УДК 006.85-049.3:640.41

№ держреєстрації 0118 U 007215

Шифр 03-19-20Б

Інв. №

ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХАРЧУВАННЯ ТА ТОРГІВЛІ

61051, м.Хаоків-51, вул.. Клочківська, 333
Тел.. (057) 349-45-94

ЗАТВЕРДЖУЮ
Ректор ХДУХТ
д-р техн.наук, професор
_____ О.І. Черевко

З В І Т
З НАУКОВО-ДОСЛІДНОЇ РОБОТИ

«РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ДО РОЗРОБКИ СТАНДАРТІВ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ В ЗАСОБАХ РОЗМІЩЕННЯ»

(остаточний)

Керівник НДР
д-р технічних наук, професор О.Г. Терешкін

Харків 2020

Рукопис закінчено 15 грудня 2020 р.

Результати роботи розглянуто Експертною радою за напрямом «Управління підприємствами торгівлі, готельно-ресторанного бізнесу та туризму в умовах інноваційного розвитку», протокол №3 від 18.12.20 р.

2

ВИКОНАВЦІ

Зав. кафедрою, д-р техн. наук, професор	(підпис)	О.Г. Терешкін
Доктор техн. наук, професор	(підпис)	Л.П.Малюк
Доктор екон. наук, професор	(підпис)	О.Ю. Давидова
Канд. техн. наук, професор	(підпис)	Н.В. Полстяна
Канд. техн. наук, професор	(підпис)	Т.П. Кононенко
Канд. техн. наук, доцент	(підпис)	Н.Ю. Балацька
Канд. екон. наук, доцент	(підпис)	К.В. Каленік
Канд. техн. наук, доцент	(підпис)	В.В. Дуб
Канд. техн. наук, доцент	(підпис)	Т.М. Брикова
Доцент	(підпис)	Л.М. Варипаєва
Старший викладач	(підпис)	В.І. Скриннік

Підписи вказаних осіб ЗАСВІДЧУЄТЬСЯ
Нач. відділу кадрів
_____ 20 ___ р.

ЗМІСТ

ВСТУП……. 4
1 ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ…….. 8
2 ФОРМУВАННЯ ЗАГАЛЬНИХ ПРИНЦИПІВ ЩОДО НАДАННЯ ПОСЛУГ СПОЖИВАЧАМ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА…… 11
2.1 Формування місії закладу готельного господарства……..... 11
2.2 Концепція закладу готельного господарства……. 16
3 СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ…….. 20
4 ТИПОЛОГІЯ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ…….. 34
5 КЛАСИФІКАЦІЯ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ У СВІТІ…… 40
6 КЛАСИФІКАЦІЯ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ В УКРАЇНІ…….……. 57
7 ПОРЯДОК ВІДКРИТТЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ. ДЕРЖАВНА РЕЄСТРАЦІЯ…… 68
7.1 Порядок реєстрації юридичних осіб…… 71
7.2 Порядок реєстрації фізичної особи…….…… 75
8 ОРГАНІЗАЦІЙНІ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА…… 77
8.2 Поняття та принципи побудови систем управління в готелях……. 77
8.1 Сутність процесу управління…… 78
8.3 Типи організаційних структур управління……. 86
8.4 Форми управління в готельній сфері…….. 94
9 ОРГАНІЗАЦІЯ І ТЕХНОЛОГІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛЯХ…… 109
9.1 Особливості процесу надання основних і додаткових послуг у готелях…….. 109
9.2 Технологічний цикл обслуговування споживачів у готелях……. 113

9.3 Організація і технологія обслуговування споживачів службою бронювання……. 116
9.4 Організація і технологія обслуговування споживачів службою прийому і розміщення…… 133
9.5 Організація і технологія функціонування служби номерного фонду.. 161
9.6 Організація і технологія функціонування служби обслуговування приміщень вестибюльної групи……. 184
9.7 Організація та функції фінансово-комерційної служби у готелях…… 191
9.8 Організація та функції інженерно-експлуатаційної служби у готелях 194
9.9 Організація та функції кадрової служби у готелях…… 199
10 ПРОЕКТ РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО РОЗРОБКИ СТАНДАРТІВ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ В ЗАСОБАХ РОЗМІЩЕННЯ….. 200
ВИСНОВОК……. 258
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…… 261

ВСТУП

Проблема ефективного організаційно-економічного розвитку підприємств готельного господарства стоїть сьогодні надзвичайно гостро. Перешкодами є різні фактори негативного впливу: низький рівень сервісу, необґрунтовано високі ціни на деякі готельні послуги; низька поінформованість споживачів про асортимент послуг готелів; низький рівень якості послуг в інфраструктурних об’єктах підприємств-суміжників; різке коливання національної валюти та інші.

Зазвичай зусилля підприємців зі сфери готельного господарства були спрямовані на покращення економічних показників, таки як: - дохід від реалізації послуг; - отриманий прибуток та сума витрат; - собівартість та ціна послуг; - рентабельність діяльності готелю; - рентабельність використовуваних ресурсів; - рентабельність основних фондів; - рентабельність оборотних активів; - рентабельність капіталу та інші.

