
- табори праці та відпочинку;
- громадські транспортні засоби;
- конгрес-центри.

**Оздоровчі засоби розміщення** – це лікувальні та оздоровчі заклади, що надають послуги розміщення, такі як санаторії, будинки реабілітації та оздоровчі ферми. Однак, якщо в таких закладах надаються готельні послуги, зокрема щоденне заправління ліжок, прибирання номерів та санвузлів, їх класифікують як готелі [1].

**Табори праці та відпочинку** – це табори, що надають послуги розміщення для осіб, які поєднують відпочинок із певною діяльністю, наприклад, у сільськогосподарських, археологічних, екологічних таборах, таборах відпочинку, таборах пластунів (скаутів), гірських притулках, хижках тощо. До цієї групи також належать дитячі табори та засоби розміщення при спортивних центрах, де не надаються готельні послуги [1].

**Дитячий табір** – це засіб розміщення, який зазвичай функціонує сезонно і призначений для активного відпочинку та оздоровлення дітей за регламентованим режимом.

**Громадські транспортні засоби** – це засоби розміщення зі спальними приміщеннями, які є частиною колективного громадського транспорту та не мають окремої оплати за проживання. Це стосується переважно поїздів, суден та яхт, які не призначені безпосередньо для розміщення туристів [1].

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

**Туристичний потяг** – це вид транспорту, який під час подорожі за туристичними маршрутами забезпечує пасажирів місцями у купе залізничних вагонів, а також надає послуги харчування в спеціально обладнаному вагоні-ресторані.

**Конгрес-центри** – це заклади, що надають послуги розміщення, а також організують конгреси, конференції, курси, професійне навчання, медитації,

релігійні заходи та навчання молоді. Спальні приміщення в таких закладах доступні лише для учасників спеціалізованих заходів, які організуються або проводяться в межах цього центру [1].

**Санаторні комплекси** – це сукупність рекреаційних підприємств, різних за функціями, з місткістю понад 1 000 місць, розташованих у лікувальних місцевостях (курортах) і об'єднаних єдиною функціональною програмою, що стосується лікування. До санаторних комплексів відносяться різноманітні типи санаторних підприємств, такі як санаторій, санаторій-профілакторій, дитячий санаторій, спеціалізований санаторій, санаторний табір і лікарня.

**Комплекси відпочинку** – це сукупність рекреаційних підприємств з місткістю понад 1 000 місць, розташованих у міських, приміських або міжосельських зонах відпочинку, які об'єднані єдиною функціональною програмою для відпочинку та релаксації. До комплексів відпочинку входять різні типи підприємств, такі як база відпочинку, будинок відпочинку, пансіонат, дитяча дача, дитячий табір, молодіжний табір, санаторій-пансіонат і курортний готель.

До **інших колективних засобів розміщення** належать об'єкти, що отримують субсидії, такі як молодіжні гуртожитки, туристичні хостели, будинки відпочинку для людей похилого віку, робітничі будинки відпочинку, готелі для працівників, студентські та шкільні гуртожитки тощо. Вони надають мінімальний набір послуг (окрім щоденного заправлення ліжок) і не обов'язково складаються з номерів. Такі об'єкти можуть містити окремі житлові одиниці, кемпінгові майданчики або колективні спальні приміщення, підпорядковуються єдиному управлінню та можуть функціонувати на безприбутковій основі [1].

Вони поділяються на такі групи:

- помешкання, призначені для відпочинку;
- майданчики для кемпінгу;
- стоянки морського та річкового транспорту;
- інші колективні засоби розміщення.

**Помешкання для відпочинку** – це колективні засоби розміщення під єдиним управлінням, які надають обмежені готельні послуги (додатково до щоденного заправлення ліжок та прибирання житлових приміщень). До них належать комплекси будинків, організовані як житло, або бунгало [1].

**Майданчики для кемпінгу** – це колективні засоби розміщення на закритих територіях, призначені для розташування наметів, автофургонів, автопричепів та будинків на колесах. Вони перебувають під єдиним управлінням і надають певні туристичні послуги, такі як інформаційні послуги, продаж товарів у магазинах, а також організацію відпочинку та розваг [1].

**Кемпінг** – це засіб розміщення на огороженій території, де можуть бути котеджі, бунгало, а також місця для розташування наметів, караванів і караванів-будиночків. Територія кемпінгу обладнана санітарно-технічними зручностями загального користування.

**Стоянки морського та річкового транспорту** – це гавані для суден, де власники можуть орендувати місце на воді або на березі, а також порти для

транзитних суден з можливістю платного швартування на ніч. Вони обладнані санітарно-технічними системами для забезпечення необхідних умов [1].

**Гостинний двір** – це підприємство, яке відрізняється від готелів спрощеним стандартом обслуговування і меншою місткістю. У ньому відсутні деякі приміщення для зустрічі та перебування гостей, такі як хол, вестибюль або вітальня. Обов'язковою частиною структури гостинного двору є ресторан або бар.

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

**Гірський притулок** – це засіб розміщення, розташований у віддаленій гірській місцевості на туристичному маршруті з активними способами пересування. Він призначений для короткочасного перебування та відпочинку. У сільській місцевості його також називають «туристський притулок» [2].

Орендовані засоби розміщування поділяються на:

- кімнати, орендовані в сімейних будинках;
- житло, орендоване у приватних осіб або через агентства.

**Індивідуальні засоби розміщування** – це приватне житло, де за плату або безкоштовно надається обмежена кількість місць для проживання. У цьому випадку всі одиниці розміщення (кімнати, житло) є незалежними та використовуються туристами або власниками, які проживають там лише певний час, використовуючи це житло як другий будинок або дачу [1].

**Кімнати, орендовані в сімейних будинках** – це засоби розміщення, де турист зазвичай проживає разом із сім'єю, яка мешкає в цьому будинку, та сплачує орендну плату за проживання [1].

**Житло, орендоване у приватних осіб** (через агентства), – це індивідуальні засоби розміщення, такі як квартири, вілли, будинки, котеджі тощо, які тимчасово здаються в оренду як повністю обладнані приміщення для проживання туристів на основі угод між домогосподарствами [1].

Інші типи індивідуальних засобів розміщування включають:

- неосновне власне житло;
- житло, що його надають безоплатно родичам та знайомим;
- інші індивідуальні засоби розміщування туристів.

Засоби розміщення туристів – об'єкти, що надають туристам епізодично місця для ночівлі (можуть бути колективними чи індивідуальними).

**Неосновне власне житло** – це засоби розміщення, такі як квартири, вілли, будинки, котеджі тощо, які під час туристичної подорожі використовуються відвідувачами, що є членами родини власника. До цієї категорії також входять помешкання, що використовуються по черзі («тайм-шерінг»).

**Житло, надане безоплатно родичами чи знайомими** – це засоби розміщення, де туристи можуть безкоштовно проживати в будинку своїх родичів чи знайомих, які дозволяють їм повністю або частково використовувати своє житло.

До інших індивідуальних засобів розміщення належать такі, що не повністю відповідають вимогам до індивідуальних засобів розміщування. Це, зокрема, намети на неорганізованих майданчиках і судна на неофіційних стоянках.

**Бунгало** – це окремі заміські будівлі з власним виходом, що складаються з однієї або кількох кімнат і призначені для розміщення однієї або двох сімей (пар) [1].

**Гостьова квартира** – це засіб розміщення в окремому мебльованому приміщенні житлового будинку, яке складається з однієї або кількох кімнат, кухні та санітарного вузла.

**Гостьова кімната** – це засіб розміщення в окремому мебльованому приміщенні гостьової квартири в житловому будинку, де надають мінімальні зручності та зазвичай пропонують сніданок.

**Дача** – це неосновне житло приватної особи, розташоване в рекреаційній зоні, яке використовується для надання послуг тимчасового розміщення з метою відпочинку.

**Караван** – це мобільний автопричіп, оснащений для проживання та приготування їжі.

**Збірно-розбірний караван** – це караван, який можна скласти, розібрати на місці та перевезти за допомогою автотранспортного засобу.

**Караван-будиночок** – це караван, який зазвичай використовується в стаціонарному режимі або як пересувний, часто розміщується на території кемпінгу і може бути під'єднаний до інженерних мереж. У практиці також використовуються терміни «стаціонарний караван», «мобільний пересувний будиночок» або «караван для відпочинку».

**Котедж** – це заміський засіб розміщення, що складається з однієї або кількох кімнат і призначений для тимчасового проживання однієї або кількох сімей чи осіб, з окремими входами для кожної з них.

**Намет** – це укриття з тканини, яке можна встановити й розібрати на місці, а також переносити або перевозити транспортним засобом.

**Намет-причіп** – це намет, встановлений на автопричепі.

**Сільський будинок** – це приватний будинок на території особистого селянського господарства, де можуть надавати послуги харчування або забезпечувати умови для самостійного приготування їжі, здебільшого з продуктів, вирощених у цьому господарстві.

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

## 1.2 Вимоги до засобів розміщення

Відповідно до вимог ДСТУ 4268:2006 [1] місце розташування засобів розміщування повинне мати зручні під'їзні шляхи з необхідними дорожніми знаками та вимощеними пішохідними доріжками, а прилегла територія повинна бути упоряджена та озеленена, добре освітлена та мати майданчик із твердим

покривом для короткочасного паркування автотранспорту, а також всі необхідні довідково-інформаційні покажчики, урни для сміття. Засоби розміщування повинні мати вивіску із зазначенням їхнього виду та назви.

При вході на територію або у приміщенні повинна бути розміщена інформація стосовно виконавців послуг засобів розміщування, режим їхньої роботи та перелік послуг, що надаються.

Засоби розміщення повинні мати:

а) освітлення в житлових та громадських приміщеннях, яке включає природне та штучне освітлення, а в коридорах – цілодобове, відповідно до ДБН В.2.5-28-2018 «Природне і штучне освітлення» [3];

б) систему електропостачання, що включає електричні розетки в житлових приміщеннях, з чітким маркуванням (вказаною електричною напругою);

в) холодне та гаряче водопостачання, а також каналізацію, згідно з ДБН В.2.5-64:2012 «Внутрішній водопровід та каналізація. Частина I. Проектування. Частина II. Будівництво. Зі Зміною № 1» [4]. У сільських районах та з перебоями у водопостачанні потрібно забезпечити мінімальний запас води на одну добу та можливість підігріву води;

г) опалення, яке підтримує температуру повітря в житлових приміщеннях у межах від 18 °С до 22 °С, відповідно до ДБН В.2.5-67:2013 «Опалення, вентиляція та кондиціонування» [5];

д) вентиляцію (природну або примусову), що забезпечує циркуляцію повітря і запобігає проникненню сторонніх запахів у житлові приміщення згідно з ДБН В.2.5-67:2013 «Опалення, вентиляція та кондиціонування» [5];

е) телефонний зв'язок;

ж) мережу радіомовлення (з підключенням до всіх житлових кімнат) або незалежні від мережі радіоприймачі;

и) пасажирський ліфт (у разі необхідності), згідно з ДБН В.2.2-9:2018 «Будинки і споруди. Громадські будинки та споруди. Основні положення. Зі Зміною № 1» [6].

Площа житлової кімнати повинна становити не менше ніж 8 м<sup>2</sup>.

Площа житлової кімнати на одну особу в будинках має бути:

а) для цілорічного функціонування – не менше ніж 6,0 м<sup>2</sup>;

б) для сезонного (літнього) функціонування – не менше ніж 4,5 м<sup>2</sup>;

в) для таборів – не менше ніж 4,0 м<sup>2</sup>.

У житловій кімнаті мають бути:

а) меблі (ліжка, тумбочка, стіл, стілець, шафа або ніша для одягу), інвентар (килимok біля ліжка, дзеркало тощо), постільні речі (матрац, дві подушки, наволоки, ковдра, покривало на ліжку, простиралло, підковдра) у кількості відповідно до кількості осіб, що проживають, а також рушники (не менше двох на кожного туриста);

б) цупкі завіски або жалюзі, що дозволяють затемнювати приміщення, а також прозорі завіски на вікнах;

в) світильники на стелі або стіні;

г) замки на дверях із внутрішнім запобіжником;

д) відповідний інвентар, включаючи попільничку (окрім закладів для дітей та підлітків), комбінований ключ для відкривання пляшок, набір посуду для питної води тощо.

Санвузол у номері повинен бути обладнаний умивальником, унітазом, ванною або душем. Якщо санвузол відсутній у номері, засоби розміщування повинні мати санітарні об'єкти загального користування (по одному унітазу, умивальнику та душу на не більше ніж десяти осіб, окремо для жінок і чоловіків).

У санвузлі мають 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.

У засобах розміщування необхідно забезпечити:

- а) кімнату побутового обслуговування з праскою та прасувальною дошкою, щітками для одягу та взуття – для колективних засобів розміщування, а для індивідуальних засобів розміщування – надання праски та прасувальної дошки;
- б) місце для прання та сушіння одягу, оснащене необхідним устаткуванням і інвентарем;
- в) приміщення або частину приміщення для перегляду телепередач та інших культурно-масових заходів;
- г) камеру зберігання (у разі потреби);
- д) приміщення для надання послуг харчування відповідно до ГОСТ 30523-97 «Послуги громадського харчування. Загальні вимоги» [7] і (або) кухню для самостійного приготування їжі, обладнану холодильником, електричною (газовою) плитою або пічним опаленням;
- е) пристрої для зручного користування інвалідами: нахилені пандуси біля вхідних дверей для проходу інвалідного візка, ліфти, спеціально обладнані номери і туалети та інше відповідно до ДБН В.2.2-9 (для новозбудованих колективних засобів розміщування) [6].

Персонал, що надає послуги у колективних засобах розміщування, повинен створювати атмосферу гостинності, комфорту, виявляти доброзичливість, ввічливість та мати відповідну освіту та кваліфікацію, що відповідає виконуваній роботі; повинні бути розроблені та затверджені посадові інструкції для персоналу.

Всі засоби розміщування зобов'язані цілодобово приймати відвідувачів, а також надавати послуги громадського харчування або умови для самостійного готування їжі. Обов'язковим також є щоденне прибирання житлової кімнати та санвузла (крім гуртожитків, таборів праці та відпочинку, гірських притулків тощо).

Всі засоби розміщування також повинні не рідше одного разу на п'ять днів змінювати постільну білизну, а рушники – не менше одного разу на три доби.

Обов'язковим є також надання медичної допомоги (виклик швидкої допомоги), користування аптечкою першої допомоги, а також отримування і доставляння листів, надання туристичної інформації, зберігання цінностей та багажу, забезпечення життя та здоров'я туристів.

У засобах розміщування потрібно дотримуватись санітарно-гігієнічних та протиепідеміологічних норм, які включають:

- утримання санітарно-технічного устаткування та інвентарю у належному стані;

- забезпечення відповідного санітарного стану території, місць загального користування, приміщень будинків, пляжів і різних споруд для туристів;

- правильне прання, прасування та зберігання білизни;

- ефективне видалення відходів та захист від комах і гризунів.

Обслуговуючий персонал повинен проходити медичний огляд відповідно до чинного законодавства. Також у засобах розміщування має бути організована система санітарного очищення та прибирання території.

### 1.3 Готельні номери засобів розміщення

**Готельні номери** є ключовим компонентом послуги розміщення, що складається з багатофункціональних приміщень, призначених для відпочинку, сну та роботи осіб, які в них проживають.

Готельні номери використовуються переважно у вечірній і нічний час, тому основною їхньою функцією є забезпечення можливості сну. Інші функції готельних номерів варіюються залежно від призначення готелю та потреб гостей. Наприклад, у готелях, орієнтованих на бізнес-подорожі, важливою функцією номерів є забезпечення можливості роботи, тому тут мають бути такі елементи, як письмовий стіл, телефон, факс, комп'ютер тощо.

У готелях існують різні категорії номерів, які відрізняються площею, меблюванням, устаткуванням та іншими характеристиками. Проте, незалежно від категорії, кожен готельний номер має бути оснащений:

- меблями та устаткуванням;

- ліжком;

- стільцем або кріслом на одне місце;

- нічним столиком або тумбочкою для кожного ліжка;

- шафа для одягу;

- загальним освітленням;

- кошиком для сміття.

Окрім цього, у кожному номері має бути інформація про готель та план евакуації на випадок пожежі.

Послуги з надання харчування включають комбінацію різних процесів:

- виробничий процес: приготування їжі на кухні;

- торговий процес: продаж готових до вжитку продуктів, алкогольних і безалкогольних напоїв;
- сервісний процес: обслуговування гостей у ресторані, барі, кафе та готельних номерах офіціантами.

До додаткових послуг відносяться пропозиції, такі як басейни, спортивні зали, конференц-зали, зали для переговорів, прокат автомобілів, послуги хімчистки, пральні, перукарні, масажні кабінети та інші. Ці послуги набувають все більшого значення у формуванні ринкової привабливості готельного підприємства. Підвищений інтерес викликають ті послуги, які виділяють готель серед інших, і здебільшого саме ці додаткові послуги визначають конкурентні переваги готелю.

Готельні номери класифікують за:

- кількістю місць: існують одномісні, двомісні, тримісні та інші номери. Одномісний номер є розкішним варіантом для одного гостя, тоді як двомісний номер призначений для двох осіб. Він може бути обладнаний або двома окремими ліжками, або одним двоспальним ліжком для пар;
- кількістю кімнат: номери поділяються на однокімнатні, двокімнатні, трикімнатні та інші;
- призначенням: відрізняють бізнес-клас, економ-клас та номери-апартаменти. Номери бізнес-класу призначені для ділових подорожей і оснащені додатковими умовами для роботи, такими як робочий стіл, телефон, факс і комп'ютер. Номери економічного класу доступні для широкого кола клієнтів і характеризуються простим інтер'єром та обладнанням, що впливає на ціну. Номери-апартаменти зазвичай складаються з 2–4 кімнат і обладнані кухнею з необхідною побутовою технікою для тривалого перебування, переважно для сімей.

Також існує категорія люкс-апартаментів – 3–4-кімнатні номери площею не менше 45 м<sup>2</sup>. Хоча кухні може не бути, це найбільш дорогий варіант, який у закордонній практиці відомий як сюїт-номер.

#### **1.4 Готельний продукт**

У практиці управління часто використовують термін «готельний продукт» (або «продукт готелю»), що підкреслює комплексність готельної пропозиції.

Такий підхід до термінології є прийнятним з погляду економічної теорії, де продукт розглядається як результат людської праці або господарської діяльності, представлений у матеріальній (матеріальний продукт), духовній чи інформаційній (інтелектуальний продукт) формі, або як виконані роботи і послуги. У маркетингу термін «продукт» об'єднує поняття «товари» і «послуги».

Діяльність підприємств, зокрема готельних, значною мірою залежить від розташування, яке впливає на витрати на землю та будівництво, витрати на оплату праці, а також на можливості збуту послуг. Ці чинники є первинними при виборі місця розташування. Вторинні фактори включають наявність

сировинних ресурсів, відповідної робочої сили та інфраструктури, і їхнє значення може варіюватися залежно від специфіки підприємства. Залежно від того, які чинники є пріоритетними, підприємства можуть орієнтуватися на ресурси, робочу силу, транспортні маршрути або збут, що визначає їхній готельний продукт.

Готельні підприємства орієнтуються насамперед на збут, при якому гість має відвідати заклад для отримання послуги, що відрізняє їх від промислових підприємств, де продукція постачається споживачеві. Тому вибір місця розташування готелю має бути зручним і доступним. Наприклад, для ділових туристів зручне розташування готелю є критично важливим, найкраще в центрі міста, що забезпечує легкий доступ до основних бізнес-центрів.

Розглядаючи готельні послуги як продукт, можна виділити три рівні:

- окремі базові послуги і їхні групи;
- продукт «готель» як комплекс послуг;
- розширений продукт поєднує готельний продукт із додатковими компонентами місцевості, що доповнюють послуги, створені в готелі.

Чотири рівні продукту «готель»:

- основний продукт (ядро), який включає базові послуги;
- очікуваний продукт як послуги, що задовольняють мінімальні очікування клієнтів;
- розширений продукт, що включає додаткові переваги, які відрізняють готель від конкурентів;
- потенційний продукт містить можливі майбутні удосконалення та інновації, що можуть бути реалізовані для залучення і утримання гостей.

Послуга є комплексним поняттям, яке складається із матеріальної (відчутної та зрозумілої гостю) та нематеріальної складової, яка характеризується суб'єктивним сприйняттям споживача та має низку властивостей, серед яких:

- нерозривність виробництва та споживання, необхідність активної участі як виробника так і споживача послуги одночасно);
- нездатність до зберігання, адже якщо послуга не була продана сьогодні, то саме вона не може бути вже продана ніколи);
- невідчутність, адже послугу неможливо оцінити до того, як вона буде надана;
- якість послуги в значній мірі залежить від кваліфікації та вмотивованості персоналу;
- відсутність сталої якості, адже вона може бути оцінена суб'єктивно, залежно від сприйняття гостем та суттєвий вплив на якість того, хто та за яких умов надає послугу;
- сезонність попиту на готельні послуги;
- готельні послуги часто пов'язані з метою подорожі гостя.

### **Запитання для самоконтролю:**

1. *Охарактеризуйте основні категорії та види засобів розміщення.*
2. *Розкрийте сутність понять «готель» та «аналогічні засоби розміщення».*
3. *Які вимоги щодо освітлення висуваються до засобів розміщування відповідно до ДСТУ 4268:2006?*
4. *Охарактеризуйте вимоги оснащення санвузла у номері.*
5. *Які критерії визначають площу житлової кімнати у засобах розміщування?*
6. *Які види послуг мають бути доступні для відвідувачів у колективних засобах розміщування?*
7. *Яких санітарно-гігієнічних норм необхідно дотримуватись у засобах розміщування?*
8. *Які основні функції виконують готельні номери, і як вони можуть відрізнятися за типами готелів?*
9. *Якими елементами обов'язково має бути забезпечений кожен готельний номер незалежно від його категорії?*
10. *Як відбувається класифікація готельних номерів, і які категорії включаються в цю класифікацію?*
11. *Охарактеризуйте важливість вдалого вибору місця розташування готелю.*

## 2 ХАРАКТЕРИСТИКА ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ГОТЕЛІВ

### 2.1 Класифікація готелів

Готельні підприємства класифікують за різними критеріями, що дозволяє врахувати специфіку їхнього функціонування та послуг, які вони надають. Основними критеріями класифікації можуть бути такі:

1. Місце розташування:

- готелі в межах міста (у центрі, на околицях);
- готелі в приміській зоні;
- готелі біля аеропорту;
- готелі на морському узбережжі або курорті;
- готелі на шосе;
- готелі в горах тощо.

2. Тривалість роботи:

- готелі, що працюють цілорічно;
- готелі, що працюють два сезони;
- односезонні готелі.

3. Забезпечення харчуванням:

- готелі з повним пансіоном (розміщення та триразове харчування);
- готелі з напівпансіоном (розміщення та дворазове харчування);
- готелі, що пропонують лише сніданок;
- готелі за системою «все включено» або «ультра все включено».

4. Тривалість перебування гостей:

- готелі для тривалого перебування (від тижня до півроку і більше);
- готелі для короткочасного перебування (від 2–3 днів до тижня).

5. Рівень цін на номери:

- бюджетні готелі;
- готелі середнього рівня;
- першокласні готелі;
- апартаментні готелі;
- фешенебельні готелі.

6. Рівень комфорту: готелі від найпростіших до люксових, із різним рівнем комфорту та асортиментом додаткових послуг.

7. Місткість номерного фонду:

- мініготелі: 5–10 номерів;
- малі готелі: до 150 місць (не більше 100 номерів);
- середні готелі: 150–400 місць (до 300 номерів);
- великі готелі: понад 400 місць (понад 300 номерів).

**Місткість номерного фонду** – це кількість місць (номерів), які можуть бути одночасно надані клієнтам. Універсального підходу до визначення місткості малих, середніх і великих готелів не існує, оскільки кожна країна враховує свої соціально-економічні та історичні особливості при визначенні цих категорій [9].

В Україні готелем вважається заклад, який пропонує гостям не менше семи номерів. Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) рекомендує вважати малими готелями ті, що мають до 30 номерів, але підкреслює, що це питання залишається на розсуд кожної країни.

Місткість інших функціональних частин готельного комплексу, таких як ресторани, кафе, бари, визначається [9]:

- місткістю номерного фонду;
- призначенням готелю;
- наявністю подібних закладів у прилеглій зоні.

8. Функціональне призначення:

- транзитні готелі;
- цільові готелі;
- готелі ділового призначення;
- курортні готелі;
- туристичні готелі;
- спортивні готелі;
- клубні готелі тощо.

Ця класифікація дозволяє більш точно визначити тип і функції готелю, що відповідають потребам різних сегментів споживачів.

Готельні підприємства також можна класифікувати за кількома додатковими критеріями, серед яких зручність розташування відносно транспортних засобів, право власності тощо.

За розташуванням готелі можуть бути поділені на такі, що мають зручний доступ до основних транспортних вузлів (аеропорти, залізничні станції, автодороги), і такі, що знаходяться у віддалених або менш доступних місцях.

За правом власності готелі можуть поділятися на державні, приватні або корпоративні, а також на такі, що працюють за франчайзинговою моделлю. Ця класифікація враховує структуру управління та організацію бізнес-процесів у закладах розміщення.

## **2.2 Рівень комфорту готелів**

Класифікація готельних підприємств за рівнем комфорту має важливе значення для управління якістю готельних послуг. Рівень комфорту – це комплексний показник, який включає кілька ключових параметрів [8]:

- стан номерного фонду: площа номерів, наявність одномісних або багатокімнатних номерів, апартаментів, а також забезпеченість комунальними зручностями;
- стан меблів, інвентарю та предметів санітарно-гігієнічного призначення;
- наявність і якість закладів харчування, таких як ресторани, кафе, бари;
- стан будівлі, під'їзних доріг та облаштуваність прилеглої території;
- інформаційне забезпечення та технічне оснащення, включаючи телефонний і супутниковий зв'язок, телевізори, холодильники, міні-бари, сейфи тощо;

– можливість надання додаткових послуг.

Перелічені параметри враховуються у всіх сучасних системах класифікації готелів. Окрім них, висуваються певні вимоги до працівників, зокрема щодо їхньої освіти, кваліфікації, віку, стану здоров'я, знання мов, зовнішнього вигляду та поведінки.

Визначення рівня комфорту наразі є основою для більш ніж тридцяти різних систем класифікації готелів, серед яких найбільш поширеними є [8]:

1. Європейська система або система «зірок» (від однієї до п'яти), що базується на Французькій національній системі класифікації і використовується у Франції, Австрії, Угорщині, Єгипті, Китаї, Україні та багатьох інших країнах.

2. Система букв (A, B, C, D), що застосовується в Греції.

3. Система «корон», яка використовується у Великій Британії.

4. Система розрядів (люкс, вищий А, вищий Б, перший, другий, третій, четвертий), яка була поширена на території колишнього СРСР.

Кожна країна підходить до визначення рівня комфорту як критерію класифікації по-своєму. Через це, а також через вплив культурно-історичних та національних традицій, неможливо запровадити єдину світову класифікацію готелів. Ця проблема залишається невирішеною, незважаючи на зусилля Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), Комітету готельної та ресторанної індустрії ЄС та Міжнародної готельної асоціації (МГА).

Авторитетна у готельному бізнесі фірма «ВТІ» (Business Travel International) пропонує свою класифікацію готелів, яку публікує в щорічному довіднику. У ньому представлено вартість проживання в готелях бізнес-класу різних країн. Згідно з класифікацією ВТІ, всі готелі поділяються на дев'ять розрядів: п'ять вищих і чотири нижчих.

*Вищі розряди:*

1. Superior Deluxe – готелі класу люкс, які пропонують найвищий комфорт проживання, широкий асортимент послуг і зручностей.

2. Deluxe – надають подібні послуги, як і готелі класу Superior Deluxe, але зосереджені на задоволенні потреб клієнта без надмірностей.

3. Moderate Deluxe – готелі цього розряду мають дещо нижчий комфорт, ніж два попередні, але за іншими характеристиками подібні до них.

4. Superior First Class – готелі вищого класу, які перевершують середній рівень комфорту.

5. First Class – комфортабельні готелі зі стандартними номерами, місцями для відпочинку і базовим набором зручностей.

*Нижчі розряди* включають класи Moderate First Class, Superior Tourist Class, Tourist Class, та Moderate Tourist Class.

ВТІ зазначає, що ця класифікація може відрізнитися від національних систем класифікації, а її стандарти не обов'язково відповідають тим, що прийняті в різних країнах.

У світовій практиці зустрічаються випадки, коли в межах однієї країни діють кілька систем класифікації готелів. Наприклад, у Великій Британії, поряд із системою «корон», також використовується класифікація, запропонована

Асоціацією британських турагентств (British Travel Authority, BTA). Вона поділяє готелі на кілька категорій [8]:

1. Бюджетні готелі, які розташовані в центрі міста і пропонують мінімальні зручності.

2. Готелі туристичного класу – обов'язково мають у структурі ресторан і бар.

3. Готелі середнього класу характеризуються достатньо високим рівнем обслуговування.

4. Готелі першого класу забезпечують дуже високий рівень комфорту і чудове обслуговування.

5. Готелі вищої категорії пропонують екстра-комфортні умови проживання та широкий асортимент послуг.

Ця різноманітність класифікацій враховує потреби різних категорій клієнтів і допомагає точніше визначити стандарти якості.

У Великій Британії також діє класифікаційна система, яка охоплює широкий спектр засобів розміщення, від розкішних готелів до скромних фермерських будиночків із двома номерами. Ця система розроблена багатопрофільною організацією AA (Automobile Association development Ltd) і є визнаною на національному рівні. Вона гарантує якість обслуговування в готелях, які пройшли інспекцію фахівців AA і отримали право використовувати її емблему – чорно-жовтий знак. Кожен готель підтверджує свою категорію щорічно.

Засоби розміщення в системі AA поділяються на два основні класи [8]:

– готелі (Hotels, Lodge, Country House);

– приватні готелі та пансіонати (Private Hotels, Guesthouses), фермерські будинки (Farmhouses), невеликі дорожні готелі (Inn).

Готелі в системі AA класифікуються за системою зірок від однієї до п'яти, з оцінкою якості, кількості наданих послуг і розміру готелю. Унікальною властивістю цієї системи є виділення кращих готелів одного класу червоними зірками (Red star), у той час як звичайні готелі позначаються зірками жовтого кольору на чорному тлі. При виборі кращих готелів враховуються не лише якість номерного фонду та харчування, а й гостинність, охайність персоналу і загальне враження клієнтів.

Наприклад:

– \* Red: чудовий готель, рекомендований для відвідування, забезпечує дуже високий рівень сервісу, харчування і розміщення;

– \*\* Red: гарний готель, який перевищує необхідний рівень вимог для своєї категорії і забезпечує високий рівень комфорту;

– \*\*\* Red: готель середнього рівня, що забезпечує прийнятний рівень обслуговування і комфорту.

Отже, готелі в системі AA класифікуються за шкалою від однієї до п'яти Q (від «quality» – якість): 5Q – найкращі з обраних, 4Q – обрані, 3Q – 1Q\* – рекомендовані.

Французька національна класифікація визначає шість категорій для туристичних готелів, з яких п'ять категорій передбачають присвоєння певної

кількості зірок (1\*, 2\*, 3\*, 4\* або 5\*), а одна категорія не має зіркового позначення. Ця система дозволяє більш точно охопити різноманітність готельних послуг на ринку.

Щоб готельне підприємство могло претендувати на присвоєння певної категорії, воно повинно відповідати мінімальним вимогам, згрупованим за такими критеріями [8]:

- А – кількість кімнат;
- В – загальні приміщення;
- С – устаткування готелю;
- D – комфортність житлових умов;
- Е – рівень обслуговування;
- F – доступність для інвалідів та осіб з обмеженою рухливістю.

У Німеччині, наприклад, класифікація готелів передбачає їхній поділ на п'ять класів, кожен з яких відповідає певній кількості зірок відповідно до Європейської системи класифікації [9]:

- туристичний клас – одна зірка;
- стандартний клас – дві зірки;
- комфортний клас – три зірки;
- перший клас – чотири зірки;
- люкс – п'ять зірок.

У різних країнах робляться спроби гармонізувати місцеві системи класифікації готелів із системою «зірок», хоча іноді така відповідність є чисто умовною. Наприклад, у Греції готелі категорії А відповідають чотиризірковому рівню, В – тризірковому, С – двозірковому, а D – однозірковому. В Італії готелі першої категорії умовно прирівнюються до чотиризіркових, другої – до тризіркових, а третьої – до двозіркових.

Щоб узгодити британську систему «корон» із системою «зірок», прийнято віднімати одну «зірку» від загальної кількості «корон». Наприклад, рівень готелю з чотирма «коронами» відповідає рівню тризіркового готелю.

Класифікація готелів, запропонована Асоціацією британських турагентств і вважається найпоширенішою у Великій Британії, також передбачає подібну відповідність [8]:

- бюджетні готелі – одна зірка;
- готелі туристичного класу – дві зірки;
- готелі середнього класу – три зірки;
- готелі першого класу – чотири зірки;
- готелі вищої категорії – п'ять зірок.

Ці системи допомагають зорієнтуватися в якості послуг, що пропонуються готелями в різних країнах.

Німецька система класифікації визначає вимоги за 22 обов'язковими критеріями, які не залежать від класу підприємств [8]:

1. Робота служби прийому.
2. Організація сніданків.
3. Сервіс напоїв.
4. Сервіс харчування.

5. Наявність телефону в номері.
6. Функціональність телефону.
7. Мінімальна площа для 75 % номерів, включаючи площу ванної кімнати.
8. Рівень санітарного комфорту.
9. Обладнання ванних кімнат.
10. Наявність сюїт-номерів (апартаментів).
11. Меблювання та обладнання номерів.
12. Наявність радіо та телевізора в номері.
13. Подарунки для гостей.
14. Послуги прання і прасування.
15. Наявність сейфів.
16. Кількість і стан холів.
17. Можливість безготівкової оплати.
18. Наявність факсу.
19. Кількість і режим роботи готельних барів.
20. Кількість і режим роботи ресторанів.
21. Можливість організації конференцій і банкетів.
22. Кількість додаткових послуг.

Згідно з останньою вимогою, визначено таку кількість додаткових послуг: для готелів класу люкс – 270, першого класу – 120, комфортного – 70, стандартного – 25, туристичного – 0.

Особливістю німецької класифікації є те, що вона включає категорії для таких типів готельних закладів, як пансіони, гостьові будинки та готелі-гарні. Для цих типів закладів не висуваються такі обов'язкові критерії, як «Ресторан» і «Сервіс харчування», а необхідна кількість додаткових критеріїв значно менша: для першого класу – 90, комфортного – 50, стандартного – 15.

У США немає офіційно встановленої класифікації готелів. Зазвичай вони поділяються на п'ять категорій за рівнем комфорту. Найвищу категорію (п'ять зірок) присуджують дві організації: «American Automobile Association» (AAA) та «Mobile Travel Guide».

Готельні мережі мають власний підхід до класифікації своїх закладів. Замість категорій вони зазвичай використовують бренди, які поширюються на всі готелі певної мережі. Кожен бренд може враховувати не лише рівень комфорту, а й призначення, місцезнаходження та інші критерії. Наприклад, найбільша європейська готельна мережа «Ассог» (Франція) пропонує кілька брендів з різноманітними послугами та ціновими категоріями [8]:

- «Sofitel»;
- «Novotel»;
- «Mercury», що поділяється на три групи за рівнем комфорту і цін: «Relais Inn» – стандартні номери та якісне обслуговування за помірними цінами; «Hotel Mercury» – послуги вищого рівня, індивідуальне обслуговування, комфортне розміщення; «Grand Hotel» – розкішне розміщення, вишуканий комфорт і високий рівень обслуговування цілодобово;
- «Ibis»;

- «Etap»;
- «Formule 1».

З огляду на ринкову кон'юнктуру, готельна мережа «Ассог» об'єднує низку закладів, незалежно від їхнього бренда, для обслуговування певних сегментів туристичного ринку. Наприклад, деякі готелі під марками «Novotel» і «Mercury» входять до групи «Atria», яка спеціалізується на організації та обслуговуванні конгресів, виставок та інших професійних заходів. Інша група готелів має позначку «Goralia», що означає їхнє курортне призначення.

Найбільша американська готельна мережа «Holiday Inn» при визначенні брендів враховує не лише рівень комфорту, але й призначення, місце розташування, тривалість перебування гостей та інші фактори. Вона включає такі бренди [8]:

- «Holiday Inn Hotels & Resorts» – курортні готелі, розташовані в заміських та промислових зонах, біля морського узбережжя, озер, у горах або лісах. Вони обладнані для активного відпочинку та мають басейни, сауни, тенісні корти й інший спортивний інвентар. Це найпоширеніший бренд мережі;
- «Holiday Inn Garden Court Hotels» – економічні готелі для ділових людей, розташовані переважно поблизу аеропортів і великих бізнес-центрів;
- «Holiday Inn Express Hotels» – готелі з номерами квартирного типу (апарт-готелі);
- «Holiday Inn Select Hotels» – готелі для бізнес-туристів із повним спектром послуг;
- «Holiday Inn Hotels & Suites» – готелі, призначені для бізнесменів, які цінують домашній комфорт під час тривалого перебування.

Відома британська готельна мережа «Forte Hotel Group» пропонує чотири різні бренди готелів [8]:

- «Le Meridien Hotels & Resorts» – готелі класу «deluxe» (вище категорії люкс), розташовані в найбільших містах і курортах. Їхня архітектура виконана в класичному європейському стилі з урахуванням місцевих традицій. Вони відомі високим рівнем обслуговування і здебільшого обслуговують представників бізнес-, конгресового та інсентив-туризму;
- «Posthouse» – середньобюджетні готелі, які пропонують стандартний набір послуг та забезпечують умови для відпочинку, роботи і проведення конференцій та симпозіумів. Приблизно 50 % готелів цієї марки мають оздоровчі центри, послуги яких для гостей безкоштовні;
- «Heritage Hotels» – унікальний бренд, відомий як «перлина». Готелі під цією маркою мають велику історичну цінність і розташовані в зонах з високою туристичною активністю, переважно в невеликих містах Англії та Шотландії з багатовіковою культурою, а також у центральній частині Великої Британії та вздовж її узбережжя. Наприклад, до цього бренда належить найстаріший готель Англії «The Bear», збудований неподалік Оксфорда у XIII столітті;
- «Travelodge» – готелі економ-класу, що мають від 85 до 200 кімнат і призначені для мандрівників і бізнесменів. Вони розташовані поблизу автомагістралей і транспортних вузлів.

У деяких випадках назви брендів готелів не надають споживачам достатньо інформації, тому туроператори почали встановлювати умовну відповідність кожного бренда певній кількості зірок за європейською системою. Для мережі «Ассог» це виглядає так: «Sofitel» – 5 зірок, «Novotel» – 4 зірки, «Mercury» – 3 зірки, «Ibis» – 2 зірки, «Etap» – 1 зірка, «Formule 1» – без зірок.

В Україні існує класифікація готелів, згідно з якою всі готелі поділяються на п'ять категорій, отримуючи від однієї до п'яти зірок, а мотелі – на чотири категорії, з присвоєнням від однієї до чотирьох зірок.

### **2.3 Типологія готелів**

Залежно від функціонального призначення готельних номерів, готелі поділяються на дві основні категорії – транзитні та цільові.

Транзитні готелі призначені для обслуговування туристів, які здійснюють короткочасні зупинки. Зазвичай вони розташовані вздовж основних транспортних шляхів з інтенсивним рухом (залізниць, автомобільних, авіа- та водних маршрутів). Такі готелі мають невелику або середню місткість і обмежений рівень комфорту. Найбільше серед транзитних готелів поширені мотелі.

Мотелі як заклади для розміщення автомобільних туристів вперше з'явилися в США. Такі заклади розміщення зазвичай є простими одноповерховими або двоповерховими будівлями, розташованими за межами міської забудови поблизу автомагістралей. Вони пропонують середній рівень обслуговування за невеликої кількості персоналу (наприклад, у США – 11 працівників на 100 номерів). До послуг мотелів також входять технічний сервіс, гаражі, автомобільні стоянки та станції ремонту.

Перший мотель був побудований у 1925 році каліфорнійським архітектором Артуром Хайнеманом у місті Сан-Луїс Обіспо, штат Каліфорнія, приблизно за 200 миль від Лос-Анджелеса. Гості мотелю могли під'їхати прямо до своїх одноповерхових бунгало, яких було запропоновано всього 40, або до прилеглого гаража.

Мотелі стали самостійними готельними комплексами лише в 1950-х роках. Спочатку в них пропонували обмежений набір послуг, тоді як у готелі – повне обслуговування

Клієнтами мотелів були туристи з різними рівнями доходу, які подорожували на автомобілях. У зв'язку з необхідністю задоволення їхніх потреб спектр послуг у мотелях поступово розширювався, і вони стали мало відрізнятися від готелів. Основною різницею залишалася наявність послуг паркування та технічного обслуговування автомобілів. Згодом виник новий тип готелів – мотор-готелі, які поєднували риси мотелів і готелів.

Цільові готелі поділяються на ділові та відпочинкові (курортні, туристичні). Ділові готелі обслуговують осіб, які перебувають у ділових поїздках і відрядженнях. До цієї групи належать готелі, які спеціалізуються на обслуговуванні конгресів, симпозіумів, з'їздів, зборів, конференцій тощо. Також до цієї категорії входить інсентив-туризм, що включає заохочувальні

поїздки для персоналу компаній (10–15 % від загальної кількості ділових поїздок).

**Концепція «готелі ділового призначення»** вперше з'явилася в США у 1908 році з відкриттям готелю «Буффало Статлер», створеного Елсвортом Статлером для обслуговування бізнесменів і комерсантів. Нині ця концепція є однією з провідних на ринку готельних послуг, що пояснюється високим попитом на ділове розміщення:

- понад 50 % поїздок є діловими;
- близько 40 % – це поїздки для відпочинку та лікування;
- близько 10 % – це поїздки з інших причин (пошук роботи, відвідування друзів тощо).

Важливість ділових клієнтів для готельних підприємств обумовлена такими факторами:

- фінансова вигода: ділові клієнти зазвичай мають високий рівень доходів і готові не тільки оплачувати своє проживання, але й активно користуватися додатковими послугами готелю: пральнями, перукарнями, масажними кабінетами, басейнами, спортивними комплексами, казино, прокатом автомобілів, конференц-залами тощо. Часто вони подорожують з родинами, які можуть не брати участь у ділових заходах, але активно користуються розважальними послугами готелю, що додатково збільшує доходи;

- орієнтація на обслуговування ділових клієнтів дозволяє готелям точніше прогнозувати заповненість номерів (адже такі споживачі зазвичай здійснюють попереднє бронювання), що сприяє ефективному використанню матеріальної бази;

- ділові клієнти, ознайомившись із послугами та умовами готелю під час своїх візитів, можуть стати постійними гостями і рекомендувати цей готель іншим;

- обслуговування ділових клієнтів дозволяє готелям підтримувати високу заповненість навіть у період міжсезоння, що є важливим для стабільності бізнесу.

Для забезпечення комфортного перебування ділових клієнтів готелі повинні відповідати низці специфічних вимог:

- готель має знаходитися поблизу адміністративних, ділових та громадських центрів;

- більшість номерів повинні бути одномісними, а також має бути передбачено апартаменти для клієнтів із родинами;

- у кожному номері повинна бути окрема робоча зона з письмовим столом;

- необхідними є приміщення для проведення ділових заходів, включаючи переговорні кімнати та зали для конференцій різної місткості;

- готель повинен бути обладнаний сучасною технікою для проведення ділових зустрічей, синхронного перекладу, зв'язку тощо;

- наявність банківських відділень, пунктів обміну валюти тощо;

– готель повинен пропонувати високоякісне харчування, включаючи ресторани європейської та національної кухні, кафе і бари вищих категорій, а також доставку їжі в номери;

– наявність парковки та гаражів для автомобілів.

Сучасні ділові клієнти стають більш вимогливими до послуг, що надаються готелями.

**Концепція «курортного готелю»** передбачає забезпечення проживання, харчування та надання додаткових послуг для людей, які прагнуть відпочити та оздоровитися. Найчастіше такі готелі розташовані в місцях, що мають природні умови для відпочинку та лікування, таких як морські узбережжя, гірські райони тощо.

У структурі курортних готелів обов'язково мають бути представлені приміщення для надання медичних послуг, зокрема лікувально-профілактичного характеру, дієтичного харчування, а також для занять спортом і активного відпочинку.

Основною проблемою, з якою стикаються курортні готелі, є сезонність попиту, що суттєво впливає на їхню заповнюваність. Багато курортів за своєю природою є сезонними і тривалість періоду їхньої активної роботи може складати 90–150 днів, залежно від кліматичних та інших факторів. З метою збалансування завантаження в міжсезоння, курортні готелі в останні роки все більше орієнтуються на обслуговування ділового туризму, намагаючись залучити нові ринки.

**Концепція «туристичного готелю»** передбачає:

– готель зазвичай розташовується на туристичних маршрутах і обслуговує клієнтів, які подорожують за цими маршрутами;

– комплекс послуг готелю формується відповідно до програми маршруту і заздалегідь визначається ваучером або путівкою;

– для організації обслуговування в готелі передбачені турбюро або бюро подорожей і екскурсій.

У міжнародній практиці серед туристичних готелів найбільше поширені готелі спортивного призначення, що пропонують туристам широкі можливості для занять різними видами спорту, такими як гольф, плавання, теніс тощо.

Послуги розміщення, харчування та інші в готельних підприємствах доповнюють один одного, часто є взаємозалежними і сприймаються гостем як єдиний комплекс. Від того, як ці послуги оформлені та скомбіновані, залежить тип підприємства.

Через постійне зростання нових послуг і форм обслуговування на готельному ринку ця типологія є умовною. Проте такий поділ є важливим для розуміння специфіки управління кожним з них. У межах зазначених категорій зазвичай існує багато різновидів.

**Агроготель** – це готель, розташований у сільській місцевості, який надає можливість займатися сільськогосподарською діяльністю під час відпочинку.

**Акватель** – це готель, облаштований на кораблі, який більше не використовується як транспортний засіб і знаходиться на стаціонарній стоянці.

**Готель апартамент (апарт-отель)** – це підприємство малих або середніх розмірів (до 400 місць), яке зазвичай розташоване у великому місті з непостійним населенням. Він пропонує номери квартирного типу, які використовуються як тимчасове житло, зазвичай на основі самообслуговування. Ціна в таких готелях зазвичай залежить від терміну перебування. Основними клієнтами є сімейні туристи, бізнесмени та комерсанти, які зупиняються на тривалий термін.