Загострення конкуренції у цій галузі, цікавість світових готельних брендів до розширення свого бізнесу на теренах України та інші фактори впливу дали поштовх до змін. Ці зміни вимагають сьогодні уваги зі сторони керівників підприємств готельного господарства не лише до економічних показників, а й до неекономічних факторів, які визначають значною мірою економічний ефект господарської діяльності підприємств.

Основою для розвитку готельного сервісу є створення для споживачів усіх необхідних умов для проживання та відпочинку, забезпечення високого рівня їх обслуговування. Сучасний рівень сервісу потребує від підприємств готельного господарства наявності додаткових супутніх послуг, об’єктами яких є автостоянки, заклади ресторанного господарства та торгівлі, сауни (басейни), пральні тощо.

Необхідність інтеграції у світове господарство вимагає, у свою чергу, наближення якості послуг у готельному господарстві до міжнародних вимог. Готельне господарство є найважливішою складовою туристичної діяльності, тому що саме готельні підприємства виконують одну з основних функцій у сфері обслуговування туристів: забезпечують їх сучасним житлом і побутовими послугами. Готелі України повинні мати сучасні системи якості, що відповідають світовому рівню, які є могутнім засобом конкурентної боротьби.

Розвиток готельного господарства країни нерозривно пов'язаний з розвитком матеріально-технічної бази, впровадженням прогресивних технологій обслуговування, залученням висококваліфікованих кадрів, що становить основу якості послуг.

Актуальність. Сьогодні галузь готельного господарства набуває швидких темпів розвитку. Щоб встояти на ринку та втримати існуючі позиції, потрібно шукати нових шляхів поліпшення фінансово-економічного стану. Постійно виникає необхідність знаходити нові варіанти вдосконалення процесу обслуговування споживачів готельних підприємств і надання послуг для успішного існування на ринку готельних послуг та підвищення прибутку.

Сьогодні заклади готельного господарства, що лідирують по світовим міркам, приділяють особливу увагу якості обслуговування, адже, як вище сказано, якість одна з головних умов успішного і ефективного розвитку готелю. На сьогодні існує багато методів виявлення недоліків у роботі обслуговуючого персоналу. І виходячи з цього менеджмент закладів готельного господарства розробляє методи боротьби з виявленими недоліками.

Сучасний стан господарювання вітчизняних підприємств готельного господарства характеризується нестійкими тенденціями розвитку, що в основному обумовлюється сезонними коливаннями попиту і неможливістю створення запасів специфічного продукту - готельної послуги, зростанням цін

на послуги та недостатнім рівнем якості обслуговування при невисокій еластичності попиту за ціною, організаційним консерватизмом процесу управління. За останні роки завантаження підприємств готельного господарства України не перевищувало 25 % пропускної спроможності; питома вага збиткових підприємств у загальній кількості готельних підприємств складала близько 30%, майже 80% потребують модернізації, автоматизації та комп'ютеризації. Ситуація також ускладнюється нестабільністю зовнішнього середовища, неузгодженістю процесів, які відбуваються всередині підприємств, не адекватному ринковим вимогам управлінню господарською діяльністю.

Глобалізація стала важливою характеристикою сучасної світової системи, однією з найбільш впливових сил, що визначають хід розвитку нашої планети. Відповідно до сутності глобалізації, жодна дія або процес, що відбуваються в суспільстві (економічний, політичний, юридичний, соціальний) не можна розглядати відокремлено. Глобалізація міжнародних відносин – посилення взаємозалежності та взаємовпливу різних сфер суспільного життя та діяльності в галузі міжнародних відносин. Вона стосується практично всіх сфер суспільного життя, включаючи економіку, політику, ідеологію, соціальну галузь, культуру, екологію, безпеку, спосіб життя, а також самі умови існування людства .

Серед провідних галузей світу готельна індустрія виступає однією з найдинамічніших у світі. Тільки протягом другої половини XX ст. у цій царині відбулися кардинальні зрушення, що змінили розуміння готелю як тільки місця для ночівлі та вивели готельний сегмент на передові позиції складовихсфери послуг.

У структурі світового готельного бізнесу можна виділити два сегменти – незалежні підприємства й операційні ланцюги (мережі). Незалежне підприємство перебуває в незалежному володінні, розпорядженні й користуванні власника, що отримує прибуток від цієї власності. Операційна

мережа – група підприємств (два й більше), які здійснюють колективний бізнес і перебувають під безпосереднім контролем керівництва мережі.

Статистика показує, що об’єднане ведення справ у готельному бізнесі набагато економічно ефективніше, ніж управління незалежними готелями. Об’єднання готелів під єдиним управлінням у результаті дає колосальну вигоду як власникам об’єктів, так і їх операторам. Головна перевага, яку отримує готель, що входить до ланцюга, – зниження загальних витрат, а це в свою чергу дозволяє ланцюгам більше проникати на міжнародні ринки, розширюючи сферу свого впливу. На комерційний успіх ланцюгових готелів працює багато чинників: від об’єднаної системи бронювання до централізованих постачань витратних матеріалів.

Дослідження, проведені британськими фахівцями показали, що при об’єднанні готелів у ланцюги прибутковість одного номера в 7 разів вище, ніж у незалежних готелях.

Але поширення ланцюгів не може задовольнити усіх різноманітних вимог туристів через деяку знеособленість, стандартизованість обслуговування.

Саме цей недолік поклав початок тенденції розширення типологізації готелів у мережі, включення в одну мережу готелів різних типів і рівнів. Це дозволяє задовольнити потреби різних верств населення з різним статком.

1 ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Сфера гостинності це комплекс галузей головне завдання яких пов'язується з обслуговуванням споживачів під час їхнього перебування поза місцем постійного проживання. До сфери гостинності, згідно визначень провідних спеціалістів у сфері економіки туризму, належать готельний та ресторанний бізнес, підприємства транспортного обслуговування, сфера розваг.

Готельна сфера в структурі індустрії гостинності виконує ключові функції, оскільки пропонує відвідувачам комплекс послуг, у формуванні та реалізації яких беруть участь всі сектори й елементи індустрії гостинності. Таким чином, доцільно виділити готельну індустрію як найбільш комплексну складову індустрії гостинності та розглядати її самостійно.

Зміст понять «готельна справа», «готельний бізнес», «готельна індустрія» — пов'язується з економічною діяльністю спеціалізованих підприємств, що пропонують на комерційній основі власні послуги і забезпечують споживачам, які подорожують необхідні умови для розміщення та харчування.

В умовах конкурентного ринку послуг гостинності, прагнення підприємств до отримання найбільшого прибутку та зростаюча платоспроможність споживачів послуг, спонукає підприємства готельного бізнесу забезпечити не лише проживання та харчування, зумовлює необхідність розширення обсягу додаткових і супутніх послуг. Це збагачує зміст поняття «готельний бізнес», розширює сферу діяльності готельних підприємств, що надають послуги не тільки власного виробництва, але й суміжних галузей.

Необхідно зазначити, історично поняття «готельне господарство» використовувалось лише для визначення діяльності готелів. Згодом, у зв'язку з

урізноманітненням типів засобів розміщення, ця діяльність охоплює мотелі, кемпінги, туристські бази та інші підприємства. Таким чином, готель є основним типом засобів розміщення, що визначив назву цій сфері діяльності.

Готельне господарство — сукупність готельних підприємств різних типів, що здійснюють приймання і надання послуг з розміщення, харчування, додаткових і суміжних послуг.

Окрім готельних підприємств, виділяються заклади розміщення, що не входять до системи готельного господарства. До цієї категорії належать спеціалізовані установи лікувально-оздоровчого профілю та відпочинку, у яких розміщення не є їх основним видом діяльності, а ціни наближені до собівартості послуг.

Метою діяльності підприємства є отримання прибутку за рахунок власної підприємницької діяльності, а саме надання готельних послуг, задоволення соціально-економічних потреб акціонерів та членів трудового колективу підприємства відповідно до чинного законодавства України.

Постійно підтримувати гідний рівень сервісу в закладі готельного господарства – задача досить складна. Її рішення можливо розділити на два етапу. Перший – введення єдиних стандартів, по – друге, переконати співробітників дотримувати затверджених корпоративних правил.

В умовах жорстокої конкуренції заклади готелього господарства постійно проводять роботу по підвищенню якості надання послуг споживачам.

Стандарт сервісу (послуг) – це комплекс обов’язкових для виконання правил, які призначені гарантувати встановлений рівень якості усіх процесів в закладі готельного господарства.

Систему стандартів необхідно розробляти на стадії відкриття закладу, але можливо й в процесі функціонування закладу.

Центральне місце в стандарті сервісу займають **стандарти обслуговування** – це норми і правила, які заклад готельного господарства

встановлює для забезпечення високого рівня якості в обслуговуванні споживачів.

В любому закладі стандарти складаються *із hard (жорсткий, суворий*) і *soft (м'який)* – складових. Перші – це видимі фактори сервісу, які можуть бути жорстко регламентовані. Другі – невидимі фактори, які відчуваються. Soft – складові більш розмиті, але не менш важливі. Чим вище рівень закладу готельного господарства, його ціни, дохід, чим складніше і детальніше сервіс, тим менше заклад може бути стандартизований, оскільки потреби споживачів вище, тим частка hard буде менш, а soft – більше.

Безумовно, для кожного типу закладу готельного господарства стандарти будуть різними. Треба знати, що для споживача є важливим, а що другорядним в обслуговуванні. Головне в розробці стандартів сервісу те, щоб розробник уявляв дійсні очікування реального споживача. Якщо споживач не отримує того що очікував, - він незадоволений, якщо отримує – задоволений.