**Ботель** – це невеликий готель, розташований на воді, який становить спеціально обладнане судно.

**Готельно-офісний центр** – це готель, у якому частина приміщень не використовується як номерний фонд, а спеціально обладнана та призначена для офісів.

**Клуб-готель** – це готель, розташований при клубі, де організовується дозвілля та надаються різні послуги, переважно для членів клубу.

**Конгрес-готелі** – це готелі, що спеціалізуються на обслуговуванні учасників великих форумів і конференцій. Останнім часом вони швидко набирають популярності, і за останні 20 років попит на їхні послуги подвоївся. Хоча вони є різновидом бізнес-готелів, проте мають свої особливості. Зокрема, бізнес-готелі зазвичай пропонують до 600 номерів, тоді як конгрес-готелі можуть вміщувати 2 000 і більше. У таких готелях є виставкові площі та різноманітні приміщення для зустрічей. Вони пропонують повний спектр бізнес-послуг, включаючи проведення телеконференцій, секретарські послуги, переклад тощо. Крім того, тут доступні різні заклади харчування, такі як ресторани самообслуговування, бари, кафе, кафетерії та вишукані ресторани.

**Готель-курорт** – це підприємство, що відрізняється різноманітністю місткості та пропонує широкий спектр гостинних послуг. Крім того, він надає спеціалізоване медичне обслуговування та дієтичне харчування. Такі готелі зазвичай розташовані в курортних зонах.

**Мотель** – це прості одноповерхові або двоповерхові будівлі, розташовані за межами міських районів, переважно поблизу автомагістралей. Це мале або середнє підприємство із середнім рівнем обслуговування та невеликою кількістю персоналу. Клієнтами є різні категорії туристів, зокрема, акцент робиться на автотуризмі. Мотелі можуть бути транзитними, які розміщені вздовж шосейних доріг і головних магістралей, та кінцевими, що зазвичай знаходяться біля берегів річок, озер або поряд із греблями.

**Готель люкс** – відноситься до малих або середніх підприємств за місткістю. Зазвичай він розташований у центрі міста. Добре підготовлений персонал забезпечує високий рівень обслуговування для найвимогливіших клієнтів, таких як учасники конференцій, ділових зустрічей, бізнесмени та високооплачувані фахівці. Ціни на номери в таких готелях зазвичай високі і включають всі можливі види обслуговування.

**Готель-резиденція** – це люксовий готель закритого типу, призначений для обслуговування високопосадовців державного рівня.

**Палац-готель** – це готель, розташований у будівлі, що є історико-архітектурною пам'яткою палацової або замкової архітектури. У різних країнах

цей тип готелю має характерні назви, як-от «шато» у Франції та «парадор» в Іспанії.

**Санаторій** – це готель, розташований на курорті або в рекреаційній зоні, який надає лікувальні послуги за визначеним режимом. Існують різні типи санаторіїв: дитячі – для дітей від 6 до 18 років, санаторії для дітей з батьками; однопрофільні; багатопрофільні; спеціалізовані.

**Флотель** – це готель, відомий як «курорт на воді», розміщений на морському судні. Останнім часом флотелі стали серйозними конкурентами великих наземних готелів. Їхня перевага полягає в можливості подорожувати морем чи океаном, що значно розширює спектр вражень для клієнтів. Гості такого готелю можуть щоранку прокидатися в новому місці. Флотелі бувають як невеликими (з 20 каютами), так і великими (до 800 кают). Вони пропонують широкий асортимент додаткових послуг, а комфортні каюти обладнані всіма сучасними зручностями, такими як телефонний зв'язок і супутникове телебачення. На борту є фітнес-центри, басейни, тренажерні зали, ресторани, бари, казино та магазини. Деякі судна мають конференц-зали для проведення ділових заходів, таких як конференції, конгреси та інші зустрічі. Цей тип готелів часто використовується для організації бізнес-турів, конгрес-турів і конгрес-круїзів.

**Хостел** – це готель, де номери зазвичай розташовані за коридорною або блочною системою. Він має умови для самостійного приготування їжі, а санітарно-технічні зручності розташовані на поверсі або в блоці. Також може надаватися харчування у закладі ресторанного господарства.

**Готель (середнього класу)** – має більшу місткість, ніж готель люкс, і може вміщувати від 400 до 2 000 осіб. Він розташований у центрі міста або в міській зоні. Готель пропонує достатньо широкий спектр послуг, а ціни відповідають рівню регіону. Заклад орієнтований на прийом бізнесменів, індивідуальних туристів, а також учасників конгресів і конференцій.

**Сюїт-готель** – це відносно новий тип закладу, який можна розглядати як різновид апарт-готелів. Основна відмінність полягає в тому, що апартamenti зазвичай обладнані кухонним устаткуванням, що дозволяє гостям готувати їжу, тоді як у сюїт-готелях такої можливості немає. Лише деякі номери можуть мати невелику кухню з холодильником і міні-баром для напоїв. Деякі заклади пропонують послуги харчування (сніданки, обіди, вечері), які можуть бути включені або не включені у вартість проживання.

Сюїт-готелі зазвичай пропонують номери, що складаються з вітальні (загальної кімнати) та окремої спальні, але площа приміщень загального призначення зазвичай мінімальна. Обсяг додаткових послуг також обмежений. Клієнтами сюїт-готелів є люди, які часто змінюють місце проживання, сімейні туристи, бізнесмени та професіонали, які цінують домашню атмосферу і комфорт нестандартного житла, спроектованого з урахуванням потреб сім'ї.

**Готель економічного класу** – це підприємство невеликого або середнього розміру (до 150 місць або більше), розташоване поблизу магістралей. Характеризується простим і швидким обслуговуванням, а також обмеженим набором послуг. Основними споживачами є бізнесмени та

індивідуальні туристи, які прагнуть сплачувати лише за реально спожиті послуги.

**Приватні готелі типу «ночівля і сніданок» (Bed and Breakfast)** – це доступний варіант розміщення, де власники будинку самостійно організують комерціалізацію послуг. Такі готелі або житлові будинки працюють цілодобово, причому власники часто самі там проживають і безпосередньо займаються обслуговуванням гостей. Це невеликі заклади, багато з яких через обмежену кількість номерів можуть не відповідати класичному визначенню готелю. Зазвичай вони розташовані в приміських зонах або сільській місцевості. Сніданки, що пропонуються гостям, можуть варіюватися, але додаткові послуги зазвичай не передбачені. Завдяки обмеженому набору послуг ціна за проживання тут зазвичай нижча, ніж у готелях з повним спектром обслуговування.

**Готель-гарні** – це підприємство, яке пропонує клієнтам обмежений набір послуг, зокрема розміщення та континентальний сніданок.

**Готель типу «кондомініум-таймшер»** базується на таймшерній моделі організації відпочинку, де клієнт викупує право на користування готельним номером і прилеглою територією на визначений період, зазвичай обмежений кількома тижнями на рік. Такий тип готелів особливо популярний у курортних зонах. Місткість таких готелів варіюється від 50 до 250 номерів, хоча є готелі з лише 4–5 номерами. Вони пропонують повний спектр послуг за цінами вище середніх, з можливістю комплексного обслуговування за фіксованою вартістю.

Таймшерна система організації відпочинку вперше з'явилася в Європі та була вдосконалена в США. Ринок таймшерів існує вже близько 15–20 років. Нині власники таймшерних номерів мають можливість обміну періоду і місця володіння з іншими власниками. Наприклад, власник апартаменту в готелі на морському узбережжі може обміняти свій тиждень на проживання в номері готелю на гірськолижному курорті. При цьому можливе коригування тривалості перебування: один тиждень на Канарських островах може бути рівноцінний двом тижням у Канаді або трьом в Австралії, Новій Зеландії чи Південній Африці.

Справжніми фахівцями у здійсненні таких обмінних операцій є компанії Resort Condominium International (RCI) та Interval International (II).

**Казино-готелі** – це заклади, тісно пов'язані з гральним бізнесом, які характеризуються великою кількістю номерів (від 500 до понад 3 000). В їхній структурі переважають просторі багатокімнатні номери з розкішним інтер'єром, мінібасейнами, джакузі, кількома ванними кімнатами та спальнями. Казино-готелі зазвичай мають кілька ресторанів і барів (4 і більше), деякі з яких працюють цілодобово. Тут також створені умови для організації розважальних заходів, включаючи виступи співаків, акторів та естрадних груп, для чого передбачені спеціальні зали, бари та холи. Особливістю обслуговування в таких готелях є те, що їжа та напої надаються безкоштовно, тобто їхня вартість включена в ціну розміщення. Казино-готелі належать до найдорожчих у своєму сегменті, а ціна за номер може варіюватися від 1 000 до 25 000 доларів.

**Ротель** – це пересувний готель, який становить вагон з одного та двома відсіками, обладнаними спальними кріслами. Він має відсік для перевдягання, туалет, кухню та холодильник.

**Флайтель**, також відомий як аероготель або «літаючий готель», є рідкісним і дуже дорогим типом готелів. Він оснащений посадковою площадкою та має зв'язок з метеослужбами.

Аналогічні готелям засоби розміщення бувають таких типів:

**База відпочинку** – це засіб розміщення, аналогічний готелю, з мінімальними зручностями, який зазвичай функціонує сезонно. Розташована в рекреаційній зоні, вона забезпечує умови для відпочинку.

**Будинок відпочинку** – це засіб розміщення, аналогічний готелю, зазвичай функціонує протягом усього року, розташований у рекреаційній зоні. Він забезпечує умови для відпочинку з наданням послуг оздоровчо-профілактичного характеру за регламентованим режимом.

**Гостьовий будинок** – це засіб розміщення, подібний до готелю, з мебльованими кімнатами та мінімальними зручностями; зазвичай пропонується сніданок.

**Пансіонат** – це засіб розміщення оздоровлювального призначення, схожий на готель, розташований у заміській або рекреаційній зоні. Він забезпечує регламентований режим харчування та відпочинку.

**Профілакторій** – це засіб розміщення, подібний до готелю, зазвичай відомчого підпорядкування, який призначений для організації відпочинку та загального оздоровлення. Він також має умови для надання послуг профілактичного лікування професійних хвороб.

**Туристична база** – це засіб розміщення, аналогічний готелю, розташований на туристичному маршруті з активними способами пересування туристів. Вона забезпечує умови для харчування та організації активного відпочинку за регламентованим режимом.

**Туристські комплекси** – це сукупність рекреаційних підприємств, різних за функціями, що мають загальну місткість понад 1 000 місць і розташовані на туристичному маршруті. Вони об'єднані єдиною функціональною програмою, яка стосується туризму. Туристські комплекси включають різноманітні типи туристичних підприємств, такі як туристичний готель, туристична база, автотуристські підприємства (мотор-готель, мотель, кемпінг), водні туристичні підприємства (ботель, ботокемпінг, флотель, флотокемпінг, акватель), мобільні туристичні підприємства (потяг, теплохід), флайтель, туристичний притулок і хатина.

## 2.4 Вимоги до готелів

Мінімальні вимоги до готелів і мотелів різних категорій, зазначені в стандарті ДСТУ 4269:2003 [9], вони охоплюють такі аспекти:

1. **Будівля готелю та прилегла територія:** повинні мати зручні під'їзні шляхи з необхідними дорожніми знаками, упорядковану та освітлену територію, чітку вивіску, зручний вхід для гостей, автостоянку для

короткочасного паркування і маневрування. Якщо є окремий вхід до ресторану, він має бути позначений вивіскою з назвою закладу. Готелі, що займають частину будівлі, повинні мати власний вхід. Архітектурно-планувальні рішення, будівельні елементи та технічне устаткування мають відповідати вимогам ДБН В.2.2-9:2018 [8]. Готель потрібно розміщувати в екологічно сприятливих умовах.

2. **Технічне обладнання:** передбачає аварійне освітлення та енергопостачання, цілодобове водопостачання (гаряче і холодне), опалення з підтримкою температури від 18 °С до 22 °С у житлових і громадських приміщеннях, вентиляцію (природну або примусову), телебачення, телефонний зв'язок, а також природне і штучне освітлення з певними параметрами. Готелі мають бути обладнані системами для задоволення потреб інвалідів та інших маломобільних груп населення згідно з вимогами ДБН В 2.2-9 [6] і розділу 6 ДСТУ 4269:2003 [9].

3. **Номерний фонд:** включає певну кількість одномісних і двомісних номерів, наявність багатокімнатних номерів (апартаментів), належну площу номерів і санвузлів.

4. **Технічне оснащення:** має включати двері й замки, охоронну сигналізацію, звукоізоляцію, освітлення, опалення, кондиціонування повітря, наявність телефону, телевізора, холодильника, мінібару, мінісейфа. Готель повинен забезпечувати умови для безпеки життя і здоров'я туристів, захисту їхнього майна та охорони навколишнього середовища відповідно до ДСТУ 4268 [1] і розділу 5 ДСТУ 4269:2003 [9].

5. **Меблі та інвентар:** передбачають мінімальні розміри ліжок, комплекти білизни, килимове покриття, меблі, дзеркала, графіни, склянки, посуд для мінібару, попільниці, інформаційні матеріали різними мовами, набір письмового приладдя, а також протипожежні інструкції та інструкції щодо дій у надзвичайних ситуаціях.

6. **Санітарно-гігієнічне оснащення номера:** включає дзеркало, полицю для туалетного приладдя, фіранку у ванній, фен, рушники, банні халати і тапочки, туалетні приналежності, кошики для сміття, а також послуги пральні та хімчистки.

7. **Санітарні об'єкти загального користування:** повинні включати туалети, ванні кімнати та душові.

8. **Загальні приміщення:** мають бути обладнані меблями, килимовим покриттям, декоративним озелененням, музичним мовленням, сейфами для зберігання цінностей, гардеробом, залами для перегляду телепередач, конференц-залами з обладнанням для синхронного перекладу, бізнес-центрами, спортивно-оздоровчими центрами, басейнами, медичними кабінетами, перукарнями, приміщеннями для побутових послуг, магазинами та кіосками.

9. **Приміщення для харчування:** повинні включати ресторани, кафе, бари.

10. **Послуги:** включають роботу служби прийому, послуги швейцара, доставку багажу, ранковий дзвінок, прибирання номерів, прання та прасування, хімчистку, поштові та телеграфні послуги, надання комп'ютерів і електронних

засобів зв'язку, обмін валюти, виклик таксі, прокат автомобілів, паркування, бронювання квитків та інші послуги.

**11. Послуги харчування:** передбачають можливість вибору режиму харчування (сніданок, дворазове або триразове харчування), цілодобову роботу кафе, можливість сніданку в номері, бронювання місць у ресторані та обслуговування в номері.

**12. Вимоги до персоналу:** включають наявність письмових стандартів, кваліфікацію, знання іноземних мов, медичні вимоги, належний зовнішній вигляд і етикет. У готелі потрібно створювати умови для особистої гігієни, харчування і відпочинку персоналу. Приміщення для персоналу мають бути обладнані сучасним устаткуванням, відповідно до категорії готелю, включаючи санітарні умови.

Щодо урахування потреб маломобільних груп населення, вхід до готелю повинен бути пристосований до їхніх потреб, а служба приймання повинна мати спеціальне місце для обслуговування особи, що рухається на візку.

Крім того, готелі усіх категорій обов'язково повинні мати щонайменше один номер, а у загальнодоступній частині готелю принаймні один туалет, повинні бути пристосовані до потреб інвалідів. В інших приміщеннях (вестибюль, холи, приміщення для харчування тощо) потрібно визначити місця для особи, що рухається на візку.

Готелі категорії одна зірка можуть бути побудовані з недорогих будівельних матеріалів, мати устаткування та меблі, випущені серійно, але усі меблі та електроприлади повинні бути справними та функціональними.

Постільна білизна та рушники повинні бути якісні, без пошкоджень.

Санвузли повинні бути оснащені справним устаткуванням, стіни і підлога покриті водонепроникним матеріалом.

Щодо готелів категорії дві зірки, то все устаткування готелю може бути недороге, але функціональне, 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.

Для готелів категорії три зірки важливо, щоб будівля закладу органічно вписувалась в архітектурний ансамбль вулиці, а головний фасад повинен відповідати певному архітектурному стилю. Якщо будинок побудовано за невдалим проектом і він має невиразний фасад, то 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.

Будівлі, у яких розташовані готелі категорії чотири зірки, також повинні органічно вписуватися в архітектурний ансамбль вулиці; фасади – 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 покриви 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.

Готелі категорії п'ять зірок мають такі самі вимоги до будинку, як і готелі категорії чотири зірки. Винятковий дизайн інтер'єру. Номери, холи, вестибюль прикрашено авторськими роботами: картинами, декоративними прикрасами, керамікою, гобеленами тощо. Предмети інтер'єру й оформлення повинні створювати респектабельну атмосферу готелю.

Устаткування 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.

### **Запитання для самоконтролю:**

*1. Охарактеризуйте основні критерії класифікації готельних підприємств, наведіть приклади.*

*2. Наведіть класифікацію готелів за тривалістю роботи, які особливості притаманні кожній з цих категорій?*

*3. У чому полягає різниця між готелями з повним пансіоном і готелями за системою «все включено»?*

*4. Які фактори враховуються при класифікації готелів за правом власності, і як це впливає на їхнє управління?*

*5. Наведіть класифікацію готелів за їхнім функціональним призначенням.*

6. Які характеристики притаманні транзитним готелям, і в яких умовах вони зазвичай розташовані?
7. Поясніть причини популярності мотелів серед автомобільних туристів, охарактеризуйте послуги, які вони пропонують?
8. Коли вперше з'явилася концепція «готелі ділового призначення» і яке значення вона має в наш час?
9. Які специфічні вимоги висуваються до готелів, що обслуговують ділових клієнтів?
10. Які фактори роблять ділових клієнтів важливими для готельного бізнесу?
11. Які мінімальні вимоги до будівлі готелю та прилеглої території висуваються в стандарті ДСТУ 4269:2003?
12. Яке технічне обладнання є обов'язковим для готелів, згідно з вимогами стандарту?
13. Що включає номерний фонд готелів різних категорій?
14. Які специфікації щодо меблів і інвентарю існують для готелів категорії три зірки?
15. Які санітарно-гігієнічні елементи повинні бути в номері готелю?
16. Як організовані санітарні об'єкти загального користування в готелях?
17. Які обов'язкові послуги мають надаватися в готелях відповідно до стандарту?
18. Вимоги до персоналу готелів описані в стандарті. Чому вони є важливими?
19. Як класифікуються готелі за архітектурним стилем та їхньою інтеграцією в навколишнє середовище?
20. У чому полягають відмінності між готелями категорії п'ять зірок і готелями категорії чотири зірки?

## 3 ГОТЕЛЬ ЯК ТЕХНОЛОГІЧНА СИСТЕМА

### 3.1 Технологія готельної діяльності: понятійний апарат

Термін «гостинність» був уведений фахівцями конфедерації HOTREC – об'єднання національних асоціацій готелів і ресторанів Європейського економічного співтовариства, заснованої в 1982 році. Гостинність – це комплексна послуга, яка відрізняється своїми споживчими властивостями та вимагає формування позитивного іміджу підприємства. Модель гостинності відображає місію організації, її філософію, визначає пріоритети, цінності та принципи, за якими вона працює.

Основні концепції моделі гостинності:

– технологічна концепція (створення комфортних умов для гостя), що базується на дотриманні технократичних і технологічних стандартів для забезпечення комфорту;

– гуманітарна концепція (створення позитивного іміджу готелю, принцип «клієнт завжди прав») – орієнтована на кількість, якість послуг, процес обслуговування та особисті якості персоналу;

– комерційна концепція (забезпечення повторного звернення гостей) – включає динаміку цін, стратегії спеціалізації, концептуалізації, диверсифікації та екологізації;

– функціональна концепція.

Появу терміна «технологія» в Європі пов'язують із періодом 1772–1777 років, а в 1807 році він з'явився у науковій хімічній літературі. Сучасне розуміння терміна «технологія» походить від грецьких слів «texno» (мистецтво, майстерність) і «logos» (наука) і охоплює три основні аспекти:

– науковий: технологія – це науково розроблене рішення на основі досягнень психологічної та педагогічної теорії;

– описовий: технологія – це модель, що описує цілі, зміст, методи та алгоритми для досягнення результатів;

– процесуальний: технологія – це процес виконання діяльності з послідовністю дій і взаємодією суб'єктів і об'єктів.

З метою уніфікації технологічних засобів, методів і термінології було створено Єдину систему технологічної документації (ЄСТД), яка стандартизує визначення таких понять, як технологічний процес і метод.

Технологія охоплює інструменти, обладнання, процеси, дії, матеріали та знання, необхідні для перетворення ресурсів у товари й послуги. Вона застосовується в різних сферах – від освітніх послуг до виробництва промислових товарів і надання послуг. Технологічні процеси залежать від властивостей продукту та включають методи обробки, переробки, використання обладнання і механізмів.

Технології можуть бути простими чи складними, що визначається рівнем складності впливу на предмет праці та кількістю технологічних компонентів.

До складових технології входять такі технологічні процеси, як:

– технологічні цикли;

- операції;
- процедури;
- елементи.

Технології поділяються на різні види:

1. Промислові (виробничі) – пов’язані з технократичними об’єктами, серед яких готелі, заклади харчування, спортивні споруди, рекреаційні комплекси, транспорт і засоби зв’язку.

2. Соціальні. До соціальних технологій належать сервіси, які ґрунтуються на:

- точності та своєчасності виконання операцій;
- комплексному задоволенні потреб клієнтів через надання основних і додаткових послуг;
- комфорту середовища в готелі;
- естетиці та ергономіці.

Готелі є найдосконалішим типом колективних засобів розміщення, що використовують замкнуту технологію виробництва і споживання послуг.

**Технологія готельної діяльності** – це сукупність соціальних і виробничих методів перетворення матеріальних, людських, фінансових та інших ресурсів для створення готельного продукту.

**Технологія готельного обслуговування** – це поетапний процес надання послуг, спрямований на виправдання очікувань гостей, забезпечення їхнього повторного візиту й отримання прибутку готелем.

**Класифікація технологій у готельному бізнесі:**

- базові технології обслуговування є фундаментом ведення готельного бізнесу, але вони не є джерелом конкурентних переваг;
- ключові технології обслуговування – це ті технології, що забезпечують конкурентну перевагу і зазвичай є менш доступними для широкого використання;
- провідні технології можуть змінювати баланс сил у конкурентній боротьбі галузі.

**Технологічний процес** є впорядкованою послідовністю взаємопов’язаних дій, що тривають від отримання вихідних даних до досягнення необхідного результату.

Технологічні процеси можуть поділитися на основні та допоміжні.

За характером технологічних операцій розрізняють технологічні процеси:

- поодинокі – для виробництва продукту або послуги;
- типові – використовуються для надання однорідних послуг;
- групові – застосовуються для надання комплексу послуг із загальними технологічними ознаками.

### 3.2 Гостьовий цикл

**Гостьовий цикл** – це процес взаємодії персоналу готелю з клієнтом впродовж усього періоду його перебування в закладі розміщення.

**Технологічний цикл обслуговування клієнта** – це стандартизований

набір послуг (якими клієнт планує скористатися під час свого перебування в готелі, і які пропонує засіб розміщення), що надаються в певній послідовності.

Основний технологічний процес надання готельних послуг, що включає підготовку та виконання основної функції надання житла, охоплює основні, обслуговуючі та допоміжні технологічні цикли.

Основний технологічний цикл визначається «замкнутим готельним циклом приймання і розміщення», який включає такі етапи:

- до прибуття – етап бронювання (reservation);
- заїзд (arrival), що включає реєстрацію гостя (check-in) і його розміщення (accommodation);
- перебування (staying) – проживання гостя в готелі та обслуговування під час його перебування;
- виїзд (departure), включаючи процедуру виписки гостя (check-out).

Перша фаза гостьового циклу починається з моменту першого контакту потенційного клієнта з готельним персоналом, задовго до його фактичного прибуття. Це спілкування зазвичай здійснюється через телекомунікаційні засоби та пов'язане з попереднім замовленням (бронюванням) готельних послуг.

Інформація про можливість бронювання номерів може надходити з різних джерел, які можуть бути постійними або епізодичними.

Постійні джерела бронювання включають заявки від туристичних агентств, компаній, що організують виставки, конференції, семінари, а також від промислових підприємств і бізнес-партнерів, розташованих поблизу готелю. До постійних джерел також належить централізована система бронювання (GDS).

Епізодичні заявки надходять від окремих фізичних осіб або компаній, що потребують одноразового розміщення.

Під час першого контакту потенційний клієнт отримує важливу інформацію про перелік послуг, їхню вартість, розташування готелю та інфраструктуру навколо. Цей етап завершується внесенням працівником рецепції заявки на бронювання в реєстраційний журнал, або ж внесення гостем інформації на сайті, що знаменує офіційний початок гостьового циклу обслуговування.

Реєстрація бронювань відіграє важливу роль у прогнозуванні завантаженості готелю, розподілі ресурсів, фінансових потоків та визначенні необхідної кількості персоналу.

Під час першої фази гостьового циклу уточнюється інформація щодо прибуття гостя, можуть уточнюватися деталі щодо термінів приїзду, потреба в трансфері або екскурсійних послугах. Напередодні заїзду здійснюється остаточне санітарне прибирання номера.

Друга фаза гостьового циклу залежить від категорії закладу і може включати зустріч гостей на вокзалі або в аеропорту, їхній трансфер до готелю, реєстрацію та розміщення або просто реєстрацію і розміщення. Зустріч і трансфер мають важливе психологічне та емоційне значення, оскільки перші враження від персоналу, міста та готелю запам'ятовуються надовго. Крім того,

вони допомагають зменшити втому гостей, що важливо, адже втомлений або невдоволений клієнт може не скористатися додатковими послугами готелю, що призводить до втрат доходів. Під час трансферу корисно надавати клієнтам інформацію про розташування готелю відносно важливих соціально-культурних та ділових об'єктів міста.

Прибуття до готелю пов'язане з організацією процесу заселення. Гостям надається інформація про послуги готелю, його структуру та правила. У цей час здійснюється попередня оплата за проживання, а також обговорюються додаткові та супутні послуги. Ця фаза відіграє інформаційну, адаптаційну та комунікаційну функції.

Третя фаза є найбільш тривалою і стосується обслуговування гостей під час їхнього проживання. Готелі, відповідно до своєї категорії та спеціалізації, мають надавати необхідний набір додаткових послуг для комфорту гостей. Незалежно від розміру або функціональних характеристик, головна мета будь-якого готелю – наблизити умови проживання до домашніх, забезпечити умови для ефективної роботи, відпочинку та розваг.

У готелях високого класу обов'язковими є такі послуги, як бізнес-центр, оздоровчі центри, транспортні послуги тощо. Додаткові та супутні послуги в середньому можуть забезпечити до 30 % доходу готелю.

Четверта фаза включає остаточний розрахунок за проживання та додаткові послуги. На цьому етапі персоналу необхідно ретельно перевірити точність рахунку разом із клієнтом, аби переконатися у правильності всіх нарахувань. У разі помилки важливо вибачитися та внести корективи. Підпис клієнта є підтвердженням правильності рахунку.

Завершальна фаза гостьового циклу в деяких готелях пов'язана з організацією трансферу гостей до вокзалу або аеропорту. Наявність цієї послуги підвищує комфорт і стимулює гостей повернутися, завдяки індивідуальному підходу та зручності.

### **3.3 Структура управління готелем: елементи та рівні**

Технологічні та комунікаційні процеси в готельному підприємстві суттєво залежать від типу його організаційної структури та форми управління.

Структура управління організацією становить упорядковану сукупність взаємопов'язаних елементів, які перебувають у стійких відносинах, забезпечуючи функціонування та розвиток підприємства як єдиного цілого.

Елементами цієї структури є: окремі працівники, служби, відділи та інші ланки управлінського апарату.

Рівень управління визначається як сукупність управлінських ланок, які займають певний ієрархічний рівень у системі управління готелем. Рівні управління готелю проілюстровані на рисунку 1.1.

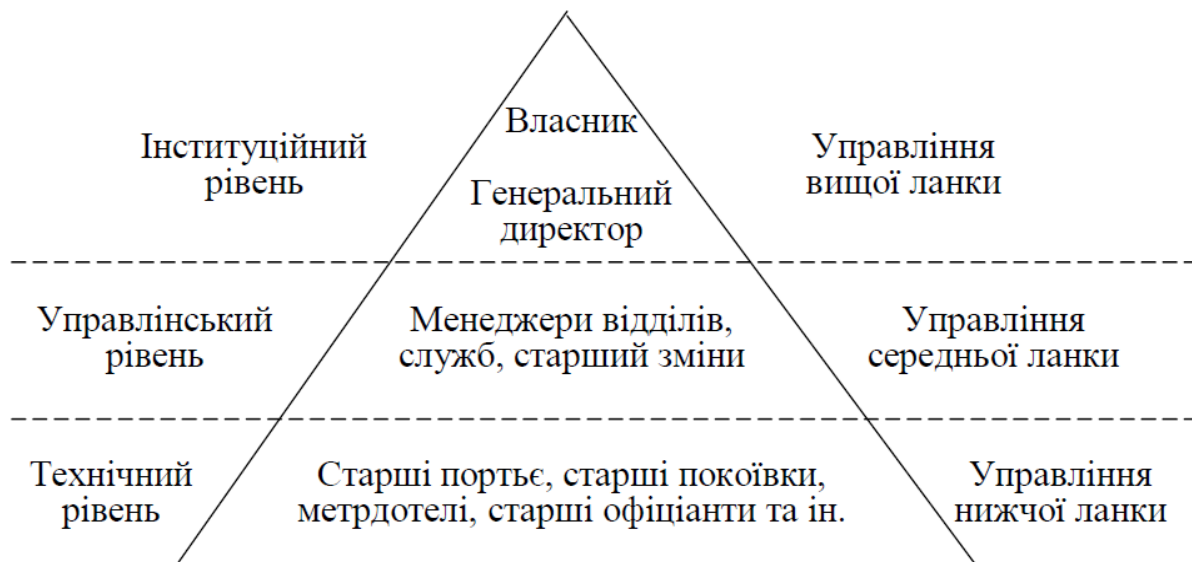


Рисунок 1.1 – Рівні управління в готелі

В організаційній структурі готельних підприємств можна відокремити такі служби:

- основні – здійснюють ключові функції, безпосередньо пов’язані з наданням послуг гостям.
- допоміжні – підтримують роботу основних служб, забезпечуючи їх необхідними ресурсами та послугами;
- додаткові – надають додаткові послуги, які покращують досвід клієнтів, але не є критично важливими для основної діяльності.

Залежно від взаємодії з клієнтами, служби поділяються на контактні (безпосередньо працюють із гостями) та безконтактні.

Зв’язки в структурі управління готельними підприємствами можна поділити на:

- лінійні – характеризуються прямим підпорядкуванням, де кожен співробітник підпорядковується одному керівнику;
- функціональні – передбачають спеціалізацію управлінських ланок за певними функціями, що дозволяє підвищити ефективність управління.

В управлінській практиці готелів найбільш популярними є такі типи організаційних структур:

### **1. Лінійна структура:**

Переваги:

- чіткі та прості зв’язки між структурними підрозділами, що полегшує комунікацію;
- єдність і чіткість розпоряджень, що сприяє злагодженій роботі;
- чітка відповідальність керівника за результати діяльності підрозділу, що дозволяє уникнути плутанини у підпорядкуванні;
- оперативність в ухваленні рішень, оскільки відсутні зайві ланки в управлінні;
- отримання виконавцями пов’язаних розпоряджень та завдань, що забезпечуються ресурсами, сприяє їхньому ефективному виконанню.

### Недоліки:

- високі вимоги до керівника, який повинен мати всебічні знання і досвід в усіх функціях управління, що може обмежувати його можливості в ефективному управлінні;
- перевантаження інформацією: великий обсяг документації та численні контакти з підлеглими і вищими організаціями можуть ускладнювати процеси;
- відсутність спеціалістів з окремих функцій управління та планування, що може негативно вплинути на якість управлінських рішень;
- невідповідність зростаючим вимогам сучасного виробництва, оскільки лінійна структура може бути недостатньо гнучкою для швидких змін.

## **2. Функціональна структура:**

### **Переваги:**

- висока компетентність спеціалістів, які відповідають за виконання конкретних функцій, що підвищує якість управління;
- розширення можливостей лінійних керівників у стратегічному управлінні виробництвом шляхом передачі частини функцій спеціалізованим підрозділам;
- централізований контроль стратегічних результатів, що дозволяє зосередитися на досягненні загальних цілей організації;
- відповідність структури до стратегії, що сприяє кращому виконанню бізнес-планів;
- підвищення ефективності управління у сферах, де завдання є регулярними і повторюваними;
- швидка реакція на потреби практики завдяки створенню нових функціональних служб.

### **Недоліки:**

- труднощі у підтримуванні постійних взаємозв'язків між різними функціональними службами, що може призводити до проблем у комунікації;
- відсутність взаєморозуміння та єдності дій між працівниками функціональних служб різних відділень готелю, що може негативно впливати на загальну ефективність;
- зменшення рівня відповідальності виконавців за роботу через подвійне підпорядкування, що ускладнює визначення, хто відповідальний за результати;
- порушення принципу єдиноначальності, що може призвести до плутанини у виконанні завдань;
- проблеми функціональної координації можуть виникати через міжфункціональне суперництво та конфлікти;
- формування суб'єктивної точки зору менеджменту та ухвалення часткових рішень, які можуть не відповідати загальним цілям організації;
- перенесення відповідальності за прибуток на вищі рівні управління, що може знижувати ініціативу на нижчих рівнях;
- нераціональне визначення пріоритетів організації функціональними спеціалістами, що може призвести до нерівномірного розподілу ресурсів.

### **3. Лінійно-функціональна структура (комбінована):**

#### **Переваги:**

- вивільнення головного лінійного керівника від детального вивчення виробничих завдань та управлінських проблем, що дозволяє зосередитися на стратегічних питаннях;
- професійне опрацювання, дослідження та аналіз управлінських рішень завдяки залученню висококваліфікованих фахівців, що покращує якість прийнятих рішень;
- можливість залучення експертів, консультантів, науковців та спеціалістів-практиків для вдосконалення технологічного процесу, що сприяє впровадженню інновацій та підвищенню ефективності.

#### **Недоліки:**

- тенденції до надмірної централізації ухвалення управлінських рішень, що може призвести до затримок у реакції на зміни;
- відсутність тісного взаємозв'язку та взаємодії на горизонтальному рівні між структурними підрозділами готелю, що може ускладнити комунікацію та співпрацю;
- ускладнена реалізація технологічних нововведень без залучення керівників вищої ланки, що може сповільнити процеси впровадження нових ідей.

### **4. Продуктова структура:**

#### **Переваги:**

- створення логічних і дієвих засобів децентралізації влади, що дозволяє підрозділам діяти самостійно та швидко ухвалювати рішення;
- чітка система підзвітності менеджерів підрозділів за прибутки (збитки), що сприяє підвищенню ефективності управління;
- здатність швидко реагувати на зміну умов конкуренції, технології та попиту, що дозволяє підприємству бути більш адаптивним у динамічному середовищі;
- покращення координації функцій підрозділів, що сприяє більш злагодженій роботі в межах організації.

#### **Недоліки:**

- збільшення витрат на утримання персоналу, оскільки кожен підрозділ може потребувати окремих спеціалістів;
- проблема встановлення оптимального рівня децентралізації, що може призводити до неефективності в управлінні;
- автономія підрозділів може блокувати досягнення вигід стратегічного поєднання, ускладнюючи реалізацію спільних цілей;
- випадки надмірної конкуренції між підрозділами за ресурси та увагу готельного комплексу, що може призводити до конфліктів і зниження ефективності.

### **5. Матрична структура:**

#### **Переваги:**

- достатня увага кожному зі стратегічних пріоритетів готельного підприємства, що сприяє збалансованому розвитку;

- можливість одночасного впровадження різних типів стратегічних ініціатив, що підвищує гнучкість організації;
- створення умов для ухвалення рішень за критерієм найбільшої вигоди для організації, що оптимізує ресурси;
- заохочення кооперації та координації споріднених видів технологічних процесів, що підвищує ефективність;
- значна активізація діяльності керівників і працівників управлінського апарату, що стимулює інновації та ініціативність;
- розподіл функцій управління між керівниками, які відповідають за досягнення високих кінцевих результатів (керівники проектних груп), та керівниками функціональних підрозділів;
- забезпечення гнучкості та оперативності маневрування ресурсами при виконанні кількох програм в межах готелю.

#### **Недоліки:**

- труднощі в утримуванні балансу між двома лініями влади, що може призводити до конфліктів;
- можливість нераціональних витрат часу на комунікації, що знижує ефективність;
- труднощі оперативного вирішення проблем у зв'язку з різними підходами значної кількості керівників, що може уповільнювати процеси;
- сприяння розвитку організаційної бюрократії та послаблення дієвого підприємництва, що може заважати інноваціям;
- значні розміри та складність комунікаційного процесу, що ускладнює управлінські рішення.

Конкурентоспроможна система управління готелем повинна відповідати таким характеристикам:

- простота і гнучкість: система управління повинна бути зрозумілою і здатною швидко адаптуватися до змін;
- невелика кількість рівнів управління: для швидшого ухвалення рішень і зменшення бюрократії;
- малі підрозділи з кваліфікованими фахівцями: це сприяє більш ефективному виконанню завдань та підвищує рівень обслуговування;
- орієнтація на споживачів: послуги й організація роботи мають бути спрямовані на задоволення потреб гостей.

#### Можуть розрізнятися **форми управління підприємствами гостинності:**

- офіційна угода між власником готелю та управлінською компанією (управління за контрактом);
- управління за договором франчайзингу, що передбачає використання бренду і бізнес-моделі франчайзера;
- передача управління готелем в оренду третій стороні на певний термін;
- незалежне управління (управління готелем без зовнішніх контрактів чи франшиз, за власними стандартами).

### **Запитання для самоконтролю:**

1. Який термін впровадили фахівці конфедерації HOTREC, і що він означає в контексті готельного бізнесу?
2. Охарактеризуйте основні концепції моделі гостинності, які з них найбільш важливі для створення позитивного іміджу готелю?
3. Надайте визначення технології в контексті готельної діяльності.
4. Що таке Єдина система технологічної документації (ЄСТД), і яку роль вона відіграє в стандартизації технологічних процесів?
5. Які види технологій існують у готельному бізнесі, чим вони відрізняються одна від одної?
6. Охарактеризуйте основні етапи технології готельного обслуговування.
7. Що таке гостьовий цикл, охарактеризуйте його основні етапи.
8. Яка інформація надається потенційному клієнту під час першого контакту з персоналом готелю?
9. Охарактеризуйте другу фазу гостьового циклу, і чому важливо забезпечити комфортний трансфер для гостей?
10. Які дії необхідно виконати на четвертій фазі гостьового циклу, чому важливо перевірити точність рахунку разом із клієнтом?

## 4 СУТНІСТЬ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ І ЦИКЛІВ

### 4.1 Класифікація технологічних процесів

**Основні технологічні процеси** відображають головну функцію певного виду діяльності: готель надає послуги розміщення, ресторан – забезпечує харчування гостей, а туристична компанія організовує тури.

**Допоміжні технологічні процеси** створюють необхідні умови для реалізації основних процесів, такі як контроль за станом обладнання та приміщень, їхнє обслуговування та ремонт.

**Обслуговуючі технологічні процеси** пов'язані з експлуатацією приміщень та обладнання (прибирання, чистка), а також зберіганням і переміщенням сировини, матеріалів, напівфабрикатів та готової продукції. Ці процеси виконуються складськими, транспортними і технічними службами. До обслуговуючих процесів належать і соціальні послуги, які надаються співробітникам підприємства.

Допоміжні та обслуговуючі процеси можуть передаватися на аутсорсинг спеціалізованим компаніям, для яких такі види діяльності є основними. Це дає можливість зменшити витрати і підвищити якість обслуговування, що особливо вигідно для готельних підприємств. Проте передача процесів на аутсорсинг не позбавлена недоліків, отже, приймаючи таке рішення, варто ретельно зважити всі за та проти.

**Технологічні процеси можна класифікувати за такими ознаками:**

1. За способом впливу на предмет праці або споживання технологічні процеси можуть відбуватися як за участю людини, так і без неї, при цьому розрізняють технологічний (здійснюваний за допомогою технічних засобів та технологій) та природний впливи;

– за характером зв'язку вихідного матеріалу і кінцевого продукту процеси бувають аналітичними, синтетичними та прямими.

**Аналітичний процес** – з одного вихідного матеріалу отримують кілька продуктів (наприклад, готель як «вихідний матеріал» надає різні послуги: проживання, харчування, розваги, оздоровлення).

**Синтетичний процес** – з кількох елементів створюється один продукт (наприклад, експлуатація житлового поверху готелю потребує злагодженої роботи різних служб).

**Прямий процес** – одна «сировина» перетворюється в один кінцевий продукт.

2. За рівнем механізації виділяють: ручні, машинно-ручні, частково автоматизовані та комплексно автоматизовані процеси. Наприклад, у більшості українських готелів клінінг є машинно-ручним, а процес прийому та розміщення гостей – частково автоматизованим.

3. За масштабом виробництва:

– масовий – виготовлення великих обсягів однотипної продукції;

– серійний – виробництво повторюваних партій товарів;

– індивідуальний – створення унікальних продуктів у штучному виконанні.

Технологічні процеси можуть бути переривчастими (індивідуальний і серійний випуск продукції) або безперервними (масове виробництво за умов повної автоматизації).

Складність технологічного процесу визначається кількістю його циклів. Цикли характеризуються однаковістю наданих послуг або виробленої продукції в межах однієї робочої зони. Наприклад, цикл «бронювання» є частиною технологічного процесу приймання та розміщення гостей.

Технологічні операції, як елементи циклів, є відносно короткими, обмеженими за часом і виконуються окремо. Їх можна поділити за призначенням і рівнем механізації.

Залежно від призначення, технологічні операції бувають:

– технологічні, які змінюють стан або розміщення об'єкта (транспортні, вантажні операції);

– обслуговувальні, що включають ремонт, прибирання та складування;

– вимірювальні, які перевіряють відповідність процесу стандартам.

За рівнем механізації операції поділяються на:

– ручні;

– механізовані;

– машинно-ручні;

– машинні;

– автоматизовані;

– апаратурні.

Операції можуть бути поділені на трудові та технічні елементи.

Матеріальною основою будь-якого технологічного процесу є взаємодія людини з предметом праці або споживання, що впливає на просторову організацію робочого місця.

У сфері послуг існують два види просторів: виробничий та споживчий. Основою просторової структури є головний простір, який відповідає основному процесу виробництва або споживання (наприклад, у ресторані це торговельний зал). Додатковий простір забезпечує комфорт (наприклад, аванзал), а допоміжний простір підтримує санітарні та технічні умови.

Первинним типом простору є монопростір, де проходить технологічний процес. Він поділяється на робоче місце (для операцій), робочу зону (для циклів) і групу зон (для процесу загалом). Монопростір є основою для створення поліпростору, який об'єднує кілька технологічних процесів.

Робоче місце є базовою планувальною одиницею технологічного процесу. Залежно від типу процесу можна виокремити три варіанти організації планування:

– повторюваний малий планувальний елемент (технологічний процес складається з циклів, що повторюються);

– повторюваний великий планувальний елемент (функціональний процес включає різні види технологічних процесів як споживання, так і виробництва);

– поєднання великого і малого елементів (основні та обслуговувальні технологічні процеси відбуваються разом).

Необхідність уніфікації технологій готельних послуг визначається типологічними обмеженнями закладів розміщення (готельних і не готельних типів).

Організація простору для виробництва та споживання послуг розміщення дозволяє структурувати й уніфікувати процеси розміщення.

Основні технологічні процеси складаються з циклів, які формують робочі зони в монопросторі основного процесу. Ці цикли поділяються на основні, допоміжні та обслуговувальні.

**Основний технологічний цикл** визначається рівнем гостинності, культурою та якістю обслуговування, а також організацією праці (індивідуальна чи бригадна). Існують три типи основних технологічних циклів: замкнутий, розімкнутий і цикл гостинності.

**Допоміжні технологічні цикли** забезпечують умови для виконання основних циклів, включаючи контроль технічного й естетичного стану приміщень і обладнання, а також їхнє обслуговування і ремонт. Вони поділяються на два види: цикл контролю за технічним і естетичним станом приміщень та цикл контролю за станом обладнання, механізмів і автоматичних систем.

**Обслуговувальні технологічні цикли** стосуються експлуатації обладнання і приміщень (прибирання, чищення), зберігання та переміщення матеріалів, сировини, напівфабрикатів і готової продукції. Вони виконуються складськими, транспортними і технічними службами. Існує шість видів таких циклів: прибирання житлових і нежитлових приміщень, управління білизняним господарством, використання засобів для чищення, інформаційні технології, а також бронювання і резервування.

#### **4.2 Основний технологічний процес виробництва готельних послуг**

Основний технологічний процес надання готельних послуг визначається класичним циклом взаємодії з гостем: прибуття, проживання, виїзд.

Цей процес, що охоплює підготовку до надання послуги розміщення, включає основні, обслуговувальні та допоміжні технологічні цикли. Основний цикл будується на «замкнутому готельному циклі прийому і розміщення», що складається з етапів бронювання, прийому гостей, реєстрації документів, передоплати, розміщення, нічного аудиту, організації виїзду та остаточного розрахунку.

Монопростір основного технологічного процесу розміщення охоплює приміщення вестибюльної зони, яка організована за принципом поєднання великого та кількох малих планувальних елементів. Цей простір поділяється на дві зони: контактну («front desk») і неконтактну.

Поділ цього простору на зони створює можливість розімкнутого технологічного циклу, де бронювання-резервування покращує умови надання послуги розміщення. Контактна зона, у якій відбувається процес заселення та

виїзду гостей, безпосередньо має впливає на настрої останніх і формує перше враження про рівень гостинності. Ця зона також є місцем звернення гостей у разі виникнення у них якихось питань. Враження гостей визначаються «Технологією гостинності», яка включає дотримання певних стандартів: технологічних, поведінкових і стандартів обслуговування.

Стандартизація технологічних операцій допомагає дотримуватися технологічної послідовності та визначати часові рамки для виконання завдань (наприклад, розміщення займає 2–3 хвилини, передача факсу – не більше 10 хвилин).

Поведінкові стандарти обслуговування передбачають три ключові елементи:

- тепле і щире привітання, звертатися до гостя рекомендується за іменем;
- готовність до задоволення потреб гостей під час їхнього перебування;
- доброзичливе прощання.

У сучасних готелях основні технологічні цикли автоматизовані завдяки інформаційним технологіям та спеціалізованим програмам.