В ринкових умовах вирішення питання якості – шлях до перемоги у конкурентної боротьби. Одним із ключових питань є зниження непостійності якості, для чого треба розробляти єдині стандарти, нормативи, правила обслуговування, тощо.

Стандарт також застосовується для оцінювання діяльності персоналу закладу готельного господарства.

2 ФОРМУВАННЯ ЗАГАЛЬНИХ ПРИНЦИПІВ ЩОДО НАДАННЯ ПОСЛУГ СПОЖИВАЧАМ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Політика обслуговування споживачів готельних послуг – це набір принципів, якими співробітники закладу готельного господарства керуються під час роботи зі споживачами. «Споживач завжди правий», - найпоширеніший приклад такого принципу.

Під час розробки стандарту сервісу потрібно із самого початку визначити їх чіткість і детальність. Стандарти повинні бути достатньо докладними та доступними, щоб персонал легко міг їх використовувати як керівництво до дій.

Стандарти розробляються виходячи з місії, мети і концепції закладу готельного господарства.

2.1 Формування місії закладу готельного господарства

Кожний заклад готельного господарства може повноцінно функціонувати, якщо визначені цілі, для досягнення яких він створювався. Для правильного визначення цілій необхідно встановити місію закладу готельного господарства.

Місія (від латинського missio – посилати) означає відповідальне завдання, роль, доручення. У контексті діяльності закладу готельного господарства місія висловлює сенс його існування.

Вірно сформульована місія, надає організації унікальності. Якщо керівництво не визначило місію закладу, що неминуче призведе до помилок при вирішенні проблем вибору, що постає постійно перед ним в процесі виробничої діяльності. Місія також визначає статус закладу, забезпечує напрями та орієнтири в ході реалізації стратегічних планів на різних рівнях його розвитку.

Основними особами, чиї інтереси повинні враховуватися при визначенні місії закладу готельного бізнесу, є:

- **власники закладу**, які створюють, приводять в дію і розвивають його з метою одержання прибутку для вирішення власних життєвих проблем;

- **працівники закладу**, які своєю працею, безпосередньо забезпечують його діяльність, виробляють і реалізують певні послуги, отримуючи за це від закладу за свою діяльність матеріальну компенсацію для вирішення своїх життєвих проблем;

- **споживчі послуги**, які віддають закладу свої ресурси (гроші) в обмін на отримані послуги;

- **ділові партнери закладу**, які перебувають з ним у ділових відносинах (формальних і неформальних), надають закладу послуги (комерційні і некомерційні), отримуючи аналогічні послуги з боку закладу;

- **місцеві організації**, які перебувають з закладом у взаємодії, що має багатогранний характер, і насамперед стосується формування соціального та екологічного зовнішнього середовища функціонування закладу;

- **суспільство в цілому**, представлене державними структурами, що взаємодіють з закладом в політичній, правовій, економічній і інших сферах макрооточення й отримують від закладу частину створеного ним прибутку для забезпечення суспільного розвитку.

Місія закладу повинна відбивати інтереси всіх шестьох зазначених суб'єктів. Міра представленості в місії інтересів кожного із вказаних суб'єктів принципово залежить від розмірів закладу, його місце розташування і т. ін.. Найстійкішим, найвідчутнішим і найспецифічнішим є вплив на місію закладу інтересів власників, працівників і споживачів послуг. Тому місія закладів готельного бізнесу формулюється таким чином, щоб в ній обов'язково відбивалися насамперед інтереси саме цих трьох груп.

Як вже зазначалося, чітко сформульована місія визначає так званий образ закладу, суть його існування та кардинальні відмінності щодо інших

підприємств. Відтак при формулюванні поняття «місія закладу» враховуються такі його характеристики:

- **цільові орієнтири**, які окреслюють коло завдань, на вирішення яких спрямована діяльність закладу у перспективі його розвитку;
- **сфера діяльності,** яка визначає вид послуг, пропонованих закладом споживачам, та ринок реалізації зазначених послуг;
- **філософська концепція закладу,** що визначає пріоритети, цінності та принципи, згідно з якими заклад здійснює свою діяльність;
- **шляхи й способи діяльності закладу,** що передбачають використання його конкурентних переваг та кардинальних відмінностей від інших закладів при завоюванні позицій на споживчому ринку (виробнича технологія, новітнє устаткування, використання ноу-хау тощо).

При формулюванні місії закладу важливим є створення певного іміджу, що відбиває зміст його діяльності й конкурентні переваги закладу. Відтак, місія має велике значення для реалізації закладу як суб'єкта господарської діяльності.

По – перше, місія презентує заклад як суб'єкт господарської діяльності з визначеною метою, шляхами її досягнення та чіткою філософською концепцією.

По – друге, місія сприяє об'єднанню колективу закладу на основі так званого корпоративного духу, а саме:

- для співробітників стає зрозумілішою мета діяльності й розвитку закладу. Відтак колектив спрямовує зусилля в одному напрямі для досягнення визначених цілей;
- місія сприяє адаптації працівників у закладі, концентрації їхньої уваги на здійсненні своєї діяльності;
- місія сприяє створенню позитивного мікроклімату в колективі на основі визначеної філософської концепції закладу.