Обслуговуючі технологічні цикли стосуються інформаційних технологій, безпеки, експлуатації приміщень і обладнання (прибирання, чищення) та підтримки охорони підприємства. До цих циклів відносяться: управління інформацією, бронювання і резервування, забезпечення охорони та безпеки, клінінг і технічне обслуговування нежитлових приміщень.

Допоміжні технологічні цикли забезпечують контроль за технічним та естетичним станом приміщень, обладнання, механізмів і автоматів, підтримуючи основні процеси надання готельних послуг.

### **4.3 Основні технологічні цикли. Приймання гостя**

Основні технологічні цикли виконуються в контактній зоні («front desk») службою прийому та розміщення і значною мірою залежать від розмірів підприємства, рівня механізації та автоматизації, а також наявності комп'ютерних систем. До цих циклів входять такі етапи: приймання гостя, реєстрація документів, попередня оплата після прибуття, надання розміщення, нічний аудит і розрахунок під час виїзду.

Технологічні операції основного технологічного циклу «Приймання гостя» передбачають:

– зустріч гостя – технологічна операція, що передбачає тепле та щире привітання, бажано на ім'я, а також з'ясування бажаних умов розміщення: категорії номера, ціни, термінів перебування, порядку оплати та умов харчування;

– перевірка наявності та дійсності паспортів або документів, що їх замінюють;

– для іноземних гостей – перевірка правильності оформлення візи, включаючи категорію візи, номер, дату видачі та термін дії.

#### **4.4 Технологічні операції основного технологічного циклу «Реєстрація документів»**

Реєстрація документів є ключовою функцією в контактній зоні («front desk») і дещо відрізняється для іноземних громадян і громадян України.

Технологічні операції основного циклу «Реєстрація документів» включають:

1. Оформлення документів на проживання: для громадян України заповнюється анкета, а для іноземних громадян – реєстраційна картка, згідно з «Інструкцією в'їзду, виїзду та транзиту іноземців в Україні». Анкета і картка схожі за реквізитами, включаючи пункт «Ознайомлення з Правилами» і номер кредитної картки. Гість підписує документ, підтверджуючи «Договір на розміщення». Раніше, після виїзду документи зберігалися в картотеці місяць, а потім передавалися в архів відповідно до інструкцій МВС України. Наразі реєстрація гостей у готелях здійснюється в електронній формі.

2. Звірка даних документів особи з інформацією в анкеті або реєстраційній картці.

3. Оформлення і видача візитної картки, яка дає гостю право на розміщення в номері й отримання ключів або пластикової картки (якщо готель використовує електронні замки). Картка містить інформацію про номер помешкання, прізвище, країну, дату і час заїзду-виїзду, тип харчування.

4. Дані про іноземців автоматично передаються до централізованої електронної системи.

5. Під час ведення паперових журналів виконується внесення даних у «Журнал реєстрації іноземних гостей». Журнали мають бути пронумеровані, прошиті та скріплені печаткою і підписом керівника. Ведення журналу здійснюється в одному екземплярі.

6. Систематизація паспортів: паспорти упорядковуються відповідно до умов розміщення гостей.

7. Контроль оплати туристичного збору, який вноситься в рахунок обслуговування окремим пунктом.

8. Повернення документів клієнту: своєчасна видача зареєстрованих документів гостю.

9. Архівація: всі дані архівуються у власних електронних системах управління (Property Management System – PMS).

#### **4.5 Технологічні операції основного технологічного циклу «Попередня оплата після прибуття»**

Технологічні операції основного циклу «Попередня оплата після прибуття» розрізняються залежно від виду розрахунку: готівкові або безготівкові.

Операція «Розрахунок готівкою» може здійснюватися як з використанням кредитної картки, так і у готівковій формі та може включати такі етапи:

- перевірка чинності кредитної картки;
- роздрукування рахунку;
- передоплата проживання;
- оплата туристичного збору;
- прийом грошей від гостя;
- передача першого екземпляра рахунку гостю;
- підшивка другого екземпляра рахунку до касового звіту;
- інкасація грошей;
- передача касового звіту в бухгалтерію.

Технологічні операції **«Безготівковий розрахунок»** здійснюються шляхом перерахування коштів за договірними цінами відповідно до угод з підприємствами та включають:

- оформлення угоди на надання послуг розміщення;
- визначення ціни за послуги відповідно до укладеного договору;
- створення документації для обліку зайнятих номерів;
- проведення розрахунків за надані послуги;
- здійснення платежу за резервування номера;
- оплата туристичного збору;
- передача документів до бухгалтерії для обліку;
- отримання платежів відповідно до укладених угод;
- перевірка відповідності кредиту та витрат, пов'язаних з обслуговуванням клієнтів.

#### **4.6 Технологічні операції основного технологічного циклу «Надання розміщення і додаткових послуг»**

Технологічні операції основного технологічного циклу «Надання розміщення та додаткових послуг» охоплюють процеси розподілу номерів, супроводження гостей до їхніх кімнат і надання додаткових послуг. У міжнародній практиці ці функції часто виконує супервайзер або консьєрж. Ці технологічні операції включають такі процедури:

- формування даних про вільні та зайняті номери, а також про ті, що заброньовані, прибрані або потребують прибирання;
- супроводження гостя в номер може передбачати зустріч гостей швейцаром, перенесення їхнього багажу у вестибюль готелю та передачу його посильному. Після реєстрації і отримання ключа посильний супроводжує гостей до номера, інформуючи про всі доступні послуги. Ця операція залежить від рівня комфорту готелю та може вважатися додатковою послугою;
- надання додаткових послуг, асортимент яких залежить від категорії та спеціалізації готелю. Додаткові послуги можуть надаватися як у номері, так і в спеціалізованих або інших приміщеннях готелю.

Додаткові послуги в готелях залежать від наявності пральні, кравецької, ремонтних майстерень, перукарні, аптечного кіоску, пункту обміну валют, сауни, тренажерного залу, басейну, фітнес-клубу, майданчиків для гольфу, тенісних кортів, бізнес-центру, приміщень для переговорів, послуг прокату автомобілів тощо.

Технологічна операція «Надання додаткових послуг» містить отримання інформації про доступні послуги, прийом замовлень, їхнє виконання, внесення оплати за послугу до основного рахунку (або оплати безпосередньо на місці), а також проведення розрахунків під час виїзду.

#### **4.7 Технологічні операції основного технологічного циклу «Організація виїзду і розрахунок під час виїзду»**

Технологічні операції основного циклу «Організація виїзду та розрахунок під час виїзду» включають перевірку стану номерів після виїзду та розрахунок за додаткові послуги. Додаткові послуги можуть бути сплачені на місці або включені в загальний рахунок.

Технологічні операції цього циклу складаються з таких процедур:

- перевірка інформації про виїзд гостей;
- оцінка стану номерів після виїзду;
- уточнення даних щодо телефонних розмов та додаткових послуг, які не були включені в рахунок;
- розрахунок за проживання та додаткові послуги, що містяться в рахунку;
- прийом ключа від гостя;
- остаточний розрахунок;
- перенесення багажу та організація трансферу.

#### **Запитання для самоконтролю:**

1. *Охарактеризуйте основні технологічні процеси, притаманні готельному бізнесу.*

2. *Охарактеризуйте види допоміжних технологічних процесів, як вони впливають на основні процеси?*

3. *Надайте класифікацію технологічних процесів за способом впливу на предмет праці, наведіть приклади.*

4. *У чому полягає різниця між аналітичними, синтетичними та прямими технологічними процесами?*

5. *Які два види просторів існують у сфері послуг, і яке їхнє значення в організації технологічних процесів?*

6. *Які основні функції виконують обслуговувальні технологічні цикли, охарактеризуйте види цих циклів?*

7. *Охарактеризуйте структуру основного технологічного процесу надання готельних послуг.*

8. *Чим характеризується контактна зона «front desk» і яку роль вона відіграє в готельному сервісі?*

9. *Охарактеризуйте ключові елементи поведінкових стандартів обслуговування в готелях.*

10. *Чим відрізняються обслуговувальні технологічні цикли від допоміжних у контексті надання готельних послуг?*

## **5 ТЕХНОЛОГІЯ ПРИБИРАЛЬНИХ РОБІТ У ЖИТЛОВИХ ГРУПАХ ПРИМІЩЕНЬ**

### **5.1 Компоненти технологічних циклів прибирання житлових приміщень готелю**

Здійснення процедур прибирання у житлових приміщеннях готелю покладається на служби експлуатації номерів. Ключовим завданням цього структурного підрозділу є підтримка необхідного рівня комфорту та санітарно-гігієнічного стану готельних номерів, а також приміщень загального користування, таких як холи, фойє, переходи та коридори.

Служба експлуатації номерів є найбільшою за кількістю працівників і зазвичай складається з майже 50 % всього персоналу. Цей відділ очолює менеджер, якому підпорядковані покоївки, чергові по поверху, супервайзери та інші працівники служби.

Основним завданням покоївок є різні види прибирання номерів – поточне щоденне, проміжне, після від'їзду гостя та генеральне прибирання.

Надзвичайно важливою є розробка технологічного стандарту для клінінгу. Цей стандарт визначає різновиди клінінгових технологій, їхню санітарно-гігієнічну спрямованість, порядок виконання технологічних операцій та стандарти часу виконання. Прикладом таких стандартів можуть бути «Технологічні інструкції з прибирання номерів», які використовуються в сучасних готельних підприємствах з урахуванням нових видів прибиральних матеріалів, механізмів та засобів для миття і чищення.

### **5.2 Нормативна хронологія технологічних циклів клінінгу**

Хронологія технологічних циклів клінінгу містить такі етапи:

1. Перед тим як розпочати прибирання номерів, покоївка повинна перевірити заброньовані номери, які були прибрані напередодні. Під час цієї перевірки важливо оцінити якість прибирання самого номера, санітарного вузла, справність функціонування освітлення, телевізора, холодильника, телефону, радіоточки, а також перевірити наявність рекламного та інформаційного матеріалу.

2. Починаючи прибирання, покоївка спочатку займається тими номерами, які залишилися вільними після від'їзду гостей. Після завершення прибирання вона негайно передає підготовлені для заселення номери в службу прийому та розміщення.

3. Проводиться щоденне поточне прибирання зайнятих гостями номерів.

4. Виконується проміжне прибирання за наявності відповідних завдань.

5. Генеральне прибирання проводиться за планом один раз на 10 днів у тих номерах, які залишилися вільними після від'їзду гостя.

6. Встановлені норми можуть бути змінені за умови, якщо це визначено завданням або якщо гість вивісив табличку «Будь ласка, приберіть мою

кімнату» на ручці зовнішніх дверей, чи навпаки, вивісив табличку «Будь ласка, прошу не турбувати».

### **5.3 Нормативна хронологія технологічних операцій клінінгу в номерах**

Стандартна послідовність технологічних операцій прибирання в номерах визначається залежно від типу номеру.

#### **Багатокімнатний номер:**

- спальня;
- їдальня;
- вітальня;
- східці (за наявності дворівневих номерів);
- санітарний вузол.

#### **Двокімнатний номер:**

- спальня;
- вітальня;
- передпокій;
- санітарний вузол.

#### **Однокімнатний номер:**

- житлова кімната;
- передпокій;
- санітарний вузол.

Ця хронологія слугує основою для якісного уніфікованого прибирання. Важливо враховувати тип, площу та розташування номеру для оптимального використання робочого часу та ресурсів.

Звертаючи увагу на кожен елемент номеру, від спалень до санітарних вузлів, забезпечується повнота прибирання та створюється комфортне середовище для гостей.

Цей стандарт може піддаватися змінам або доповненням відповідно до конкретних вимог гостей або завдань, що може бути визначено службою прийому і розміщення.

### **5.4 Поточне щоденне прибирання**

#### **Технологічні операції «Прибирання житлової кімнати».**

##### **1. Процес дезінфекції:**

- перед початком очищення провести обприскування умивальника, ванни та унітазу дезінфікувальним розчином;
- винести рушники та сміттєвий кошик у передпокій і зачинити двері санітарного вузла.

##### **2. Провітрювання:**

- відкрити вікно або балконні двері для провітрювання приміщення, зафіксувавши їхнє відкриття;
- у випадку наявності кондиціонера ця операція виключається.

### 3. Заміна постільної білизни:

- зняти ковдру, подушку та простирadlo, поклавши їх на крісло, а перину перевернути на іншу сторону;
- зібрати використану постільну білизну, включаючи рушники, та перенести на візок;
- забрати з візка чисту білизну і покласти її на спинку стільця.

### 4. Порядок прибирання обіднього столу:

- якщо гість залишив їжу, залишки продуктів потрібно покласти на тарілку і помістити в холодильник або залишити на столі, прикривши їх серветкою;
- посуд, який є власністю готелю, потрібно ретельно вимити і покласти в тумбочку або залишити на столі, прикривши його чистою серветкою;
- у випадку, якщо їжа була доставлена в номер, посуд, який належить ресторану, потрібно повернути офіціантам. Для цього необхідно повідомити ресторан по телефону і дозволити їм забрати посуд;
- попільницю необхідно винести з кімнати і наповнити водою в умивальнику. Перед видаленням сміття з попільниці необхідно перевірити, чи немає там цінних речей.

### 5. Прибирання ліжка:

- здійснити заміну постільної білизни відповідно до встановлених норм: щоденно змінюють постільну білизну для всіх гостей у номерах вищої категорії; не рідше одного разу на три дні проводиться заміна білизни у номерах I і II категорії; щодня змінюють рушники для всіх гостей;
- перевірити стан ліжка, а також чистоту матрацу і перини. За допомогою пилососа очистити матрац і перину, ретельно розкласти їх на ліжку;
- розстелити простирadlo на ліжку, підігнувши один край під перину в напрямку внутрішньої сторони ліжка, а інший край – під матрац;
- одягнути наволочку, збити подушку і помістити її на простирadlo клапаном до низу ліжка. Піжами кладуться під подушкою;
- розправити ковдру в підковдрі, поклавши її поверх простирadla і подушки, підігнувши краї з обох боків так, щоб виріз підковдри був по центру. Переконавшись, що той самий кінець ковдри завжди звернений до голови;
- покрити ліжко покривалом так, щоб краї ліжка були чітко виділені;
- халат гостя розміщують у шафі. Взуття та тапочки вивозять у передпокій;
- у разі виявлення на білизні слідів від комах тощо, негайно повідомити про це бригадира.

### 6. Прибирання письмового столу:

- якщо шухляда письмового столу не містить особистих речей гостя, викласти її і протерти ззовні та всередині легко вологою ганчіркою;
- протерти поверхню столу і предмети, розташовані на ньому, від пилу;
- перевірити наявність рекламних матеріалів, паперу та конвертів у папці. Папку розмістити на столі поряд із телефоном;
- протерти телефонний апарат та телевізор сухою ганчіркою та перевірити їхню роботу;

– попільницю вимити, протерти насухо і розмістити на столі.

#### 7. Вологе та сухе протирання:

– протерти холодильник та перевірити його роботу;

– вологою ганчіркою протерти віконні рами, підвіконня і плінтуси;

– сухою ганчіркою протерти поперечки і ніжки столів, крісел, стільців, а також внутрішню поверхню шаф.

#### 8. Контроль оснащення та справності приладів і устаткування:

– перевірити наявність плечиків у шафі для одягу: не менше 12 штук у номерах вищої категорії, 10 штук у двомісних номерах першої категорії та 5 штук у одномісних номерах;

– перевірити наявність щіток для одягу та взуття та ключа для відкривання пляшок. Щітки для одягу та взуття знаходяться в передпокої. За необхідності поповнити їх;

– перевірити роботу електроустаткування та світильників.

#### 9. Механізована технологічна операція прибирання:

– використовуючи пилосос, очистити драпірування, м'які меблі та килимове покриття;

– провести видалення пилу зі стін та підлоги.

#### **Технологічні операції «Прибирання санітарного вузла».**

##### 1. Дотримання санітарно-гігієнічних вимог:

– одягнутися у прогумований фартух та гумові рукавички.

##### 2. Винести сміття з кошика; вимити кошик.

##### 3. Помити стіни санітарного вузла:

– спеціальним засобом;

– змити стіни чистою водою;

– протерти сухою ганчіркою.

##### 4. Прибирання дзеркального набору:

– обережно протерти дзеркало спочатку вологою, а потім сухою ганчіркою до досягнення блиску;

– вимити туалетну поличку з обох сторін і протерти її;

– вимити склянки, відполірувати і поставити їх на поличку в серветку, згорнуту конвертом.

5. Перевірити наявність набору туалетного приладдя і туалетного паперу, за потреби поповнити їх.

##### 6. Прибирання умивальника:

– помити внутрішню та зовнішню сторони умивальника, приділяючи увагу їхній чистоті;

– змити гарячою водою;

– протерти мийним засобом;

– промити гарячою водою;

– прополоскати дезінфікувальними засобами;

– знову промити водою.

##### 7. Прибирання ванни:

– змити ванну гарячою водою;

– протерти її мийним засобом;

- вимити гарячою водою;
- сполоснути дезінфікувальними засобами;
- знову промити водою, звертаючи увагу на злив води і стан ланцюжка від пробки;

- вимити штору для ванни.

8. Вимити сантехнічну арматуру: помити крани, гнучкий шланг і мильницю, уникаючи утворення мильних плям на металі.

9. Протерти насухо чистою білою ганчіркою:

- глазуровані плитки стін над ванною;
- ванну;
- умивальник.

10. Проконтролювати чистоту стоків ванни й умивальника.

11. Прибирання унітаза і біде:

- надіти гумові рукавички;
- облити внутрішні стінки гарячою водою;
- протерти пастою;
- сполоснути гарячою водою;
- промити дезінфікувальним розчином, включаючи кришку і ручки;
- протерти сухою ганчіркою всі поверхні;
- вимити водою з доданням дезінфікувального розчину гумовий килимок і підлогу.

12. Завершення прибирання санітарного вузла:

- помити руки;
- повісити чисті рушники;
- лазневі рушники повісити на верхні рівні сушарки для рушників;
- рушники для ніг повісити на нижній рівень сушарки для рушників;
- рушник махровий особистий повісити на тримач для рушника;
- рушник під ноги покласти на ванну.

### **Технологічні операції «Проміжного прибирання».**

Цей вид прибирання зазвичай виконується у другій половині дня за умови його включення в наряд робіт або на прохання гостя.

Під час проміжного прибирання виконуються такі роботи:

- видалення сміття з попільниць, кошиків та підлоги;
- упорядкування столу, якщо в номері подавалося харчування;
- прибирання ліжка, якщо гість відпочивав;
- миття ванни, якщо гість користувався нею протягом дня;
- миття склянок.

## **5.6 Прибирання номерів після виїзду гостя**

### **Технологічна операція «прийняття номера»:**

- перевірити, чи немає забутих гостями речей: у ліжку, на письмовому столі, у платтяній шафі та санітарному вузлі;
- уважно перевірити цілісність майна готелю;
- зняти з ліжка ковдру, простирadlo, перевернути перину.

1. У разі виявлення ушкодження майна або забутих речей:
  - покоївка негайно доповідає про це бригадиру або завідувачу корпусом;
  - про псування майна обов'язково складають акт.
2. Забуті речі обов'язково здаються у службу приймання й обслуговування за актом.
3. Категорично забороняється залишати забуті клієнтами речі на поверсі або відносити їх додому.
4. Провести технологічну операцію в обсязі, вказаному в розділі «Поточне щоденне прибирання».

### **5.7 Генеральне прибирання**

Генеральне прибирання номерів проводиться один раз на 10 днів.

Під час генерального прибирання номерів потрібно виконати такі технологічні операції:

- вибити матраци і м'яке крісло, стільці через мокру ганчірку;
- видалити пил зі стін пілососом, використовуючи круглу щітку з довгим ворсом, прочистити вентиляційні решітки;
- вимити віконне скло, крім зовнішнього боку, і двері;
- простежити, щоб електрики щомісяця протирали від пилу електросвітільники і люстри в номерах;
- випрати тюль;
- видалити плями на килимі.

Провести роботу в обсязі, зазначеному в розділі «Поточне щоденне прибирання».

#### **Запитання для самоконтролю:**

1. *Яка основна функція служби експлуатації номерів у готелях?*
2. *Які типи прибирання виконують покоївки в готелі?*
3. *Як впливають технологічні стандарти на обслуговувальні технологічні цикли в клінінгу?*
4. *Які етапи перевірки повинна виконати працівниця з обслуговування перед початком прибирання?*
5. *Які умови можуть призвести до зміни встановлених норм прибирання?*
6. *Які етапи включає процес дезінфекції житлової кімнати?*
7. *Чому важливо відкрити вікно або балконні двері під час прибирання?*
8. *Охарактеризуйте процес заміни постільної білизни.*
9. *Охарактеризуйте процес прибирання обіднього столу.*
10. *Які особливості генерального прибирання номерів?*
11. *Які потрібні спеціальні засоби для миття стін санітарного вузла?*
12. *Охарактеризуйте процедуру очищення умивальника.*
13. *Охарактеризуйте процес проміжного прибирання в номері.*
14. *Що необхідно зробити після завершення прибирання санітарного вузла?*

## **6 ТЕХНОЛОГІЯ ПРИБИРАЛЬНИХ РОБІТ НАВКОЛИШНЬОЇ ТЕРИТОРІЇ ТА ВЕСТИБЮЛЬНОЇ ГРУПИ ПРИМІЩЕНЬ**

### **6.1 Технологія прибиральних робіт навколишньої території**

З метою здійснення контролю санітарно-екологічного стану навколишньої території за конкретним підприємством готельного господарства закріплюється певна площа.

На території підприємства готельного господарства можуть бути розташовані:

- озеленені площі у вигляді паркових зон;
- водоймища, річки; мінеральні джерела;
- тротуари, автошляхи, автостоянки;
- розважальні майданчики;
- інші об'єкти.

За моніторинг санітарно-екологічного стану прилеглої території відповідають Державні санітарні й екологічні служби. Згідно з вимогами, підприємства готельного господарства мають регулярно проводити прибирання на території навколо. Відповідно до сезону, погодних умов і особливостей обслуговування розташованих об'єктів на закріпленій території, виконуються відповідні прибиральні роботи.

Основні прибиральні заходи на території підприємства готельного господарства розпочинаються та проводяться в періоди, коли відсутній значний потік людей. Організація прибиральних робіт на прилеглих територіях включає в себе конкретні роботи, що залежать від сезону.

**Основні заходи з прибирання в зимовий період** включають щоденне видалення бруду та снігу з доріжок, бордюрів, тротуарів і під'їзних автошляхів. Садівники також проводять очищення доріжок у парках. У цей період важливо регулярно перевіряти стан багатолітніх насаджень.

Прибирання снігу на території підприємства готельного господарства може здійснюватися власним персоналом або залученням комунальних служб. Зимом особлива увага приділяється тротуарам, доріжкам і відкритим переходам. З метою запобігання нещасним випадкам забезпечується безпека споживачів готельних послуг шляхом обсипання доріжок та тротуарів спеціальними засобами, такими як пісок і сіль, що зменшують їхню слизькість.

Для виконання прибиральних робіт застосовують спеціальні механізми, машини та інвентар. На підприємствах готельного господарства високої категорії доріжки та частина тротуару, що веде до центрального входу, можуть бути обладнані системою поверхневого підігріву, яка забезпечує комфорт та естетичний вигляд.

**Весняні прибиральні роботи включають:**

- очищення від залишків сміття, яке залишилося після остаточного танення снігу;
- проведення дрібного ремонту шляхів, тротуарів і доріжок;

– особлива увага приділяється каналізаційним колодязям та місцям з талою водою під час розтавання снігу.

Також важливо в цей період належну увагу приділяти підготовці земельних ділянок для висаджування квітів та однорічних рослин. У березні садівники розчищають кущі та дерева, надають їм потрібну форму, проводять роботи щодо захисту стовбурів дерев від шкідників, а також вибілюють їх спеціальним вапняним розчином.

На площах, де засіяна трава, збирають пожовтілі, сухі рослини, скопують землю та засівають. У квітні на клумбах висаджують весняні квіти й однорічні рослини.

На території готельного господарства також необхідно проводити ремонтні та поновлювальні роботи на дитячих та спортивних майданчиках, у парках і скверах відпочинку, на пляжах тощо. Зібране сміття та сухі рослини не піддають спалюванню, а вивозяться до спеціально визначеного місця.

**Під час літнього періоду** проводяться основні прибиральні роботи, що включають:

- очищення клумб від відцвілих рослин та оформлення їх літніми сортами;
- регулярне розчищення декоративних кущів для збереження заданої форми;
- щоденне прибирання сміття на території готельного підприємства та його вивезення до визначених місць;
- вологе прибирання території перед фасадом будівлі;
- щоденний полив клумб та багатолітніх рослин;
- використання спеціальних поливальних пристроїв для підтримки росту трав'яних рослин.

Зокрема, у літній період особлива увага надається санітарно-гігієнічному стану території готельного господарства, зокрема місць, де можуть розмножуватися шкідливі та небезпечні комахи. Території господарського призначення підлягають посиленому контролю.

Якщо на території підприємства розташована відкрита автостоянка, то її асфальтовану частину обробляють спеціальними мийними засобами, що розчиняють бензин та мастила, та промивають потужним струменем води.

**Під час осіннього періоду** виконуються основні прибиральні роботи, а саме:

- підготовка до зимового періоду, включаючи прибирання осіннього листя, перекопування клумб та вдобрювання ґрунту;
- вивезення осіннього листя до визначених місць, оскільки його спалювання на території населеного пункту заборонено;
- пересаджування та внесення теплолюбних рослин та стовбурів дерев у приміщення для підготовки до зими;
- висаджування нових рослин наприкінці вересня;
- прочищення водоймищ та ремонт доріг;

- розбір літніх будиночків або наметів, якщо на території підприємства готельного господарства є місця для перебування споживачів готельних послуг у таких спорудах;
- регулярна перевірка місць можливого підйому води та каналізаційних колодязів у всі пори року.

## **6.2 Технологія прибирання приміщень загального користування**

До місць загального користування відносяться:

- вестибюлі;
- холи;
- коридори;
- гардероб;
- адміністративні;
- службові і допоміжні приміщення;
- сходи;
- місця для відпочинку та проведення масових заходів.

Основна характеристика цієї категорії приміщень полягає в постійному потоку відвідувачів. Основні прибиральні роботи в місцях загального користування проводяться рано вранці, пізно ввечері або вночі. Протягом дня ці приміщення регулярно прибираються залежно від рівня забруднення.

Прибиральні роботи в місцях загального користування:

- миття підлог мийними засобами;
- механізоване прибирання підлог;
- натирання металевих деталей і обладнання спеціальними засобами;
- очищення скла, дверей, підніжних щіток, ґрат, підвіконь і дзеркал;
- видалення сміття зі сміттєвих кошиків, урн і бачків;
- видалення сміття і миття попільниць;
- видалення пилу й обробка столів, стійок.

Прибирання приміщень загального користування виконується у такій послідовності:

- провітрювання приміщень: забезпечення свіжого повітря;
- видалення пилу: очищення крісел, диванів, журнальних столиків, підквіткарок, дзеркал тощо;
- використання пилососа: видалення пилу з паркетних підлог і тафтингових покриттів у холах і вітальнях, а також за допомогою вологого віника;
- миття підлог: очищення всіх інших підлог і у вестибюлі за потреби.

Через день виконується протирання електроарматури після її відключення від мережі. Щотижня проводиться сухе протирання паркетних підлог, використовуючи віджату ганчірку, а також застосовується пилосос для обробки м'якої частини меблів. Віконні блоки раз на тиждень протираються вологою ганчіркою, включаючи підвіконня.

Двері, батареї, естампи, літографії, картини й інші поверхні регулярно миються не рідше одного разу на місяць, а також чистяться стельові і настінні

світильники. Кожні два місяці проводиться протирання поверхні стін, обмітання стель, заміна штор і протирання карнизів. Вікна миються не рідше двох разів на рік, особливо навесні і восени.

Паркетні підлоги піддаються натиранню відповідно до їхнього стану. Протягом денного часу прибиральники і швейцари ретельно стежать за чистотою вестибюлю, вхідних дверей, вікон, станом шибок, а також за наявністю сміття в кошиках, попільницях, чистотою стійок та інших елементів.

Не рідше одного разу на 10 днів здійснюється миття батарей та протирання естампів, літографій, картин, а також світильників на стелях та стінах. Кожного місяця рекомендується проводити протирання поверхні стін, заміну штор і протирання карнизів.

Санітарні вузли, що знаходяться в вестибюльних приміщеннях, прибираються відповідно до визначеного графіка, який вивішується у відповідному приміщенні. Прибиральниця робить відзначення про проведені санітарні роботи після кожного прибирання, вказуючи час їхнього завершення. Поточне прибирання виконується щоденно з інтервалом у 40 хвилин у денний час і кожні 1,5 години вночі. Під час проведення прибиральних робіт прибиральниця повинна:

- надіти прогумований фартух і гумові рукавички;
- вивести сміття з кошика та вимити сам кошик;
- мити стіни санітарного вузла за допомогою спеціального засобу;
- помити стіни чистою водою та протерти сухою ганчіркою.

Прибирання дзеркального набору містить такі етапи:

– обережно протерти дзеркало спочатку вологою ганчіркою, а потім сухою до блиску;

- вимити обидві сторони туалетної полицки та протерти її;
- перевірити наявність туалетного набору.

Прибирання умивальника містить такі дії:

- ретельно помити зсередини та ззовні умивальник;
- сполоснути гарячою водою;
- протерти мийним засобом;
- промити гарячою водою;
- обробити дезінфікувальним засобом;
- промити водою.

Прибирання унітаза та пісуарів містить такі етапи:

- облити внутрішні стінки гарячою водою та протерти мийним засобом;
- сполоснути гарячою водою;
- протерти мийним засобом зовнішні стінки;
- промити гарячою водою;
- вимити дезінфікувальним розчином, включаючи кришку та ручки;
- протерти сухою ганчіркою всі поверхні;
- вимити водою із додаванням дезінфікувального розчину стіни, гумовий килимок і підлогу;
- перевірити наявність туалетного паперу, паперових рушників, рідкого мила та, у разі потреби, поповнити їх.

Генеральне прибирання проводиться кожні 10 днів і містить не лише регулярні прибиральні процедури, але й додаткові заходи, такі як дрібний ремонт приміщення та повна дезінфекція просторів. Щоденне прибирання інших приміщень виконується вранці, а для підприємств ресторанного господарства – в дві зміни з 7:00 до 8:00 та перед закриттям. Генеральне прибирання у ресторані проводиться щотижня, зазвичай в понеділок, і включає більш докладне очищення та ремонт елементів інтер'єру. Покоївка повинна вести контроль за чистотою закріплених за нею приміщень, регулярно перевіряти їхній стан кожні 2–3 години і, за необхідності, виконувати оперативне проміжне прибирання.

Покоївки стежать, щоб протягом дня не накопичувалося сміття на поверхах, у холах, вітальнях, коридорах і кімнатах відпочинку. Час від часу вони протирають меблі від пилу, стежать за чистотою перил і видаляють сміття. Основне прибирання цих приміщень проводиться за мінімальною кількістю присутності споживачів готельних послуг.

Під час прибирання виконують такі завдання:

- видаляють пил із меблів;
- очищають підлогу зі штучним килимовим покриттям, паркетну підлогу та м'які меблі за допомогою пилососа;
- протирають плінтуси, підвіконня, горщики з квітами та радіатори ганчіркою;
- очищають килимові доріжки, в разі необхідності складають їх у рулони і ставлять вертикально (не рекомендується складати доріжки);
- витрушують попіл із попільничок;
- обов'язково протирають номерні знаки на дверях кімнат у коридорах та холах;
- розміщують пляшки, банки, макулатуру та брудну постільну білизну у спеціально відведених приміщеннях на поверхах.

Пил до висоти 4 метрів видаляють пилососом, використовуючи м'яку насадку з довгим ворсом. Забруднені поверхні очищують мийними засобами. Миття та протирання віконних рам, які відкриваються всередину приміщення, на висоті до 3 метрів, а також підвіконня, входять до обов'язків покоївок. Для здійснення контролю за прибиральними роботами на підприємствах готельного господарства розробляють технічні картки, на яких вказується періодичність виконання різних видів робіт (табл. 6.1).

Таблиця 6.1 – Періодичність виконання прибиральних робіт у приміщеннях готельного підприємства

Об'єкти роботи	Види прибиральних робіт	Періодичність виконання роботи
1	2	3
1. Підлога	Видалення пилу пирососом або вологим віником зі всіх видів підлоги. Вологе прибирання підлоги: – покритої лінолеумом, реліном та полівініловою плиткою; – дощатої, паркетної (покритої лаком); – миття всіх видів підлоги (крім паркетної)	щодня щодня 1 раз на тиждень
2. Килими, килимові покриття і доріжки	видалення пилу пирососом	щодня
3. Меблі й інвентар. Поліровані поверхні: – вішалка для верхнього одягу та головних уборів; – дзеркало настінне; – карнизи для підвісу драпіровок; – крісло для відпочинку, ліжка дерев'яне на дерев'яному каркасі, сервант, підставка для взуття, столи журнальний, обідній, стіл письмовий робочий, тумба, підставка під телевізор, стіл, шафа платтяна. М'які меблі: – стілець м'який і напівм'який, диван (диван-ліжка), крісло для відпочинку, банкетка, матрац з ліжка	Сухе протирання Сухе протирання Сухе протирання Сухе протирання  Чищення за допомогою пирососа	1 раз на тиждень щодня 6 разів на рік щодня  1 раз на тиждень
4. М'який інвентар: – постільна білизна; – рушники; – перини, подушки; – шерстяні ковдри; – штори	Заміна Заміна Чищення за допомогою пирососа Чищення або витрушування	через 6 днів через 3 дні 1 раз на тиждень 6 разів на рік
5. Електроустаткування, електропобутові прилади: – настільна лампа, бра; – світильник до дзеркала над умивальником; – світильники на стелі; – холодильник, телевізор, ПЕОМ, телефон	Сухе протирання Вологе протирання Миття Сухе протирання	через день через день 1 раз на місяць щодня
6. Пофарбовані поверхні:		
– стеля;	Прибирання пилу	6 разів на рік
– стіни;	Вологе протирання	6 разів на рік
– двері;	Миття	1 раз на місяць
– віконні блоки з підвконням;	Вологе протирання	1 раз на тиждень
– вікна з віконними блоками та підвіконням;	Миття	2 рази на рік

Продовження таблиці 6.1

1	2	3
– радіатори опалювання	Миття	1 раз на тиждень
7. Санітарний вузол:		
– ванна (піддон для душу), умивальник, унітаз, біде;	Миття	щоденно
– сушарка для рушників, поличка з дзеркалом;	Вологе протирання	щоденно
– стіни кахельні;	Вологе протирання	1 раз на тиждень
– підлога;	Миття	щоденно
– гумовий килимок	Миття	щоденно
8. Малоцінний інвентар:		
– графин для питної води з тацею;	Миття	щоденно
– стакан для пиття, попільниця;	Миття	щоденно
– відро з педаллю	Звільнення і миття	щоденно

### Запитання для самоконтролю:

1. Що передбачає контроль санітарно-екологічного стану навколишньої території підприємства готельного господарства?
2. Охарактеризуйте основні заходи прибирання, що виконуються в зимовий період.
3. Охарактеризуйте основні заходи прибирання, що виконуються в літній період.
4. Чому важливо здійснювати регулярне очищення території від сміття влітку?
5. Які специфічні роботи проводяться під час осіннього прибирання на території готельного господарства?
6. Що відноситься до місць загального користування в готельному господарстві?
7. У які періоди зазвичай проводяться основні прибиральні роботи в місцях загального користування?
8. Які етапи містить прибирання дзеркального набору?
9. Як прибиральниця повинна здійснювати контроль за чистотою санітарних вузлів?
10. Охарактеризуйте основні види щоденних прибиральних робіт в приміщеннях загального користування готелю.
11. Які мийні засоби використовуються під час очищення умивальника?
12. Які елементи інтер'єру очищаються під час генерального прибирання?
13. Що входить до складу регулярних прибиральних процедур у готелі?
14. Коли проводиться генеральне прибирання у ресторані, і що воно включає?

## **7 ТЕХНОЛОГІЯ ПРИЙОМУ Й РОЗМІЩЕННЯ ГОСТЕЙ В ЖИТЛОВІЙ ЧАСТИНІ ГОТЕЛЮ**

### **7.1 Технологія обслуговування гостей службою прийому і розміщення**

До організації та функціонування служби прийому і розміщення висувається низка вимог, серед яких можна зазначити такі:

- обслуговуючий персонал повинен швидко та ефективно проводити процес прийому і поселення гостей, маючи бездоганний зовнішній вигляд та високий рівень культури обслуговування;
- місце розташування служби прийому і розміщення повинно бути зручним та розташованим у вестибюлі готелю;
- стійка рецепції має бути ретельно організованою та акуратною, без зайвих предметів з усією необхідною та належно упорядкованою технічною документацією, інформаційними матеріалами (візитки, праси, рекламні буклети), необхідними засобами зв'язку (телефон, факс, комп'ютер);
- місце розташування рецепції повинно бути оформлене в оригінальному та естетичному стилі відповідно до загальної стилістики оформлення готелю.

Готелі зобов'язані надавати клієнтам точну, доступну й своєчасну інформацію про свої послуги. На рецепції має бути розміщена така інформація:

- свідоцтво про категорію готелю;
- копія ліцензії (за наявності);
- копія сертифіката на обов'язкові для сертифікації послуги;
- нормативні документи щодо надання послуг;
- правила користування готелем;
- перелік основних послуг, включених у вартість номера;
- ціни на додаткові послуги;
- графік роботи ресторанів, магазинів і сервісних закладів у готелі, або інформація про найближчі такі заклади;
- порядок оплати послуг;
- список категорій осіб, які мають право на пільги, згідно із законодавством.

Штатний склад служби прийому і розміщення залежить від розміру та категорії готелю й може включати такі посади: головний адміністратор (менеджер служби прийому і розміщення), чергові адміністратори, портье, касир служби та паспортист.

Основними обов'язками головного адміністратора готелю є контроль за якістю готельного сервісу, управління службою прийому і розміщення та вдосконалення системи функціонування цієї служби.

Також до його обов'язків можна віднести:

- управління продажем номерів;
- підготовка балансових розрахунків витрат гостей у готелі;
- надання інформації про роботу різних служб готелю;
- контроль якості обслуговування;

- вирішення конфліктів між персоналом і клієнтами;
- постійне вдосконалення роботи служби для покращення обслуговування гостей тощо.

Головний адміністратор, з метою ефективного управління номерним фондом, повинен мати актуальну, достовірну та повну інформацію про діяльність готелю, обсяги продажів, завантаження номерного фонду в різні періоди часу, середню тривалість перебування гостя в готелі, найбільш затребувані додаткові послуги, кількість неявок по бронюванню, сегменти споживачів, про корпоративних клієнтів, постійних клієнтів і VIP-персон.

Зацікавленість головного адміністратора у заповненні всіх номерів сприяє підвищенню рентабельності готелю через досягнення оптимальних коефіцієнта завантаження та середньодобової ціни номера.

Дієвим інструментом для своєчасної та повної поінформованості адміністратора є інформаційні технології. Програмне забезпечення дозволяє оцінити загальну ситуацію щодо заповнення готелю гостями. На плані поверху кожен номер позначається спеціальними літерами, наприклад:

- RO (room occupied) – кімната зайнята;
- SV (soon vacated) – скоро звільниться;
- SP (stay prolonged) – продовжене перебування;
- ER (emergency repair) – кімната в аварійному стані;
- VIP – номер для «дуже важливої особи» та потребує особливої підготовки та обслуговування.

Також до обов'язків головного адміністратора відносять моніторинг витрат гостей і контроль оплати. Використання автоматизованих систем управління допомагає спростувати процес фінансового обліку і забезпечує контроль за доходами закладу. Усі витрати гостей, зафіксовані в різних торгових пунктах готелю, додаються до їхніх рахунків і оплачуються одразу або під час виїзду.

Головний адміністратор також виконує функції ключового інформаційного джерела, контролю, вирішує будь-які конфліктні ситуації, що можуть виникати між працівниками, між клієнтами і персоналом.

Під час відсутності головного адміністратора готелю, його функції може виконувати черговий адміністратор. До функціональних обов'язків чергового адміністратора можна віднести такі:

- підготовка номера для заселення згідно з побажаннями клієнта;
- співпраця з іншими службами для забезпечення якісного обслуговування;
- аналіз зайнятості номерного фонду і прогнозування;
- підбір номерів для бронювання;
- вирішення конфліктів;
- співпраця з клієнтами;
- ведення обліку зайнятості номерів;
- відповідальність за ключі;
- доставка пошти та посилок гостям;
- перевірка документів під час реєстрації;

- контроль оплати послуг клієнтами;
- відповідальність за обладнання служби прийому.

У разі наявності в штаті служби портье, що працює на рецепції, він підпорядковується черговому адміністратору. Його обов'язки включають оформлення документів при заселенні та виселенні, надання інформації про послуги готелю, ведення картотеки зайнятих номерів, здійснення розрахунків і бронювання номерів.

Паспортист перевіряє документи клієнтів, заносить дані до реєстраційних карток і стежить за термінами дії віз.

Касир здійснює прийом, зберігання та передачу грошей у бухгалтерію, проводить остаточні розрахунки з клієнтами та веде облік фінансових операцій. Окрім того, касир відповідає за облік грошових надходжень і своєчасне інформування адміністрації про виїзд клієнтів.

## **7.2 Обслуговування гостей службою прийому та розміщення**

Працівники служби прийому та розміщення мають забезпечувати атмосферу гостинності, яка починається з привітання гостей. Черговий адміністратор, з'ясовуючи статус клієнта, надає інформацію про додаткові послуги готелю. Процес реєстрації складається з кількох етапів: передреєстраційного, оформлення запису, визначення номера і тарифів, оплати послуг, видачі ключів та супроводу гостя до номера.

Передреєстраційний етап починається з моменту бронювання гостем номера або місця. Інформація про клієнта вноситься до журналу реєстрації заявок (форма № 7–Г). Дані для подальшої реєстрації, як-от анкета проживаючого і реєстраційна картка, можуть бути підготовлені працівниками рецепції на основі отриманої інформації.

Після прибуття гість лише перевіряє правильність даних та підписує документи, що значно скорочує час очікування та підвищує ефективність роботи. Персонал рецепції до поселення визначає номер для розміщення, тарифи, оформляє бухгалтерські документи та узгоджує додаткові послуги з іншими службами готелю.

Передреєстраційний етап включає основні підготовчі заходи, зокрема:

- оформлення реєстраційної документації;
- підготовку номерів і визначення тарифів;
- узгодження послуг із відповідними службами;
- підготовку до прибуття клієнта;
- підтвердження намірів гостя.

Важливою на цьому етапі є оперативність. У разі скасування або зміни бронювання служба прийому та розміщення має застосовувати індивідуальний підхід до кожного гостя.

Суттєво спрощують та покращують процес передреєстрації автоматизовані системи управління та телекомунікаційні технології. Сучасні методи обслуговування в провідних готелях дозволяють клієнтам проходити реєстрацію безпосередньо в номері, оминаючи рецепцію.

Для гостей без попереднього бронювання процедура реєстрації дещо відрізняється. Вони заповнюють анкету проживаючого (форма № 1–Г) на основі документів, що підтверджують особу. Ці документи перевіряє черговий адміністратор, а заповнена анкета зберігається в картотеці готелю під час перебування гостя та ще один місяць після його вибуття. Анкети зберігаються в архіві протягом року, після чого знищуються у встановленому порядку.

Іноземні громадяни та особи без громадянства заповнюють реєстраційну картку (форма № 2–Г) українською та англійською мовами. Ця картка зберігається в архіві два роки, після чого знищується разом із журналом обліку іноземців (форма № 6–Г).

Під час поселення як іноземних громадян, так і громадян України, служба рецепції підтверджує інформацію, отриману під час бронювання. Використання автоматизованих систем реєстрації дозволяє заповнювати всі документи в електронному вигляді, що значно спрощує процес.

Анкети та реєстраційні картки містять основну інформацію про гостя, як-от ПІБ, дату і місце народження, дані паспорта, адресу постійного місця проживання, мету візиту і термін перебування. Черговий адміністратор відповідає за надання інформації щодо назви готелю, номеру кімнати та терміни перебування.

Клієнт підтверджує правильність даних своїм підписом, і ця інформація зберігається протягом визначеного часу.

### **7.3 Визначення номерів і тарифів**

Цей етап надання готельної послуги є ключовим при виборі гостем конкретного готелю та тривалості його перебування.

Тарифи на номери повинні відповідати потребам клієнтів готелю та їхнім очікуванням. Якщо не вдається задовольнити вимоги гостя, черговий адміністратор має запропонувати альтернативні варіанти, які можуть відповідати його запитам. Це передбачає пропозицію інших номерів та аргументацію їхніх переваг, таких як площа та конфігурація приміщення, вид із вікон, оснащення, меблювання тощо.

Міжнародний досвід показує, що зниження тарифів на номери може значно впливати на вибір гостя. Таке зниження повинно бути економічно виправданим, особливо якщо йдеться про номери однакової місткості, але різного розміру, стану меблів, обладнання або розташування.

Адміністратор та порт'є повинні мати доступ до актуальної інформації про стан кожного номера, що можливо при організації ефективної взаємодії різних служб – служби прийому і розміщення, служби бронювання та обслуговування номерів. Постійний обмін інформацією між черговим адміністратором, агентом із бронювання, черговим на поверсі та покоївками є вкрай важливим.

У готелі можливими є такі статуси номерів:

- зайнятий: гість зареєстрований у номері;
- заблокований: номер зайнятий, але гість не має права на нього;

- продовжене перебування: гість залишається ще на ніч;
- на зміні: гість виїхав, але номер не прибраний;
- не турбувати: гість просив його не турбувати;
- «не спав»: гість зареєстрований, але не ночував у номері;
- «стрибун»: гість виїхав, не оплативши рахунок;
- «соня»: гість оплатив, але статус номера не змінено;
- вільний і готовий: номер прибраний і готовий до поселення;
- не в експлуатації: номер не можна використовувати через технічні несправності;
- замкнений: номер закритий, гість не може увійти;
- не виписаний: гість оплатив, але виїхав без повідомлення персоналу;
- до виконання: номер буде звільнений після розрахункової години;
- пізня виписка: гість отримав дозвіл виїхати пізніше стандартного часу.

Особливу роль у контролі зайнятості номерів відіграє черговий адміністратор. Його обов'язок – регулярно, на початку і в кінці зміни, оглядати вільні номери та ретельно перевіряти їхній стан.

Для забезпечення швидкого обміну інформацією про номерний фонд адміністратор використовує механічні та комп'ютеризовані системи зв'язку з обслуговуючою службою, відділом бронювання та технічною службою. Якщо виявляються явні недоліки в номері, адміністратор або портье мають повідомити про це гостя.