По третє, чітко визначена місія стає запорукою ефективного й далекоглядного управління закладом, тому що вона:

- є базою для визначення мети діяльності закладу, а відтак основою для визначення його стратегічних та тактичних дій;

- сприяє раціональному розподілу ресурсів закладу і створює основу для аналізу використання ресурсів;

- розширює зміст діяльності співробітників на основі більш широкого спектру прийомів мотивації.

Місія не повинна бути обтяженою конкретикою вказівок стосовно термінів та методів роботи закладу. Вона визначає стратегічні напрями розвитку, позиції закладу в економічному просторі. Саме тому вона повинна бути чітко сформульованою, легко зрозумілою й бути однозначною щодо тлумачення.

При формулюванні місії треба акцентувати увагу на трьох її основних елементах:

- визначення основної послуги, яка надається закладом;
- визначення головного споживчого ринку для реалізації послуг;
- створення технологічної схеми виробництва зазначених послуг.

Дещо узагальнене формулювання місії закладу готелього господарства може мати такий вигляд: «Надання іноземним та вітчизняним громадянам готельних послуг високої та середньої вартості». Зазначена місія чітко визначає сферу діяльності закладу (надання готельних послуг), споживачів послуг (іноземні та вітчизняні громадяни) з орієнтацією на середні й найбільш забезпечені прошарки населення. Формулювання місії справляє вирішальний вплив на стратегію й тактику підприємства, а також забезпечує підтримку діяльності закладу з боку суспільства.

Сформулювати місію закладу готельного господарства також можливо, наприклад, наступним чином:

«Наші послуги доступні усім завдяки помірним цінам»;

«Наша мета - найкраща якість готельних послуг»;

«Ми – один із лідерів вітчизняного готельного бізнесу».

Місія формулюється вищим керівництвом, на яке покладається повна відповідальність за її впровадження в життя шляхом визначення і досягнення мети діяльності закладу. Місія є основою не лише для визначення мети діяльності закладу в цілому, але й кожного з його підрозділів і функціональних підсистем, зокрема тих, які логічно узгоджують свою діяльність із загальною метою закладу.

Визначення мети діяльності закладу передбачає досягнення його бажаного стану в процесі використання його потенціалу. Саме тому вона повинна бути конкретною, виваженою, реальною в аспекті її досягнення, узгодженою, відповідати напряму розвитку суспільства.

Визначення мети закладу – це конкретизація його місії у оптимальній формі з точки зору управління процесом її реалізації.

Як правило, заклади готельного бізнесу ставлять і реалізують не одну, а кілька цілей, важливих для їхнього функціонування та розвитку. Поряд із стратегічними завданнями їм доводиться вирішувати значну кількість поточних і оперативних. Крім економічних, перед ними стоять соціальні, організаційні, наукові й технічні завдання. Поряд з регулярно повторюваними, традиційними проблемами вони повинні приймати рішення у непередбачуваних ситуаціях.

Обсяг і різноманітність цілей є настільки широкими, що без комплексного, системного підходу до визначення їх складу не може обійтись жоден заклад, незалежно від його розмірів, спеціалізації, типу й форми власності.

Заклади готельного бізнесу на сучасному етапі розвитку ринкових відносин можуть ставити такі цілі, наприклад:

- стабілізація фінансового стану закладу шляхом здійснення маркетингових заходів;

- підвищення конкурентоспроможності пропонованих послуг на ринку;

- наукове дослідження ринку збуту послуг для визначення стратегії закладу щодо збереження та розширення його виробництва;

- прогнозування щодо поточних і перспективних потреб споживачів послуг для визначення основних напрямів діяльності;

- комплексний маркетинговий вплив на споживачів послуг на всіх етапах обслуговування;

- створення й підтримання іміджу закладу;

- цілеспрямованість інформаційно - рекламних заходів;

- забезпечення умов для розвитку творчого потенціалу персоналу, підвищення рівня їх матеріального забезпечення й зацікавленості у збереженні своєї посади;

- визначення критичних місць управлінського впливу і пріоритетних завдань, виконання яких забезпечує досягнення запланованих

Таким чином, заклади готельного бізнесу не можуть функціонувати без цільових орієнтирів тому, що цільовий початок в їх діяльності задається в першу чергу тим, що ця діяльність знаходиться під впливом інтересів багатьох суб’єктів господарської діяльності й суспільства в цілому.

2.2 Концепція закладу готельного господарства

Розробляючи *концепцію закладу*, варто чітко представляти, який заклад хоче мати його керівництво і для кого він хоче його відкрити. Ці дві ключові позиції й визначать майбутнє готельного закладу.

При розробці *концепція закладу* слід враховувати наступні чинники:

- тип закладу (готель, мотель, ботель, т.д.);

- база споживачів (вік, професія, дохід, захоплення й т.д.);

- реклама й просування закладу;

- програма по залученню споживачів;

- технологія виробничих процесів;

- кадрова політика закладу.

Всі позиції повинні бути пророблені й перелічені, упустити нічого не можна. Варто пам'ятати, що концепція закладу - це єдине ціле, всі розділи взаємопов'язані. Не можна вибрати місце розташування без обліку потенційних споживачів, визначення типу закладу буде залежати від його місця розташування й т.д. Головне, чим варто керуватися при виборі того або іншого рішення - успішне функціонування закладу, що повинне приносити постійний прибуток.

Тип закладу. Визначитися з вибором закладу допоможе аналіз ринку готельних послуг. А він показує, що на піку популярності зараз перебувають невеликі заклади, що пропонують розмаїтість недорогих, але вишуканих послуг.

База споживачів — один й найважливіших факторів успішної роботи майбутнього закладу.

Оцінюють споживачів частіше по трьох основних показниках:

- соціально-економічне (освіта, рівень доходу, відсоток працюючих тощо);

- географічне (традиції конкретного району, «спальні» райони, райони з великою концентрацією офісних будинків, престижні житлові комплекси тощо);

- демографічне (стать, вік, кількість членів родини, наявність дітей тощо).

Реклама й просування. Відкрити новий заклад готельного господарства, а тим більше залучити споживачів без грамотно, організованої реклами неможливо. Зараз є багато інструментів для проведення рекламних заходів: радіо, преса, Інтернет, телебачення. Інформація повинна йти в усіх напрямках. Беззастережно закріпило успіх тісна взаємодія з різними

радіостанціями. Удалий варіант залучення споживачів конкурси, проведені в прямому ефірі. Приз переможцеві - знижка в готелі, дисконтна карта закладу й т.д.

Для готелю правилом гарного тону є наявність сайту в Інтернеті, де розміщається інформація про нові послуги, можливих знижках, про майбутні свята й т.д.

Розміщаючи ту або іншу інформацію про свій заклад, варто пам'ятати, що вона повинна бути адресна. Наприклад, для залучення споживачів із середнім і високим доходом, має сенс помістити рекламне оголошення у спеціалізованому виданні, призначеному бізнесменам.

Не можна виключати й народний канал передачі інформації - з вуст у вуста. Людина, яка задоволена відвідуванням закладу, спрацює краще всякого рекламного агентства. Розповідь про те, що він побачив, почув, не залишить байдужими його знайомих.

Рекламувати заклад, що не має іміджевої політики, украй важко. Якщо у закладі є ім'я, іншими словами, є **концепція,** то безумовно є й імідж. Це фірмовий логотип, колірна гама інтер'єру й, відповідно, уніформа персоналу, корпоративний стиль проведення різних торжеств і т.д. Є зміст, особливо в початковій стадії існування закладу, заготовити сувеніри, запрошення, допоміжні аксесуари (серветки, календарі, попільниці та ін.), із зображенням логотипа.

Програма по залученню споживачів — один із ключових моментів всієї концепції закладу. Бізнес не врятує: ні дорогий інтер'єр, ні завидне розташування в престижному місці міста. Робота із споживачами повинна вестися постійно, включати нові форми й мінятися залежно від результату проведених заходів. Немає поганих споживачів, є погані продавці послуг. Вивчення психології споживачів допоможе успішному функціонуванню закладу.

Програма по залученню споживачів може бути невід’ємною частиною стандарту сервісу.

Технологія виробничих процесів залежить від розміру приміщень, й методу обслуговування.

Кадрова політика по значимості те саме що програма залучення споживачів. Саме співробітники закладу будуть виконавцями цієї програми, і наскільки вони устигнуть, залежить успішне існування закладу на ринку готельних послуг.

Таким чином, концепція закладу готельного господарства — це насамперед ідея, продумана, перелічена до дріб'язків.

Заклад будь-якого формату - повинне мати неповторний імідж, свою особистість. Це й безпомилковий вибір назви, і вивірений логотип; робоча форма персоналу й особливий стиль обслуговування тощо.

3 СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Економічна сутність готельної індустрії полягає у нематеріальному характері її діяльності. Результатом виробничо-експлуатаційної діяльності готелів є головний продукт у формі особливого виду послуг — послуг гостинності, особливість яких пов'язується із тим, що вони створюються і реалізуються в межах одного підприємства. Виробництво продукту гостинності не може здійснюватись окремо від матеріального продукту, тобто виробничого використання матеріально-технічної бази (споруди, комунікацій, устаткування, інвентарю), є основою одночасного виробництва та реалізації послуг. Згідно особливостей обслуговування у готельному господарстві, де поєднуються виробництво та споживання послуг, цей процес визначається поняттям «надання послуг».

Готельна послуга — це дія (операція) підприємства з розміщення споживача шляхом пропозиції номера (місця) для тимчасового проживання у готелі,, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням і тимчасовим проживанням .