Ефективність роботи підвищується через використання комп'ютеризованих систем визначення стану номерів, що забезпечує оперативний обмін інформацією між службами. Адміністратор вводить у комп'ютер дані про звільнення номера гостем, покоївка отримує цю інформацію зі свого відділу і знає, що номер потрібно прибрати. Після завершення прибирання вона повідомляє про готовність номера черговому на поверсі, який вносить дані до системи.

Отриману інформацію використовують служби прийому, розміщення та бронювання. Відсутність актуальних даних може призвести до проблем не тільки в цих службах, але й у технічній службі та відділі обслуговування номерів. Неприпустимо пропонувати номер гостю, якщо його ще не прибрали після виїзду попереднього клієнта. Адміністратор повинен бути впевнений у готовності номера для заселення.

Іноді гості бажають продовжити своє перебування понад запланований термін, що може спричинити труднощі в розміщенні нових клієнтів, особливо якщо номер уже заброньовано іншими гостями. Якщо попередній клієнт відмовляється звільнити номер і перейти до іншого, ця ситуація потребує особливої уваги з боку адміністрації. Служба прийому повинна заздалегідь уточнювати наміри гостя, проявляти турботу протягом його перебування та повідомляти йому про можливе альтернативне вирішення питання.

Постійний контроль за станом номерного фонду є необхідною умовою ефективної роботи готелю. Після вибору категорії номера гість узгоджує з адміністратором тариф, який може бути обговорений на етапі бронювання.

Деякі готелі впроваджують сезонні зміни тарифів на номери, керуючись спеціально розробленим графіком, заснованим на маркетингових дослідженнях попиту на готельні послуги. Черговий адміністратор і портье повинні бути добре обізнаними про систему тарифів та знижок.

Рівень тарифів може залежати від соціальної категорії клієнтів, кількості осіб у номері, його розташування та рівня комфорту. Законодавство передбачає деякі пільгові категорії громадян. Наприклад, плата не стягується за проживання дітей до п'яти років в одному номері з батьками.

Безкоштовно надаються такі послуги, як виклик швидкої допомоги, будильник, надання інвентарю відповідно до категорії готелю та доставка кореспонденції до номера. Додаткові платні послуги надаються лише за погодженням з гостем, оплачувати нав'язані послуги клієнт вправі відмовитися.

Готелі також можуть пропонувати довгострокове проживання (два місяці і більше) за спеціальним тарифом.

Після узгодження тарифу гість вносить передоплату за послуги. Форма передоплати (погодинна, за добу або повна) обговорюється з черговим адміністратором або портье і зараховується під час остаточного розрахунку під час завершення перебування. Готель надає основні послуги, включені у вартість номера, а розрахунковий час оплати зазвичай визначається на 12:00, хоча може змінюватися залежно від місцевих умов. Готель самостійно визначає тарифи за ранній заїзд або пізній виїзд, якщо проживання триває менше доби.

Оплату готельних послуг приймає касир служби прийому та розміщення, який підпорядковується черговому адміністратору та фінансовому менеджеру. Касир одночасно представляє дві служби: адміністративну та фінансову.

Після реєстрації клієнта касир відкриває рахунок за користування номером, до якого додається номер особистої картки гостя для впорядкування картотеки. Касир також відповідальний за ведення форми № 4–Г і внесення змін у рахунок, за винятком випадків, коли клієнт користується номером погодинно. Тоді оплата вноситься до окремого списку з інформацією про гостя, а всі записи мають бути проштамповані.

Якщо гість вносить авансову оплату, портье фіксує цю операцію і направляє його до касира для здійснення платежу. Якщо гість бажає продовжити перебування в готелі, він має зробити попередню оплату, вирішивши питання, пов'язані з витратами на продовження проживання в номері.

При зміні номера або виправленні даних гостя необхідно фіксувати ці зміни. Реєстрацією таких змін займається касир або портье у випадках:

- виправлення імені чи прізвища;
- зміни номера;
- термінового виїзду гостя;
- помилки у вартості номера;
- поселенні нового клієнта;
- зміни оплати через виїзд когось із групи гостей.

Зміни вносяться у двох примірниках. Портье реєструє прості зміни на білому примірнику і передає його касиру, а жовтий примірник зберігається у

портъє для оновлення реєстраційних документів. Якщо використовується комп'ютеризована система, зміни вносяться у файл гостя.

Черговий адміністратор щоранку перевіряє зміни в реєстрації та тарифи за попередню добу. У разі виявлення порушень він інформує головного адміністратора. Незаповнені номери вносяться до балансу служби прийому та розміщення.

Процес оформлення виїзду гостя службою прийому та розміщення має бути швидким і не створювати незручностей для нього, що є важливим аспектом гостинності.

Останнім працівником, з яким гості комунікують під час виїзду з готелю, є касир. Від професіоналізму касира залежить остаточне враження гостя про готель, рівень обслуговування і його бажання скористатися послугами готелю повторно. Тож касира необхідно дотримуватись чіткої послідовності дій під час оформлення виїзду. Спочатку потрібно уточнити номер, з якого виїжджає гість, отримати його особисті дані та перевірити анкету або файл у разі використання комп'ютеризованої системи. Потім касир перевіряє всі отримані гостем додаткові послуги, особливо ті, що були надані перед самим від'їздом і ще не внесені в рахунок. Після оголошення суми до оплати касир приймає платіж і реєструє його у журналі обліку мешканців із зазначенням часу оплати, а також в анкеті чи реєстраційній картці гостя.

Якщо розрахунок здійснюється готівкою, касир несе повну відповідальність за її збереження. Для цього на рецепції має бути передбачений сейф, до якого мають доступ касир та заступник директора з обслуговування. Інструкція з використання готівки, розроблена фінансовим менеджером, регулює її облік, а контролювати кошти можуть представники фінансової служби, зовнішні інспектори або сам менеджер.

Перед початком зміни касир забирає готівку з сейфа, підписує квитанцію і передає її головному директору. Після зміни касир підраховує баланс, зберігає квитанції у сейфі та фіксує операції у комп'ютерній системі за спеціальним кодом, доступ до якого має лише касир, що мінімізує ризик помилок. Рахунки перевіряються нічним аудитором, а портъє передають анкети та реєстраційні картки гостей із зазначеним часом їхнього від'їзду для оновлення інформації про номерний фонд.

Також до обов'язків касира входить прийом від гостей цінних речей для зберігання в сейфі з оформленням відповідних документів.

Касир служби прийому і розміщення отримує необхідну інформацію для повної оплати за готельні послуги з «Відомості руху номерів у готелі» (форма № 9–Г), яку щодня заповнює черговий адміністратор о 9:00 ранку. Ці дані важливі для планування ремонтних робіт у номерах та оперативного обліку вільних і зайнятих номерів. Касир виписує рахунок (форма № 4–Г) у трьох екземплярах, незалежно від форми оплати. Один екземпляр зберігається у касира до від'їзду гостя, другий видається гостю, а третій разом із «Касовим звітом» (форма № 8–Г) передається в бухгалтерію. У разі використання комп'ютеризованої системи рахунок складається у двох екземплярах.

Гостям на рецепції видається візитна картка (форма № 3–Г), що дає право на отримання ключів від номера. На картці зазначаються персональні дані гостя (прізвище, ім'я, по батькові), номер кімнати та термін перебування. Заповнення картки здійснюється адміністратором українською та англійською мовами на основі анкети (форма № 1–Г) і реєстраційної картки (форма № 2–Г).

Під час розрахунків із клієнтами за основні та додаткові послуги заповнюється рахунок, який є формою первинних документів суворої звітності. Рахунок оформлюється у двох екземплярах: один надається гостю, а другий передається в бухгалтерію. Щоденно розраховується сума до оплати за фактично отримані готельні послуги, включаючи ПДВ та загальну суму до оплати. У графі «Послуга» зазначаються всі основні та додаткові послуги, отримані гостем, а також податок на них.

Оплата за готельні послуги може здійснюватися готівкою, пластиковими картками, дорожніми чеками або через мережу «Інтернет». Вибір способів оплати, запропонованих клієнтам, затверджується адміністрацією готелю. В Україні зростає популярність використання пластикових карток для оплати готельних послуг, що вимагає перевірки платоспроможності картки. Оплата картками є найбільш поширеною у висококласних готелях.

Розрахунки за допомогою пластикових карток проводять касир, черговий адміністратор і портьє. Порядок проведення таких оплат визначає планово-економічний відділ готелю, створюючи інструкції для працівників, які відповідають за прийом таких платежів. Фінансово-економічна служба також відповідає за налагодження зв'язків із банками для отримання необхідної інформації щодо використання електронних засобів оплати.

Касир служби прийому і розміщення зобов'язаний перевірити термін дії кредитної картки та її належність клієнту. Перевірка здійснюється через банкомат за допомогою комп'ютерної мережі або по телефону. У разі недійсної картки клієнт повинен обрати інший спосіб оплати. Якщо картка дійсна, касир записує її дані на квитанції та вказує термін дії, підтверджуючи правильність операції.

Наразі діють затвержені Державним комітетом будівництва, архітектури та житлової політики України форми документів первинного обліку та Інструкції щодо порядку документообігу при наданні готельних послуг. За користування готельними послугами складається рахунок у двох екземплярах: один для бухгалтерії, інший для гостя. Також заповнюється форма № 9–Г «Відомість руху номерів у готелі», яка відображає стан використання номерного фонду і є основним обліковим документом для цієї сфери. При оплаті за безготівковим розрахунком складається звіт про проживання у двох екземплярах: один залишається у розрахунковому відділі, а інший разом із картою бронювання передається до бухгалтерії для оформлення рахунку.

Практикується також розрахунок за допомогою гостьової кредитної картки, де кредитна лінія визначається заздалегідь на узгоджену суму між готелем і гостем. Якщо клієнт виїжджає раніше запланованого терміну, кредит автоматично припиняється.

Як форма безготівкової оплати можуть використовуватися касові чеки, які банки прирівнюють до готівкових розрахунків. Цей метод передбачає підтвердження особи власника чека шляхом звірки підпису і фотографії з реальними даними клієнта. У разі сумнівів касир або черговий адміністратор служби прийому та розміщення звертаються до банку для перевірки чека. Касові чеки зазвичай використовуються для оплати основних послуг, тоді як за додаткові послуги розраховуються кредитними картками або готівкою. Дотримання рекомендацій щодо роботи з чеками допомагає готелю уникнути фінансових ризиків. Служба прийому і розміщення повинна контролювати такі дії:

- підпис чеків персоналом готелю підтверджується після остаточної перевірки банком;
- на чеках має бути зазначена дата платежу;
- чеки повинні бути виписані на готель, а не на пред'явника.

Клієнти можуть оплачувати готельні послуги через мережу «Інтернет», використовуючи кредитні, дебетові картки та електронні гроші. Під час оплати готельних послуг кредитні розрахунки відбуваються так само, як і з кредитними картками: клієнт надсилає номер своєї кредитної картки, з якої списується узгоджена сума. Клієнти можуть використовувати дебетові картки, вводячи номер картки та PIN-код у електронній мережі. Під час оплати електронними грошима запис на картці або жорсткому диску прирівнюється до певної готівкової суми. Існує два типи цифрових грошей: гроші, що зберігаються на жорсткому диску комп'ютера, і на смарт-картах. Сума передається від споживача до продавця послуг через канали зв'язку, а за потреби може бути конвертована. Розрахунки з використанням електронних грошей проводяться через банківські установи.

Завершальним етапом реєстрації гостей у готелі є видача ключів від номера. Цю процедуру виконує портье, який також відповідає за дотримання інструкцій щодо обігу ключів. Контроль за ключами є важливим аспектом роботи готелю, оскільки він впливає на імідж закладу, безпеку гостей та збереження їхнього майна.

У деяких готелях після видачі ключів гість може бути супроводжений посильним, який допомагає перенести речі та надає інформацію про роботу готелю, національні особливості, розташування, а також додаткові послуги. Посильний також може пояснити, як користуватися побутовою технікою в номері та надати інструкції щодо безпеки.

Професійна подача готельного продукту є важливим аспектом роботи портье та чергового адміністратора для забезпечення повного задоволення клієнтів. Гостям надається можливість обрати номер відповідно до їхніх вподобань, і у таких випадках персонал служби прийому та розміщення повинен підтримати вибір клієнта, акцентуючи на перевагах обраного номера. Успішно проданий номер забезпечує хороше враження та задоволення гостя від вибору. Персонал зобов'язаний проявляти увагу до клієнта та з'ясувати його побажання.

Відмова у поселенні може бути аргументована такими причинами:

- відсутність вільних місць або номерів відповідно до вибору клієнта;

- неплатоспроможність клієнта;
- неадекватна поведінка клієнта;
- непередбачувані обставини (пожежа, природні катаклізми);
- закінчення терміну дії візи.

У випадку відсутності вільних місць або форс мажорних обставин, черговий адміністратор повинен запропонувати гостю номер у найближчому готелі відповідного класу. Якщо гість погоджується, адміністратор має зв'язатися з готелем не як конкурент, а як партнер, щоб запропонувати клієнта. Це підкреслює необхідність тісної співпраці між різними підприємствами готельної індустрії.

### **Запитання для самоконтролю:**

1. Які вимоги висуваються до обслуговуючого персоналу в службі прийому і розміщення?
2. Як головний адміністратор контролює якість обслуговування гостей?
3. Охарактеризуйте обов'язки чергового адміністратора, що відноситься до них під час відсутності на робочому місці головного адміністратора?
4. Які засоби зв'язку і інформаційного забезпечення повинні бути представлені на стійці реєстрації?
5. Охарактеризуйте етапи процесу реєстрації гостей у готелі.
6. Охарактеризуйте значення автоматизованих системи управління у забезпеченні високої якості організації процесу передреєстрації.
7. Які документи повинен заповнити гість без попереднього бронювання?
8. Яка інформація міститься в анкетах та реєстраційних картках гостей?
9. Охарактеризуйте можливі статуси номерів та наведіть їх загальноприйняте позначення.
10. Як адміністратор контролює зайнятість номерів у готелі?
11. Поміркуйте, у яких ситуаціях доцільно вдаватися до зниження тарифів на номери.
12. Перелічить послуги, що надаються в готелі безкоштовно.
13. Чому важливо, щоб адміністратор був упевнений у готовності номера для заселення нового гостя?
14. Охарактеризуйте процес прийому платежів касиром від гостей під час їхнього виїзду.
15. Чому, на вашу думку, важливо дотримуватись чіткої послідовності дій під час оформлення виїзду?
16. Які зміни потрібно зафіксувати у реєстраційних документах при зміні номера гостя?
17. З якими ризиками, на вашу думку, пов'язано використання готівкових чеків у процесі розрахунку з клієнтами?

## 8 ТЕХНОЛОГІЯ БРОНЮВАННЯ МІСЦЬ У ГОТЕЛЯХ

### 8.1 Технологія бронювання місць у готелях

Бронювання – це попереднє замовлення номерів у готелі, з якого починається обслуговування гостей. Цим процесом займаються менеджери відділу бронювання або служби прийому, отримуючи заявки на бронювання від клієнтів. Відділ бронювання збирає заявки та аналізує попит на готельні місця. Вивчаючи попередній досвід роботи готелю, аналізуючи завантаження номерів у минулі та поточні періоди, враховуючі заплановані, відділ бронювання разом зі службою маркетингу планує діяльність готелю.

Процес бронювання становить певну співпрацю між працівниками готелю та гостями. Він може здійснюватися різними способами, такими як телефонні дзвінки, інтернет, електронна пошта або факс, реєстрація на сайті тощо і від його організації залежить перше враження клієнта про готель. Тому працівники служби бронювання повинні мати якісну професійну підготовку, доброзичливість та комунікабельність. Під час вибору готелю клієнт може ознайомитися з кількома варіантами, і завдання агента з бронювання – вплинути на його вибір, підкресливши переваги обслуговування саме його готеля.

Відділ бронювання номерів у готелях функціонує як окрема структурна одиниця управління, часто входячи до складу служби прийому та розміщення. Очолює його менеджер, який зазвичай має такий же статус, як головний адміністратор, та підпорядковується директору відділу обслуговування або директору з продажу. Це підкреслює, що резервування тісно пов'язане зі збутом і впливає на управління доходами готелю.

Відділ бронювання працює в період найбільшої активності клієнтів, зазвичай з 8 год до 18 год. Кількість працівників у відділі залежить від розміру готелю та коливається від 3 осіб до 5 осіб. Основне завдання співробітників – реалізувати максимальну кількість номерів за найвищою ціною. Окрім цього, відділ бронювання проводить маркетингові дослідження, аналізує динаміку попиту на готельні послуги, відстежує заповненість номерів, а також заплановані івенти у регіоні (спортивні події, фестивалі, конференції тощо) і разом зі службою маркетингу прогнозує подальшу діяльність готелю.

У період проведення масових заходів попит на готельні послуги значно зростає. Готелям вигідно бронювати номери для заходів з великою кількістю учасників, оскільки в таких випадках попереднє замовлення зазвичай робиться заздалегідь, а ризик його скасування є мінімальним.

Серед основних вимог, що висувуються до працівників відділу резервування можна, зазначити такі:

- комунікабельність у спілкуванні з клієнтами, швидке та чітке реагування на запити щодо розміщення;
- професійне знання процесу бронювання, оперативна систематизація інформації, що надходить від клієнтів, а також інформації про стан заповнюваності номерного фонду;

- знання тарифів на послуги розміщення, додаткових послуг, цінових знижок і сезонних коливань цін;
- здатність орієнтуватися в психотипі клієнта, прогнозувати його реальні наміри та впливати на нього для досягнення максимальної вигоди від співпраці;
- вміння працювати з технічними системами резервування, зокрема з телекомунікаційними.

Для резервування використовуються різноманітні технічні засоби, серед яких найпоширенішими є:

- телефон;
- інформаційна система інтернет;
- факс;
- телеграма;
- лист;
- сайт.

Серед організаційних форм бронювання можна виділити:

- централізоване бронювання;
- бронювання через міжготельні агентства;
- центральний офіс з бронювання;
- бронювання через туристичні підприємства;
- бронювання через транспортні агентства;
- бронювання, організоване конференціями та нарадами;
- бронювання безпосередньо у готелі.

Бронювання по телефону має свої переваги, оскільки надає можливість «живого» спілкування, що є важливим як для клієнта, так і для оператора. Під час такої взаємодії клієнт отримує перше враження про готель, тому оператор має проявити високий професіоналізм, підкреслюючи переваги готелю та впливаючи на вибір клієнта. Також оператор може отримати більш детальну інформацію про клієнта та запропонувати додаткові послуги.

У готелях, де бронювання здійснюється по телефону, використовуються спеціальні бланки з відповідними полями для відміток. Підтвердження такого бронювання повинно бути надано письмово.

Інтернет-бронювання стає все більш популярним як в Україні, так і в Європі та США, будучи найпоширенішим методом резервування. Його основні переваги полягають у:

- швидкості зв'язку: замовлення можуть здійснюватися в режимі онлайн з будь-якої частини світу, і можуть автоматично переспрямовуватись між готелями в одному місті;
- повноті наданої інформації: клієнт може бачити всі послуги та візуально ознайомитися з ними через комп'ютер;
- зручності та простоті використання системи бронювання;
- вартості інформаційних послуг;
- надійності технічного забезпечення.

Існує кілька варіантів бронювання через інтернет:

- готель має власний вебсайт;

– готель підключений до систем інтернет-бронювання (Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre та ін.);

– можливість замовлення через комп'ютерну мережу по телефону.

Підключення готелю до електронних систем бронювання дозволяє оперативно оновлювати інформацію та забезпечувати доступ до неї для потенційних клієнтів. Сучасні системи бронювання пропонують різноманітні інструменти для надання інформації, такі як фотографії, детальні описи номерів, а іноді навіть тривимірну графіку для віртуального туру готелем.

Співпраця з глобальними системами бронювання надає готелям можливість пропонувати клієнтам широкий спектр послуг. Окрім розміщення, такі системи дозволяють додатково пропонувати інші послуги, що розширює можливості готельного бізнесу. Комп'ютерні системи бронювання за лічені секунди підбирають номери відповідно до запиту, а також надають інформацію про місто, регіон і ключові туристичні об'єкти.

Глобальні комп'ютерні системи бронювання активно застосовуються регіональними туристичними агентствами для управління та планування. Вони дозволяють не лише забронювати номери у готелях, але й надають авіапослуги, оренду автомобілів, круїзні тури, а також інформацію про курси валют, погодні умови та роботу місцевого транспорту. Сьогодні великі готельні комплекси мають власні вебсайти з функцією онлайн-бронювання.

Щоб забронювати послуги готелю через інтернет, клієнт повинен мати базові навички роботи з комп'ютером. На вебсайті системи бронювання він може ознайомитися з правилами, вибрати готель, переглянути доступні номери та тарифи. Після вибору номера клієнт заповнює форму та відправляє запит електронною поштою.

Система автоматично обробляє запит і надсилає попереднє підтвердження із вимогою передоплати. Клієнт заноситься до списку очікування, а після отримання оплати або гарантійних документів відправляється остаточне підтвердження. У готелі інформація про бронювання заноситься до системи управління, де вона автоматично оновлюється. У разі бронювання телефоном або іншими неавтоматизованими способами, оператор вводить дані у спеціальний журнал (форма № 7–Г).

Заявка на бронювання повинна містити таку інформацію:

- прізвище та ім'я гостей;
- дату прибуття, термін перебування та дату виїзду;
- категорію номера та кількість номерів;
- спосіб оплати (готівка, безготівкова оплата, реквізити організації).

Відділ бронювання на основі цих заявок складає перспективний план заселення на певний період (доба, тиждень, місяць, рік). Важливою частиною процесу бронювання є своєчасна реєстрація замовлень і точне ведення бази даних.

Робота відділу бронювання тісно пов'язана з відділом прийому, між ними має відбуватися постійний обмін інформацією щодо поточного стану та заповненості номерного фонду. Недостовірні дані про наявність вільних місць

або неправильне бронювання можуть призвести до втрати доходів та довіри клієнтів через випадки подвійного бронювання.

У випадках відміни бронювання:

– більш ніж за 24 години до прибуття (до 14:00) процедура є безкоштовною;

– менше ніж за 24 години до прибуття або гість не приїжджає, стягується оплата за першу добу.

## 8.2 Типи бронювання

Існує два типи бронювання: гарантоване та негарантоване.

Гарантоване бронювання передбачає зобов'язання готелю забезпечити клієнта номером до розрахункового часу наступного дня після передбаченого прибуття (до 12:00). Цей вид бронювання вигідний для клієнтів, оскільки дозволяє їм скористатися послугами готелю навіть у випадку запізнення, але не пізніше встановленого часу. Готель отримує передоплату як гарантію, і якщо клієнт не прибуває до розрахункового часу, готель утримує передоплату і може використовувати номер на власний розсуд. Іноді гарантоване бронювання може покривати весь термін перебування клієнта.

Підтвердження гарантованого бронювання може здійснюватися різними способами. У багатьох країнах поширене використання кредитних карток, де службовець фіксує номер картки і перевіряє її дійсність. Якщо бронювання не скасовано вчасно, готель виставляє рахунок, а компанія, що обслуговує картку, перераховує кошти на рахунок готелю. У деяких випадках готелі можуть вимагати передоплату під час бронювання. Ця форма бронювання зазвичай використовується під час великих подій, таких як олімпіади або саміти, і є найбільш вигідною для готелів.

Деякі готелі можуть вимагати часткову передоплату (50 % вартості номера), що зараховується при остаточному розрахунку. У разі запізнення клієнта готель може стягнути додаткову плату за простій номера, але не більше ніж за одну добу. Якщо запізнення перевищує одну добу, бронювання анулюється.

Гарантовані бронювання для юридичних осіб, таких як підприємства чи тур-агенти, передбачають їхню фінансову відповідальність за простій номерів у разі відсутності клієнтів. Якщо готель не забезпечує належну підготовку номера до заселення, оплата за бронювання не стягується.

Ціна на бронювання визначається готелем і може коливатися залежно від договору з клієнтом. Для індивідуальних туристів плата за бронювання зазвичай становить 50 % від добової вартості номера, а для туристичних груп надаються знижки, що варіюються від 25 % до 35 %.

Негарантоване бронювання передбачає, що готель тримає номер для клієнта до певного часу ануляції (18:00 у день прибуття). Якщо клієнт не прибуває до цього часу, номер може бути запропонований іншим клієнтам. Якщо клієнт приїжджає пізніше часу ануляції, але номер ще доступний, готель може його надати. Оплата за негарантоване бронювання не стягується.

### 8.3 Організаційні форми бронювання

Централізоване бронювання є типовою практикою в готельному бізнесі і широко використовується провідними підприємствами. Відомі готельні мережі інтегрують інформацію про свої об'єкти у довідкові системи централізованого резервування, що робить ці дані доступними для потенційних клієнтів і агентів, які займаються реалізацією послуг готелів у різних куточках світу.

Така система корпоративних зв'язків прискорює процес бронювання і знижує загальні витрати. Витрати на централізоване бронювання є мінімальними, що робить його доступним навіть для невеликих готелів.

Для підвищення ефективності центральні офіси обмінюються даними про наявність вільних номерів. Використання автоматизованих систем допомагає автоматично скеровувати дзвінки до потрібного готелю на основі запиту клієнта.

Централізовані системи також забезпечують філії технічним обладнанням для зв'язку та отримують відсоток винагороди з бронювань. Водночас готелі мають регулярно надавати актуальну інформацію про заповненість номерного фонду до центрального офісу.

Міжготельні агентства – це централізовані системи, які співпрацюють з кількома готельними мережами. Вони часто переадресовують запити на бронювання або напряду зв'язуються з готелями. Окрім готельних послуг, ці агентства також пропонують бронювання авіаквитків.

Бронювання безпосередньо в готелі зазвичай здійснюється через власний відділ бронювання, що є характерним для малих незалежних готелів.

Бронювання через туроператорів та інші організації може спостерігатися в курортних готелях, де туроператори беруть на себе таку функцію. Подібні послуги можуть надавати організатори конференцій і заходів у бізнес-готелях.

### 8.4 Технологія бронювання номерів (місць) у готелях

Процес бронювання включає кілька основних етапів:

- оформлення заявки на бронювання;
- перевірка наявності вільних номерів;
- реєстрація замовлення;
- підтвердження бронювання;
- складання звіту про бронювання.

Заявка на бронювання – це перший крок у співпраці між клієнтом і готелем. Заявка може надійти через мережу «Інтернет», телефон, поштою або іншим шляхом від самого клієнта чи його представника. Відділ бронювання реєструє кожен заявку, у якій клієнт зазначає свої дані, дату прибуття, тривалість перебування, кількість і категорію номерів, а також спосіб оплати (рис. 8.1).

<p>Туристична фірма «Всесвіт»          Київ, вул. Харківська, 52          Рахунок 0110101011 в N-банку</p>	<p>Директор готелю          «Дніпро»</p>
<p>Заява</p>	
<p>Просимо забронювати для працівників нашої фірми І. М. Галушко, О. В. Карпенко два одномісних номери з 01.12.2024 до 04.12.2024, прибуття о 10.00.          Оплату гарантуємо згідно з договором №18 від 01.07.2024 р.          Просимо підтвердити бронювання по факсу 228-25-58.</p>	
<p>З повагою          Директор          Головний бухгалтер</p>	<p>Іван Сірко          Олена Піддубна</p>
<p>25.11.2024</p>	

Рисунок 8.1 – Лист-замовлення на бронювання номера

Після отримання замовлення здійснюється аналіз наявних вільних номерів. Цей етап важливий для репутації готелю та його ефективної роботи, адже перевірка дозволяє уникнути ситуацій, коли кількість заброньованих номерів перевищує наявні. Контроль вільних номерів здійснюється за допомогою комп'ютерних систем, книг контролю бронювання або настінних графіків.

Комп'ютерні системи автоматично відстежують кількість вільних і зайнятих номерів, попередні замовлення та доходи від бронювання. Сучасні програми можуть автоматично блокувати бронювання, якщо готель заповнений, і пропонувати альтернативи. Проте системи потребують періодичної перевірки, особливо під час високих навантажень.

Книга контролю бронювання (сторінки поділені на типи номерів) використовується навіть у комп'ютеризованих готелях. Після кожного замовлення відповідний номер позначається у книзі. Книгу необхідно регулярно оновлювати через можливі скасування або зміни у замовленнях.

У некоп'ютеризованих готелях застосовується настінний графік. На ньому вказуються всі номери готелю, дати, місяці і тарифи. Після отримання замовлення вільний номер закріплюється за клієнтом шляхом встановлення позначки на графік, що відображає тривалість перебування. У випадку змін або скасування бронювання позначка пересувається або видаляється.

Якщо заявлений номер зайнятий, клієнту пропонують альтернативний варіант або інший готель, що можливо завдяки співпраці між готелями.

### 8.5 Реєстрація замовлення з бронювання

Після отримання заявки на бронювання та перевірки наявності номерів оператор реєструє бронювання. У процесі реєстрації працівник отримує важливі дані про клієнта: його ПІБ або інформацію про організацію-замовника, форму оплати, кількість і категорію номерів, термін перебування, а також

побажання щодо умов проживання та передоплати. Ця інформація може бути основою для індивідуалізації обслуговування та перевірки платоспроможності клієнта. Після внесення даних відділ бронювання присвоює клієнту номер для підтвердження.

Реєстрація бронювань здійснюється в спеціальному журналі, затвердженому як документ суворої звітності та первинного обліку.

У випадку гарантованого бронювання клієнт має надати дані про форму оплати. Якщо використовується кредитна картка, потрібно вказати її тип, номер, термін дії та власника, а також перевірити її дійсність через комп'ютерну систему.

У разі передоплати готель вимагає від клієнта підтвердження оплати до узгодженої дати. Якщо оплата не надходить вчасно, гарантоване бронювання може бути переведене до негарантованого.

Якщо бронювання здійснюється через агентство чи організацію, необхідно отримати дані про них, зокрема назву, адресу та реквізити відповідальної особи. Працівник служби бронювання повинен узгодити всі аспекти гарантії, щоб клієнт був упевнений, що номер залишатиметься за ним до певного часу після дати прибуття.

Якщо бронювання не буде скасоване вчасно, клієнт може втратити авансові кошти або рахунок виставлять на організацію-замовника.

Під час реєстрації бронювання клієнт отримує інформацію про послуги та їхню вартість, зокрема:

- додаткові послуги, що оплачуються окремо;
- мінімальний термін проживання, якщо такий встановлено;
- наявність пільгових умов;
- обмінний курс для іноземних гостей;
- податкові ставки тощо.

Дотримання оголошених тарифів є важливим для підтримки позитивного іміджу готелю.

Цей етап підтверджує готовність готелю надати послуги, а клієнта скористатися ними.

Бронювання вважається підтвердженим після надсилання відповідного повідомлення клієнту (рис. 8.2). Якщо заявка була зроблена в усній формі чи телефоном, письмове підтвердження надсилається протягом дня. Заявки, отримані поштою, підтверджуються протягом 1–2 днів. У підтвердженні зазначаються:

- реєстраційний номер заявки;
- дата і час прибуття та виїзду;
- тривалість перебування;
- вартість і тип номеру;
- кількість осіб і місць;
- тип бронювання (гарантоване чи ні);
- додаткові побажання;
- інформація про можливість зміни дати прибуття або скасування бронювання.

Готель «Дніпро»

У відповідь на Ваш факс від 25.11.2024 підтверджуємо бронювання двох одномісних номерів з 01.12.2024 до 04.12.2024. Вартість номерів за добу 650 грн.

У випадку зміни Ваших намірів просимо відмінити бронювання до 18 години 28.11.2024 для уникнення нарахування рахунку за простій номера. Розрахунковий час у нашому готелі 12.00.

З повагою  
Директор  
Головний бухгалтер

Віталій Кожедуб  
Інна Сіліна  
25.11.2024

Рисунок 8.2 – Лист-підтвердження на бронювання номера

Під час заселення в готель друковане підтвердження бронювання може стати в нагоді у випадку непередбачених обставин.

У ситуаціях, коли попит на номери перевищує пропозицію (наприклад, під час конференцій або спортивних подій), готелі часто практикують подвійне бронювання (overbooking). Це означає, що готель може підтвердити бронювання декільком клієнтам, навіть якщо всі номери вже зарезервовані.

Така практика має бути доцільною лише при ґрунтовному зваженому підході. Адже, з одного боку, пов'язана з ризиком погіршення іміджу та зайвих витрат у разі явки всіх гостей, які здійснили попереднє бронювання номеру. З іншого (якщо розробляються прогнози щодо ймовірних відмов від бронювання) – може бути цілком доцільним для підвищення завантаженості номерного фонду.

Значне поширення готельних мереж спричинило впровадження систем централізованого бронювання, які контролюють 60–70 % готельної квоти. Решта номерів бронюється безпосередньо через готель. Така система забезпечує стабільність доходів у періоди низького попиту, але ускладнює управління в періоди високого попиту, коли є можливість варіювати ціни.

Часто клієнти віддають перевагу негарантованому бронюванню, намагаючись прибути до вказаної дати або до часу скасування бронювання. Однак, у разі непередбачених обставин (затримка транспорту, погодні умови тощо), клієнт може змінити бронювання на гарантоване. У такому разі оператор бронювання повинен:

- отримати заявку на зміну бронювання;
- зібрати інформацію про клієнта та його початкове бронювання;
- отримати дані кредитної картки, включаючи номер і термін дії, та перевірити їх у системі;
- надати новий номер підтвердження бронювання;

– заповнити форму зміни статусу бронювання, дотримуючись усіх внутрішніх правил готелю (табл. 8.1).

Таблиця 8.1 – Скасування бронювання

Дата відміни	Джерело відміни	Дата прогнозованого прибуття	Гість	Номер відміни бронювання
28.11.24	Лист № 25-03	15.12.24	Кузьмін С.В.	21-1

Якщо клієнт змінює плани щодо прибуття в готель, він повинен заздалегідь повідомити про це відділ бронювання. Оператор має поцікавитися, чи хоче клієнт перенести бронювання на іншу дату, скасовує бронювання номера (міся) і пропонує його іншим клієнтам.

Для скасування негарантованого бронювання оператор повинен мати дані про клієнта, такі як прізвище, ім'я, адреса, кількість заброньованих місць / номерів, а також заплановані дати перебування в готелі.

Відмітка про скасування вноситься в реєстраційний журнал або комп'ютер.

Якщо бронювання було гарантованим, забезпечене кредитною карткою через передоплату, або здійснене через підприємства, туристичні агентства чи інші організації, оператор повинен отримати дані про клієнта, кількість заброньованих номерів (місць) та дати перебування. Відмітка про скасування і відповідний номер вносяться в журнал реєстрації. Якщо скасування виконується від імені клієнта уповноваженою особою, необхідно зафіксувати її дані. У разі своєчасного скасування бронювання з попереднім внесенням передоплати кошти повертаються клієнту.

Для ефективного управління готелем важливо проводити маркетингові дослідження, що базуються на обліку кількості нереалізованих номерів. З цією метою складають звіт про бронювання.

Звіт про бронювання складається з таких частин:

– інформація про щоденне бронювання: кількість заброньованих номерів, зміни у термінах, скасування бронювання, зміни кількості зайнятих номерів, клієнти, що не прибули, тощо;

– звіт про відмови: кількість відмов клієнтам через відсутність вільних номерів;

– звіт про прогнозування доходів: розрахунок потенційного прибутку від бронювання, виходячи з кількості заброньованих номерів та їхньої вартості тощо.

### **Запитання для самоконтролю:**

1. *Які переваги надає гарантоване бронювання для клієнтів готелю?*
2. *У яких випадках готелі можуть вимагати часткову передоплату під час бронювання?*
3. *Охарактеризуйте процес негарантованого бронювання.*
4. *Охарактеризуйте переваги, що надає централізоване бронювання для невеликих готелів.*
5. *Чим централізоване бронювання незалежних готелів відрізняється від системи, що об'єднує готельні мережі?*
6. *Як автоматизація впливає на процес бронювання в централізованих системах?*
7. *Які додаткові послуги можуть пропонувати міжготельні агентства, окрім бронювання готелів?*
8. *Охарактеризуйте основні етапи процесу бронювання номерів у готелі.*
9. *Як здійснюється перевірка наявності вільних номерів після отримання заявки на бронювання?*
10. *Охарактеризуйте інструменти, що використовуються для контролю бронювання в готелях. Які проблеми можуть виникнути під час їхнього використання?*
11. *Які дані про клієнта має отримати оператор під час реєстрації бронювання?*
12. *Охарактеризуйте етапи процесу підтвердження бронювання після його реєстрації.*
13. *Які відомості повинен містити звіт про бронювання, і чому він є важливим в управлінні готелем?*

## 9 ІНЖЕНЕРНО-ЕКСПЛУАТАЦІЙНА СЛУЖБА В ГОТЕЛЯХ

### 9.1 Інженерно-експлуатаційна служба в готелях

Інженерно-експлуатаційна служба готелю відповідає за забезпечення належного функціонування низки систем, таких як водопостачання, центральне опалення, електромережі, каналізація, протипожежна система, вентиляція, телефони, телевізійне і радіообладнання, автоматичні системи безпеки тощо.

Готель є комплексом систем, які мають безперервно працювати для задоволення культурно-побутових потреб гостей і персоналу. У будівлі закладу розміщення мають бути передбачені технічні приміщення з обладнанням, що забезпечує діяльність інженерно-експлуатаційної служби.

Уся експлуатація технічного обладнання здійснюється відповідно до технічної документації, включаючи технічний паспорт будівлі, плани поверхів, схеми водопроводу, каналізації, електромереж, опалення та ліфтів. Ефективну роботу обладнання гарантує злагоджена діяльність інженерно-експлуатаційної служби.

До функцій інженерно-технічної служби відноситься контроль за справністю всього технічного обладнання, зокрема:

- санітарно-технічних систем (водопровід, каналізація, гаряче водопостачання, опалення, вентиляція, кондиціонування повітря, сміттепроводи);
- енергетичного господарства;
- слабкострумових пристроїв і автоматики;
- систем телебачення та зв'язку;
- холодильного обладнання;
- ліфтових систем;
- комп'ютерної техніки та інших пристроїв.

До складу інженерно-експлуатаційної служби входять: головний інженер (chief engineer), персонал для поточного ремонту (теплі, електрики, сантехніки), служба благоустрою (малярі, садівники), а також диспетчери (dispatchers). У деяких готелях може бути передбачений власний комп'ютерний відділ (EDP Department).

Роботу інженерно-експлуатаційної служби очолює головний інженер, який координує діяльність свого заступника, інженера-програміста та майстра. Структура служби включає два основні відділи: чергову технічну службу та ремонтну службу.

До чергової технічної служби належать слюсар-сантехнік, оператор котельні та двірник. Ремонтна служба включає таких фахівців, як: майстер із ремонту телеапаратури, старший електрик, слюсар-ремонтник, газоелектрозварник, столяр, маляр і плиточник.

Головний інженер підзвітний генеральному директору, заступнику генерального директора або технічному директору.

Сучасні готелі обладнані складними інженерно-технічними системами, які забезпечують високий рівень комфорту, благоустрою та зручності для гостей. До складу цього обладнання входять такі групи:

- санітарно-технічні системи водопровід, каналізація, холодне та гаряче водопостачання, опалення, вентиляція, кондиціонування повітря, централізоване видалення пилю, сміттєпроводи, білизнопроводи;
- енергопостачання: освітлювальні та силові мережі;
- ліфтове обладнання: пасажирські, службові та вантажні ліфти, а також ескалатори;
- слабкострумові системи та автоматика: телефонний зв'язок, радіофікація, пожежна, охоронна та службова сигналізація.

Інженерно-технічне обладнання розглядається як сукупність постійно діючих систем, спрямованих на задоволення побутових і культурних потреб гостей.

Для забезпечення належної експлуатації обладнання в готелі необхідно мати відповідну технічну документацію: паспорт будівлі, план поверхів, схеми систем опалення, каналізації, водопроводу, вентиляції, електромереж, а також паспорти ліфтів.

Особливе значення у готельному господарстві мають системи кондиціонування, опалення та вентиляції, які створюють комфортний мікроклімат для гостей.

Система кондиціонування повітря повинна забезпечувати підтримання заданих параметрів мікроклімату в приміщеннях, допускаючи такі відхилення: до +10 % за обсягом припливного повітря, до +2 °С за температурою, і до +5 % за відносною вологістю.

У житлових і громадських приміщеннях готелів категорії чотири та п'ять зірок необхідно встановлювати системи кондиціонування. Для адміністративних і побутових приміщень це рекомендується за умови місткості готелю 300 місць і більше. У виробничих і технічних приміщеннях доцільність використання систем кондиціонування визначається технічними вимогами, особливостями технологічного процесу та раціональністю їхнього застосування. У тризіркових готелях і нижче, а також у громадських приміщеннях чотирьох- і п'ятизіркових готелів можуть використовуватись системи кондиціонування третього класу.

Системи кондиціонування в житлових приміщеннях чотирьох- і п'ятизіркових готелів оснащуються пристроями для локального регулювання або програмування параметрів температури та вологості. Основні входи в готелі висотою понад п'ять поверхів, а також у готелях місткістю 300 і більше місць, мають бути обладнані повітряно-тепловими завісами. Такі завіси забезпечують подачу теплого повітря до тамбура головного входу чи вестибюля в необхідному обсязі та з відповідною температурою.

Система опалення включає тепловий генератор, нагрівальні прилади та теплопроводи. Протягом опалювального сезону вона повинна працювати безперебійно, забезпечуючи належний температурний режим у всіх приміщеннях.

Для обігріву готелів використовуються різні типи систем: водяне, парове або повітряне опалення. Обсяг тепловитрат залежить від таких факторів, як розміри та конфігурація будівлі, втрати тепла в опалювальних приміщеннях, температура зовнішнього повітря та конструктивні особливості будівлі. Загальна потреба в теплі враховує витрати на опалення, вентиляцію та гаряче водопостачання.

Система вентиляції повинна забезпечувати комфортний мікроклімат у приміщеннях готелю.

У невеликих готелях дозволяється застосовувати вентиляційні системи з природним спонуканням. В інших випадках, якщо в будівлі загалом або в окремих її частинах відсутні системи кондиціонування, необхідно передбачити використання припливно-витяжної вентиляції з механічним спонуканням.

Система вентиляції повинна забезпечувати нормативний повітрообмін у всіх приміщеннях готелю. Відхилення обсягів припливу або витяжки повітря від проектних параметрів не повинно перевищувати 10 %, а температура припливного повітря може змінюватися не більше ніж на  $\pm 2$  °C.

У готелях обов'язково повинні бути передбачені системи холодного та гарячого водопостачання, а також каналізація, які відповідають встановленим нормам.

Системи водопостачання повинні забезпечувати безперервну подачу холодної та гарячої води заданої температури до всіх санітарних приладів, передбачених проектом. Температура гарячої води залежить від типу підключення до системи теплопостачання:

- при закритому способі (через водонагрівач) – 50–55 °C;
- при відкритому способі (пряме водозабезпечення з мережі) – 60–65 °C.

Температура гарячої води регулюється автоматичними терморегуляторами і не повинна перевищувати 75 °C незалежно від типу підключення.

Для забезпечення безперебійного гарячого водопостачання в період профілактичного ремонту або аварій необхідно встановлювати місцеві електричні водонагрівачі (електробойлери, електротітани) і передбачати другий тепловий ввід.

Система каналізації готелю повинна забезпечувати безперебійне відведення стічних вод від усіх санітарно-технічних приладів і приймачів до зовнішньої каналізаційної мережі. Для запобігання засміченням необхідно проводити профілактичне очищення трубопроводів не рідше одного разу на рік.

Сміттепроводи в готелях розташовуються у сходових клітках або в окремих приміщеннях, але їхнє розміщення у зонах відпочинку обслуговуючого персоналу заборонено. Сміттепроводи повинні відповідати стандартам, зазначеним у «Вказівках з проектування сміттепроводів у житлових і громадських будівлях». Планово-попереджувальний ремонт сміттепроводів потрібно проводити кожні три роки, а капітальний ремонт – раз на дев'ять років.

Електричні мережі в готелях, а також проміжні та кінцеві пристрої електропостачання повинні відповідати встановленим вимогам. Категорійність

електроприймачів визначається рівнем надійності, причому для готелів категорії чотири і п'ять зірок передбачено першу категорію. У таких закладах необхідно встановлювати додаткові незалежні джерела електропостачання для забезпечення евакуації в екстрених ситуаціях.

Системи комп'ютерних мереж, протипожежного захисту, охоронної сигналізації, а також засоби зв'язку оснащуються агрегатами безперебійного живлення для забезпечення стабільної роботи.

У готельних будівлях використовується система електропостачання 380/220 В з глухозаземленою нульовою точкою трансформаторів і п'ятипровідною схемою електричних мереж.

Освітлення в готелях організовується за такими групами:

– житлові, громадські, адміністративні приміщення, а також шляхи евакуації;

– допоміжні приміщення;

– технічні приміщення;

– зовнішнє освітлення.

У готелях передбачені такі типи освітлення: робоче, евакуаційне, аварійне та охоронне. У номерах облаштовується загальне освітлення, а в готелях категорії дві зірки і вище – також місцеве та робоче (біля ліжка, умивальника, дзеркала тощо). У номерах категорії три зірки і вище використовуються регулятори яскравості для загального та приліжкового освітлення. У чотирьох- і п'ятизіркових готелях рекомендовано застосування систем дистанційного керування освітленням і акустичних пристроїв автоматичного вмикання й вимикання світла.

У громадських приміщеннях передбачене загальне освітлення з можливістю регулювання яскравості (плавно або ступінчасто), зональне освітлення (міське точкове, розсіяне або відбите). Для приміщень адміністрації та постів чергових служб облаштовується загальне та робоче освітлення. Робочі місця з комп'ютерами оснащуються безбліковими лампами розсіяного світла.

Кількість вводів систем зв'язку в готелях повинна бути мінімальною. У будівлях готелів допускається облаштування власних станцій дротового мовлення, призначених для трансляції програм центрального радіомовлення, міської радіотрансляційної мережі або студії готелю. Можлива як повна, так і часткова трансляція цих програм, а також передача сигналів оповіщення, повідомлень для персоналу тощо.

У чотирьох- і п'ятизіркових готелях дозволено облаштування власної телевізійної студії. Також у цих готелях обов'язково має бути забезпечений прийом супутникового телебачення та можливість підключення до комп'ютерних мереж. У готелях інших категорій це рекомендується.

Всі житлові приміщення, а також основні громадські зони готелю повинні бути обладнані пристроями для підключення телевізорів. У залах, вестибюлях, поверхових вітальнях і холах рекомендується використовувати системи відеопроєкції.

Телефонізація повинна забезпечувати прямий або опосередкований доступ до міських абонентів, а також передбачати внутрішні мережі телефонного та селекторного зв'язку. Рекомендується використання систем пошукового зв'язку для персоналу, селекторного обладнання для керівного, технічного та чергового персоналу, а також радіозв'язку для служб безпеки.

У готелях, які мають кіноконцертні та конференц-зали, а також приміщення для ділових зустрічей та інші подібні об'єкти, необхідно встановлювати системи звукопідсилення, синхронного перекладу, диктофонно-стенографічні та інші конференц-системи, які можуть бути доповнені лінійно-кабельними комунікаціями до спеціалізованих або відкритих абонентських мереж. У таких випадках доцільно також організувати копіювально-розмножувальне бюро.

Номери готелів категорій «три зірки» та вищих мають бути оснащені системами охоронної сигналізації, причому в чотиризіркових і п'ятизіркових готелях ці системи повинні доповнюватися індикацією зайнятості номера та присутності гостей у ньому.

Для готелів важливою частиною системи безпеки є автоматизована система пожежної сигналізації, що використовує різноманітні пожежні сповіщувачі з різними фізичними принципами виявлення спалаху, такими як оптичні, іонізаційні або теплові. Така система повинна забезпечувати раннє виявлення пожежі, локалізацію осередку та швидку реакцію на появу диму.

Ліфти та інші види механічного транспорту у готелях є складними системами, що включають механічні, електричні, автоматичні та електронні підсистеми. У готелях використовуються пасажирські, вантажопасажирські ліфти та спеціальні підйомники з різною вантажопідйомністю, місткістю та швидкістю.

Пасажирські ліфти повинні бути передбачені в будинках готелів:

- вищої категорії, якщо висота будівлі два поверхи і більше;
- I категорії – у будівлях із трьома поверхами і більше;
- II, III, IV категорії – у будівлях із чотирма поверхами і більше.

Кількість пасажирських ліфтів у готелі визначається за принципом: один ліфт на 150 осіб, але не менше двох ліфтів у будівлі. Пасажирські ліфти не повинні з'єднуватися з цокольным і підвальним поверхами. Ліфти в готелях розміщують в основних комунікаційних вузлах – поблизу входу, сходів та у сходових клітках. Ліфтові шахти не можна розміщувати поряд із житловими кімнатами. У багатоповерхових готельних будівлях ліфти є основним засобом вертикального транспорту, а сходи – додатковими, дублюючими їх. Тому в таких будівлях немає обов'язкової вимоги щодо зв'язку ліфтів зі сходами.

Горизонтальне транспортування білизни та іншого дрібного інвентарю між поверхами здійснюється за допомогою рухомих візків та ручних пересувних столиків і полиць. Інколи поверхи буфетних для обслуговування гостей комплектуються столиками-барами. У готелях на 400 місць і більше дозволяється встановлення систем централізованого пиловидалення та білизнопроводів для брудної білизни.

## 9.2 Функції персоналу інженерно-технічної служби готелю

Головний інженер повинен володіти теоретичними знаннями щодо функціонування інженерно-технічних систем у готелях, організації та технології надання готельних послуг, основами техніки безпеки під час роботи з інженерними системами, управління, складання бюджетів, системою статистичної звітності та діловодством. Він організовує роботу технічного персоналу та контролює діяльність служби:

- розробляє бюджет служби, здійснює контроль за його виконанням і витратами протягом роботи служби;
- організовує розподіл щоденних завдань від інших служб та персоналу готелю для виконання робіт;
- забезпечує функціонування систем опалення, водопостачання та засобів зв'язку;
- планує графіки профілактичних і ремонтних робіт, координує їхнє виконання;
- контролює ефективне використання енергоресурсів і сприяє їхній економії;
- організовує навчання та практичну підготовку інженерно-технічного персоналу;
- здійснює контроль за дотриманням норм охорони праці та техніки безпеки;
- проводить інструктажі з безпеки у випадку пожежі, витоку газу та інших непередбачуваних ситуацій;
- розробляє плани з технічного переобладнання готелю на поточний і перспективний період;
- спільно з директором готелю або менеджером кадрової служби вирішує питання кадрового забезпечення служби.

До обов'язків заступника головного інженера входить:

- складання графіка чергувань та позмінної роботи технічного персоналу;
- забезпечення дотримання трудової дисципліни серед працівників служби;
- контроль за станом і безпечним функціонуванням основних інженерно-технічних систем;
- розподіл виробничих завдань і контроль за їхнім виконанням;
- організація навчання персоналу;
- контроль за використанням комунальних послуг з метою економії та моніторинг витрат;
- ведення обліку виходу персоналу на роботу та складання платіжних відомостей.

Головний інженер готелю координує роботу технічного персоналу і відповідає за результати його діяльності. Він забезпечує правильну експлуатацію систем опалення, водопостачання, каналізації, засобів зв'язку та інформаційних систем, а також за безперебійну роботу технічного обладнання.

Контролює дотримання норм охорони праці та техніки безпеки. Аналізує технічний стан електричних і сантехнічних систем, повідомляє керівництво про потребу в їхньому ремонті або заміні. Розробляє поточні та перспективні плани технічного переобладнання.

Старший енергетик забезпечує безперебійну роботу та правильну експлуатацію енергетичного і сантехнічного обладнання, електричних і теплових мереж, повітропроводів, водопостачання та каналізації. Він контролює дотримання інструкцій з експлуатації, технічного обслуговування та нагляду за енергообладнанням і електричними мережами, а також відповідає за вжиття протипожежних заходів.

Електромонтер:

- забезпечує належне функціонування освітлення в усіх приміщеннях готелю;
- усуває аварії освітлення та відновлює роботу світлових і силових точок;
- контролює справність освітлювальних приладів, внутрішньої електропроводки, вимикачів, розеток, телевізійних установок, а також чистоту освітлювальних приладів, люстр та електричних ламп;
- ремонтує електронагрівальні прилади та інші електричні пристрої;
- контролює роботу та проводить поточний ремонт зовнішнього (вуличного) освітлення і реклами.

Ліфтер:

- спостерігає за роботою ліфта;
- вживає необхідні заходи в разі аварійних ситуацій;
- підтримує чистоту та порядок у внутрішній частині кабіни ліфта та на поверхових майданчиках перед ліфтом на всіх поверхах.

Слюсар-сантехнік:

- контролює справність санітарно-технічного обладнання та забезпечує нормальне постачання води до опалювальних приладів і санітарно-технічних установок;
- усуває пошкодження трубопроводів, замінює санітарно-технічні прилади (ванни, унітази, умивальники), прочищає каналізацію при засміченні;
- стежить за правильною експлуатацією санітарно-технічних приладів, запобігаючи витокам води;
- виконує профілактичний ремонт санітарно-технічних приладів.

Ландшафтний архітектор (озеленювач):

- розробляє планування та художнє оформлення газонів і клумб за кресленнями та ескізами;
- підготовляє посадковий матеріал;
- займається посадкою дерев, чагарників та квіткових рослин;
- проводить стрижку газонів, квітників та формувальну обрізку дерев і чагарників;
- виконує профілактичний догляд за рослинами в інтер'єрі;
- відповідає за збереження та належний стан зелених насаджень.

### 9.3 Функції технічного відділу

Інженерно-технічна служба відповідає за безперебійне функціонування численних систем і об'єктів: енергетичного обладнання, водопостачання, каналізації, сантехнічних установок, опалення, вентиляції, кондиціонування, холодильних систем та ліфтів. Технічний персонал готелю переважно займається обслуговуванням цих систем, але для вирішення більш складних проблем може знадобитися залучення зовнішніх фахівців.

Забезпечення електропостачання та безперебійної роботи енергетичного обладнання готелю вимагає ретельного контролю всіх його мереж. Відправляючи працівників інженерно-технічної служби в кожен куток будівлі, вони повинні забезпечити стабільну роботу електричних мереж, що обслуговують бізнес-центри, конгрес-зали, освітлення входу, парковки та інші важливі елементи згідно з державними будівельними нормами.

Система водопостачання та каналізації готелю є складною і за обсягами може зрівнятися з інфраструктурою невеликого селища. Енерговитрати на її обслуговування становлять від 5 % до 15 % всіх енергозатрат готелю. Вода повинна безперебійно постачатися для ванних кімнат, туалетів, ресторанних приміщень, кухонь, басейнів, пралень, хімчисток та систем очищення стічних вод, забезпечуючи безперервний комфорт для гостей, без необхідності їхнього втручання в процеси водопостачання.

Якщо з якоїсь причини в номері немає водопостачання, інженерно-технічна служба повинна оперативно вирішити проблему.

У разі підключення готелю до центральної системи гарячого водопостачання готель має мати власну бойлерну, яка здатна забезпечити його гарячою водою в повному обсязі під час планового відключення центрального водопостачання. Деякі готелі вирішують цю проблему шляхом підключення до кількох систем водопостачання та теплопостачання для уникнення планових відключень гарячої води.

Окрім забезпечення гарячою водою, існує також проблема постачання холодною водою. Навіть коли готель підключений до централізованого водопостачання, адміністрація повинна контролювати дотримання стандартів якості води, адже може виникнути необхідність у додатковому очищенні води. Оскільки чистота і склад води є важливими для оцінки якості обслуговування в готелі, підтримка відповідності води необхідним стандартам стає важливим завданням інженерно-технічної служби.

Тиск води також має контролюватися готелем. Тиск у центральній системі водопостачання зазвичай забезпечує подачу води до 4–6 поверхів. Для більш високих будівель необхідно встановлювати додатковий насос для забезпечення водопостачання всіх номерів і служб.

Сантехнічне обладнання потребує постійного догляду, оскільки водостоки можуть засмічуватися як через необережність гостей, так і через поганий стан міської каналізаційної системи. Крани зношуються і потребують заміни, виникають засмічення у туалетах, іноді з необхідністю демонтажу

унітаза для виявлення причин поломки. Невчасне усунення протікань або інших проблем може спричинити значні збитки для готелю.

До того ж багато міських каналізаційних систем, до яких підключаються готелі, не були спочатку спроектовані для таких обсягів навантаження, і їхня модернізація не залежить від готелю. Ліквідація засмічень у каналізаційній системі часто потребує виконання робіт вручну.

Системи опалення значною мірою залежать від роботи комунальних служб. У такому випадку готель змушений підлаштовуватися під графік включення та відключення опалення, який часто не збігається з потребами закладу.

Щоб зменшити залежність від комунальних служб, готелі повинні встановлювати власні котельні. Вони можуть бути різного типу: вугільними, мазутними, газовими. Мазутні котли утворюють кіптяву, що осідає в казанах, тому потребують додаткового обслуговування. Газові котли вимагають спеціально підготовленого персоналу для обслуговування.

Для кухні та пральні необхідно забезпечити подачу пари під високим тиском, для чого встановлюється спеціальне обладнання.

Усе обладнання, включаючи термостати, радіатори та вентилялі, повинно перебувати в належному стані, своєчасно ремонтуватися та чиститися. Останнім часом для контролю систем опалення все частіше використовуються новітні автоматизовані та комп'ютеризовані системи управління.

Для забезпечення комфортних кліматичних умов (вентиляції, кондиціонування) використовується спеціалізоване обладнання: системи охолодження, шумоізоляції, фільтрації та зволоження.

Основна система кондиціонування має центральну точку управління. Кондиціонери або фанкойли, встановлені в кожному номері, регулюються гостями, що створює додаткові труднощі в ремонті та налаштуванні цього обладнання.

Для зниження енергоспоживання необхідно встановлювати сучасні системи, які коригують температуру в номері під час відсутності клієнта. За статистикою, номер готелю залишається порожнім до 60 % часу, тому опалювати або кондиціонувати його в цей період недоцільно. Такі технології зазвичай окупаються протягом 2–3 років.

Холодильні установки застосовуються в усіх зонах харчування готелю. Великі холодильні камери, шафи та рефрижератори повинні працювати безперервно. Хоча поломка невеликої шафи може залишитися непоміченою, вихід з ладу великої камери може призвести до псування значної кількості продуктів і завдати готелю значних збитків. Холодильні установки потребують постійного контролю та регулярних профілактичних перевірок.

## 9.4 Водопостачання і теплопостачання

Однією з головних проблем є забезпечення готелю водою для питних та господарських потреб. Для цього будівля готелю повинна бути обладнана відповідною системою водопостачання та каналізації.

Готелі, що будуються в зонах з уже розвиненою інфраструктурою, отримують воду від міської водопровідної мережі. Маленькі об'єкти, розташовані поза межами міської забудови, забезпечуються водою через місцеві джерела, такі як річки, свердловини та колодязі.

Вода, що постачається до готелів, повинна відповідати стандартам якості і бути придатною для пиття, незалежно від того, для яких потреб вона використовується.

Система опалення в готелях повинна забезпечувати стабільний температурний режим протягом опалювального сезону та створювати комфортні умови відповідно до встановлених вимог. Вона повинна функціонувати безперебійно та з мінімальними витратами енергії, підтримуючи оптимальну температуру в усіх приміщеннях.

Системи опалення поділяються на місцеві та центральні. Місцеві системи об'єднують всі основні елементи в одному пристрої, такими є печі, газові та електричні обігрівачі, і їхня дія обмежується одним або двома суміжними приміщеннями. У центральних системах джерело тепла розміщується поза межами опалювальних приміщень або навіть за межами будівлі.

У готельних комплексах застосовуються такі види опалення:

1. Водяне опалення. Це один з найпростіших і дешевих варіантів для обслуговування, особливо у невеликих готельних комплексах площею до 10 тис. м<sup>2</sup>. Для більших об'єктів використовується насосне водяне опалення, що забезпечує примусову циркуляцію води в системі нагрівальних пристроїв.

2. Опалення паром низького тиску. Зазвичай використовується в установках для нагріву води, пральних машинах, а також у пароповітряних апаратах, протипожежних установках, сушарках і кухнях. Тиск пари складає до 0,5 атмосфери, а температура досягає 110 °С. Принцип роботи цієї системи полягає в генерації пари в котлах, яка подається через труби до опалювальних пристроїв, де вона конденсується. Конденсат потім повертається в котел для повторного випаровування.

3. Повітряне опалення. Це система опалення для виробничих приміщень і торгових залів ресторану, де повітря, що циркулює, одночасно виконує функцію вентиляції та опалення. Для цього використовуються пароповітряні апарати з нагрівачем, до якого подається пара низького тиску, а також вентилятори, що засмоктують повітря з приміщення або зовні.

4. Промєневе опалення. Нагрівальні канали розташовуються в конструкціях стель, стін, підлоги або перегородок. У цьому випадку нагріваються поверхні будівельних конструкцій, які потім передають тепло повітрю. Температура поверхні обігріву коливається від 30 °С до 50 °С.

5. Калориферна система. Ця система не тільки нагріває повітря, але й зволожує та очищає його за допомогою спеціальних фільтрів.

У багатьох готельних комплексах ефективно використовується система підігріву підлоги. Теплопостачання таких об'єктів від тепломереж здійснюється за угодою з постачальником, і розрахунок оплати залежить від площі приміщень та обсягу споживаної гарячої води. Для зниження витрат більшість готелів оснащуються вузлами обліку теплових ресурсів.

Сучасне інженерно-технічне обладнання дозволяє створювати у готелях ідеальні параметри повітряного середовища, забезпечуючи екологічний комфорт для гостей. Це обладнання здатне збагачувати повітря киснем, регулювати його температуру та вологість, очищати від пилу та інших забруднень, а також ароматизувати. Для цього використовуються спеціальні установки, які називаються кондиціонерами. Важливо, щоб температура в номерах була в межах 18–20 °С, вологість повітря – 40–45 %, а швидкість руху повітря – 0,25 м/с. Створення комфортного клімату в приміщенні, враховуючи зовнішні погодні умови та інші фактори, таких як тепло- і вологовиділення від людей і обладнання, називається кондиціонуванням повітря.

Системи кондиціонування повітря поділяються на центральні, які обслуговують кілька приміщень, та місцеві, призначені для кондиціонування одного приміщення.

Центральні системи кондиціонування оснащуються великими кондиціонерами, які розміщуються в спеціальних приміщеннях площею не менше 140 м<sup>2</sup> і висотою до 10 м. Такі системи використовуються для подачі кондиціонованого повітря в торгові зали ресторанів, банкетні та конференц-зали, виробничі та житлові приміщення. Вони зазвичай оснащуються пристроями для автоматичного і дистанційного керування.

Місцеві системи кондиціонування встановлюються безпосередньо в обслуговуваному приміщенні, де розміщено компактний кондиціонер.

Кондиціонування повітря необхідне у випадках, коли природна вентиляція (наприклад, відкриті вікна влітку) неможлива через сильний вуличний шум, забруднення повітря або великі швидкості вітру, особливо в умовах висотних будівель. У таких кондиціонерах обробляється зовнішнє повітря, змішане з внутрішнім або рециркульованим повітрям.

Для ефективної роботи систем кондиціонування потрібне постійне охолодження, особливо влітку. Охолодження може здійснюватися завдяки природним джерелам, таких як артезіанські води з температурою +5 °С, або штучних джерел, як-от охолоджена вода від холодильних установок з температурою +7 °С. Охолоджувальні пристрої оснащуються компресорами і випарно-конденсаторними агрегатами. Взимку та в перехідний період охолоджувальні машини не працюють. За санітарними нормами на одну людину повинно припадати 20 м<sup>3</sup> свіжого повітря.

Обмін повітря в житлових номерах, виробничих приміщеннях, готельних та ресторанных залах, а також у кафе є необхідним для створення комфортних умов для гостей і персоналу. Вентиляція сприяє обміну повітря: вона видаляє забруднене повітря, яке містить надмірну кількість вуглекислого газу, водяної пари та пилу, і подає свіже повітря, збагачене киснем.

Більшість великих готелів оснащені системами вентиляції. Вентиляційні системи класифікуються за різними ознаками: за призначенням вони бувають припливними та витяжними; за методом переміщення повітря – природними і механічними; за способом організації повітрообміну – місцевими та загальнообмінними.

Належний і швидкий обмін повітря може бути забезпечений як природною, так і механічною вентиляцією. Природна вентиляція включає аерацію (провітрювання через вікна, квартирки, балконні двері) і канално-гравітаційну вентиляцію (через шахти та трубопроводи, що виводяться на дах, або вентиляційні решітки в приміщеннях, завдяки різниці температур). Ця система зазвичай застосовується в номерах, ванних кімнатах, загальних санвузлах та деяких складах. Основною умовою ефективного обміну повітря в гравітаційній системі є різниця тиску між внутрішнім і зовнішнім повітрям. Завдяки цій різниці у вентиляційних каналах виникає природна тяга, що забезпечує провітрювання приміщень.

Механічна вентиляція використовується там, де необхідно забезпечити сильний обмін повітря, при цьому її перевагою є незалежність від зовнішніх погодних умов, таких як температура, вологість, вітер і тиск. Це важливо для виробничих приміщень, ресторанних залів, кафе, кухонь, пралень і машинних відділень.

Механічна вентиляція поділяється на витяжну та припливно-витяжну. При витяжній механічній вентиляції забруднене повітря видаляється з приміщень за допомогою вентилятора, а свіже надходить через пори стін або спеціально передбачені канали та отвори в стінах і покриттях, а також через вентиляційні решітки. При припливно-витяжній вентиляції встановлюються окремі вентилятори для руху і обміну повітря, або ж застосовується вентиляційна установка, в якій повітря подається та видаляється різними каналами, а притік повітря регулюється за допомогою решіток. Така установка складається з каналів і вентиляторів, при цьому повітря засмоктується через систему, яка оснащена очисними, нагрівальними та зволожуючими пристроями.

Вентиляція в житлових номерах, ванних кімнатах і санвузлах здійснюється за допомогою вертикальних витяжних каналів. У виробничих приміщеннях ресторану природної вентиляції недостатньо через великі обсяги тепла і вологи, що виділяються кухонними пристроями. Для цього встановлюється механічна припливно-витяжна вентиляція. Вентиляційні решітки повинні розміщуватися над джерелами тепла і пари. Над основною кухонною плитою встановлюють вентиляційний навіс, який призначений для відведення пари і тепла, що утворюються під час приготування їжі.

Приміщення торгових залів ресторанів, кафе, коктейль-барів та винних погребів повинні бути оснащені незалежною механічною вентиляцією. Висота цих приміщень має велике значення: для низьких залів потрібно використовувати більш дорогі вентиляційні системи.

У пральнях вентиляційні системи можуть бути окремими пристроями, що відводять тепло та випаровування безпосередньо від пральних машин і техніки, або складовою самих машин. Сучасна готельна пральня має бути оснащена

власною вентиляцією, що обслуговується централізованим машинним відділенням. У приміщеннях, де здійснюється прання білизни та накопичується пара, встановлюються пристрої для їхнього видалення, що складаються з вентилятора та нагрівальних елементів. Провітрювання пралень через відкриті вікна небажане, особливо в зимовий період.

У холодильних камерах циркуляція повітря може здійснюватися як шляхом гравітації, так і за допомогою вентиляторів. Склади для зберігання продуктів та матеріалів потребують регулярного обміну повітря, який має відбуватися 3–6 разів на день.

Серед можливих дефектів вентиляційних систем – відсутність або пошкодження витяжних ґрат і рамок, негерметичність вертикальних коробів, засмічення вентиляційних каналів уламками цегли або розчином, а також пошкодження або відсутність захисної парасольки чи дефлектора на вентиляційній шахті. В умовах сильних морозів вентиляція може бути відключена.

У великих готелях, де широко використовуються килимові покриття, встановлюються системи для видалення пилу.

Принцип роботи системи централізованого пиловидалення такий: у підвальних приміщеннях готелю встановлюється спеціальна станція, що складається з водокільцевого вакуумного насоса, гідравлічних фільтрів (барботер), сітчастих фільтрів та стояків з штуцерами для підключення гнучких шлангів з насадками, які використовуються для очищення поверхонь від пилу та бруду.

Стояки розташовуються в стінах коридорів і підводяться до вищих поверхів готелю.

Зволожений пил, потрапляючи в приймальну камеру на водну поверхню, скидається в каналізацію.

### **Запитання для самоконтролю:**

*1. Які функції має виконувати інженерно-експлуатаційна служба готелю?*

*2. Які групи інженерно-технічних систем забезпечують високий рівень комфорту гостей готелю?*

*3. Охарактеризуйте систему водопостачання готелю.*

*4. Охарактеризуйте систему електропостачання готелю.*

*5. Охарактеризуйте системи та види опалення в готельних комплексах.*

*6. Які системи кондиціонування повітря можуть бути обладнані в готелі?*

*7. Як організована вентиляція в житлових номерах, ванних кімнатах і санвузлах готелю?*

*8. Охарактеризуйте принцип роботи системи централізованого пиловидалення в готелі.*

## 10 АДМІНІСТРАТИВНА ТА ФІНАНСОВО-КОМЕРЦІЙНА СЛУЖБИ ГОТЕЛЮ

### 10.1 Адміністративно-управлінська служба

Організацію управління всіма підрозділами готельного комплексу забезпечує адміністративно-управлінська служба, яка ухвалює ключові рішення щодо функціонування підприємства, включаючи питання фінансового та кадрового забезпечення, модернізації, корпоративних зв'язків та напрямів діяльності.

Керування готельним підприємством здійснює група керівників з різними повноваженнями, де найвищі функції виконує керівник підприємства. Він координує діяльність менеджерів, відповідальних за окремі напрямки, які також керують роботою менеджерів конкретних служб (відділів). Менеджери служб контролюють роботу обслуговуючого персоналу. Таким чином, в ієрархічній піраміді управління кількість управлінського персоналу зростає на нижчих рівнях, водночас зменшуються повноваження та збільшуються виконавчі функції.

Вищий рівень управління складається з власника та генерального директора підприємства, які приймають стратегічні рішення. Власником готелю може бути як приватна особа, так і корпорація. У готелях, що є акціонерними товариствами, генерального директора обирають загальні збори акціонерів.

Власник готелю або генеральний директор:

- керує всією господарською діяльністю готельного підприємства;
- несе відповідальність за затвердження бюджету готелю;
- визначає стратегічні напрямки діяльності, орієнтуючи їх на певний сегмент туристичного ринку;
- впроваджує та дотримується єдиної політики в організації праці та інших функціях, таких як експлуатація, збут, охорона праці, підвищення кваліфікації кадрів, стандарти якості тощо;
- періодично здійснює перевірку та оцінку технічного стану готельного підприємства;
- використовує всі види банківських послуг, включаючи кредити, відкриває та управляє рахунками, підписує чеки на отримання готівки та інше;
- має право подавати позови та відповідати на судові запити, а також представляє готель в адміністративних органах;
- підписує угоди, зобов'язання та доручення;
- ухвалює рішення щодо тарифної системи та розрахунків з клієнтами.

У великих готельних підприємствах із складним технологічним процесом виникає потреба в постійному контролі адміністрації, тому може бути призначена посада виконавчого директора, який керує підприємством у разі відсутності власника або генерального директора.

У структурі управління великими готелями може бути від п'яти до шести заступників генерального директора, таких як директор із розміщення,

директор із маркетингу, директор ресторану, фінансовий директор та технічний директор. Ці керівники складають середній рівень управління та відповідають за реалізацію політики готелю, розробленої вищими керівниками, а також за виконання завдань у відповідних функціональних підрозділах. Заступники директора мають широкі повноваження і виконують значну кількість обов'язків, включаючи вирішення проблем обслуговування та задоволення потреб гостей.

Директор із розміщення координує діяльність менеджерів служби бронювання, прийому та розміщення, обслуговування номерів і менеджера з обслуговування. Його обов'язки включають:

- забезпечення необхідного рівня обслуговування та утримання приміщень відповідно до категорії готелю;
- вжиття заходів для максимального збільшення доходів від використання номерів;
- контроль витрат підпорядкованих служб на виробничі потреби;
- відповідальність за зовнішній вигляд і особисту гігієну обслуговуючого персоналу відповідно до стандартів;
- регулярний моніторинг стану номерів готелю, коридорів, холів та інших приміщень, доступних для гостей, для забезпечення їхнього належного стану;
- щоквартальна інвентаризація та складання замовлень на необхідні ресурси;
- реагування на скарги гостей, пов'язані з роботою підпорядкованих служб, та вжиття заходів для вирішення конфліктів;
- відповідальність за впровадження програм підвищення кваліфікації в контрольованих службах;
- управління черговими денної та нічної зміни, щоденний аналіз звітної документації.

Технічний директор відповідає за роботу інженерно-технічної служби. Його основна роль полягає в коригуванні заходів, спрямованих на забезпечення належної експлуатації будівлі та обладнання відповідно до встановлених стандартів.

Фінансовий директор контролює діяльність фінансової та комерційної служби готелю, і його основні обов'язки включають:

- розробку довгострокової фінансової стратегії готельного підприємства, яка є важливою частиною загальної стратегії економічного розвитку компанії;
- створення організаційних структур для забезпечення ефективного ухвалення та реалізації управлінських рішень у різних напрямках фінансової діяльності готелю;
- проведення аналізу фінансової діяльності готелю, зокрема детального вивчення окремих фінансових операцій та результатів діяльності філій і підрозділів, а також узагальнення результатів на рівні готелю в цілому та за напрямками;
- планування фінансової та комерційної діяльності готелю відповідно до основних напрямків роботи різних структурних підрозділів;

- забезпечення ефективного контролю за виконанням управлінських рішень.

Директор з маркетингу керує відділом конгресового обслуговування та відділом реклами. Його основні обов'язки включають:

- аналіз стану ринку готельних послуг;
- пошук можливостей для виходу на нові ринки та розробка каналів просування готельних послуг;
- оцінка потенціалу основних ринкових сегментів;
- дослідження споживчого попиту з метою виявлення найбільш перспективних послуг;
- збір, обробка та систематизація інформації про клієнтів;
- формування бази даних про клієнтів за демографічними, соціальними та географічними ознаками;
- аналіз діяльності готелю та його основних конкурентів з огляду на середньорічне і сезонне заповнення, ціни та якість послуг;
- розробка та підтримка електронного сайту, електронної реклами та засобів бронювання;
- планування маркетингових заходів та створення рекламних програм.

## **10.2 Фінансово-комерційна служба готелю**

Фінансово-комерційна служба готелю включає бухгалтерію та планово-комерційний відділ. Ця структура відповідає за забезпечення готелю необхідним матеріально-технічним та виробничим потенціалом, а також за облік і контроль фінансових ресурсів.

Бухгалтерія підтримує постійний зв'язок з усіма службами, відділами та персоналом готелю в процесі виконання технологічних завдань. Вона здійснює нарахування заробітної плати, обробку рахунків, перерахування грошових переказів, підготовку фінансових звітів від касирів кожного структурного підрозділу готелю, включаючи службу прийому та розміщення, громадське харчування, спортивно-розважальні заклади, а також здійснює облік і контроль первинної документації. Фінансова служба також регулярно інформує адміністрацію про фінансові результати діяльності готелю.

Склад фінансової служби визначається залежно від місткості готелю, його категорії та участі іноземного капіталу в його діяльності.

Основні завдання бухгалтерії включають:

- аналіз фінансово-господарської діяльності готелю;
- організацію складання бухгалтерських звітів відповідно до нормативних вимог;
- забезпечення дотримання фінансової та договірної дисципліни в готельному підприємстві;
- розробку бізнес-планів, фінансово-господарських планів та кошторисів згідно з встановленими формами;
- відповідальність за своєчасне складання звітів, балансів та рахунків, а також розрахунок прибутків і збитків готелю;

- облік, введення в експлуатацію та списання матеріальних цінностей і облік коштів відповідно до встановленого порядку;
- організацію процесу отримання ліцензій;
- контроль за дотриманням правил ціноутворення та визначенням тарифів на готельні послуги;
- облік надходження та вибуття виробничих запасів відповідно до стандартів бухгалтерського обліку.

У малих готелях фінансова служба складається з двох відділів: відділу поточної діяльності та відділу інвестицій, роботу яких контролює менеджер, підпорядкований 1–2 бухгалтерам і касиру.

У готелях вищої категорії фінансова служба зазвичай включає:

- фінансового менеджера (директора);
- головного бухгалтера;
- заступника головного бухгалтера;
- бухгалтерів різних категорій;
- касирів.

Керівництво фінансово-комерційною службою часто здійснює головний бухгалтер готелю.

Кваліфікаційні вимоги до менеджера фінансової служби передбачають необхідність знання:

- теоретичних основ управління та фінансової діяльності підприємства;
- теорії фінансів, кредиту та бухгалтерського обліку;
- економічної статистики та системи статистичної звітності;
- чинного законодавства у сфері фінансової, кредитної, валютної, банківської діяльності та у сфері гостинності;
- нормативно-законодавчих актів, що регулюють міжнародні розрахунки та зовнішньоекономічну діяльність;
- основ міжнародних фінансових операцій;
- основ економіки готельних підприємств;
- видів цінних паперів, порядку їхнього обігу та особливостей обігу цінних паперів за кордоном;
- правил проведення операцій на внутрішньому фінансовому ринку;
- основ діловодства.

Професійні обов'язки фінансового менеджера включають:

- контроль за ефективністю фінансових потоків у готелі, забезпечення оптимальних витрат та відрахувань;
- складання річного плану фінансових потоків із врахуванням перспективного планування економічного стану готелю, зокрема обсягу збуту, прибутку та організації праці. Фінансовий менеджер також займається поточним і довготерміновим прогнозуванням і аналізом отриманих даних;
- розробка кошторису для працівників та контроль за рівнем витрат;
- розробка та впровадження виробничого обліку, складання детальних звітів про витрати готелю, впровадження нових методик, управління інвентаризацією матеріально-технічної бази та визначення її вартості. Ведення реєстрації матеріально-технічного постачання і здійснення необхідних

коригувань. Підготовка звітно-фінансової інформації для власників та керівників готелю;

- контроль за використанням бланків оперативного обліку та їхнім збереженням;

- комплектування кадрового складу служби, визначення обсягу роботи для працівників, забезпечення підвищення кваліфікації підлеглих;

- підтримка тісних зв'язків з менеджерами інших служб, участь у нарадах керівників готелю.

За ефективність забезпечення готельних підприємств матеріально-технічними та виробничими ресурсами відповідає планово-комерційний відділ. До його обов'язків належить:

- моніторинг ринку товарів і послуг;

- створення оптимальних умов для постачання матеріально-технічних ресурсів та послуг для готелю;

- аналіз співвідношення ціни та якості готельних послуг;

- укладання угод із постачальниками продукції.

Наприклад, дослідження ринку товарів і послуг, що використовуються в готельному бізнесі, має проводитися на постійній основі, щоб своєчасно реагувати на зміни. Для ефективного моніторингу ринку готельної індустрії важливо використовувати сучасні методи комп'ютеризації та телекомунікаційні інформаційні системи.

Планово-комерційний відділ очолює старший менеджер, якому підпорядковується 3–4 менеджери в великих готелях. У деяких готелях цей відділ може бути окремою структурною і функціональною одиницею.

Працівники планово-комерційного відділу повинні мати глибокі знання у таких сферах:

- основи здійснення комерційних операцій на внутрішньому та міжнародному ринках товарів і послуг;

- закони та нормативно-правові акти, що регулюють комерційну діяльність;

- основи економіки готельних підприємств;

- форми документів, що використовуються під час комерційних операцій.

Діяльність фінансово-комерційної служби повинна бути інтегрована з усіма підрозділами готелю і здійснюватися відповідно до установчих документів, методів формування капіталу, форм управління, що визначають фінансові відносини з державними органами, акціонерами, пайовиками та керуючою компанією.

### **10.3 Структура вартості послуг**

До важливих завдань менеджерів готелю відноситься встановлення тарифів на номери та послуги, що має прямий вплив на ефективність готелю на ринку гостинності. Це питання потребує комплексного підходу з урахуванням низки чинників. Планування готельного бізнесу вимагає постійного моніторингу ринкової ситуації та готовності до змін, щоб забезпечити

реалізацію стратегії саморозвитку та економічної стійкості в умовах конкуренції.

Під час визначення тарифів важливо враховувати такі фактори:

- собівартість номерів і послуг;
- поточні або очікувані інвестиції;
- тенденції та ситуацію на основних цільових ринках;
- норми прибутку і повернення капіталовкладень;
- співвідношення попиту та пропозиції на цільовому ринку в певний період;
- можливості конкурентів і наявність альтернативних варіантів проживання;
- рівень обслуговування в готелі та потенціал для його поліпшення.

Структура готельного тарифу (вартості проживання) включає не лише вартість розміщення, а й додаткові складові, такі як харчування (дворазове, триразове або лише сніданок), послуги мінібару, сауни та інші послуги. Це залежить від попиту клієнтів та маркетингової стратегії готелю. Якщо деякі послуги не включені в тариф, можуть бути передбачені додаткові нарахування або знижки, наприклад, за розміщення дорослих чи дітей. Такими критеріями визначаються готельні тарифи, які отримують спеціальні назви, такі як «сімейний тариф», «родинний тариф», «європейський тариф», «американський тариф» тощо.

Основою ціни кожної послуги готельного господарства, згідно з національним досвідом, є її повна собівартість. Повна собівартість послуги розміщення в номері відповідної категорії охоплює всі трудові, матеріальні та фінансові витрати, виражені в грошовій формі на одиницю послуги. Цей показник відображає техніко-організаційний рівень діяльності готелю, пов'язаної з виробництвом і наданням послуг.

Окрім експлуатаційних витрат, загальні поточні витрати готельного комплексу охоплюють витрати на інші види діяльності та господарські операції. Поточні витрати є важливим якісним показником роботи готелю, оскільки вони впливають на загальні результати господарської діяльності, собівартість окремих послуг, їхню прибутковість і рентабельність.

У вітчизняних готелях для визначення ціни використовується середня вартість однієї людино-добы розміщення, яка обчислюється як результат ділення загальної суми витрат на експлуатацію готелю, прибутку з урахуванням податкових платежів на повний обсяг наданих послуг розміщення (людино-дів).

Для готельних комплексів, що надають широкий спектр послуг, поточні витрати поділяються на прямі (виробнича заробітна плата, комунальні послуги, сировина тощо) та загальні (експлуатаційні, адміністративні, витрати на збут та інші загальногосподарські витрати).

Якщо готель надає лише один вид послуг (наприклад, проживання в номері), витрати визначаються на одиницю цих послуг без поділу на прямі та загальні. Якщо загальні експлуатаційні, адміністративні витрати, витрати на збут та інші господарські витрати потрібно розподілити між готельними

послугами та послугами підпорядкованих готельних підрозділів (наприклад, сауна, пральня, ресторан), то застосовується метод непрямого розподілу цих витрат на собівартість послуг цих підрозділів. Для цього частину загальних витрат розподіляють пропорційно сумі прямих витрат.

При цьому під час розрахунку собівартості послуг прямі поточні витрати групуються з урахуванням місця їхнього виникнення та призначення.

Повну собівартість одиниці послуг розміщення обчислюють за формулою: повна собівартість = експлуатаційна собівартість + адміністративні витрати, витрати на збут та інші загальні господарські витрати.

Експлуатаційна собівартість послуг розміщення включає прямі та загальні експлуатаційні витрати готелю. До прямих експлуатаційних витрат відносяться:

- витрати на оплату праці персоналу з відрахуваннями на соціальні заходи;
- амортизаційні відрахування на неосновні засоби готельного господарства;
- комунальні витрати: опалення приміщень, водопостачання, каналізація, електроенергія, прання та прасування білизни, абонентська плата за телефон і радіо, поточний ремонт номерного фонду.

При розподілі загальних експлуатаційних, адміністративних витрат, витрат на збут та інших загальних господарських витрат між підрозділами готельного комплексу необхідно враховувати особливості формування кожного виду витрат. Наприклад, при визначенні собівартості послуг розміщення витрати на оплату праці адміністративного та управлінського персоналу розподіляють пропорційно до прямих витрат на оплату праці обслуговуючого персоналу.

Таким чином, середня відпускна вартість одиниці послуг (людино-доба розміщення) є основним чинником формування готельних тарифів та цінової політики в готелях України. Однак, при створенні тарифів на послуги проживання в українських готелях економічно недостатньо обґрунтована вартість готельного обслуговування, зокрема, диференціація вартості послуг розміщення залежно від категорії номерів готелю, а також не в повному обсязі використовуються результати маркетингових досліджень для обґрунтування рекламних і відпускних тарифів.

У міжнародному досвіді європейських країн загальну вартість послуг розміщення для окремих категорій номерів готелю диференціюють за методом еквівалентних чисел, використовуючи показники прямих експлуатаційних витрат відповідно до категорій номерів готелю та з урахуванням визначеної норми прибутку й податкових платежів. Ці розрахунки складають об'єктивну основу для диференціації готельних тарифів.

Стратегія ціноутворення готельного підприємства орієнтована на максимальне задоволення різноманітних потреб клієнтів. Однак не менш важливим є вдосконалення механізму ціноутворення на додаткові послуги, що надаються в готелях: побутові, спортивно-розважальні, послуги зв'язку та

інформації, транспортні, торговельні, банківські, медичні та інші. Обсяг і асортимент таких послуг залежать від категорії готелю.

Загальна кількість послуг, які надаються готелем, визначається як «повний комплекс послуг». Цей комплекс складає спеціальний готельний продукт, що відповідає специфічним вимогам ринку і формує імідж готельного підприємства. Наприклад, для готелів, орієнтованих на бізнес-клієнтів, позитивний імідж створюють такі ділові послуги, як бізнес-центр (факс, телекс, ксерокс, експрес-пошта), доступ до інтернету, міжнародний телефонний зв'язок, конференц-зали тощо.

Додаткові послуги сприяють створенню комфортних умов і задоволенню потреб клієнтів відповідно до стратегії конкуренції готелю. Технологія надання цих послуг повинна передбачати ефективне розташування служб у готелі для скорочення часу оформлення замовлень і уникнення повторних звернень клієнтів із однаковими запитами. Наприклад, у столичних готелях України для туристів, які прибувають із діловою метою, передбачено надання таких додаткових послуг: приміщення для протокольних та робочих зустрічей, послуги перекладачів, комп'ютерні послуги, безперебійний міжнародний зв'язок, цілодобове транспортне обслуговування тощо.

Для визначення рекламних цін на послуги підсобних підрозділів вартість одиниці послуги розраховується як базова або максимальна ціна (наприклад, вартість прання за індивідуальним замовленням, ціна надання сніданку в номері тощо). Конкретну ринкову ціну визначають з урахуванням стану ринку та цінової політики готелю. Частина додаткових послуг готель надає не самостійно, а через компанії, що орендують його приміщення.

Ціноутворення та цінова стратегія для спеціальних, додаткових і супутніх послуг повинні розглядатися як єдиний процес формування готельних тарифів. Це пояснюється тим, що попит на основні послуги неможливий без додаткових, і навпаки. Згідно з основною стратегією конкуренції готелю, одні й ті самі послуги можуть бути класифіковані як спеціальні, додаткові або супутні, але послуга розміщення в номері завжди є основним продуктом.

Продукт гостинності включає не тільки основні, спеціальні, супутні та додаткові послуги, але й елементи та якісні характеристики, що формують загальний імідж підприємства та його послуг. Це включає атмосферу обслуговування, форми пропозиції продукту, доступність інформації про ціни на послуги, систему цінових знижок тощо.

#### **10.4 Цінова стратегія готельних підприємств**

Завдання цінової політики підприємств індустрії гостинності пов'язані з розробкою стратегії та тактики ціноутворення на власні товари та послуги, зокрема встановлення початкових ринкових цін на нові продукти та послуги. Оптимізація процесу формування ринкових цін здійснюється через такі етапи розробки цінової політики:

1. Визначення мети ціноутворення.
2. Аналіз факторів, що впливають на цінову політику підприємства.

3. Вибір цінової стратегії для окремих видів туристичних послуг.
4. Окреслення моделей формування початкових ринкових цін.
5. Розрахунок рекламних ринкових цін.
6. Встановлення методів тактичного регулювання ринкових цін.

На першому етапі формулюється мета ціноутворення, яка визначається загальною стратегією підприємства індустрії гостинності. Мету можна класифікувати за такими критеріями:

- забезпечення економічного виживання підприємства в умовах конкурентного ринкового середовища;
- збільшення частки ринку завдяки встановленню низьких цін;
- досягнення лідерства на ринку за показниками якості послуг;
- максимізація поточного прибутку.

Для реалізації обраної цінової стратегії підприємство вибирає один з методів ціноутворення:

- середні витрати та середній прибуток;
- забезпечення цільового прибутку;
- встановлення ціни на основі сприйнятої цінності готельної послуги;
- встановлення ціни відповідно до поточних цін конкурентів;
- встановлення ціни через «закриті торги».

Після визначення початкової ринкової ціни необхідно з'ясувати, як саме має змінюватися ринкова ціна і як бажані зміни впливають на реалізацію цілей підприємства.

Отже, цінова політика готельного підприємства – це обґрунтоване передбачення можливих змін вихідної ринкової ціни продукту, що найкраще відповідає основним цілям підприємства на ринку.

Розробка цінової стратегії і тактики управління ціною готельного продукту – це постійний процес. Неможливо раз і назавжди обрати певну політику і реалізувати її протягом тривалого часу. Цінову політику варто постійно переглядати й адаптувати до ринкових умов. Підприємство повинно спочатку представити свою послугу на ринку, вибравши оптимальне поєднання ціни та якості. Сучасні готельні підприємства застосовують різні стратегічні підходи.

Визначення цінової стратегії залежить від того, на яку послугу встановлюється ціна: нову чи вже існуючу. Якщо продукт або послуга знаходяться на етапі виходу на ринок, цінова стратегія буде значно відрізнятися від стратегії для продуктів чи послуг, які перебувають на стадії зрілості або старіння.

Вибір цінової стратегії для підприємства індустрії гостинності визначається низкою факторів, серед яких основними є: стадія життєвого циклу послуги; особливості послуги та її відмінність від інших аналогічних послуг; рівень конкуренції на ринку; характеристика споживчого попиту та його цінова еластичність; поточні витрати підприємства; норма прибутку підприємства та середня норма прибутку конкурентів; імідж підприємства на ринку.

Етап дослідження цінових чинників є найбільш трудомістким. Якість аналізу визначає обґрунтованість стратегічних і тактичних рішень щодо цін.

Ефективна цінова політика включає не лише встановлення початкової ринкової ціни, а й умови оплати, види знижок, а також диференціацію цін за різними критеріями. Наприклад, у готельній сфері, де попит суттєво коливається, ціни можуть змінюватися не тільки за сезоном, а й залежно від дня тижня.

Отже, ефективна цінова політика повинна бути пов'язана з довгостроковими цілями підприємства та загальним напрямом його розвитку, зокрема з формуванням лояльної клієнтської бази, витісненням конкурентів, проникненням на нові ринки, досягненням максимального прибутку тощо. Як показує практика, готелі часто комбінують кілька цінових стратегій.

Оптимальні стратегії обираються на основі прогнозів маркетингових менеджерів щодо цінової еластичності попиту, динаміки цін конкурентів, стадії життєвого циклу послуги та середнього маржинального доходу на подібні послуги.

Серед основних цінових стратегій виділяються:

1. Стратегія «зняття вершків» (високих цін). Вона передбачає початковий продаж нової послуги за максимальною ціною. Це можливо тільки в умовах відсутності конкурентів, коли послуга є новинкою на ринку. Використовуючи цю стратегію, готельні підприємства можуть деякий час користуватися монопольним становищем, але згодом на ринку з'являються подібні послуги, і ціни повинні бути знижені. У вітчизняній практиці ці стратегії часто використовуються разом із стратегією «проникнення на ринок». На міжнародному ринку послуг гостинності ця стратегія застосовується рідше, оскільки складно знайти послугу, за яку споживачі готові платити максимальні ціни. Крім того, конкуренти швидко дізнаються про такі послуги, і підприємство змушене розробляти нові стратегії. Тому в міжнародному досвіді ця стратегія частіше зустрічається в виробничих галузях із високими витратами на дослідження та розробку нових товарів.

2. Стратегія «проникнення на ринок» передбачає встановлення низьких цін для залучення великої кількості споживачів. У цьому випадку низька ціна є свого роду платою за впровадження продукту (послуги) на ринок. Таку стратегію часто використовують нові підприємства або ті, які хочуть збільшити свою частку на ринку. Зі збільшенням обсягів продажу та зміцненням позицій на ринку ціна поступово підвищується до середнього рівня для галузі, зберігаючи попередній рівень попиту.