У кожному готельному підприємстві, залежно від його категорії, висуваються диференційовані вимоги до кількості послуг, що надаються споживачам.

Готельна послуга складається з основних і додаткових послуг, що пропонуються споживачу при розміщенні і проживанні у готелі (рисунок 3.1).

Характерною особливістю сучасного готельного обслуговування є децентралізація реалізації послуг. Великі готельні об'єднання формують спеціалізовані ланки для реалізації основних послуг. Тому, частина операцій в процесі обслуговування споживачів (попередній продаж, резервування місць та ін.) не належать до компетенції окремих ланок готельного підприємства та зосереджується у спеціалізованих бюро подорожей або самому підприємстві.

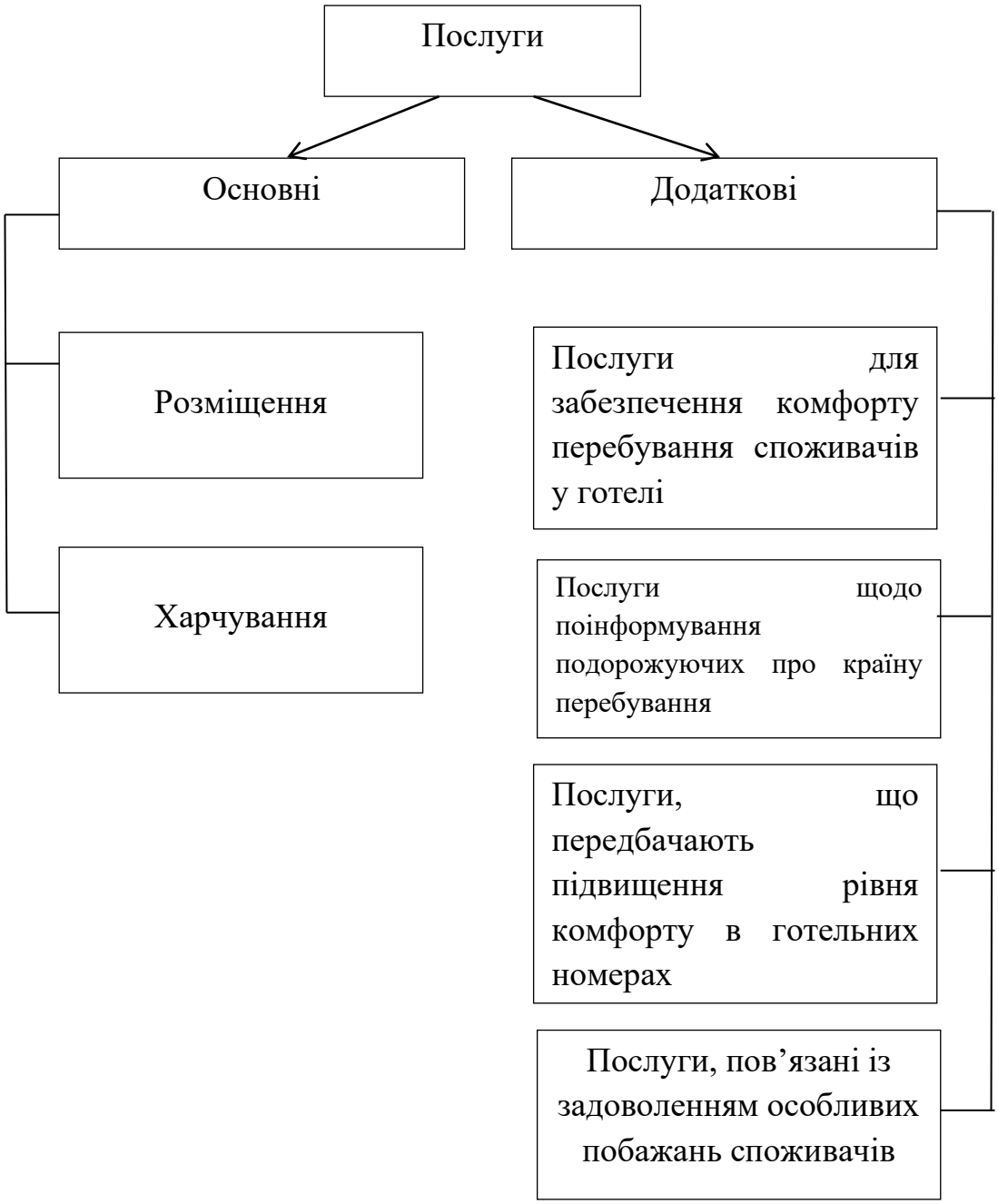

Рисунок 3.1 – Послуги, які надаються у готелі

Основні послуги - це обсяг послуг готелю (проживання, харчування тощо), що включається до ціни номера (місця) і надається споживачеві згідно з укладеним договором **.**

Таким чином, на якість обслуговування у готелях впливає діяльність посередницьких ланок, що реалізують їхні основні послуги.