Стратегія «проникнення на ринок» є особливо ефективною у сучасному розвитку сфери послуг, де витрати на їхнє надання поступово знижуються завдяки «ефекту масштабу». Цей ефект означає, що зі збільшенням обсягу реалізації та накопичення досвіду витрати на одиницю послуги зменшуються. Таку стратегію можна застосовувати для широкого поширення готельного продукту на внутрішньому туристичному ринку України, проте за певних умов:

– власні витрати підприємства повинні бути достатньо низькими, щоб навіть при знижених тарифах підприємство могло отримувати необхідний прибуток;

– на ринку має складатися ситуація, коли конкуренти не встигнуть відреагувати на зниження цін; якщо до процесу приєднаються конкуренти, ризик банкрутства підприємства значно зросте.

3. Стратегія «престижних цін» передбачає встановлення високих цін, орієнтуючись на певну категорію споживачів. Для цієї групи ціна не має великого значення, адже важливими є якість послуг, імідж і унікальний статус підприємства на ринку. Цю стратегію використовують для найкращих номерів класу «люкс» у європейських готелях. Стратегія «престижних цін» буде ефективною лише за умов мінімальної або відсутньої конкуренції, коли підприємство має патентний захист, високу репутацію бренду та інші подібні переваги.

4. Стратегія орієнтації на цінового лідера передбачає розробку цінової політики підприємства на основі аналізу цінової політики лідера ринку. Однак це не означає встановлення ціни на послугу в точній відповідності з рівнем цін провідного підприємства, а лише використання окремих елементів його цінової стратегії. Ціна на нову послугу або товар може відрізнитись від ціни лідера залежно від якісних характеристик послуги. Чим менше нові продукти чи послуги відрізняються від існуючих на ринку, тим ближче їхня ціна буде до рівня лідера. Цей підхід є привабливим для підприємств, які не хочуть або не можуть самостійно розробити цінову стратегію. Однак він не позбавлений ризиків, оскільки може обмежити цінову ініціативу і призвести до помилок, наприклад, якщо лідер ринку застосовував неправильну стратегію або маневрував з цінами. У міжнародній практиці цінові стратегії часто застосовуються комплексно, з урахуванням ситуації на ринку та загальної стратегії розвитку компанії.

5. Стратегія диференційованих (гнучких) цін полягає у встановленні цін із можливістю застосування знижок або надбавок залежно від ринку або його сегментів. Ціни можуть змінюватися відповідно до попиту і бути кориговані через впровадження знижок або компенсацій.

6. Стратегія пільгових цін спрямована на привернення уваги клієнтів, на яких орієнтована фірма, пропонуючи їм послуги за зниженими цінами. У загальному випадку, чим більш специфічні, унікальні, якісні та цінні послуги гостинності, тим більшу свободу мають підприємства у встановленні цін. Клієнтам надаються як основні, так і додаткові послуги. Проте процес ціноутворення та цінова стратегія не повинні розглядатися окремо, оскільки попит на основні послуги часто тісно пов'язаний із попитом на додаткові та супутні.

Щодо основної ціни готельного продукту, що відображає вартість обслуговування, у розробці стратегії і тактики ціноутворення вітчизняних і міжнародних готельних підприємств існують певні особливості. Загальна економічна нестабільність та невизначеність факторів, що впливають на ухвалення рішень, вимагають значної уваги керівників вітчизняних готелів до встановлення цін на послуги. Зазвичай плануються тимчасові преїскуранти цін та система знижок, зокрема з урахуванням сезонності. Водночас, суттєвим недоліком є те, що в багатьох вітчизняних готелях ціни встановлюються не

маркетинговими відділами, а бухгалтерією або планово-економічним відділом. За міжнародним досвідом, саме менеджери з маркетингу мають контролювати тарифну політику і взаємодіяти з іншими відділами, що відповідають за визначення цін. Важливо, щоб планово-економічний відділ, бухгалтерія та маркетинговий відділ постійно координували свої дії щодо встановлення цін і узгоджували стратегію ціноутворення. Від обґрунтованості цін залежить рентабельність підприємства, його конкурентоспроможність та інші показники ефективності діяльності.

Процес встановлення вихідних ринкових цін на послуги готелів включає кілька етапів. Після визначення стартової ціни потрібно розробити тактику ціноутворення, що включатиме механізм зміни цін, для чого розробляються методи та інструменти тактичного регулювання.

Тактика ціноутворення полягає в обранні готельним підприємством стратегії зміни початкової ринкової ціни послуги, що найбільше відповідає його цілям.

Установлення стандартних цін на готельні послуги означає, що ціна не змінюється залежно від ринкових коливань і залишається стабільною, щоб створити у споживача асоціацію певної послуги з конкретною ціною, що надає їй унікальність. Однак таких послуг небагато, особливо з урахуванням високої конкуренції на ринку готельних послуг.

Установлення гнучких цін передбачає їхні зміни залежно від ринкових умов. Ціна на кожену послугу, яку надає готель, буде адаптуватися до змін у попиті та пропозиції. Це важливе завдання для керівництва, оскільки воно вимагає постійного аналізу змін на ринку гостинності та оцінки впливу варіацій цін на економічні результати готелю.

Для стимулювання обсягу продажу основних та додаткових послуг готельні підприємства в Україні також застосовують різні знижки та цінову диференціацію. Вітчизняні готелі часто використовують сезонні та комерційні знижки, пов'язані з тривалістю перебування гостей або з відсутністю певних обов'язкових послуг з об'єктивних причин. До сезонних знижок можуть відноситися знижки під час різдвяних та новорічних свят, Великодня чи серпневих канікул. У готельних комплексах України існують «Положення про надання знижок проживаючим», розроблені відповідно до Гражданського кодексу України, а також «Правила користування готелями та надання готельних послуг в Україні».

Вітчизняні готелі часто включають до «Положень...» різні види цінових знижок:

- сезонні знижки – надаються в несезон або у святкові дні (Різдво, Великдень та інші релігійні свята), знижки можуть становити 25–50 %;
- знижки через тимчасове зниження якості послуг – у випадку об'єктивних причин (ремонт, відсутність гарячої води, телефонного зв'язку, телевізора чи холодильника в номерах, де вони мають бути); розмір знижки визначається, враховуючи мінімальну добову вартість незабезпечених послуг;

– знижки за розташування номерів поряд із душовими або іншими приміщеннями загального користування, а також біля приміщень, де проводяться ремонтні роботи – 5–10 %;

– спеціальні знижки – для школярів та студентів під час канікул, для членів однієї родини, що проживають в одному номері (якщо немає спеціального «родинного тарифу»);

– знижки за оплату готівкою – до 2 %;

– функціональні (дилерські) знижки – для посередників (турагентів, дистриб'юторів), знижка на відшкодування витрат посередників складає 3–25 % від собівартості послуг;

– знижки для постійних клієнтів – 5–10 %, залежно від тривалості перебування;

– дипломатичні знижки – для власників дипломатичних паспортів при обов'язковому попередньому бронюванні, знижка становить 10–20 %;

– корпоративні знижки – для співробітників на окремі послуги;

– спеціальні знижки, розмір яких визначається окремим розрахунком;

– форс-мажорні знижки – при ненаданні обов'язкових послуг (відсутність води, відключення електроенергії, ліфтів, опалення в осінньо-зимовий період тощо);

– знижки на нічне проживання в будні – надаються при заселенні з 22:00 до 08:00 наступного дня;

– знижки на проживання у неробочі (вихідні та святкові) дні\*\* – надаються з 12:00 п'ятниці до 12:00 неділі.

Знижки на обсяг реалізації послуг. Готель може пропонувати спеціальні ціни для залучення клієнтів, які здатні оплатити більшу кількість людино-днів протягом певного періоду. Також можуть бути передбачені пільгові тарифи або безкоштовні послуги для асоціацій та організаторів зустрічей і конференцій. Крім того, готель може встановлювати корпоративні ціни для клієнтів, які гарантовано використовуватимуть певну кількість місць щорічно.

Знижки залежно від сезону купівлі. Впровадження сезонних знижок, що полягає у зниженні ціни для клієнтів, які користуються послугами готелю в несезон, дозволяє підтримувати стабільний попит протягом року. Сезонність має значний вплив на ціни, тому на ринку готельних послуг часто пропонуються різні варіанти сезонних цін: на послуги в основний сезон, міжсезоння та в несезонний період. Різниця між сезонними та несезонними цінами може досягати вдвічі й більше. Врахування сезонних коливань при формуванні цін дозволяє стимулювати попит і компенсувати обмежену кількість реалізованих послуг у низький сезон.

Диференціація тарифів. У вітчизняних готелях зазвичай застосовують різні тарифи залежно від громадянства клієнтів і форми надання послуг. Наприклад, можуть бути тарифи для українських туристів, іноземців, оренди приміщень під офіси, довгострокового проживання тощо. Також існує диференційований підхід до ціноутворення для номерного фонду залежно від виду та категорії номера. Поширеними є такі види тарифів: базовий, для

сімейного туру, на вихідні, для сімейного туру на вихідні, на проживання понад 7 діб, на проживання понад 14 діб, на оренду номерного фонду.

Порівняльний аналіз діяльності вітчизняних та міжнародних готелів показує, що дискримінаційна система тарифікації за громадянством є неефективною. Вітчизняним готелям варто активніше використовувати міжнародний досвід у сфері управління доходами та встановлення спеціальних тарифів. Це дозволяє збільшити обсяг реалізації послуг, зберігати постійних клієнтів і залучати нових без зниження цін для інших гостей. Якщо попит нееластичний за ціною, можна отримувати плату за повною вартістю, що забезпечить додатковий дохід та допоможе оптимізувати витрати.

Ціни на категорії номерів доцільно диференціювати залежно від прямих експлуатаційних витрат, якщо в цінах кожної категорії враховано єдину норму прибутку, ПДВ та готельний збір. Такий підхід дозволяє економічно обґрунтувати собівартість послуг згідно з якісними характеристиками, порівнювати динаміку витрат та враховувати їхній вплив на ціни.

Ефективне впровадження цінової стратегії передбачає тактичну корекцію цін з урахуванням внутрішніх і зовнішніх факторів. Основним фактором підвищення цін є інфляція, оскільки збільшення цін часто перевищує темпи зростання витрат. Іншим фактором є високий попит, наприклад, під час великих подій, таких як спортивні змагання або конференції, коли готелі можуть підвищити ціни в кілька разів порівняно з середньою вартістю номера. Водночас, підвищення тарифів має бути обґрунтованим, і готель не повинен стати відомим за «ценову експлуатацію». Підвищення цін доцільне лише тоді, коли попит перевищує пропозицію, і це важко задовольнити.

Зміна тарифів завжди впливає на інтереси споживачів, конкурентів, дистриб'юторів та постачальників. Клієнти можуть негативно сприймати коливання цін. Якщо ціна на готельні послуги занадто низька, це призводить до зниження доходів готелю, а якщо висока – до втрати клієнтів. Під час вирішення питання регулювання цін готельне підприємство повинно уважно оцінювати можливу реакцію різних категорій споживачів та конкурентів. Реакція споживачів залежить від їхнього розуміння причин зміни ціни, а у конкурентів вона може бути наслідком певних стратегічних рішень або оцінки конкретної ситуації. У разі зміни цін конкурентами готель повинен передбачити їхню стратегію та тривалість таких змін. Для того щоб залишатися конкурентоспроможним, необхідно заздалегідь планувати відповідні дії на можливі цінові маневри суперників.

Готель може ініціювати зниження ціни, якщо це дасть змогу зайняти лідируючі позиції на ринку. Для цього потрібно запропонувати ціни нижчі за конкурентів або першими знизити ціни, сподіваючись залучити частку ринку, що дозволить знизити виробничі витрати завдяки зростанню обсягу діяльності.

Вітчизняним готелям варто враховувати міжнародний досвід тактичного регулювання тарифів на готельні послуги, використовуючи сезонні та тимчасові тарифи.

Ось основні принципи ціноутворення в готельній сфері:

1. Необхідність сезонної диференціації цін і тарифів. Наприклад, попит на більшість послуг, які не можна накопичувати, збігається з періодами їхнього виробництва, реалізації та споживання, що мають виразний сезонний і часовий характер. Зимом зростає споживання електричної та теплової енергії, а влітку – туристичних послуг, транспорту, автосервісу. Підвищення неритмічності споживання послуг вимагає збільшення резервних потужностей для задоволення пікового попиту.

2. Сезонна диференціація цін відображає зміни в обсязі попиту та витратах праці в різні періоди року, тижня або доби, а також зумовлює необхідність стимулювання попиту та рівномірного розподілу послуг. Також важливо враховувати швидкість надання послуг (наприклад, перевезення пасажирів, виконання термінових замовлень), що впливає на рівень цін.

3. Тарифи для різних послуг можуть виконувати функції як гуртових, так і роздрібних цін. Вони повинні забезпечувати господарську ефективність підприємств і водночас реалізовувати соціально-економічні функції, властиві роздрібним цінам.

4. Диференціація рентабельності послуг у готельній сфері зумовлена різними факторами, такими як рівень концентрації виробництва послуг, спеціалізація, технічне оснащення, продуктивність праці та собівартість наданих послуг.

5. Послуги, які надаються на внутрішньому та міжнародному ринках, вимагають врахування міжнародних стандартів якості та споживчої вартості. Для деяких послуг можуть застосовуватися різні рівні цін: внутрішні і зовнішньоторговельні (наприклад, для авіаційних, морських та залізничних перевезень).

6. Географічний фактор відіграє важливу роль у формуванні цін і тарифів на послуги індустрії гостинності. Ціни можуть варіюватися залежно від соціального статусу клієнтів, рівня витрат праці в регіоні, природно-кліматичних умов, концентрації готелів, технічного оснащення підприємств і інших факторів.

До основних завдань менеджерів готелю входить встановлення тарифів (вартості проживання) на готельні номери та послуги, що визначає ефективність діяльності на ринку гостинності. Рішення з цього питання повинні базуватися на комплексному підході та враховувати різноманітні чинники. Планування у сфері гостинності вимагає постійного моніторингу ринку та готовності до змін, щоб забезпечити реалізацію стратегії саморозвитку та економічного виживання в умовах конкуренції.

Під час встановлення тарифів важливо враховувати такі аспекти:

- собівартість номерів та загальних готельних послуг;
- інвестиції, що надійшли, або плановані надходження;
- тенденції та ситуація на основних цільових ринках;
- норми прибутку та відшкодування витрат на вкладений капітал;
- пропозиція та реальний попит на ринку в конкретний час;

- можливості конкурентів і наявність інших засобів тимчасового проживання в регіоні;
- якість обслуговування в готелі та можливості її поліпшення.

Структура готельного тарифу, крім вартості проживання в номері певної категорії, включає такі елементи, як дворазове або триразове харчування (або тільки сніданок), послуги міні-бару (напої), сауну та інші послуги, що залежать від попиту клієнтів та маркетингової політики готелю. Якщо певні послуги не включені в тариф або передбачені додаткові нарахування, можуть надаватись знижки, наприклад, за розміщення дорослого або дитини в номері. На основі таких особливостей формуються різні види готельних тарифів, які можуть мати спеціальні назви, наприклад: «сімейний тариф», «родинний тариф», «європейський тариф», «американський тариф» тощо.

В основі ціноутворення кожної готельної послуги вітчизняної практики лежить її повна собівартість. Наприклад, повна собівартість послуги розміщення в номері конкретної категорії включає всі трудові, матеріальні та фінансові витрати, що виражені у грошовій формі на одиницю послуги. Цей показник відображає техніко-організаційний рівень роботи готелю, що пов'язана з виробництвом та наданням послуг.

Окрім експлуатаційних витрат, загальні поточні витрати готельного комплексу також включають витрати, пов'язані з іншими видами діяльності та господарськими операціями. Поточні витрати є важливим якісним показником діяльності готелів, адже вони впливають не тільки на результати господарської діяльності, а й на обсяг собівартості окремих послуг, їхню прибутковість та рентабельність.

У вітчизняних готелях для ціноутворення визначають середню вартість однієї людино-добы розміщення, ділячи суму всіх витрат на експлуатацію готелю та прибуток, з урахуванням податкових платежів, на загальний обсяг наданих послуг розміщення (людино-діб).

Готельні комплекси, що пропонують широкий спектр послуг, розподіляють поточні витрати на прямі (виробнича заробітна плата, комунальні послуги, сировина тощо) та загальні (експлуатаційні, адміністративні, витрати на збут та інші загальногосподарські витрати).

Якщо готель надає лише один вид послуг (наприклад, лише номери), то адміністрація визначає витрати на одиницю цієї послуги без поділу на прямі та загальні. Однак, якщо загальні експлуатаційні, адміністративні, витрати на збут та інші господарські витрати розподіляються між готельними послугами та послугами інших підрозділів, підпорядкованих готелю (наприклад, сауна, пральня, ресторан), то застосовують метод опосередкованого поділу витрат на собівартість послуг цих підрозділів. У цьому випадку частина загальних витрат розподіляється пропорційно сумі прямих витрат, пов'язаних із кожною послугою.

Повну собівартість одиниці послуги розміщення визначають за формулою: повна собівартість = експлуатаційна собівартість + адміністративні витрати, витрати на збут та інші загальні господарські витрати.

До складу експлуатаційної собівартості послуг розміщення входять як прямі, так і загальні експлуатаційні витрати готелю. Прямі експлуатаційні витрати включають:

- оплату праці персоналу з відрахуваннями на соціальні заходи;
- амортизацію неосновних засобів готельного господарства;
- комунальні витрати, такі як опалення приміщень, водопостачання, каналізація, електроенергія, прання та прасування білизни, абонентська плата за телефон та радіо, поточний ремонт номерного фонду.

При розподілі загальних експлуатаційних, адміністративних витрат, витрат на збут та інших загальних господарських витрат між підрозділами готельного комплексу необхідно враховувати специфіку формування кожного виду витрат. Наприклад, під час визначення собівартості послуг розміщення витрати на оплату праці адміністративно-управлінського персоналу розподіляються пропорційно до прямих витрат на оплату праці обслуговуючого персоналу.

Отже, середня відпускна вартість одиниці послуг (людино-доби розміщення) є основним чинником формування готельних тарифів і цінової політики в Україні. Під час встановлення тарифів на послуги проживання в українських готелях економічно недостатньо враховується вартість готельного обслуговування, зокрема диференціація відпускної вартості послуг розміщення за категоріями номерів, а також не повною мірою використовуються результати маркетингових досліджень для обґрунтування рекламних та відпускних тарифів.

У міжнародній практиці європейських країн загальна вартість послуг розміщення диференціюється за методикою еквівалентних чисел, враховуючи прямі експлуатаційні витрати, категорії номерів та визначену норму прибутку й податкові платежі. Такі розрахунки складають об'єктивну основу для диференціації готельних тарифів.

Оцінюючи стратегію ціноутворення готельного підприємства, яка спрямована на максимальне задоволення різноманітних потреб клієнтів, варто зазначити, що не менш важливим є вдосконалення механізму ціноутворення на додаткові послуги в готельних комплексах, зокрема побутового характеру, за побажанням гостя, спортивно-розважальні, послуги зв'язку та інформації, транспортні, торговельні, банківські, медичні та інші. Обсяг та асортимент додаткових послуг залежать від категорії готелю.

Загальна кількість послуг, що надаються готелем, визначається як «повний комплекс послуг». Це характеристика спеціалізованого готельного продукту, що відповідає специфічному попиту і формує відповідний імідж готельного підприємства. Наприклад, готель, орієнтований на бізнес-туристів, може створити позитивний імідж завдяки наданню таких ділових послуг, як бізнес-центр (факс, телекс, ксерокс, експрес-пошта), доступ до інтернету, міжнародний телефонний зв'язок, конференц-зали тощо.

Додаткові послуги сприяють максимальному комфорту клієнтів і задоволенню їхніх потреб відповідно до основної стратегії конкуренції готелю. Технологія надання таких послуг повинна включати раціональне розміщення

служб у готелі, щоб мінімізувати час на оформлення замовлень і уникнути дублювання запитів клієнтів на однакові послуги. Наприклад, в українських столичних готелях для туристів, які прибувають з діловою метою, передбачено такі додаткові послуги: приміщення для протокольних і робочих переговорів, послуги перекладачів під час зустрічей, комп'ютерні послуги, безперебійний міжнародний зв'язок, цілодобове транспортне обслуговування та інші.

При визначенні рекламних цін на послуги підсобних підрозділів вартість одиначної послуги розраховується як базова або максимальна ціна (наприклад, вартість прання згідно з індивідуальним замовленням, вартість сніданку в номері тощо). Конкретну (ринкову) ціну встановлюють залежно від стану ринку та цінової політики готелю. Частина додаткових послуг готель надає не самостійно, а за допомогою фірм, що орендують його приміщення.

Процес ціноутворення та цінову стратегію щодо спеціальних, додаткових і супутніх послуг необхідно розглядати як єдиний механізм формування готельних тарифів. Це зумовлено тим, що попит на основні послуги неможливий без додаткових, і навпаки. Одні й ті самі послуги можуть бути класифіковані як спеціальні, додаткові або супутні відповідно до стратегії конкуренції готелю, тоді як послуга розміщення в номері завжди залишається основним продуктом.

Продукт гостинності, окрім основного, спеціального, супутнього та додаткового продукту, включає елементи й якісні характеристики, які формують загальний імідж підприємства та його комплексу послуг. Це може бути атмосфера обслуговування, форма пропозиції продукту, доступність інформації про ціни на послуги, система цінових знижок та інші аспекти.

### **10.5 Світовий досвід формування спеціальних тарифів на номери**

Під час формування тарифів на номери враховуються два основні чинники: собівартість номера та прийнятність тарифу для клієнта. Готельний тариф має забезпечити покриття витрат на утримання готелю і повернення інвестованого капіталу. Водночас вартість номера не повинна відлякувати потенційного клієнта. Перший чинник вирішується за допомогою об'єктивного, структурованого та формалізованого підходу, зокрема використовуючи сучасні методи та формули у готельному господарстві. Інший чинник є більш суб'єктивним і не завжди піддається точній формалізації, оскільки не можна визначити чітку ціну, за яку клієнт готовий придбати послугу. Тут варто враховувати численні фактори, від конкурентного середовища на конкретному ринку до політичної та економічної стабільності регіону або держави. Реальна ціна повинна бути не нижчою за суму витрат і не перевищувати прийнятну межу для різних категорій клієнтів. Саме завдяки використанню системи спеціальних тарифів для конкретних категорій клієнтів і залежно від ситуації, сьогодні працює більшість готельних підприємств у світі.

Основними типами спеціальних тарифів у готелях є такі:

1. Сезонні й тимчасові тарифи, характерні для готельних підприємств курортних зон, де встановлюються різні тарифи для високого сезону, сезону та

міжсезону. Розмір тарифів залежить також від суб'єктивних факторів, таких як профіль курорту (морський, гірський), розташування готелю в межах курортної зони, кліматичні умови тощо. Коливання тарифів на окремі номери може становити 100 % і більше.

Сезонні й тимчасові тарифи активно використовуються й у міських готелях. Протягом року, під час літніх відпусток або у вихідні, коли ділове життя у великих містах уповільнюється, і ринок обслуговує менш забезпечених клієнтів (наприклад, ділових осіб, державних чиновників), готельні підприємства пропонують знижки.

Для приховування споживацьких заходів у багатьох американських готелях поширена практика продажу номерів на тиждень з певною знижкою гуртового продажу (включаючи харчування). У цьому випадку вартість проживання на добу для клієнта значно знижується порівняно з окремим бронюванням номера. Хоча доходи від продажу номерів знижуються, у курортних готелях це компенсується додатковими надходженнями від інших послуг – ресторанів, барів, басейнів і розважальних майданчиків. Клієнт, який залишається на тиждень, зазвичай користується додатковими послугами готелю.

2. Для особливих категорій клієнтів. Знижки у вигляді тарифів для спеціальних категорій клієнтів широко використовуються в усіх типах готелів. Кількість клієнтів, які сплачують максимальні тарифи, зменшується, однак для готельного бізнесу це не є загрозою. Ціна на номер на рецепції постійно переглядається та коригується залежно від ринкової ситуації та конкурентної поведінки. Якщо готельні тарифи занадто високі для конкретної ринкової ситуації, менеджер може ухвалити рішення про їхнє зниження, і навпаки. Такий механізм коригування цін є важливою частиною маркетингової та конкурентної стратегії компанії, забезпечуючи оптимальне управління доходами та максимізацію валового доходу на підприємстві.

Ціни й тарифи є результатом попиту та пропозиції, і повинні сприяти досягненню ринкової рівноваги. Проте базові або стандартні тарифи не можна коригувати щодня, оскільки існує широкий спектр клієнтів із різними потребами.

Іноді готелі не мають точних даних щодо структури платоспроможного попиту на свої послуги. У таких випадках спеціальні тарифи для певних категорій клієнтів можуть стати ефективним інструментом моніторингу ринку. Якщо пільгові клієнти активно користуються послугами, готель або послуга можуть орієнтуватися на цю категорію клієнтів, і пільговий тариф стане базовим для рецепції.

Деякі готельні мережі пропонують спеціальні тарифи для викладачів, студентів, пенсіонерів, військових, поліцейських тощо. Є готелі, що надають знижки для спортсменів професійних та аматорських команд. Особливу категорію пільгових клієнтів складають турагенти, журналісти й письменники, які можуть популяризувати заклади та місцеві маршрути. У деяких випадках таким клієнтам надається безкоштовне проживання на тривалий час. Зазвичай готелі організовують рекламні поїздки разом з іншими туристичними

компаніями, зацікавленими в залученні туристів у певні регіони. Турагенти та журналісти можуть отримати знижку до 50 % (крім високого сезону).

Спеціальні тарифи зі знижками є типовим явищем при запуску нових готелів, коли необхідно ефективно рекламувати їх для широкої аудиторії потенційних клієнтів. Тому на етапі початкової експлуатації тарифи в нових готелях можуть бути значно нижчими порівняно з аналогічними, але вже функціонуючими готелями, які добре відомі клієнтам.

Готельні компанії активно застосовують пільгові тарифи для своїх працівників, які працюють у готелях однієї мережі або брэнда. Такі працівники можуть скористатися знижками в будь-якому готелі цієї мережі, незалежно від його місцезнаходження. Для міжнародних готельних компаній їхні працівники складають важливу категорію пільгових клієнтів, тому компанії прагнуть, щоб їхні працівники відпочивали в їхніх готелях, а не у конкурентів. Готельні працівники отримують значні знижки на мінімальні тарифи (найдешевші номери), а також мають можливість зупинитися в дорожчому номері за цією ж ціною, якщо він є вільним.

Цінові знижки та пільги в готелях часто застосовуються для розвитку нових ринків і залучення широкого кола клієнтів. Коли ринок стабілізується, формуються постійні споживачі, і досягається максимальне розширення ринку, знижки й пільги повинні зменшуватися. Однак іноді початкові пільги не лише не переглядаються, але й стають основою постійної цінової політики і тарифів.

3. Для державних та місцевих посадових осіб. Чиновники та військовослужбовці часто перебувають у відрядженнях, тому складають значну частину загального попиту на готельні послуги в усіх країнах. Витрати на відрядження компенсуються за рахунок державного та місцевого бюджету в межах офіційно встановлених тарифів. Основними складовими добових тарифів є витрати на проживання та харчування. Витрати на проживання покриваються за квитанціями або рахунками з відміткою про витрачену суму, але не перевищують встановленого ліміту. Витрати на харчування компенсуються відповідно до добової норми без необхідності надавати квитанції або рахунки. Норми відшкодування витрат можуть варіюватися залежно від міста чи регіону: у великих містах, особливо в промислових та фінансових центрах, ціни на проживання й харчування зазвичай вищі, що призводить до значно більших норм компенсацій.

У готелях США, Канади та європейських країн тривалий час застосовуються спеціальні тарифи зі знижками для державних службовців. Знижки на номери компенсуються гарантією отримання певного мінімуму клієнтів від урядових та державних установ. Важливо зазначити, що адміністрація деяких готелів може скасувати ці пільги на певний період, якщо готель заповнений на максимальний рівень. Під час високого попиту спеціальні тарифи можуть значно знижувати звичайні ціни. Спеціальні тарифи для осіб у відрядженнях, як і інші пільгові тарифи, діють за принципом розміщення на вільні, незаброньовані номери на момент прибуття. У централізованих системах бронювання зазвичай неможливо попередньо забронювати номер за пільговим тарифом.

4. Корпоративні тарифи. Це пільгові знижки, які надаються працівникам приватних компаній і корпорацій. В умовах глобалізації та інтеграції світової економіки приватні компанії мають філії та офіси по всьому світу, і їхні працівники, такі як керівники, менеджери, науково-технічний персонал тощо, часто здійснюють ділові поїздки та зупиняються в готелях. Хоча ринок ділового туризму в готельній сфері менший за обсягами ринку державних службовців, за фінансовими показниками він є доволі значним. За даними Американської асоціації готелів та мотелів, лише в американських готелях представники приватного бізнесу щорічно залишають понад 100 млрд доларів. Тому спеціальні корпоративні тарифи активно впроваджуються практично всіма великими готельними мережами, і за їхніми фінансовими результатами вони зрівняються з доходами від спеціальних тарифів для державних службовців.

Процес співпраці готелів і приватних компаній передбачає укладання договору, за яким готельна мережа встановлює пільгові тарифи для фірм в обмін на гарантію певної кількості замовлень, зокрема кількості ночей на рік. Зазвичай для отримання пільгових тарифів компанія повинна забронювати не менше 1 тис. ночей щорічно, хоча деякі готельні ланцюги надають знижки навіть на 50 ночей. Фірми з невеликою кількістю персоналу часто об'єднуються для досягнення необхідного мінімуму ночей. У деяких випадках посередниками для укладання договорів про пільги виступають тур-агенти або асоціації дрібних підприємств.

5. Комерційні тарифи. Ці тарифи мають довгу історію в готельній сфері, що почалася з появи дрібних підприємців та мандрівних торговців. Коли готель стикається з дефіцитом клієнтів за стандартними тарифами, служба прийому має право продати номер за ціною найбільш доступного (найдешевшого) тарифу, навіть якщо номер був попередньо заброньований. У такому випадку попереднє бронювання не має значення, оскільки клієнт не погодиться купити номер за стандартною ціною на рецепції.

Сучасні комерційні тарифи зазвичай використовуються невеликими незалежними готелями та мотелями для боротьби з корпоративними тарифами та знижками, які надають великі готельні мережі. Наприклад, маленькі придорожні готелі можуть обслуговувати до десяти людино-днів на рік від одного підприємства за зниженими тарифами. Хоча це не велика кількість клієнтів, ураховуючи високу конкуренцію серед дрібних підприємств, цей сегмент ринку є важливим.

6. Тарифи неповної доби. Ці тарифи, відомі також як тарифи на світловий день або короткотермінового використання номера, застосовуються для клієнтів, які зупиняються на одну добу без ночівлі, приїжджаючи та виїжджаючи в один день. Номери, що здаються цим клієнтам, швидко прибираються персоналом і пропонуються наступним гостям. Використання тарифу неповної доби залежить від режиму роботи готельного персоналу, тому важливо мати резерв покоївок, які можуть прибирати номери в нічний час. Офіційно максимальний термін для цього тарифу складає 6 годин.

Якщо в готелі немає клієнтів, доцільно продати номер за стандартною ціною на довший період. Використання тарифів неповної доби сприяє перевищенню 100 % середнього завантаження готелів на добу.

Для клієнтів без ночівлі собівартість номера значно нижча порівняно з використанням його на цілу добу. Проте, хоча ця форма тарифів є ефективною, вона поширена не широко. Переважно неповні тарифи використовують готелі в аеропортах для транзитних пасажирів та великі компанії, які організують ділові зустрічі та наради вдень. Для цього готелі повинні мати відповідні приміщення, такі як зали для нарад, конференц-зали, бізнес-центри та ін. Ринок неповних добових тарифів наразі перебуває на стадії формування та розвитку, з постійним виникненням нових цінових пропозицій і напрямків надання готельних послуг.

7. Для пенсіонерів. Ця категорія туристів, які перебувають на пенсії, займає значну частку ринку готельних послуг. Багато пенсіонерів мають достатньо заощаджень і активно подорожують, тому вони є важливою групою споживачів. Представники різних пенсійних союзів, асоціацій і клубів часто організують гуртові покупки номерів, гарантуючи певний рівень заповнення готелю в обмін на пільгові або знижкові тарифи. Такі знижки можуть досягати 50 % і можуть бути надані в різних формах. Наприклад, готелі можуть запропонувати пенсіонерам номер, де перша доба оплачується за стандартною ціною, а друга надається безкоштовно. Асоціації та клуби пенсіонерів часто купують цілий пакет послуг, отримуючи знижки не лише на проживання, але й на харчування, зберігання та перевезення багажу, оплату розважальних послуг та ін. Значні знижки зазвичай пропонуються в міжсезонний період, коли заповнюваність готелів низька.

8. Молодіжний туризм. В останні десятиліття молодіжний туризм здобув популярність у Європі та СНД. Для стимулювання проживання молоді до 26 років у готелях з повним обслуговуванням застосовуються спеціальні тарифи. Знижки надаються молодим людям, які мають студентську картку або членство в молодіжному союзі. Студенти та учні, які подорожують, мають доступ до розгалуженої мережі молодіжних готелів (хостелів), де основні знижки надаються в готелях економ-класу. Прикладом світової системи, яка пропонує цінні пільги для молоді, є картка ІБІС, що діє у 97 країнах. Організатори масових молодіжних заходів (з'їздів, конференцій тощо) можуть отримувати знижки на проживання в готелях вищого класу.

9. Номери без тарифів. Пропозиція безкоштовних номерів є поширеним явищем у міжнародній готельній сфері. Безкоштовні місця надаються особам, що перебувають у рекламних поїздках, зокрема турагентам та журналістам. Такі тарифи спрямовані на довготривалий рекламний ефект серед туристів через туристичні компанії та публікації в ЗМІ. Безкоштовні номери можуть бути запропоновані на кілька днів під час рекламних заходів нових готелів. Також безкоштовне проживання надається переможцям популярних конкурсів, які разом з призами отримують право безкоштовно перебувати в готелях або готельних мережах протягом певного часу.

Послуги без тарифів є особливо ефективними серед відомих особистостей, таких як зірки кіно, театру, спорту та митці. У таких випадках рекламний ефект від добре спланованої акції може значно перевищити витрати готелю на надання безкоштовного номера.

Номери без тарифів також пропонуються різним організаціям, асоціаціям та гостям, які ознайомлюються з можливостями готелю для проведення масових заходів, таких як конференції, з'їзди, виставки тощо. Це практикується переважно в конференц-готелях, курортних готелях, а також в готелях, розташованих в аеропортах чи вокзалах, які спеціалізуються на організації публічних подій.

Деякі готелі можуть запропонувати безкоштовний номер за умови певного замовлення в їхньому ресторані. У такому випадку готель може отримати більший прибуток від харчування, ніж від надання номера. Така практика часто зустрічається в малобюджетних готелях. Номери без тарифів також можуть бути частиною корпоративних послуг між готельними ланцюгами. Адміністрації цих ланцюгів обмінюються безкоштовними номерами, що дозволяє партнерам отримувати додаткові переваги та стимулює толерантні стосунки в готельному бізнесі. Однак пільги не поширюються на послуги харчування, оскільки витрати на продукти та напої значно перевищують витрати на обслуговування номерів.

### **Запитання для самоконтролю:**

- 1. Назвіть основні складові тарифів у готелях.*
- 2. Охарактеризуйте схему визначення повної собівартості послуг у готелях.*
- 3. Які етапи розробки цінової політики доцільно передбачити в процесі формування ціни послуг у готелях?*
- 4. Проаналізуйте найвідоміші цінові стратегії в готельному бізнесі.*
- 5. Розкажіть про цінові знижки у готельних підприємствах України.*
- 6. Що Ви знаєте про види спеціального тарифу, який використовують у світовому готельному бізнесі?*

# 11 ДОДАТКОВІ ПОСЛУГИ ЯК ПОКАЗНИК ЯКОСТІ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА КУЛЬТУРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

## 11.1 Додаткові послуги готелю

Сучасні тенденції на ринку готельних послуг характеризуються такими явищами:

- зростаюча конкуренція серед готельних підприємств;
- посилення позицій міжнародних готельних корпорацій та об'єднань;
- витіснення з ринку підприємств, які не можуть конкурувати.

Розширення спектра додаткових послуг у готелях обумовлене такими факторами:

- зростанням рівня добробуту окремих верств населення та збільшенням їхніх доходів;
- бажанням власників захистити свої доходи від інфляції шляхом надання додаткових послуг;
- підвищенням мобільності суспільства;
- демократизацією туристичного попиту, що робить подорожі більш доступними для середнього класу;
- змінами в поведінці та психології споживачів туристичних послуг.

Готелі, які не можуть самостійно надавати всі додаткові послуги, укладають угоди зі сторонніми організаціями (комунальними, транспортними, торговельними підприємствами та культурними установами).

Відповідно до ДСТУ 4269:2003, деякі послуги надаються гостям безкоштовно, серед них:

- виклик швидкої допомоги;
- використання медичної аптечки;
- доставка кореспонденції в номер;
- пробудження до певного часу;
- надання посуду та столових приборів;
- цілодобове обслуговування номерів.

Згідно з правилами користування готелями, без згоди клієнта готель не має права надавати додаткові послуги, не включені в договір. Споживач може відмовитися від їхньої оплати, а в разі сплати готель зобов'язаний повернути кошти.

У сучасних готелях активно впроваджуються технології самообслуговування, які сприяють:

- цілодобовому обслуговуванню;
- підвищенню якості послуг;
- зниженню витрат (шляхом скорочення персоналу).

Основні групи додаткових послуг:

1. Послуги, що полегшують перебування туристів в готелі та районі:
  - інформаційні, комунальні, посередницькі послуги;
  - послуги для автотуристів;
  - надання друкованих матеріалів, ігор;
  - продаж товарів, прокат спортивного інвентарю, автомобілів;
  - зберігання цінностей та кореспонденції.
2. Послуги, що збагачують знання туристів про регіон.
3. Послуги, що підвищують комфорт у номерах.
4. Послуги для задоволення особливих потреб гостей.

## 11.2 Якість обслуговування у готелях

Якість є ключовим фактором у наданні готельних послуг, оскільки без якісного обслуговування готель не зможе досягти своїх основних цілей. Світовий досвід показує, що прибуток готелів є прямим результатом високого рівня обслуговування, а головною причиною повторного вибору готелю клієнтами є саме якість наданих послуг. Якщо первинний вибір може бути обумовлений рекламою чи вражаючим інтер'єром, то повернення клієнта залежить від професіоналізму персоналу і загального рівня обслуговування.

Готельні послуги мають специфічні характеристики, що дозволяють варіювати рівень їхньої якості залежно від потреб і платоспроможності клієнтів. Оскільки якість послуг неможливо оцінити до моменту її надання і споживання, якість послуг визначається за сукупністю характеристик, що забезпечують відповідність очікуванням клієнтів.

Якість обслуговування визначається ступенем задоволення потреб туристів та відповідністю наданих послуг стандартам. Відповідно, стандарти, їхня форма та зміст є основними критеріями якості обслуговування. Критерієм оцінки для клієнта є ступінь відповідності отриманих послуг його очікуванням. Його задоволеність, яка проявляється в бажанні повернутися та рекомендувати готель знайомим, є показником успіху готелю.

Якість обслуговування в готелях є комплексною характеристикою, яка поєднує матеріальні та нематеріальні елементи. Нематеріальна складова включає атмосферу, комфорт, культуру спілкування та естетику, тоді як матеріальні ресурси охоплюють номерний фонд, технологію надання послуг і товарно-матеріальні ресурси. Фізичні характеристики створюють умови для взаємодії між клієнтом і персоналом.

Показники, що визначають рівень обслуговування в готелях, можуть включати:

- швидке розміщення туристів;
- надання заздалегідь заброньованих номерів;
- відповідність рівня обслуговування категорії готелю;
- дотримання санітарно-гігієнічних норм;
- кваліфікація персоналу, знання іноземних мов і культура спілкування;
- догляд за територією та інтер'єром готелю;

– надання додаткових послуг, пов'язаних із розвагами та побутом туристів.

Гарантією відповідності готельних послуг стандартам є сертифікація. Вона забезпечує взаємне визнання якості послуг між різними країнами, гармонізує стандарти та покращує конкурентоспроможність готельних підприємств.

Конкурентоспроможність готельних послуг визначається співвідношенням «ціна / якість», яке сприяє підвищенню іміджу готелю на ринку. Системний підхід до якості туристичних послуг передбачає їхній поділ на кілька груп: інформаційні, транспортні, послуги розміщення, харчування, культурно-масові та оздоровчі послуги. Саме ці послуги формують найстійкіші враження у туристів і задовольняють їхні основні потреби.

Якість обслуговування в готельному секторі є змінною характеристикою, яка постійно еволюціонує та вдосконалюється. Її рівень може варіюватися не лише між різними готелями, але й у межах одного закладу залежно від сезону чи періоду. Це вказує на те, що на якість обслуговування впливає безліч різних чинників, серед яких можна зазначити такі:

1. Державна політика у сфері туризму. Одним із завдань державної політики є розробка та реалізація загальнонаціональних і регіональних програм для стимулювання розвитку різних видів туризму. Це дозволяє кожному регіону обирати свій шлях розвитку туристичної галузі та створювати відповідну інфраструктуру: готелі, ресторани, інші туристичні об'єкти. Закон України «Про туризм» визначає політику щодо раціонального використання ресурсів і розвитку туризму як рентабельної галузі. Наприклад, Карпати можуть стати оздоровчим і культурним центром світового значення, але економічні та інші труднощі гальмують цей процес. Одеський регіон має потенціал для розвитку ділового туризму, що потребує модернізації готельної інфраструктури відповідно до світових стандартів.

2. Науково-технічний прогрес у готельній індустрії. Його рівень впровадження впливає на якість управління, планування, підготовку персоналу, технічне оснащення та розвиток матеріальної бази готелів. Готелі, збудовані в минулому, не відповідають сучасним вимогам та потребують серйозної модернізації.

3. Різноманітність засобів розміщення. Широкий вибір готелів різних категорій дозволяє туристам обирати умови проживання та рівень обслуговування відповідно до своїх доходів і потреб. Кожна країна розвиває найбільш затребувані туристичні послуги відповідно до наявних ресурсів.

4. Територіальне розташування засобів розміщення. Сезонність функціонування готелів на морських курортах часто впливає на якість обслуговування. Нерівномірне навантаження на персонал впродовж року знижує їхню кваліфікацію, а коливання завантаження номерного фонду призводять до зносу матеріальної бази. Завдяки підвищенню якості обслуговування та доходів може бути подовження туристичного сезону.

5. Компетентність та особисті якості керівництва та персоналу. Оскільки готельні послуги мають нематеріальний характер, якість обслуговування

значною мірою залежить від суб'єктивних чинників, таких як кваліфікація, ставлення до клієнтів, рівень взаємодії з ними тощо. Керівництво повинно уважно моніторити відгуки гостей, своєчасно виявляти їхні потреби, формувати корпоративну культуру, підтримувати сприятливий клімат у колективі, приділяти увагу мотивації та розвитку персоналу.

Таким чином, для успішного розвитку готельного бізнесу та підвищення його конкурентоспроможності на міжнародній арені ключовим є комплексний підхід до управління якістю обслуговування.

### **11.3 Фактори впливу на якість обслуговування у готельних комплексах**

На якість обслуговування в готелях впливають такі чинники:

- стан матеріально-технічної бази: зручне планування і якісне обладнання готелю, комфортні меблі, сучасне обладнання в житлових номерах та громадських приміщеннях, наявність якісної білизни, сучасного кухонного обладнання та зручних ліфтів;

- сучасні технології обслуговування: порядок і методи прибирання приміщень, реєстрація та розрахунок із клієнтами, що забезпечує ефективність і зручність;

- професіоналізм персоналу: високий рівень компетентності, вміння обслуговувати гостей швидко, чітко та ввічливо;

- управління якістю обслуговування: розробка і впровадження стандартів якості, навчання персоналу, контроль і коригування процесів для постійного вдосконалення обслуговування. Це ключовий фактор у сучасних готелях.

Якість обслуговування також залежить від правильно організованої реклами та надання інформаційних послуг. Ефективна реклама включає розробку фірмових знаків, графічних елементів, розміщення інформаційних стендів на території готелю. Наприклад, інформаційні матеріали з використанням міжнародної символіки, розміщені в місцях скупчення туристів, допомагають розвантажити довідкові служби та підвищують загальний рівень обслуговування.

Постійне вдосконалення якості обслуговування можливе через розширення асортименту додаткових послуг. Готелі, враховуючи особливості контингенту, можуть постійно урізноманітнювати свої пропозиції. Наприклад, деякі готелі для бізнес-клієнтів пропонують додаткові розваги у вихідні дні, такі як полювання, риболовля, морські прогулянки; для розширення ділових контактів адміністрація готелів організовує тематичні зустрічі, круглі столи та виставки-продажі творів мистецтва.

Важливим елементом підтримки стабільно високої якості обслуговування є контроль. У готелях можуть створюватися наскрізні групи якості, які відповідають за підготовку пропозицій щодо покращення якості, розробку стандартів, вдосконалення технологій обслуговування та впровадження передового досвіду, а також контроль за виконанням усіх вимог.

### **Запитання для самоконтролю:**

- 1. Охарактеризуйте сучасні тенденції на ринку готельних послуг .*
- 2. Якими факторами обумовлена необхідність розширення асортименту додаткових послуг у готелях ?*
- 3. Перелічить додаткові послуги, які, згідно ДСТУ 4269:2003, надаються гостям готелю безкоштовно.*
- 4. Охарактеризуйте якість обслуговування в готелях як комплексну характеристику.*
- 5. Обґрунтуйте важливість контролю з метою підтримки стабільно високої якості обслуговування.*
- 6. Охарактеризуйте чинники, що впливають на якість обслуговування в готелі.*

## 12 ТЕХНОЛОГІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОБУТОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

### 12.1 Технологія організації побутового обслуговування споживачів готельних послуг

Побутове обслуговування орієнтоване на задоволення потреб гостей, які виникають під час їхнього перебування в готелі. Комплекс заходів, що забезпечують високий рівень комфорту та задовольняють різноманітні побутові й господарські потреби гостей, складає основу сервісу.

Сервіс має будуватися не лише на основі запиту (чого хоче гість), але й на основі пропозицій (готель має пропонувати нові послуги, з яких гість обирає, чи потребує він їх).

До послуг побутового обслуговування відносять:

- термінове прання, хімчистка, ремонт і прасування особистих речей;
- терміновий ремонт і чищення взуття;
- зберігання речей і цінностей;
- перенесення, завантаження і доставка багажу в номер;
- прокат культурно-побутових предметів, як-от телевізори, посуд, спортивний інвентар тощо;
- дрібний ремонт годинників, електробритв, радіо-, кіно- та фотоапаратури, а також різні фотороботи;
- перукарські послуги, манікюр, масаж; якщо ці послуги надаються в номері, вартість може бути вищою;
- забезпечення харчування в номері.

Пральня-хімчистка в готелі забезпечує такі послуги:

- обробка власної білизни готелю та ресторану, а також уніформи співробітників;
- прання, чищення, прасування і дрібний ремонт речей гостей, що є додатковою платною послугою;
- прання і чищення особистих речей співробітників за окрему плату;
- у деяких випадках прийом замовлень від мешканців міста для отримання додаткового прибутку.

Пральня-хімчистка в висококласних готелях зазвичай працює щоденно, без вихідних, з 8:00 до 20:00 у дві зміни.

Працівники служби побутового обслуговування зобов'язані:

- виконувати гарантійні зобов'язання щодо якості послуг та дотримуватися строків виконання замовлень;
- підтримувати високий рівень культури обслуговування;
- надавати клієнтам повну та достовірну інформацію про послуги;
- дотримуватись встановленого режиму роботи.

Особливістю побутового обслуговування є те, що під час надання послуг працівники безпосередньо контактують з гостями готелю.

## 12.2 Процес надання побутових послуг

Процес надання побутових послуг складається з трьох основних етапів.

На першому етапі важливо привернути увагу клієнта та зацікавити його послугами, що можуть бути запропоновані. Для цього використовують різні засоби, такі як рекламні проспекти, оголошення в готелі або оформлення вітрин. У разі прояву споживачем інтересу, працівник має якісно комунікувати із гостем, зазначаючи переваги послуги.

Другий етап передбачає, що працівник контактної зони допоможе клієнту ухвалити позитивне рішення про замовлення послуги. Він повинен пояснити ціну та підкреслити високу якість, спілкуючись з клієнтом у форматі діалогу, а не монологу. Деякі клієнти самостійно ухвалюють рішення, інші ж потребують допомоги. Працівник не повинен нав'язувати послугу, але має бути уважним, коректним і готовим дати пораду.

На третьому етапі процес обслуговування завершується купівлею-продажем послуги.

У готельних підприємствах існують різні види обслуговування:

- абонементне обслуговування. Постійний клієнт укладає договір з побутовою службою та отримує можливість користуватися послугами зі знижками протягом певного періоду;

- безконтактне обслуговування. У готелях встановлюють контейнери для білизни та одягу. Клієнт залишає речі разом із квитанцією, а чисті речі доставляються в номер у зазначений час, оплата здійснюється під час отримання замовлення;

- самообслуговування. Гості готелю можуть самостійно користуватися пральними або хімчистками, сплачуючи за використання обладнання для прання чи чищення одягу.

## 12.3 Пральня-хімчистка готелю

Існує багато підприємств, які спеціалізуються на пранні та хімчистці для готелів і ресторанів. Окрім прання та хімчистки, вони можуть надавати послуги з оренди білизни та махрових виробів. Зазвичай оренда включає:

- постачання необхідного асортименту білизни;
- ремонт і заміну зношених речей;
- нанесення логотипу замовника і навіть безкоштовну доставку за узгодженим графіком.

Деякі готелі вважають доцільним користуватися такими послугами, оскільки обладнання власної пральні-хімчистки є витратним. Багато керівників готелів вважають, що ці приміщення можна використовувати більш ефективно, наприклад, перетворивши їх у конференц-зали або розважальні простори. Крім того, договір із таким підприємством знімає питання закупівлі власної білизни.

Проте більшість висококласних готелів віддають перевагу власним пральням-хімчисткам та наданню послуг пральні і хімчистки (Laundry and dry cleaning service) для гостей. Готелі можуть підібрати обладнання, яке найкраще

відповідає їхнім потребам, враховуючи розмір, режим експлуатації та площу.

Пральня в готелі займається обробкою готельно-ресторанної білизни, уніформи персоналу, а також надає послуги прання, чищення, прасування та дрібного ремонту речей клієнтів, включаючи термінове прання. Деякі готелі приймають замовлення від міських жителів для додаткового прибутку.

Щоб підібрати оптимальне обладнання, потрібно визначити кількість білизни для прання: загальна вага постільної білизни = кількість місць × вага комплекту на 1 місце × частота зміни білизни.

До цього обсягу додаються ресторанна білизна, уніформа персоналу та білизна клієнтів (якщо така послуга передбачена). Також враховується режим роботи пральні та площа приміщення. Облаштування хімчистки вимагає подібного підходу.

Обладнання для пралень та хімчисток сучасних готелів може включати:

- пральні машини – використовуються різні моделі професійних пральних машин із різними характеристиками (обсяг завантаження, швидкість віджиму, потужність тощо);
- сушильні машини – моделі з різною потужністю, продуктивністю та розмірами;
- прасувальні машини (катки) відрізняються довжиною і діаметром вала, швидкістю прасування, потужністю та іншими параметрами;
- сушильно-прасувальні машини;
- машини хімчистки (такі, що використовують різні розчини – перхлоретілен (ПХЕ) та вуглеводні (KWL)), які мають замкнутий цикл і є безпечними для навколишнього середовища.

Додаткове обладнання:

- системи аквачищення (екологічно безпечна альтернатива хімчистці для чутливих тканин);
- обладнання для волого-теплової обробки (парогенератори, прасувальні столи, преси та пароманекени для обробки одягу);
- пакувальне обладнання для упаковки випраних виробів у поліетилен;
- аксесуари (щітки, вішалки, сітки для прання тощо).

Все обладнання повинне відповідати міжнародним стандартам щодо якості, безпеки та екологічності.

Приклади обладнання та організації простору пральні продуктивністю до 100 кг та 300 кг на зміну наведені у таблицях 12.1, 12.2 та рисунках 12.1 та 12.2.

Для мотелів, хостелів, мініготелів, саун та невеликих ресторанів, де потреба в пранні складає від 50 кг до 100 кг за зміну, рекомендується використовувати професійні пральні машини з циклом прання 40–60 хвилин. Ці машини компактні, безшумні, мають 5–8 основних програм прання та є простими у використанні. Прасувальний каток із регулятором швидкості забезпечить відмінну якість прасування. У такій пральні можуть працювати 1–2 людини.

Таблиця 12.1 – Приклад обладнання пральні продуктивністю до 100 кг у зміну

Найменування	Кількість
Професійні пральні машини NF3J	1
Професійні сушильні машини FDE	1
Прасувальні катки E140.25	1
Візок	2

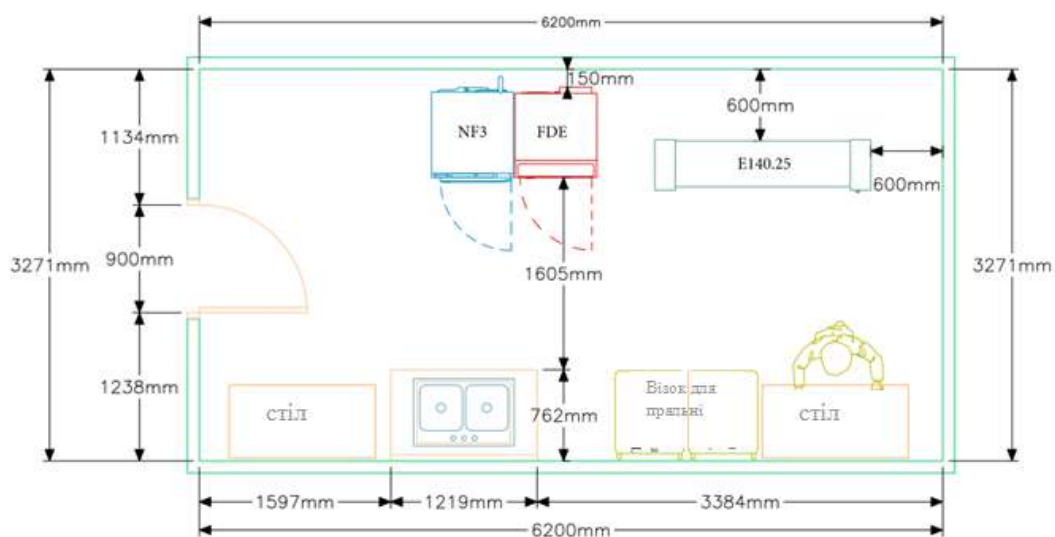


Рисунок 12.1 – Приклад організації простору пральні продуктивністю до 100 кг в зміну для готелів

Для більших об'єктів, таких як готелі, ресторанно-готельні комплекси або фітнес-центри, де потреба в обробці білизни перевищує 200 кг за зміну, пральні розміщують у окремих приміщеннях або цокольних поверхах. Для таких пралень необхідно використовувати промислові машини з великим завантаженням, корпусом з нержавіючої сталі, а також компакту прально-сушильну машину для обробки невеликих обсягів білизни й одягу гостей. Також важливим є прасувальний каландр із хромованим валом. Для прасування форменого одягу персоналу та речей клієнтів варто передбачити професійний прасувальний стіл з електропаровою праскою.

Таблиця 12.2 – Обладнання пральні продуктивністю до 300 кг у зміну

Найменування	Кількість
Професійні пральні машини NF3J	1
Промислові пральні машини WED-14	1
Промислові пральні машини WED-18	1
Промислові сушильні машини (барабани) DD-23	1
Сушильно-прасувальні каландри G18.35	1
Прасувальний стіл для пральні TV/SG1F	1
Візок	3

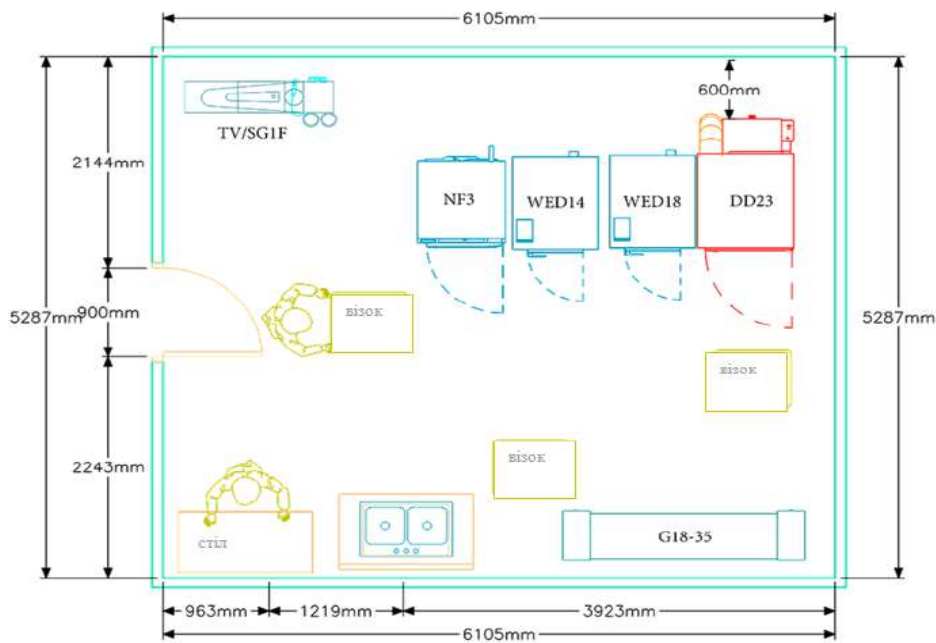


Рисунок 12.2 – Приклад організації простору пральні продуктивністю до 300 кг в зміну для готелів

Високошвидкісні машини (віджимання 700–1 000 об/хв) скорочують час сушіння завдяки зниженню залишкової вологості білизни. Наприклад, при віджиманні на 1 000 об/хв залишкова вологість білизни складає 50 %, що дозволяє одразу передавати білизну на сушильно-прасувальний каток, заощаджуючи електроенергію. Програмовані мікропроцесори дають можливість створювати власні цикли прання залежно від типу білизни та ступеня забруднення. Усі моделі пральних машин оснащені програмованими мікропроцесорами та можуть бути підключені до дозаторів для професійної хімії.

#### 12.4 Технологія виконання гостьових замовлень на послуги пральні-хімчистки

Процес збору, доставки гостьових замовлень у пральню-хімчистку та повернення чистих речей в різних готелях може розрізнятися. Організація цих послуг залежить від розміру готелю, кількості персоналу, особливостей роботи пральні та обсягу замовлень. Найчастіше за це відповідають супервайзери господарського відділу, співробітники білизняного складу або персонал відділу валет-сервісу.

У кожному номері високо категорійного готелю має бути кілька мішків для прання та бланки замовлення на послуги пральні-хімчистки. У бланку гостям пропонується помістити білизну в мішок для прання, а також ввічливо нагадується про необхідність вивісити на двері номеру табличку «laundry/dry cleaning» після заповнення бланка. Такі таблички допомагають персоналу швидше зібрати речі гостей та доставити їх у пральню. Швидкість збору замовлень і час їхньої доставки у пральню впливають на терміни виконання послуг.

У різних готелях терміни виконання замовлень можуть варіюватися:

- речі, здані до 9:00, повертаються того ж дня після 18:00, а після 9:00 – наступного дня. Чотиригодинний експрес-сервіс доступний з 8:00 до 16:00 з націнкою 50 %;
- одяг, зданий до 13:00, повертається того ж дня до 18:00, а після 13:00 – наступного дня. Термінові замовлення з 13:00 до 15:00 виконуються до 18:00 з націнкою 100 %;
- щоб отримати обслуговування того ж дня, речі мають бути здані до 10:00 ранку. За термінове обслуговування стягується додаткова плата – 50 %;
- речі, здані з 8:00 до 12:00, будуть готові з 17:00 до 20:00. Надбавка за терміновість (протягом 3 годин) – 50 %.

У готелях, де обробка замовлень на прання та хімчистку покладається на персонал відділу господарства (поверховий персонал), гостям зазвичай повідомляють, що речі для прання забере покоївка або старша покоївка. У тих готелях, де транспортування речей до пральні-хімчистки і назад здійснюють працівники білизняного відділу або відділу валет-сервісу, гостей часто просять зателефонувати за вказаним номером для передачі речей на обробку. Процес роботи з замовленнями в обох випадках практично однаковий, різниця лише в тому, що працівники білизняного відділу знаходяться в пральні, а супервайзери забирають речі з поверхів та передають до пральні.

Для уникнення незручностей для гостей, важливо оперативно збирати замовлення і передавати їх до пральні. Однією з функцій супервайзерів у висококласному готелі є обробка замовлень на прання та хімчистку. Зазвичай супервайзери починають роботу зі збору речей на прання. Якщо затримати цей процес, можуть виникнути неприємні ситуації, наприклад, гість залишив речі для прання зранку, очікуючи виконання послуги до кінця дня, але через запізнення супервайзера замовлення буде виконано наступного дня, що може створити певні проблеми.

При роботі з замовленнями важливо дотримуватися термінів, встановлених у готелі. Не всі гості користуються спеціальними табличками для здачі речей, тому частину замовлень знаходять покоївки під час прибирання номерів. У такому випадку вони повинні негайно повідомляти про це супервайзера.

Після виявлення речей для прання або хімчистки супервайзер має дотримуватися певних формальностей: перевірити наявність заповненого та підписаного бланка замовлення і звірити кількість та назви речей із бланком. У багатьох готелях замовлення на прання приймаються лише за наявності підписаних бланків для запобігання непорозумінням та уникнення випадків відмови від оплати послуг.

Бланк замовлення на послуги пральні-хімчистки у висококласних готелях є важливим технологічним документом, який заповнюється в трьох примірниках на спеціальному папері різних кольорів, що дозволяє створити копії під час заповнення. У бланку надано перелік чоловічого та жіночого одягу, який приймається для прання, хімчистки та прасування, а також вказані ціни на відповідні послуги.

У готелях з високим рівнем сервісу враховуються побажання гостей щодо обробки їхнього одягу. Наприклад, у бланку передбачено варіант вибору, у якому вигляді гість хоче отримати випрасувану сорочку. Гості можуть також обрати, чи потрібно та наскільки сильно крохмалити їхній одяг. Крім того, у бланку передбачено місце для особливих інструкцій («special instructions»), де гість може вказати додаткові побажання.

Бланк також містить інформацію про терміни виконання замовлень, включаючи можливість термінового обслуговування та відповідні доплати. Важливим пунктом є інформація про відповідальність готелю за можливе пошкодження або втрату речей. Гостям потрібно зазначити кількість одягу в колонці «Гість / Guest» відповідно до назви речей та виду їхньої обробки. Також вказуються номер кімнати, прізвище гостя, дата заповнення та підпис. Бланк завжди містить логотип готелю, його реквізити та контактний номер для отримання додаткової інформації.

Супервайзер перевіряє вміст пакету для пральні та правильність заповнення бланку. У разі відповідності він підписує бланк і зазначає номер кімнати, прізвище гостя та дату на пакеті. Написи на пакеті мають бути зрозумілі для представників різних країн, а пакет повинен бути щільно зав'язаний. Після цього супервайзер доставляє замовлення до пральні, де проводиться повторна перевірка відповідності кількості речей у пакеті з даними в бланку замовлення.

Для уникнення помилок та втрат речей важливо ретельно перевіряти всі дані. Неприйнятно, щоб у готелі шукали власника речей.

Під час прийому замовлення працівник пральні-хімчистки вказує час отримання речей та ставить свій підпис. Потім одяг сортується, маркується та обробляється відповідно до рекомендацій по догляду, зазначених на етикетках.

Іноді гості помилково (через неухважність або іноді навмисно) неправильно заповнюють бланк замовлення на послуги пральні-хімчистки. Це може стосуватися як невідповідності кількості та назви речей, так і виду обробки. Наприклад, гість вказує в розділі «прання» дві сорочки, а фактично здає три. Або у бланку відзначено чоловічі штани для прасування, але вони відсутні в пакеті. Ще один приклад: гість замовляє прання костюма, який насправді потребує хімічного чищення. Завдання супервайзера чи іншого відповідального співробітника – виявити ці помилки, скорегувати дані у графі «готель», та повідомити про це гостя.

Іноді потрібно пояснити гостю, що прання чи хімчистка його речі неможлива через маркування. Гості повинні знати, що речі без інструкцій з догляду приймаються тільки за їх письмовою згодою, і готель не несе відповідальності за можливі пошкодження.

Легше вирішити питання, якщо гість ще в номері – можна зайти до нього згідно з правилами і з'ясувати всі деталі. Якщо ж гість уже пішов і повернеться лише ввечері, вирішення питання переноситься на пізній час і передається працівникам вечірньої зміни або служби прийому. Тільки після врегулювання всіх розбіжностей можна прийняти замовлення.

Часто трапляються випадки, коли гості незадоволені якістю обслуговування в пральнях-хімчистках. Хоча працівники пральні висококласних готелів роблять усе можливе для забезпечення найкращого сервісу, не все залежить від їхнього професіоналізму або технічного оснащення. Гарантуючи якість обробки, персонал не завжди може гарантувати якість речей, які можуть мати дефекти або бути «кустарного» виробництва. Щоб уникнути конфліктів, керівництву готелю варто подбати про безпеку ще на етапі надання послуги.

Закон «Про захист прав споживачів» зазначає, що виконавець звільняється від відповідальності за пошкодження або втрату речей, якщо споживач був попереджений про особливості матеріалу або якщо ці особливості не могли бути виявлені під час прийому. Це дозволяє готелю розробити власні правила щодо прийому речей до пральні, фіксуючи наявність маркування, дефектів та можливі ризики.

Окремо підкреслюється, що клієнт має бути поінформований про дефекти та погодитися з умовами готелю, засвідчуючи це підписом. Важливо також вказати, що виріб може втратити товарний вигляд через приховані недоліки, а пральня не несе відповідальності за пошкодження фурнітури, що не знімається. Претензії щодо якості послуг необхідно приймати лише в момент видачі замовлення, що допоможе знизити ризики для готелю.

Щодо виробів без маркування (або з неправильним маркуванням), їх можна прийняти до обробки лише після отримання згоди гостя з попередженням про можливе виникнення прихованих дефектів після обробки. Має бути зазначено формулювання «Виріб без маркування (або з неналежним маркуванням)». Можлива втрата товарного вигляду через прояв прихованих дефектів можна додати до розділу «Інше» технологічного документа пральні-хімчистки або до замовлення на послуги, а також розробити окремий документ для цього випадку. У будь-якому разі, необхідно, щоб гість поставив свій підпис під цим записом.

Персонал пральні-хімчистки висококласного готелю повинен добре розбиратися в символах догляду за виробами.

Існують два основні стандарти для маркування виробів: ДСТУ 4519:2006 і ДСТУ ISO 3758:2005. Відповідно до них, маркування має бути вшите в виріб і витримувати хоча б три цикли обробки.

Маркування повинно містити п'ять символів у певному порядку: ванночка (прання), трикутник (відбілювання), праска (прасування), кружечок (хімічне чищення) і кружечок у квадраті (сушка). Якщо символи відсутні або розташовані неправильно, маркування вважається неналежним, і виріб може бути кустарного виробництва.

У кружечку можуть бути літери Р, F або Λ, що вказують на дозволені види розчинників для хімчистки. Підкреслений або перекреслений кружечок свідчить про необхідність щадного режиму або заборону хімчистки. У деяких країнах, як Канада чи Нідерланди, використовується кольорове маркування: червоний кружечок означає заборону чищення, жовтий – обережне чищення, зелений – дозволена чистка без обмежень.

Якщо на маркуванні є ієрогліфи, це не обов'язково означає, що виріб походить з Японії чи Китаю, а лише вказує на неналежне маркування, яке не відповідає стандартам. Вироби можуть містити кілька маркувань, особливо якщо вони мають кілька шарів. У таких випадках завжди варто обирати найбільш щадний режим обробки.

Питання відповідальності готелю за псування речей у пральні-хімчистці є складним і часто викликає суперечки. Основна проблема полягає в тому, що нормативно-правові акти, які регулюють діяльність пралень-хімчисток (зокрема, «Правила побутового обслуговування населення», «Цивільний кодекс»), орієнтовані на місцевих споживачів. Водночас у готелях часто зупиняються іноземні гості, які звикли до інших правил та норм. У зв'язку з цим важливо враховувати як національний, так і міжнародний досвід у цій сфері. Чим більше інформації готель надаватиме клієнтам у своїх технологічних документах, тим більше шансів уникнути можливих непорозумінь.

Супервайзер ранкової зміни має внести до свого звіту (floor report) номери кімнат, з яких було прийнято речі гостей для обробки у пральню-хімчистку, і передати цю інформацію супервайзеру вечірньої зміни. Відповідно до цього списку, а також даних пральні, супервайзер вечірньої зміни доставляє готові замовлення у встановлені терміни.

Нижня білизна упаковується в фірмові пакети, коробки або кошики і розкладається на застелене ліжко. Сорочки можуть бути доставлені в розвішеному на вішалках вигляді в прозорих чохлах або складеними й спеціально упакованими. Речі на вішалках, такі як сорочки, сукні, костюми та інше, розміщуються на ручці шафи або вішаються в шафу з прочиненими дверцятами, щоб гість відразу помітив, що замовлення виконано.

Якщо на дверях висить табличка «Не турбувати», під двері номеру кладеться фірмова картка з вибаченнями та проханням вказати зручний час для доставки.

Після надання послуги до рахунку гостя додається вартість замовлення пральні-хімчистки. Підсумкова сума вказується в бланку замовлення і стає основою для виставлення рахунку. Три примірники бланка передаються в службу прийому та розміщення: один для гостя, другий для бухгалтерії, а третій повертається в службу господарського забезпечення для звітності.

Щодня керівник пральні або його заступник формують звіт у спеціальному розділі загальної комп'ютерної системи, вказуючи суми наданих послуг пральні-хімчистки за поточний день.

У деяких готелях бланк замовлення на ці послуги складається з чотирьох копій на папері різного кольору, кожен з яких має своє призначення: білий для каси, жовтий для клієнта, рожевий для відділу господарського забезпечення, а блакитний для пральні.

Примірник для пральні зазвичай додається до речей, які доставляються в номер. Таким чином, клієнт має можливість перевірити правильність виставлених сум до фінального розрахунку під час виписки з готелю. Цей варіант технологічного документа вважається більш зручним.

Співробітники відділу валет-сервіс (який може бути представлений в готелях високої категорії) тісно співпрацюють з гостями, пральною-хімчисткою та персоналом відділу готельного господарства. Їхнє завдання – приймати замовлення на послуги пральні-хімчистки по телефону, відповідаючи не пізніше ніж на третій дзвінок, дотримуючись правил телефонного етикету й звертаючись до гостей по імені.

Під час прийняття замовлення працівник має зафіксувати номер кімнати та вид послуги (прання, хімчистка, прасування чи ремонт одягу), а також пояснити основні правила надання послуг і повідомити вартість. Висококласні готелі зобов'язують забирати речі для пральні-хімчистки з номерів протягом 15 хвилин після отримання замовлення.

Супервайзери поверхів регулярно інформують відділ валет-сервіс про замовлення на цих поверхах. Співробітник відділу валет-сервіс повинен входити до номерів відповідно до стандартів готелю за допомогою ключ-майстра, що відкриває всі номери. Додаткові обов'язки можуть включати чищення взуття та допомогу гостям у виборі аксесуарів, наприклад, краватки до сорочки.

Співробітник відділу валет-сервіс за необхідності може допомогти гостю зав'язати краватку, застебнути запонки, розвісити і розкласти речі, здійснити термінове прасування речей. В обов'язки співробітників відділу валет-сервіс входить щоденне складання фінансового звіту за наданими послугами пральні-хімчистки і передача його в розрахункову частину (бухгалтерію) готелю.

У висококласному готелі взуття, приготовлене гостем для чищення, забирають з номера і доставляють після відповідної обробки в номер. Гостям пропонується заповнити спеціальну картку. Згідно з високими стандартами обслуговування, взуття повинно бути начищене протягом 45 хвилин після отримання замовлення.

Під час чищення необхідно враховувати колір і матеріал взуття, підбираючи крем відповідного кольору. Недопустимо пошкоджувати, плутати або втрачати взуття.

Співробітник, який доставляє виконане замовлення, повинен дотримуватись стандартів готелю при вході в номер. Якщо гість присутній, варто привітати його з посмішкою, звернутися по імені та запропонувати поставити взуття в шафу. Якщо гість залишив чайові, рекомендується подякувати йому усно або залишити в номері картку з подякою: «Дякуємо за Ваші чайові».

Іноді гості просять покоївок випрати або попросувати їхні речі, минаючи офіційні послуги пральні-хімчистки, ймовірно, щоб заощадити, оскільки ці послуги коштують недешево. Іноді вони хочуть, щоб їхні речі прали вручну через делікатність тканини. Однак співробітникам готелю категорично заборонено виконувати такі прохання з кількох причин:

– вони не можуть забезпечити належну якість обробки речей поза пральною-хімчисткою, де використовуються спеціальні матеріали та обладнання, що відповідають санітарно-гігієнічним нормам;

– послуги пральні-хімчистки є важливим джерелом додаткового доходу готелю, і несанкціонована обробка речей шкодить фінансовій стабільності закладу.

За такі порушення співробітники можуть бути суворо покарані або звільнені. Готельний персонал має активно пропонувати послуги пральні-хімчистки та підкреслювати їхні переваги. Наприклад, гостей, які сумніваються, варто переконувати, що режим «ручного прання» у пральних машинах готелю набагато ефективніший за ручне прання.

### **Запитання для самоконтролю:**

*1. Які основні види послуг побутового обслуговування надаються в готелях?*

*2. Які функції виконують працівники служби побутового обслуговування у готелі?*

*3. Охарактеризуйте етапи процесу надання побутових послуг у готелі.*

*4. Які функції виконує пральня-хімчистка у висококласних готелях?*

*5. Які переваги надає використання міських підприємств для прання та оренди білизни порівняно з власною пральнею готелю?*

*6. Які види обладнання використовуються в пральнях та хімчистках сучасних готелів?*

*7. Охарактеризуйте доступні для гостей послуги пральні-хімчистки.*

*8. Як організований процес збору та доставки речей у пральню-хімчистку в готелях різних категорій?*

*9. Які терміни виконання замовлень на прання та хімчистку в готелях різних категорій?*

*10. Яка інформація має бути зазначена в бланку замовлення на послуги пральні-хімчистки?*

*11. Охарактеризуйте основні етапи перевірки речей перед їхню передачею до пральні.*

*12. Яка відповідальність покладається на готель у разі пошкодження або втрати речей клієнтів?*

*13. Як співробітники відділу валет-сервісу взаємодіють із гостями та які їхні основні обов'язки?*

## 13 ТЕХНОЛОГІЯ НАДАННЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧИХ ТА ІНШИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

### 13.1 Оздоровчі та спортивно-оздоровчі послуги

Спортивно-оздоровчі послуги зазвичай є платними і можуть надаватися як у груповому, так й індивідуальному форматах. Це послуги, які безпосередньо пов'язані з фізичною культурою і спортом, спрямовані на організацію занять фізичними вправами і спортивними активностями для покращення здоров'я, підтримки фізичної форми та розвитку.

Спортивно-оздоровчий сервіс є економічно обґрунтованим наданням і споживанням послуг, що задовольняють специфічні потреби людини. Цей сервіс містить програмування занять, що здійснюється фахівцем-технологом (тренером, інструктором), з метою оздоровлення, підтримки здоров'я та фізичного розвитку.

Великі готелі пропонують різноманітні послуги для занять спортом і відпочинку, включаючи басейни, солярії, гідромасажні джакузі, сауни, тренажерні зали, масаж тощо.

Часи платного та безкоштовного доступу можуть бути розділені. Обладнання в тренажерному залі може класифікуватися за рівнем використання на комерційне і побутове.

Тренажери відрізняються за функціями та видами вправ, які на них виконуються.

До кардіотренажерів відносять вело- і гребні тренажери, бігові тренажери, а також хайкери, що імітують лижну ходьбу. Всі вони так чи інакше впливають на роботу серцево-судинної системи.

Приходячи до тренажерного залу, кожен відвідувач проходить тестування, після чого для нього складається індивідуальна програма з поступовим збільшенням навантаження. Тренажери оснащені датчиками, які фіксують пульс і відстань, пройдену під час тренування.

Силові тренажери включають гантелі, штанги та спеціальні стійки. На них виконуються різноманітні вправи, що допомагають зміцнити м'язову систему або окремі групи м'язів. Вибір вправ залежить від цілей тренувань і рівня навантаження.

Сауна (лазня) позитивно впливає на нервово-м'язову систему, кровообіг та шкіру. Сауни виготовляються зі спеціальних видів дерева, які витримують як сухе, так і вологе нагрівання. Сауна містить роздягальні, кімнати для відпочинку, душові, басейн, парну та вбудовану вентиляційну систему, а також панелі управління.

Масаж є ефективним засобом профілактики захворювань та підтримки працездатності. Це механічний вплив на поверхню тіла людини руками масажиста або за допомогою спеціальних апаратів.

Розробка нових технологій призвела до появи мультипрограмних масажних крісел. Вбудований комп'ютер контролює всі етапи масажу, регулюючи кут нахилу спинки та підставки для ніг. Завдяки пульту управління

можливо обрати індивідуальну програму масажу, його тип, інтенсивність та діапазон впливу.

Басейн – це складна технічна споруда, що включає системи очищення та підігріву води, а також механізми для скидання води під час чищення. Чаші басейнів можуть мати найрізноманітніші конфігурації та оброблені спеціальною керамічною плиткою, скляною мозаїкою або водостійким мармуром. Системи фільтрації води розташовані в технічному приміщенні, розміри якого залежать від обсягу басейну.

Одним із варіантів рециркуляції води є переливна система, за якої надлишки води потрапляють у переливний лоток, що проходить по периметру басейну. З лотка вода самопливом потрапляє в накопичувальну ємність, звідки її забирає насос фільтрувальної установки. Повернення води в басейн відбувається через донні форсунки.

Для знезараження води в басейні використовуються як хімічні методи (наприклад, хлорування), так і фізичні (ультрафіолетове опромінення та озонування), що дозволяє знизити дозу хлору до мінімуму.

Система автоматичного клімат-контролю підтримує комфортний мікроклімат у басейні, душових і роздягальнях. Глибина дорослих басейнів становить 140 см, а дитячих – 100 см. Басейн має відповідати нормам щодо площі водної поверхні, температурного режиму та якості води. Функціонування басейну неможливе без інструкторів, медичного та технічного персоналу, які забезпечують безпеку, чистоту та порядок.

Оздоровчий центр може пропонувати різноманітні лікувально-оздоровчі послуги, такі як таласотерапія, бальнеотерапія, ароматерапія, діагностика, фізіотерапія та фітотерапія.

**Таласотерапія**, що в перекладі означає «лікування морем», включає використання елементів морського середовища – клімату, води, водоростей, лікувальних грязей і піску – під медичним контролем. Ці елементи мають властивість концентрувати корисні речовини, які позитивно впливають на здоров'я.

Рекомендується мінімальний курс лікування тривалістю 6 днів, а для досягнення більш вираженого ефекту необхідно перебувати не менше 8–10 днів. Усі процедури проводяться за температури морської води 32–35 °С. Морська вода зберігається в резервуарах не більше 48 годин і ніколи не використовується повторно.

До **процедур таласотерапії** відносять:

- лімфатичне дренажування – метод ручного впливу на систему виведення токсинів та активізацію лімфотоку;
- ванни з грязями та морськими водоростями – сприяють зниженню ваги, зміні мінерального складу та релаксації;
- водна гімнастика – покращує тонус м'язів і серцево-судинної системи;
- бальнеотерапевтичні кабінки і душі з інтенсивними водяними струменями – допомагають зняти стрес;
- масаж – загальний та спеціалізований для стимуляції кровообігу, зниження м'язового гіпертонусу, підвищення пружності та еластичності шкіри;

– мануальна терапія та аквааеробік – послідовна і поступова розтяжка всіх м'язових груп у підігрій морській воді, що покращує еластичність тканин і кровообіг;

– гідромасаж – максимальне розслаблення в індивідуальній ванні з безліччю отворів для води та повітря під тиском;

– підводний душ – процедура, аналогічна гідромасажу, що проводиться в басейні;

– альготерапія – повне обгортання підігрійми водоростями або застосування локальних аплікацій під інфрачервоними променями, що сприяє виведенню токсинів, поліпшує рухливість суглобів і знімає нервову та фізичну напругу.

**Бальнеотерапія** – це проведення повітряно-бульбашкових ванн (з додаванням трав або хвої) з використанням води з підземних джерел.

**Ароматерапія** – профілактика та лікування з використанням рослинних ароматів.

**Фітотерапія** – профілактика і лікування, засновані на цілющих властивостях рослин (наприклад, імунно-стимулювальні, вітамінні, гіпотензивні та шлункові збори).

**Фізіотерапія** – лікування із застосуванням штучних фізичних факторів, таких як гальванізація, електрофорез, світлолікування та теплолікування.

У зв'язку з бажанням людей виглядати привабливо (адже зовнішній вигляд має велике значення для успішної професійної діяльності і свідчить про хороше самопочуття), оздоровчі центри часто обладнані салонами краси. Вони надають послуги та консультації косметологів і візажистів, включаючи очищення шкіри, маски, депіляцію, макіяж, манікюр і педикюр.

**SPA (СПА)** – це комплекс оздоровчих процедур, що використовують морську, термальну, мінеральну або прісну воду, морські водорості, цілющі рослини і лікувальні грязі, програми водолікування, метою яких є гармонія тіла, душі та духу.

**Велнес** – це система оздоровлення, що досягає гармонії між психічним і фізичним станом через відчуття тілесного та духовного задоволення.

Спортивні розваги можна визначити як економічно обґрунтоване надання послуг, у яких програмування рухової активності здійснюється самим споживачем з метою рекреації, відпочинку через рух, гру.

Найбільш поширені варіанти спортивних розваг з чітко визначеним сервісним статусом, представлені в готелях: боулінг, більярд, аквапарки.

### **13.2 Спектр послуг, що надаються оздоровчим центром готелю**

У спортивно-оздоровчих комплексах або центрах, таких як «health center», «sport club», «fitness center» і «health club», що представлені в розкішних готелях, є все необхідне для активного відпочинку та занять спортом: басейн, джакузі, сауна, солярій, тренажерний зал, бар, роздягальні, душові та туалетні кімнати.

Розміри, конфігурації та глибина басейнів у готелях можуть значно варіюватися. Наприклад, найдовшим басейном, внесеним до Книги рекордів Гіннеса, вважається басейн готелю «Хайят Рідженсі Керромар» у Пуерто-Ріко. Його довжина становить 541 метр, а площа – 1,8 гектара. Цей басейн має п'ять секцій, з'єднаних водяними гірками, та оточений 14 водоспадами на фоні тропічної рослинності. У ньому також створюються штучні хвилі. Проте в цьому розділі мова йтиме не про такі розкішні рішення, а про оздоровчі центри з басейнами, що є у більшості бізнес-готелів середньої місткості.

Басейн розміром 12 × 6 метрів або трохи більший у будівлі готелю є цілком достатнім для відновлення сил і приємного відпочинку. Глибина басейну в середньому становить 1,30 метра. Блакитна кахельна плитка та особливе освітлення надають воді привабливого відтінку. Безпечні, не слизькі сходи ведуть у прозору воду. У басейні постійно підтримується комфортна температура води (приблизно +28 °С), про що інформує електронне табло. У зоні басейну розташоване джакузі, яке вміщує кілька осіб, з температурою води +40 °С.

Приміщення басейну у висококласному готелі відрізняється комфортом і затишком. Пол і стіни в зоні басейну повинні бути з підігрівом, щоб уникнути різких температурних контрастів після купання. Сприятливу м'яку атмосферу субтропіків створюють відповідно підібрані рослини, такі як пальма ховея, фінікова пальма, драцена, сциндапус, філодендрон, монстера та багато інших, розташованих поряд із басейном. Навколо басейну встановлені зручні шезлонги з м'якими матрацами. Приємну атмосферу відпочинку доповнює негучна мелодійна музика.

У готелях велика увага приділяється хімічному складу води. Вода постійно очищується за допомогою багатоступеневої системи фільтрації, що включає спеціальні матер'яні, ультрафіолетові та піщані фільтри. Для знезараження води також можуть використовуватися препарати на основі хлору, озонувальні установки та інші методи. Щодня беруться проби води, щоб уникнути появи хвороботворних мікроорганізмів. Регулярно, кілька разів на рік, басейн і джакузі повністю очищуються та дезинфікуються, після чого їх заповнюють свіжою водою.

Рекомендована температура для відвідування сауни становить +90 °С, проте клієнти можуть регулювати температуру на свій розсуд. Біля дверей сауни розміщується ківш для води. Використання принесених ароматичних засобів заборонено. У саунах є пісочний годинник, термометр та спеціальна кнопка для виклику персоналу у разі виникнення проблем зі здоров'ям у гостей під час сеансу. Ця кнопка повинна бути добре видима та легко доступна.

Солярій призначений для отримання рівномірної та красивої засмаги, тому ця послуга є дуже популярною в готелях. Залежно від моделі солярію, його активація може здійснюватися по-різному. Найчастіше це відбувається шляхом вставлення жетонів у спеціальний приймач, який обладнаний таймером.

Гість повідомляє працівнику оздоровчого центру про бажаний час перебування в солярії. Після цього необхідна кількість жетонів опускається, і

солярій автоматично вмикається з затримкою в 2 хвилини, що дозволяє клієнту підготуватися. Кожен жетон відповідає 4 хвилинам роботи приладу, а загальна кількість використаних жетонів додається до рахунку. Користуватися солярієм варто з обережністю, попередньо проконсультувавшись з працівником оздоровчого центру або лікарем. Для першого відвідування достатньо 4–8 хвилин, згодом цей час можна збільшити до 16-20 хвилин, враховуючи вік, загальне самопочуття та тип шкіри.

Сучасні моделі соляріїв дозволяють клієнту налаштувати вентиляцію, регулювати потужність ламп над певними частинами тіла тощо, перебуваючи всередині апарату. Технічні показники роботи солярію відображаються на електронному табло, що розташоване поряд із клієнтом. Сеанс ультрафіолетового опромінення супроводжується приємною музикою. Щоб не пошкодити зір, клієнтам пропонують кілька варіантів захисних окулярів, а також надається спеціальний крем і рушник. Використання особистих косметичних засобів у солярії не рекомендується. Вимкнення солярію відбувається автоматично.

Тренажерний зал (спортивний, гімнастичний). У таких залах висококласних готелів є сучасні тренажери, призначені для розвитку та зміцнення практично всіх груп м'язів, включаючи м'язи спини, живота, рук, ніг, грудей і сідниць. Для тренування також використовуються гантелі вагою 2, 4, 6, 8, 9 і 10 кг. Бігові доріжки користуються великою популярністю серед відвідувачів. Клієнти можуть самостійно вибрати програму для ходьби або бігу, налаштовуючи швидкість та ухил бігової доріжки. Тренажери також мають функцію моніторингу пульсу під час занять.

Велотренажери також популярні серед клієнтів. У приміщенні спортивного залу завжди достатньо простору між тренажерами, щоб забезпечити комфорт під час тренувань. Частина гостей віддає перевагу гімнастичним вправам і може користуватися скакалками, спеціальними килимками для підлоги. У тренажерному залі може бути встановлений балетний станок, що стане в нагоді не лише артистам балету та учасникам хореографічних колективів, а й любителям розтяжки.

Тренажерні (гімнастичні) зали обладнані великими дзеркалами, що займають всю площу однієї або кількох стін, що візуально розширює простір і дозволяє займаючись контролювати свої рухи. Для зручності гостей у тренажерному залі є телефон, супутникове телебачення (кілька каналів на різних мовах), відеомагнітофон, установка для питної води, полички та вішалки для одягу, а також кнопка екстреного виклику співробітника. Гучність телевізора має бути помірною, щоб не заважати іншим відвідувачам оздоровчого центру.

Після занять спортом можна прекрасно відпочити та насолодитися приємною атмосферою в барі оздоровчого центру. Однією з основних переваг цього бару є меню, яке включає ретельно збалансовані низькокалорійні страви, легкі закуски, спортивні та енергетичні напої, а також широкий вибір соків, включаючи свіжовичавлені. Асортимент не містить алкогольних напоїв, тому такий бар часто називають вітамінним або фітнес-баром. Гості можуть

замовити гарячі напої, зокрема кілька видів кави та різноманітні сорти чаю. Напої зазвичай готують і подають самі співробітники оздоровчого центру. Салати та інші складні страви можна замовити через службу «room service».

Відвідувачі оздоровчого центру віддають перевагу здоровому харчуванню. Прийом їжі дозволено в холі басейну, де розташовані зручні столики зі стільцями, за стійкою бару та в зоні басейну, де стоять столики біля шезлонгів. Принесення їжі та напоїв з собою в оздоровчий центр заборонено.

Барна стійка виконує функцію бюро та міні-ресепшн. Співробітники ведуть необхідну документацію, видають ключі від шафок та роздягалень, а також мають комп'ютерне обладнання з касою для розрахунків з клієнтами. Для гостей, які проживають у готелі, відвідування оздоровчого центру безкоштовне.

За додаткову плату пропонуються лише послуги масажиста, користування солярієм і замовлення страв та напоїв у барі. Масаж проводиться в кімнаті для масажу, кабінеті лікаря або в номері. Зазвичай пропонується класичний (загальний) масаж. Для зручності проведення масажу в гостьовій кімнаті необхідно мати спеціальний портативний масажний стіл, який приносить співробітник оздоровчого центру. Оплата за масаж здійснюється відповідно до встановлених тарифів, і ця послуга зазвичай доступна лише для гостей, які проживають у готелі.

Щодо відвідування оздоровчого центру клієнтами, які не проживають у готелі, політика може суттєво різнитися. Деякі готелі категорично проти допуску зовнішніх відвідувачів у свої оздоровчі центри. Інші ж вважають це цілком прийнятним і сприймають оздоровчий центр як прибуткову складову, яка позитивно впливає на фінансові показники готелю. У таких випадках для клієнтів, які не є постояльцями, вводиться плата за користування оздоровчим центром відповідно до прейскуранта.

Деякі готелі навіть пропонують всім охочим можливість скористатися послугами оздоровчого центру, купивши клубну картку (абонемент) для його відвідування. Існує безліч варіантів **клубних карток**, серед яких:

- картки з визначеним терміном відвідування (на квартал, півроку або рік);
- картки, що передбачають кількість відвідувачів (індивідуальна, на двох осіб, сімейна тощо);
- картки з прив'язкою до часу відвідування (ранковий, денний, вечірній);
- картки, що діють у певні дні тижня (наприклад, клубна карта вихідного або буднього дня) тощо.

Власники клубних карток, на відміну від тих, хто відвідує оздоровчий центр час від часу, зазвичай мають певні привілеї. Найбільш значущою та привабливою пільгою є знижка на послуги оздоровчого центру. Кількість клієнтів, які користуються клубними картами, має бути оптимальною, щоб не створювати незручностей для основних відвідувачів (постояльців готелю).

В оздоровчому центрі є стелажі для рушників та особистих речей. Приміщення поділені на чоловічі та жіночі зони, де є туалети, душові та роздягальні, обладнані фенами та сушарками для купальників.

Обслуговування клієнтів в оздоровчих центрах більшості готелів здійснюється щоденно з 7:00 до 23:00 без перерв. Співробітники центру прагнуть створити приємну атмосферу та піклуватися про гостей. У висококласному готелі в кожну зміну працює двоє або більше працівників, які по черзі відпочивають та харчуються.

Зручним є наявність окремого ліфта, який дозволяє гостям безпосередньо з житлових поверхів потрапляти до оздоровчого центру. Це усуває неприємні ситуації, коли клієнти можуть бути поміченими в халатах або спортивному одязі.

Перед входом до оздоровчого центру зазвичай вивішуються правила поведінки. Для підтримки високого рівня чистоти клієнтів просять користуватися одноразовими тапочками, які надаються в достатній кількості. Також гостям видаються банні халати та засоби особистої гігієни.

Щоб потрапити до приміщення оздоровчого центру, зазвичай потрібно провести магнітною картою біля зчитувального пристрою на дверях. Постояльці отримують ключ від шафки для переодягання в обмін на магнітну карту від номера. Співробітник поміщає картку в конверт, на якому зазначають номер кімнати та номер виданого ключа. При виході з центру процедура повторюється в зворотному порядку. Те ж саме відбувається і з клубними картами для відвідувачів, які не проживають в готелі, де зазначається номер клубної картки замість номера кімнати. Співробітники оздоровчого центру повинні точно знати, хто зараз перебуває в центрі, щоб правильно виставити рахунки за послуги та у разі термінового виклику клієнта чи передачі важливої інформації.

Діти до 16 років можуть відвідувати оздоровчий центр лише у супроводі дорослих. Перед купанням рекомендується прийняти душ, а гостям з довгим волоссям варто зав'язати або заколоти його. У басейні заборонено використовувати надувні матраци, гумові човни та інші іграшки для води. Для безпеки заборонено пірнати з бортика в басейн і джакузі. У воді потрібно бути в купальнику або плавках. Не можна ставити посуд на край басейну або джакузі. Оздоровчий центр має бути місцем відпочинку, тому не бажано голосно розмовляти або користуватися мобільним телефоном. У разі навмисного пошкодження майна оздоровчого центру клієнти несуть відповідальність за матеріальні збитки.

### **13.3 Посадові обов'язки персоналу оздоровчого центру готелю**

У штатному розкладі готелів можна зустріти різні посади співробітників оздоровчого центру. У деяких готелях є штат чергових тренерів під керівництвом старшого тренера та окремих масажистів. Інші готелі надають перевагу назві «інструктори оздоровчого центру» і мають спеціаліста з масажу як окрему позицію. Проте в більшості готелів співробітники не мають вузької спеціалізації і проходять навчання, щоб оволодіти всіма необхідними навичками обслуговування клієнтів, включаючи масаж. У таких закладах часто застосовується система взаємозамінності.

Співробітники оздоровчого центру підпорядковуються керівнику адміністративно-готельного сервісу (АГС) готелю. У своїй роботі вони тісно взаємодіють з працівниками служби організації харчування, поверхового обслуговування (покоївками і супервайзерами) та пральні.

Кваліфікаційні вимоги до співробітників оздоровчого центру:

1. Наявність середньо-спеціальної медичної або спортивної освіти.
2. Вміння виконувати масаж (досвід роботи масажистом не менше двох років).
3. Знання англійської мови.

Посадові обов'язки співробітників оздоровчого центру. Загальні положення:

Співробітники всіх змін оздоровчого центру повинні:

1. Знати правила надання першої медичної допомоги та вміти виконувати штучне дихання.
2. Спостерігати за людьми, які плавають у басейні, та надавати допомогу у разі необхідності.
3. Кваліфіковано виконувати масаж.
4. Завжди носити чисту спортивну форму.
5. Мати акуратний вигляд (довге волосся дівчат повинно бути зібране і закріплене).
6. Створювати привітну та затишну атмосферу.
7. Контролювати справність всього обладнання.
8. Дотримуватися правил пожежної безпеки та техніки безпеки.
9. Виконувати всі розумні прохання клієнтів.
10. Звертати увагу на клієнтів, піклуватися про них і надавати кваліфіковану допомогу.
11. Консультувати клієнтів щодо користування приміщенням та обладнанням оздоровчого центру.
12. Складати індивідуальні фітнес-програми для гостей.
13. Контролювати дотримання відвідувачами правил поведінки в оздоровчому центрі.
14. У разі виникнення інциденту терміново звертатися до керівника.
15. Підтримувати високий рівень чистоти в приміщенні оздоровчого центру та зберігати робоче місце в чистоті.
16. Знати прейскурант цін на надані платні послуги.
17. Оволодіти комп'ютерною програмою, що використовується в оздоровчому центрі готелю.
18. Правильно виконувати касові операції та вести фінансову документацію.
19. Контролювати наявність продуктів та напоїв у барі.
20. Забезпечувати наявність інших необхідних для роботи предметів.
21. Рекламувати послуги, що надаються в оздоровчому центрі.
22. Дотримуватися стандартів обслуговування, установлених в оздоровчому центрі готелю.
23. Брати участь у внутрішньофірмовому навчанні.

24. Навчати стажистів на робочому місці.

25. Підтримувати добрі стосунки з персоналом інших служб готелю.

Як вже згадувалося, в оздоровчому центрі висококласного готелю на кожній зміні працюють щонайменше два співробітники. Оптимальним є те, що один із них займається обслуговуванням та спілкуванням з клієнтами, тоді як другий підтримує чистоту та порядок в приміщенні. У межах системи взаємозамінності в наступній зміні ролі мають бути змінені.

Співробітники оздоровчого центру зазвичай працюють у дві зміни.

Конкретні обов'язки персоналу денного зміни оздоровчого центру:

1. Увімкнути кавоварку.

2. Включити музику.

3. Встановити на барну стійку вазу з вимитими фруктами.

4. Отримати звіт про поточний стан зайнятості номерного фонду готелю («room status report») та свіжі газети від служби прийому і розміщення.

5. За необхідності оновити інформацію про курс обміну іноземних валют, відповідно до даних, отриманих з каси служби прийому і розміщення.

6. Поповнити запаси льоду для напоїв.

7. Обслуговувати клієнтів у барі оздоровчого центру.

8. Стежити за достатньою кількістю одноразових пластикових стаканчиків біля кулера для питної води.

9. Контролювати наявність на барній стійці паличок для розмішування, соломинок для коктейлів, цукру та серветок.

10. Регулярно протирати барну стійку.

11. Вести робочий журнал (книгу реєстрації гостей).

12. Записувати в книзі реєстрації гостей номери кімнат, час відвідування та номери клубних карток.

13. Фіксувати тривалість користування солярієм.

14. Вести записи про бажаючих скористатися послугами масажиста.

15. Проводити екскурсії по оздоровчому центру для відвідувачів або потенційних покупців клубних карток.

16. Виставляти рахунки за всі платні послуги, надані гостям.

17. Передавати гостям рахунки для підпису (на рахунку мають бути чіткий підпис гостя і номер кімнати) та передавати їх у касу служби прийому і розміщення для подальшої оплати.

Співробітник, відповідальний за підтримку чистоти та порядку, має виконувати такі обов'язки:

1. Отримувати ключі від оздоровчого центру на службовому вході (у запечатаному конверті з пломбою) та ставити підпис у журналі отримання.

2. Відкривати двері та вмикати освітлення у всіх приміщеннях оздоровчого центру.

3. Увімкнути сауну та заповнити ківш водою.

4. Контролювати температуру в джакузі (+40 °C) та в басейні (+28 °C). У разі відхилення від норми подавати заявку до інженерно-технічної служби.

5. Розкласти великі рушники біля шезлонгів.

6. Виставляти одноразові тапочки на полиці при вході до оздоровчого центру.

7. Стежити за наявністю рушників у центрі.

8. Підраховувати чисті рушники та записувати їхню кількість у книгу обліку білизни.

9. Підраховувати брудні рушники, фіксувати їхню кількість у книзі обліку білизни та передавати їх у пральню.

10. Перевіряти наявність туалетного приладдя в санітарних кабінах, паперових рушників та рідкого мила біля раковин, а також рівень заповнення дозаторів рідкого мила в душових.

11. Готувати дезінфікувальні засоби для обробки тренажерів і солярію.

12. Приносити з пральні чисту білизну: рушники, халати, ганчірки та робочі серветки для прибирання.

13. Заповнювати заявку на спеціальному бланку для отримання всього необхідного в процесі роботи (мийні засоби, інвентар, витратні матеріали).

14. Поповнювати кошик із предметами особистої гігієни.

15. Протирати дзеркала та скляні поверхні.

16. Дезінфікувати все обладнання в оздоровчому центрі.

17. Прибирати та дезінфікувати солярій.

18. Витирати пил зі столів та стільців у холі оздоровчого центру.

19. Протирати всі полиці та вішалки.

20. Вивантажувати сміття зі сміттєвих кошиків і відер.

21. Прибирати приміщення сауни.

22. Прибирати в тренажерному залі (пилососити килимові поверхні).

23. Поливати та доглядати за рослинами в оздоровчому центрі.

24. Повідомляти про технічні несправності в інженерно-технічну службу або до офісу служби господарського забезпечення (вести журнал реєстрації заявок на технічний ремонт).

25. Виконувати інші завдання для підтримки чистоти та порядку в оздоровчому центрі.

Конкретні обов'язки персоналу вечірньої зміни оздоровчого центру. Співробітник, відповідальний за обслуговування клієнтів, повинен:

1. Приймати зміну від співробітника денної зміни (всі особливі ситуації обов'язково фіксуються в робочому журналі).

2. Протягом зміни контролювати наявність фруктів на барній стійці.

3. Замовляти продукти (каву, чай, печиво, молоко, вершки, шоколад).

4. Підтримувати чистоту на барній стійці.

5. Своєчасно замінювати ємність з питною водою на кулері.

6. Стежити за чистотою соковижималки.

7. Контролювати наявність цукру та цукрозамінників у цукорниці.

8. Стежити за тим, щоб у кавоварках завжди була достатня кількість меленої кави.

9. Виконувати всі завдання, які виконує співробітник попередньої зміни.

10. Складати звіти за поточний день та вести статистику.

11. За запитом гостей видавати книгу відгуків та повідомляти керівника про зроблені записи.

12. Передавати рахунки до служби прийому та розміщення.

13. Мити соковижималку та кавоварку.

14. Вимикати музику.

Співробітник, відповідальний за підтримання чистоти та порядку, повинен:

1. Приймати зміну від співробітника денної зміни.

2. Стежити за наявністю достатньої кількості робочих серветок для прибирання.

3. Отримувати чисту білизну з пральні.

4. Виносити сміття.

5. Прибирати приміщення оздоровчого центру за потребою та підтримувати чистоту протягом усієї зміни.

6. Здавати брудну білизну в пральню.

7. Прибирати приміщення у разі необхідності.

8. Після того, як усі гості покинуть оздоровчий центр, ретельно прибирати зону тренажерного залу, холу, солярію, роздягалень і душових кабін.

9. Збирати брудні рушники та переносити їх до службового приміщення (де є спеціальний візок для брудної білизни).

10. Вимикати сауну.

11. Вимикати освітлення.

12. Закривати двері.

13. Повернути ключі на службовому вході (у запечатаному конверті з пломбою) та ставити підпис у журналі під час їхньої здачі.

Такий розподіл обов'язків забезпечує чітке розмежування функцій співробітників оздоровчого центру, які займаються обслуговуванням клієнтів у сфері харчування, і тих, що відповідають за підтримку чистоти та порядку. Завдяки такій організації праці виключається, наприклад, ситуація, коли працівнику після прибирання душової kabіни доводиться одразу ж готувати каву для клієнтів.

На завершення цього розділу варто відзначити, що оздоровчі центри великих готелів пропонують значно ширший спектр послуг: басейни площею в кілька сотень квадратних метрів, водні гірки та атракціони (гейзери, протівотоки, каскади); дитячі басейни; індивідуальні лазні (російська, турецька, хамам, тіляріум, ароматична лазня); контрастні ванни; зал аеробіки з «плаваючими» підлогами, що зменшують навантаження на суглоби; численні програми з аеробіки; аквааеробіка; медичне фітнес-тестування; послуги інструктора з плавання; лікувальна фізкультура та реабілітація; тренажерні зали з повним набором кардіотренажерів та силових тренажерів; магазини спортивного одягу та аксесуарів; сейфи для зберігання цінних речей.

Також широко доступні SPA-послуги: масаж (антицелюлітний, сегментарний, класичний, ароматичний, коригувальний); косметологічні процедури (таласотерапія, косметологія для обличчя та тіла). Оздоровчі центри

часто організують та проводять спортивні свята, клубні вечори, а також сімейні програми для дітей.

Усі ці пропозиції та послуги, безумовно, є конкурентною перевагою зазначених готелів і чудовою можливістю для додаткових фінансових надходжень. Для надання таких послуг необхідний розширений штат співробітників та інша організаційно-управлінська структура готелю.

### **Запитання для самоконтролю:**

*1. Які послуги для занять спортом і відпочинку пропонують великі готелі?*

*2. Охарактеризуйте різні види тренажерів, які можуть бути представлені в залі.*

*3. Охарактеризуйте лікувально-оздоровчі послуги, такі як таласотерапія, бальнеотерапія, ароматерапія, діагностика, фізіотерапія та фітотерапія.*

*4. Охарактеризуйте основні процедури таласотерапії.*

*5. Як організований басейн в готелі?*

*6. Охарактеризуйте процедуру надання послуги солярію.*

*7. Наведіть приклади клубних карток оздоровчого центру при готелі.*

*8. Які особливості організації харчування відвідувачів оздоровчого центру?*

*9. Які основні вимоги висуваються до співробітників оздоровчого центру?*

## **14 ІНШІ ДОДАТКОВІ ПОСЛУГИ І ТЕХНОЛОГІЇ ЇХНЬОГО НАДАННЯ. ТЕХНОЛОГІЯ ОЦІНКИ РІВНЯ ЗАДОВОЛЕННЯ КЛІЄНТІВ ЯКІСТЮ ОБСЛУГОВУВАННЯ**

### **14.1 Анімаційні технології в готельному сервісі**

Готельна анімація є організацією дозвілля, що передбачає активну участь гостей у культурно-масових заходах. Анімаційний сервіс у готелях має на меті зробити відпочинок більш яскравим та створити незабутні спогади.

Матеріальна база готелів, призначена для розробки та проведення анімаційних програм, повинна включати:

- обладнання для відпочинку на пляжі: водні атракціони, гірки, човни тощо;
- обладнання для дитячих майданчиків: гойдалки, каруселі, альтанки, гірки, ігрові атракціони, ростові ляльки та ін.;
- приміщення, меблі та необхідні матеріали для дитячої кімнати або міні-клубу: настільні ігри, фарби, розмальовки, пластилін, пазли, формочки, ляльки, машинки, кольоровий папір, олівці та ін.;
- обладнання та інвентар для активних ігор та занять спортом у тренажерних залах;
- приміщення, книги, комп'ютери з доступом до мережі «Інтернет» та меблі для бібліотеки;
- приміщення та інвентар для станцій та пунктів прокату човнів, водних велосипедів, лиж тощо;
- приміщення, амфітеатр або обладнаний майданчик на відкритому повітрі для проведення масових заходів і розважальних шоу;
- обладнання, декорації та костюми для сценічних вистав;
- відео-, проєкційне, звукове, сценічне та світлотехнічне обладнання для шоу, дискотек, конкурсів та змагань;
- обладнання та приміщення для більярду, боулінгу, казино (якщо вони передбачені) тощо.

Технологія створення і реалізації анімаційних програм як система складається з декількох взаємопов'язаних підсистем:

- організаційна організація спільної діяльності анімаційної команди, економічного, технічного, рекламного відділів;
- інструкторсько-методична – створення і розробка сценаріїв заходів, текстів екскурсій, підбір спортивних ігор і змагань, складання маршрутів походів з наступною розробкою методичних рекомендацій на основі узагальнення досвіду;
- режисерська розподіл ролей, складання плану репетицій, постановка вистави, шоу;
- технічна підготовка технічних засобів (об'єктів, споруд, інструментів і т. д.), майданчики (сцени) для анімаційних заходів, реквізиту, декорацій, освітлення, музичного супроводу тощо.

Технологічний процес створення анімаційних програм включає такі елементи:

- об'єкт діяльності: туристи, населення (групи і окремі особистості);
- суб'єкт діяльності: керівник, фахівець анімаційної служби;
- власне анімаційна діяльність з усіма її компонентами: процес взаємодії

суб'єкта на об'єкт.

Під час підготовки анімаційних програм враховується безліч аспектів, які сприяють проведенню програми на найвищому рівні, зокрема:

- національність туристів;
- вік туристів (дитяча, молодіжна, зріла аудиторія, третій вік, комбіновані групи);
- стать;
- чисельність (індивідуальна, групова, масова);
- активність участі туристів (активна, пасивна) тощо.

Технологія підготовки та реалізації анімаційної програми складається з кількох етапів:

1. Підготовчий етап:

- 1) аналіз анімаційних програм;
- 2) визначення цілей та завдань;
- 3) вибір місця і часу для проведення програми;
- 4) проєктування анімаційної програми з урахуванням вікових, етнічних та інших особливостей споживачів;
- 5) розробка сценаріїв анімаційних заходів, включених у програму;
- 6) складання кошторису витрат на проведення програми;
- 7) розподіл обов'язків серед членів анімаційної команди;
- 8) технічна підготовка;
- 9) установка звукової та світлової апаратури, оформлення сцени, виготовлення фонограм тощо;
- 10) проведення репетицій, навчання правилам ігор;
- 11) рекламна кампанія анімаційних заходів.

2. Початковий етап:

- інформування гостей про наявність та зміст анімаційної програми для різних груп і категорій туристів;
- встановлення контакту з гостями, їхній запис на різні анімаційні програми та збір заявок.

3. Проведення анімаційної програми.

4. Заклучний етап:

- 1) підбиття підсумків, нагородження учасників і прощання з гостями;
- 2) аналіз проведеної програми;
- 3) анкетування споживачів з подальшим аналізом отриманих даних;
- 4) робота над удосконаленням програм.

## 14.2 Технологія надання послуг інтерактивного платного телебачення

Багато готелів, прагнучи розширити перелік додаткових послуг, підвищити престиж і збільшити доходи, почали впроваджувати телекомунікаційні сервіси для своїх гостей. Інтерактивні телевізійні системи пропонують широкий вибір інтерактивних послуг як для побутових потреб (наприклад, вітання новоприбулого гостя, можливість замовити їжу та напої в номер, викликати покоївку, переглянути рахунок, отримати факс або телефонне повідомлення, самостійно пройти експрес-випуску), так і для бізнес-завдань (електронна пошта, факс, доступ до інтернету тощо).

Гості можуть отримувати доступ до всіх функцій через екран телевізора за допомогою пульта дистанційного керування. Основне меню дозволяє дізнатися про готельні послуги без потреби залишати номер. Однією з ключових особливостей є можливість вибору мови в інтерфейсі системи. Гості також можуть переглядати інформацію про готель, театральні та кінорепертуари, магазини, погоду тощо, а функція «будильник» дозволяє запрограмувати час пробудження.

Ці системи також забезпечують доступ до платного телебачення, яке може працювати за двома моделями: «PAY TV system» (гості обирають платні послуги через пульт, і вартість автоматично додається до їхнього рахунку) та «A la card system» (де використовуються пластикові картки для доступу до платних каналів). Крім того, платні канали можуть надавати кілька хвилин безкоштовного перегляду перед тим, як зображення блокується до оплати.

Щоб уникнути непорозумінь, гостям необхідно надавати інформацію про використання та вартість платних послуг. Платні канали мають бути марковані, а для неповнолітніх такі канали можуть бути заблоковані до запиту від дорослих гостей. Готелі можуть встановлювати різні тарифні плани для платного телебачення: похвилинну, погодинну або подобову оплату.

Інтерактивні телевізійні системи також корисні для персоналу готелю, дозволяючи їм відстежувати стан номерів, планувати завдання для покоївок і технічних працівників, а також повідомляти про готовність номерів до заселення. Покоївки можуть повідомляти про неполадки через спеціальне меню для персоналу, а також отримувати завдання в режимі реального часу.

Такі системи інтегруються з готельною PMS (системою управління об'єктами), що дозволяє автоматично враховувати всі замовлені послуги у рахунку клієнта, який гість може перевіряти в будь-який момент. Система оновлюється віддалено.

Інтерактивне телебачення стало невід'ємною частиною сучасного готельного сервісу, забезпечуючи гостям зручність у користуванні послугами прямо з номера, що сприяє підвищенню задоволеності клієнтів і водночас збільшує рентабельність готелів через ефективне просування послуг.

Інтерактивна телевізійна система Eclipse Connected – це сучасне рішення, розроблене компанією «Locatel» для готелів, яке з'явилося завдяки телебаченню нового покоління. Її головна перевага полягає у відсутності

потреби в додатковому обладнанні – система працює напряму через телевізор, що робить її дуже ефективною та швидко окупною.

Eclipse Connected сумісна як з IP-мережами, так і з коаксіальними кабельними мережами, а програмне забезпечення функціонує безпосередньо через телевізор, звертаючись до серверів для отримання необхідної інформації. У систему вбудовано зручне управління контентом, яке дозволяє змінювати інформацію, дизайн і додавати рекламні банери, а також планувати публікації для оптимізації робочих процесів.

Ця система є простим і ефективним засобом для просування послуг готелю та продажу місць під рекламу. Готелі можуть налаштувати власний профіль із вибором кольорових тем і відображенням логотипу, а також визначити, які сервіси та інформація будуть доступні для гостей.

Основні функції Eclipse Connected включають:

- інформацію про готель;
- можливість перегляду рахунку;
- погоду, RSS-новини та телепрограму;
- функцію будильника;
- рекламні місця для додаткового заробітку;
- можливість заробляти на продажу платних телеканалів.

Компанія «Locatel», заснована у 1962 році, є провідним європейським інтегратором інтерактивних мультимедійних рішень для готелів і медичних закладів, обслуговуючи понад 400 000 номерів у різних країнах. Вона встановила IPTV системи в більш ніж 120 000 номерів, включаючи 40 000 з HD-контентом.

Також існує система Otrum Enterprise, що орієнтована на майбутнє та відповідає вимогам як готельєрів, так і гостей. Вона дозволяє не лише переглядати телевізійні канали, фільми та інформацію про готель, але й додавати новинні стрічки, інформацію про погоду та аеропорти. Меню можна налаштувати для окремих кімнат або груп номерів, створюючи унікальні стилі для VIP-номерів. Система пропонує зручний інтерфейс для навігації та надає потужні інструменти для рекламних кампаній і збору статистики.

Ключові функції системи:

- Channel sorting – сортування каналів відповідно до мови гостя;
- Child lock – блокування небажаного контенту для дітей;
- City info – інформація про місто і транспорт;
- Dashboard – простий і зручний інтерфейс;
- Electronic programme guide (EPG) – програма передач;
- Guest connectivity panel – легке під'єднання пристроїв гостей до телевізора;
- High speed internet access – високошвидкісний інтернет;
- Hotel information pages – інформація про готель, ресторани тощо;
- Housekeeping – актуальна інформація про стан номерів;
- Marketing messages – повідомлення про акції та пропозиції;
- Movies – колекція фільмів та відео на вимогу;
- PMS link – інтеграція з системою PMS для перегляду рахунку;

- RSS/XML feeds – новини в реальному часі;
- Smartphone application – доступ до інформації через мобільні пристрої гостей;
- TV maintenance – постійний контроль стану системи;
- Wake up service – функція будильника;
- Welcome service – привітання гостей під час заселення.

Ці системи надають готелям потужні інструменти для підвищення рівня обслуговування та оптимізації бізнес-процесів.

Система Otrum Evolution здобула популярність серед власників готелів завдяки своєму багатому функціоналу та зручності використання. Її фірмовий інтерфейс допомагає підвищити репутацію готелю або цілої мережі. Широкі можливості для розповсюдження спеціальних пропозицій і важливої інформації дозволяють підтримувати контакт із гостем навіть за межами загальних приміщень. Інтеграція з Property Management System (PMS) спрощує контроль рахунків і замовлення платного контенту, а спеціальні сторінки або канал Hotel TV забезпечують зручний доступ до інформації про послуги готелю, що робить перебування гостей максимально комфортним.

Основні функції системи Otrum Evolution:

- Bundling – спеціальні пропозиції для замовлення платного контенту та доступу в мережу «Інтернет»;
- Channel sorting – налаштування списку каналів під мову гостя;
- Child lock – захист від доступу до небажаного контенту для дітей;
- Electronic Program Guide (EPG) – електронний гід по телепрограмах;
- Guest Connectivity Panel (TeleAdapt) – легке під'єднання пристроїв гостя до телевізора;
- High Speed Internet Access – високошвидкісний доступ в мережу «Інтернет»;
- Hotel Information Pages – інформація про готель, ресторани та визначні місця;
- Housekeeping – актуальна інформація про стан номерів;
- Message Service – зручний спосіб передавати повідомлення гостям;
- Movies – бібліотека фільмів та відео на вимогу;
- Pay TV – доступ до преміальних каналів зі спортивним та розважальним контентом;
- PMS Link – інтеграція з системою управління готелем;
- View Bill – можливість перегляду рахунку на екрані телевізора;
- Wake Up Service – функція будильника;
- Welcome Message – привітання від готелю під час поселення.

Ця система дозволяє готелям підвищити рівень сервісу і забезпечує інтерактивну взаємодію з гостями через зручний і сучасний інтерфейс.

Система інтерактивного телебачення Acentic є потужним інструментом для забезпечення користувачів зручним графічним інтерфейсом та можливістю застосування фірмового стилю. Acentic пропонує три пакети графічних рішень (Silver, Gold, Platinum), що дозволяє готелям обирати від базового до індивідуально розробленого інтерфейсу з урахуванням всіх побажань. Завдяки

співпраці менеджерів проекту та графічних дизайнерів, Acentic допомагає впроваджувати унікальні графічні інтерфейси, які відповідають стилю готелю.

Acentic робить акцент на:

- підтримці фірмового стилю готелю;
- простоті навігації для користувачів;
- швидкому пристосуванню гостей до системи.

Завдяки новій системі управління контентом (Content Manager II), готелі можуть легко оновлювати інформаційні сторінки, просто натискаючи кнопку. На цих сторінках можна розміщувати інформацію про номери, послуги та пропозиції.

Основою цифрових рішень Acentic є платформа Vision Series, яка забезпечує інтерактивні комунікації та розважальні сервіси. Модульний підхід системи допомагає як гостям (доступ до фільмів, інтернету, інформації про готель), так і власникам готелів (керування опитуваннями, меню покоївок, конференц-менеджмент, контроль мінібарів).

Основні функції системи Vision:

1. Graphical User Interface (GUI) – зручний графічний інтерфейс з екраном привітання, системою повідомлень, меню інформації про готель, опитуванням гостей, будильником та службою доставки їжі в номер.

2. Content Manager – можливість готелю змінювати інформацію про послуги, наприклад, час роботи барів та ресторанів.

3. Conference Manager – інструмент для організаторів конференцій, який дозволяє передавати інформацію про конференції, учасників і реєстрацію прямо через телевізори в номерах гостей, з можливістю зворотного зв'язку.

4. Movies on Demand – більше 250 фільмів, доступних будь-коли.

5. Постійні оновлення та легкий доступ через телевізор.

Quadriga, провідний постачальник інноваційних технологій для готелів в Європі, пропонує інтегровані рішення для ТБ, мобільних платформ та мережевих технологій, що дозволяє покращити ефективність готельних послуг і збільшити рентабельність.

Quadriga Sensiq – це найновіша мультимедійна комунікаційна платформа для готелів, яка дозволяє гостям взаємодіяти з персоналом готелю, отримувати інформацію про послуги та заходи через багатомовний портал. Вона також пропонує широкий вибір розваг і телевізійних програм у високій якості.

Основні характеристики Quadriga Sensiq:

1. Динамічний мультимедійний інтерфейс в High Definition.

2. Інструменти для розпізнавання профілю гостя з відображенням контенту на його мові.

3. Більше 200 видів розваг на вимогу.

4. Потужні рекламні можливості та інструменти для кастомізації порталу.

INGEsuite пропонує повністю інтерактивне рішення з підтримкою фільмів, ТБ-каналів, музики та високошвидкісного доступу в мережу «Інтернет». Система має тривалий термін експлуатації та низькі експлуатаційні витрати, а також інтегрується з існуючими системами управління готелем (PMS).

Основні переваги INGEsuite:

- простота і швидкість у користуванні;
- підтримка до 12 мов з можливістю додавання нових;
- повна інтеграція з PMS (Opera, Prestige, Classone-Allar та іншими);
- підтримка перегляду фільмів у SD та HD якості одночасно для великої кількості користувачів.

Ці системи допомагають готелям оптимізувати обслуговування гостей, забезпечити їх комфортом і збільшити доходи від додаткових послуг, таких як розваги, реклама та Інтернет-доступ.

### 14.3 Інші додаткові послуги і технології їхнього надання

До переліку додаткових послуг можна включити:

1. Надання телекомунікаційних послуг.

2. Екскурсійний сервіс у складі додаткових послуг готелю. Основні види екскурсійних послуг:

- послуги, що надаються екскурсійним бюро готелю;
- організація екскурсій безпосередньо співробітниками готелю;
- екскурсійні програми для залучення клієнтів у низький сезон, організовані екскурсійним бюро;
- послуги типу «гід у вашу машину» або «гід на машині» для індивідуальних клієнтів;
- екскурсії по території готелю;
- використання технологічних новинок, таких як аудіогід.

3. Послуги консьєржа та батлера.

Консьєрж – це фахівець, який відповідає за забезпечення комфортних умов для гостей, допомагаючи з організацією їхнього перебування.

Батлер – професіонал високого класу, який надає послуги особистого помічника. Історично батлери займалися вином, але з часом їхні обов'язки значно розширилися.

Консьєрж-сервіс як професійна організація почав формуватися в 1929 році у Парижі, а в 1952 році було створено міжнародну організацію Union Internationale des Concierges d'Hotels «Les Clefs d'Or» (Міжнародне об'єднання консьєржів готелів «Золоті ключі»).

До послуг консьєржів належать:

- бронювання та придбання квитків на театральні вистави чи транспорт;
- резервування візитів до салонів краси або столиків у ресторанах;
- допомога в надзвичайних ситуаціях (виклик лікаря, юриста);
- виконання індивідуальних доручень, а також надання інформації про визначні пам'ятки;
- послуги гідів-перекладачів.

4. Бізнес-центр як структурний підрозділ готелю пропонує:

- доступ до супутникового телефонного та факсимільного зв'язку;
- копіювальні та ламінувальні послуги;
- оренду ноутбуків та планшетів;

- надання комп'ютерів або їхнє встановлення в номери за запитом;
- перекладацькі послуги, зокрема синхронний переклад;
- оренду приміщень для проведення конференцій, переговорів та презентацій із системами синхронного перекладу.

У деяких готелях бізнес-центр також організовує транспорт для гостей.

5. Телекомунікаційні послуги забезпечуються сучасними електронними телефонними системами, що підвищують ефективність роботи персоналу і покращують якість обслуговування. Телефони у номерах оснащені спеціальними кнопками для швидкого зв'язку з необхідними службами (ресторан, room service, тощо).

Деякі системи дозволяють персоналу звертатися до гостей за ім'ям під час дзвінків, а також користуватися послугами голосової пошти, прослуховувати повідомлення, переміщатися між ними, робити паузи та ін.

#### **14.4 Камера зберігання**

Забезпечення безпечного зберігання багажу є важливою умовою високого рівня обслуговування в готелях. Гості часто користуються послугами камери схову в таких випадках:

- багаж занадто громіздкий і займає багато місця в номері;
- клієнт тимчасово покидає готель, наприклад, їде на кілька днів в інше місто, а потім повертається і забирає свій багаж;
- постійні гості можуть залишати частину свого багажу до наступного візиту.

При здачі багажу на зберігання співробітник фіксує такі дані:

- прізвище гостя;
- номер кімнати;
- кількість одиниць багажу;
- термін зберігання. Гостю видається багажний жетон або квитанція.

Послуга зберігання багажу може бути безкоштовною або платною, залежно від обсягу багажу. Зберігання ручного багажу (до двох одиниць) зазвичай є безкоштовним, а за великогабаритні речі стягується плата. Видача багажу здійснюється за пред'явленням багажного жетона, і гостям пропонують допомогу підношувача або швейцара.

Співробітникам камери схову заборонено приймати:

- продукти харчування;
- легкозаймисті чи токсичні речовини;
- предмети високої вартості;
- крихкі речі;
- великі предмети, як-от меблі.

У разі втрати жетона гостю необхідно надати опис вмісту багажу, а співробітник повідомляє про це службу безпеки готелю. Багаж видається лише після підтвердження права власності, а представникам фірм – лише за наявності довіреності.

Сучасні готелі також пропонують депозитні сейфи для зберігання цінних речей. Доступ до сейфа можливий лише за наявності двох ключів: один у адміністратора, інший – у гостя. Процес використання сейфа фіксується в спеціальній документації.

Індивідуальні електронні сейфи в номерах мають переваги над депозитними комірками в зоні «reception»:

- вони зручніші для зберігання великих речей, таких як ноутбуки чи фотоапарати;
- немає потреби оформлювати документи чи залишати депозит за ключ;
- гості самостійно користуються сейфом у будь-який час;
- підвищений рівень безпеки, оскільки доступ здійснюється через індивідуальний код, який можна змінити.

Електронні сейфи також мають додаткові функції, такі як блокування після кількох невдалих спроб введення коду і можливість роздрукування звітів про використання сейфа. В окремих готелях користування сейфами включено у вартість номера, проте здебільшого це є додатковою платною послугою.

Таким чином, індивідуальні сейфи не лише додають зручності гостям, а й є джерелом доходу для готелю.

#### **14.5 Послуга «Не турбувати гостя»**

Якщо гість бажає відпочити і не бути потурбованим, він може активувати режим «не турбувати», що переспрямувати дзвінки з його номера на іншу лінію, де можна залишити повідомлення. Також гість може попросити оператора встановити час, до якого його не турбуватимуть. За цей процес відповідають телефонні оператори. Активуючи функцію DND («do not disturb»), оператор вводить номер кімнати та час, до якого дзвінки будуть заблоковані. Телефон залишається заблокованим до зазначеного часу, після чого розблокується автоматично. Дзвінки в цей період можуть приймати лише телефонні оператори.

Телефонні апарати оснащені датчиками, які відображають додаткову інформацію, наприклад, температуру повітря або води в басейні. Сучасні технології дозволяють гостям користуватися своїм комп'ютером, отримувати доступ до мережі «Інтернет» та електронної пошти прямо в номері. За бажанням гість може отримати факс.

Під час перебування в готелі гості можуть використовувати міжміський, міжнародний, міський та внутрішній зв'язок. Внутрішній зв'язок є безкоштовним, а для дзвінків з номера на номер достатньо набрати поверх і номер кімнати. Наприклад, для кімнати 28 на 3-му поверсі потрібно набрати 03028. Зовнішні дзвінки є платними, і тарифи варіюються в різних готелях. Телефонні системи автоматично записують тривалість і вартість дзвінків та додають їх до рахунку гостя.

Телефонна служба готелю, відома під різними назвами (телефонна станція, комутатор або АТС), є важливою частиною комунікації. Оператори мають безліч обов'язків, включаючи надання першого враження про готель.

Важливо, щоб оператори мали приємний голос, проявляли терпіння та доброзичливість. Основне завдання оператора – ввічливо і професійно відповідати на дзвінки, при цьому враховуючи етикет спілкування по телефону.

Дзвінки повинні бути прийняті протягом трьох сигналів, а під час розмови оператор повинен посміхатися, оскільки це допомагає створити позитивний настрій у голосі. Професійна робота оператора, його доброзичливість і вміння швидко реагувати на запити – це візитна картка готелю.

Спілкування з клієнтами повинно відповідати певним стандартам. Оператори повинні глибоко дихати, сидіти прямо, уникати фонових шумів і вести розмову чітко та уважно, з урахуванням потреб клієнта. Якщо клієнт не може говорити тією мовою, якою спілкується оператор, необхідно чемно запитати, чи можна перейти на англійську.

Спілкування з клієнтами готелю різного типу – від владних до дратівливих – потребує спеціальних підходів, що допомагають будувати ефективний діалог. Для успішного вирішення конфліктних ситуацій у готельному бізнесі існує принцип LEARN: вислухати, співчувати, вибачитися, запропонувати рішення та повідомити про результат.

Оператори повинні прагнути самостійно вирішувати питання гостей, мінімізуючи переадресацію дзвінків до інших служб. Якщо клієнт очікує на лінії більше хвилини, необхідно подякувати за терпіння і запропонувати подальші варіанти вирішення питання, зокрема передзвонити або залишити повідомлення.

Важливо не залишати клієнта без уваги. Якщо оператор має інший дзвінок, він повинен попросити поточного клієнта зачекати та швидко вирішити нове питання. Усі ці правила і принципи сприяють професійному спілкуванню та створенню позитивного враження про готель.

Якщо гість хоче відпочити, не відволікаючись на дзвінки, він може самостійно активувати функцію «Не турбувати» (DND). При цьому система автоматично переадресовує дзвінки на іншу лінію, де можна залишити текстове або голосове повідомлення. Гість також може попросити оператора встановити час, до якого його не варто турбувати. Оператор за допомогою системи блокує дзвінки на номер до зазначеного часу, після чого телефон автоматично розблокується.

Окрім цього, система може відображати на екрані телефону корисну інформацію, як-от температуру повітря або воду в басейні. Завдяки сучасним технологіям, гості можуть підключатися до інтернету, користуватися електронною поштою, а за бажанням їм у номері можуть встановити факс.

Гості готелю мають доступ до місцевого, міжміського та міжнародного телефонного зв'язку. Внутрішньоготельний зв'язок безкоштовний. Для дзвінка з номера в номер потрібно ввести номер поверху і кімнати. Наприклад:

- 03028 для кімнати 28 на 3-му поверсі;
- 12005 для кімнати 5 на 12-му поверсі;
- 17104 для кімнати 104 на 17-му поверсі.

Місцеві дзвінки оплачуються згідно з тарифами готелю. Телефонні системи автоматично фіксують тривалість і вартість дзвінків, додаючи їх до загального рахунку гостя.

У різних готелях телефонну службу можуть називати по-різному: телефонна станція, комутатор, відділ комутації або АТС (private branch exchange, switchboard). Оператори телефонної служби є ключовими фігурами у комунікації готелю, і перше враження гостей часто залежить від них. Їхня робота передбачає дотримання телефонного етикету, важливими рисами якого є ввічливість, доброзичливість і професійність.

Оператори повинні відповідати на дзвінки в межах трьох гудків, представитися та пропонувати допомогу, привітно вітаючи гостей. В готелях з іноземними гостями привітання може бути двомовним, спочатку англійською, потім місцевою мовою. Оператори повинні уважно слухати гостей, повторювати їхні прохання і уникати зайвих пауз або шуму на фоні.

Під час розмови оператори мають дотримуватися певних правил: дихати глибоко, сидіти прямо, підтримувати візуальний контакт із клієнтом, уникати зайвих рухів і фонового шуму. Вони повинні чітко висловлюватися, уникати технічних термінів, якщо це не необхідно, і завжди прагнути допомогти клієнту, задаючи уточнювальні запитання.

Якщо лінія зайнята, клієнту потрібно пропонувати залишити голосове повідомлення або передзвонити. Оператор має подякувати клієнту за терплячість і вибачитися за можливі незручності. Трубку першими мають класти клієнти, а якщо розмова перервалася, обов'язково передзвонює оператор.

Телефонні оператори також працюють з різними типами клієнтів, від владних до дратівливих, адаптуючи свій стиль спілкування під кожного. Для вирішення складних ситуацій оператори дотримуються принципу LEARN (слухати, співчувати, вибачитися, реагувати та повідомляти). Важливим є також вміння операторів оперативно вирішувати питання, мінімізуючи потребу залучення інших служб готелю.

#### **14.6 Гости зі статусом «інкогніто»**

Гости зі статусом «інкогніто» – це ті, хто бажає, щоб їхня присутність у готелі залишалася непоміченою. У такому разі, якщо хтось запитує про цього гостя або намагається зв'язатися з ним телефоном, оператори повинні повідомляти, що такого гостя немає в готелі. Іноді гість хоче бути інкогніто для більшості, але залишатися доступним для певних людей. У таких випадках гостю пропонують створити пароль і передати його операторам, а також тим, для кого він хоче бути доступним. Оператор з'єднує з гостем лише після того, як дзвонить повідомляє правильний пароль. Дані про таких гостей записують у спеціальний реєстр, де вказують прізвище, номер кімнати та термін проживання.

Оператори телефонної служби повинні надавати інформацію з широкого кола питань. Для цього вони мають доступ до великого масиву довідкових матеріалів, серед яких:

- алфавітний список гостей із зазначенням номерів кімнат та терміну проживання;
- алфавітний список співробітників готелю з внутрішніми і міськими телефонами;
- контакти поліції, паспортної служби, швидкої допомоги, лікарень, таксі, служб довіри, аеропортів і залізничних вокзалів;
- список великих торгових і промислових компаній міста;
- адреси й телефони інших готелів у місті та великих готелів в інших містах;
- списки телефонних кодів міст і країн;
- авіа- та залізничні розклади, курси валют, таблиці часових поясів;
- приватні телефони співробітників готелю.

Щодо приватних телефонів працівників, це є конфіденційною інформацією, яка надається тільки у виняткових випадках крайньої необхідності. Оператори повинні дотримуватися встановленого порядку готелю з цього питання.

Сучасні телефонні системи надають операторам доступ до вбудованого телефонного довідника, що значно полегшує пошук необхідної інформації. Використовуючи опції загальної комп'ютерної системи готелю, оператори можуть швидко знайти номер кімнати гостя за його прізвищем, назвою компанії, країною проживання, датами заїзду та виїзду тощо.

Одним із завдань телефонних операторів є реєстрація та виконання замовлень на побудку гостей. Це вкрай відповідальна функція, адже вчасна побудка може вплинути на важливі події для гостя, як-от виліт чи ділові зустрічі. Приймаючи замовлення, оператор уточнює номер кімнати, час побудки та різницю в часових поясах, якщо це необхідно, і перепитує деталі, щоб уникнути помилок.

Побудка може здійснюватися кількома способами:

1. Оператор дзвонить у номер і повідомляє гостю про час побудки, використовуючи ввічливі формулювання. У висококласних готелях побудка може виконуватися мовою гостя.
2. Автоматизована система побудки, де комп'ютерна система з'єднує з номером і передає автоматичне повідомлення.
3. Використання інтерактивних телевізійних систем, де функція «будильник» включає телевізор у призначений час.
4. Гість може самостійно налаштувати будильник на телефоні у номері.

Листи побудки зберігаються протягом місяця, а у разі не відповіді на побудку оператор повинен діяти відповідно до встановленого протоколу – передзвонити або надіслати співробітника для перевірки.

Оператори також приймають замовлення на міжміські й міжнародні телефонні розмови та можуть допомогти з усуненням технічних несправностей

телефонного обладнання. У разі великої заборгованості гостя готель може обмежити телефонні послуги або повністю відключити зв'язок.

Зрештою, оператори телефонної служби повинні зберігати спокій і професіоналізм навіть у надзвичайних ситуаціях, щоб забезпечити високу якість обслуговування гостей.

### **Запитання для самоконтролю:**

1. Охарактеризуйте послугу готельної анімації.
2. Охарактеризуйте матеріальну базу, що необхідна для забезпечення послуги готельної анімації.
3. Охарактеризуйте технологічний процес створення анімаційних програм.
4. Охарактеризуйте технологію надання послуг інтерактивного платного телебачення.
5. Які основні види екскурсійних послуг можуть бути запропоновані гостям готелю?
6. Перелічіть функціональні обов'язки консьєржа та баталера.
7. Які послуги можуть бути запропоновані в бізнес-центрі готелю?
8. У яких випадках гості користуються послугами камери схову?
9. Охарактеризуйте технологію надання послуги камери схову.
10. Що заборонено приймати на зберігання до камери схову готелю?
11. Охарактеризуйте переваги індивідуальних електронних сейфів у номерах.
12. Охарактеризуйте технологію надання послуги в режимі «не турбувати».
13. Охарактеризуйте технологію обслуговування гостя зі статусом «інкогніто».
14. Як організована послуга побудки гостя?

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги ДСТУ 4268:2003. – [Чинний від 2004–04–01]. – Київ : Держспоживстандарт України, 2004. – 14 с.
2. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення : ДСТУ 4527:2006. – [Чинний від 2006–10–01]. – Київ : Держспоживстандарт України, 2006. – 28 с.
3. Природне і штучне освітлення : ДБН В.2.5-28:2018. – [Чинний від 2019–02–19 ]. – Київ : Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України. – 133 с.
4. ДБН В.2.5-64:2012. Внутрішній водопровід та каналізація. Частина I. Проектування. Частина II. Будівництво. – [Чинний від 2013–03–01]. – Київ. Мінрегіон України. – 134 с.
5. Опалення, вентиляція та кондиціонування : ДБН В.2.5-67:2013. – [Чинний від 2014–01–01]. – Київ : Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України, 2013. – 141 с.
6. ДБН В.2.2-9:2018 «Будинки і споруди. Громадські будинки та споруди. Основні положення. Із зміною № 1». – [Чинні від 2022–09–01]. – Київ. Міністерство розвитку громад та територій України. – 128 с.
7. ДСТУ 30523-97. Послуги громадського харчування: Загальні вимоги. [Чинний від 1998–07–01]. – Київ : Держстандарт України, 1998. – 10 с.
8. Послуги туристичні. Класифікація готелів : ДСТУ 4269:2003. – [Чинний від 2004–07–01]. – Київ : Держспоживстандарт України. – 18 с.
9. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг в Україні [Електрон. ресурс] : Наказ Державної туристичної адміністрації України від 16.03.2004 № 19. – Електрон. текст. дані. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0413-04#Text>, вільний (дата звернення 15.03.2025). – Назва з екрана.
10. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. / П. Р. Пуцентейло. – Київ : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
11. Шепелева С. В. Організація готельного господарства : навч. посіб. / С. В. Шепелева, Г. В. Руденко. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. – 496 с.
12. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство : обслуживание, организация, управление / С. И. Байлик. – Київ : ВИРА-Р, 2006. – 235 с.
13. Журавльова С. М. Технологія готельної справи : навч. посіб. / С. М. Журавльова. – Запоріжжя : ЛПС, 2010. – 122 с.
14. Розметова О. Г. Організація готельного господарства : підручник / О. Г. Розметова, Т. Л. Мостенська, Т. В. Влодарчик. – Кам'янець-Подільський : Абетка, 2014. – 431 с.
15. Мальська М. П. Організація готельного обслуговування : підручник / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк, Ю. С. Занько. – Київ : Знання, 2011. – 366 с.

16. Байлик С. І. Організація готельного господарства : підручник / С. І. Байлик, І. М. Писаревський. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 329 с.

17. Самодай В. П. Технологія готельної справи : навч. посіб. / В. П. Самодай. – Суми : Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2012. – 308 с.

18. Кашинська О. Є. Організація готельного господарства в схемах і таблицях : навч.-наочн. посіб. / О. Є. Кашинська. – Старобільськ : Вид-во Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, 2018. – 188 с.

19. Організація готельного господарства : навч. посіб. / О. М. Головка, Н. С. Кампов, С. С. Махлинець, Г. В. Симочко. – Київ : Кондор, 2012. – 338 с.

*Електронне навчальне видання*

**КОЛОНТАЄВСЬКИЙ** Олег Петрович,  
**АЛЕКСАНДРОВА** Світлана Анатоліївна

# **ТЕХНОЛОГІЯ І ОРГАНІЗАЦІЯ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА**

**НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК**

Відповідальний за випуск *Л. В. Оболенцева*  
Редактор *О. В. Михаленко*  
Комп'ютерне верстання *О. П. Колонтаєвський*

Підп. до друку 10.04.2025. Формат 60 × 84/16.  
Ум. друк. арк. 9,5.

Видавець і виготовлювач:  
Харківський національний університет  
міського господарства імені О. М. Бекетова,  
вул. Черноглазівська (Маршала Бажанова), 17, Харків, 61002.  
Електронна адреса: [office@kname.edu.ua](mailto:office@kname.edu.ua)  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:  
ДК № 5328 від 11.04.2017.