Обсяг, якість і асортимент послуг у готельній сфері зумовлені насамперед станом матеріально-технічної бази і рівнем та кваліфікацією персоналу закладу розміщення. Сьогодні спостерігається постійне розширення та урізноманітнення матеріально-технічної бази й структури персоналу готелів. Поряд з основними будівлями готелів створюються інші споруди — спортивні, медичні, розважальні тощо. Таким чином, процес обслуговування споживачів ускладнюється, а послуги, що пропонуються мають комплексний характер.

Процес надання основної послуги у готельній діяльності можна схематично поділити на кілька основних етапів: • інформація про надання комплексу послуг; • бронювання місць; • реалізація послуг; • зустріч і проводи споживачыв; • обслуговування під час перебування в готелі.

Указані етапи надання послуг проживання є взаємопов'язаними та взаємообумовленими, кожен окремо й усі разом вони визначають рівень якості діяльності підприємства.

Додаткові послуги - це обсяг послуг, що не належать до основних послуг готелю, замовляються та сплачуються споживачем додатково за окремим договором рисунок 3.2.

Додаткові послуги за загальними ознаками щодо задоволення попиту можна поділити на групи, а саме:

• послуги для забезпечення комфортності перебування споживачів у готелі та в районі їх тимчасового перебування:

- інформаційні (інформування про послуги, пропоновані готелем, розташування готелю, транспортне обслуговування, пропозиції щодо придбання товарів, сувенірів тощо, наявність історико-культурних пам'яток і культурно-просвітніх установ);

- комунально-побутові (прання, прасування одягу, ремонт взуття, годинників, валіз, спортивного інвентарю тощо);

- посередницькі (резервування місць у культурно-розважальних установах, замовлення театральних квитків, резервування номерів в інших місцях перебування тощо);

- автотранспортні послуги (гараж, стоянка, дрібний ремонт транспортних засобів);

- продаж товарів, видань ЗМІ, сувенірів тощо;

- прокат спортивного, пляжного інвентарю, комп'ютерного обладнання, автомобілів, розмножувальної техніки тощо;

- зберігання кореспонденції, цінних речей;

• послуги щодо поінформування подорожуючих про район, країну перебування (організація екскурсій, зустрічей, перегляд фільмів, участь в урочистостях з пагоди національних свят тощо);

• послуги, що передбачають підвищення рівня комфорту в готельних номерах (харчування в номері, встановлення додаткового обладнання тощо);

• послуги, пов'язані із задоволенням особливих побажань гостей – діячів мистецтва, спортсменів, бізнесменів та ін. (користування музичними інструментами, спортивним знаряддям, послуги особистих екскурсоводів, перекладачів, секретарів, забезпечення телексним, супутниковим зв'язком, комп'ютерним обладнанням тощо).

За способом надання додаткові послуги можуть бути платними та безплатними. До безплатних послуг належать:

- зберігання багажу в камерах схову, доставка телеграфної кореспонденції до номера;

- виклик швидкої допомоги;

- доставка до номера термометра, медикаментів першої необхідності;

- побудка проживаючих у будь-який час;

- доставка до номера довідкової та сувенірної реклами, фірмових конвертів і паперу;

- зберігання грошей, цінних паперів;

Рисунок 3.2– Додаткові послуги, які надаються у готелі

- видання довідок про розташування та режим роботи пунктів побутового обслуговування та інших послуг.

Готельні послуги характеризуються певними особливостями, що впливають на процес управління діяльністю готелю.

Готель — це засіб розміщення, що надає особам, які перебувають поза місцем постійного проживання комплекс послуг, головними серед яких є послуги розміщення та харчування. Співвідношення цих двох складових може виражатись у таких формах:

- розміщення + сніданок (континентальний або англійський) у номерах або спеціалізованих закладах;
- розміщення + харчування у ресторані;
- розміщення + харчування у ресторані, барі, кафе;
- розміщення + харчування у ресторанах європейської і національної кухні, барах, цілодобовий сервіс на поверхах.

Зміст послуги розміщення стосується:

- надання у користування спеціалізованого приміщення — готельних номерів;
- пропозиції послуг професійно підготовленим персоналом — портьє, з оформлення поселення гостей, покоївок з прибирання готельних номерів та ін. Готельні номери — це багатофункціональні приміщення, призначені для відпочинку, сну, роботи у процесі проживання гостей, які є основним елементом послуги розміщення. Внаслідок використання готельних номерів гостями в процесі їхнього перебування у готелі головним чином у вечірній і нічний час, найголовніша функція номера стосується забезпечення сну і відпочинку. Значення інших функцій готельних номерів залежить від функціонального призначення готелю і потреб гостей. Наприклад, у готелях ділового призначення найголовніша функція номерів пов'язується із забезпеченням гостей можливістю працювати, для цього у номерах необхідний письмовий стіл, телефон, факс, комп'ютер та інше забезпечення.

У готелях виділяються різні категорії номерів, що відрізняються площею, меблями, обладнанням, проте, незалежно від категорії, кожен номер у готелях повинен забезпечувати: ліжко, крісло у розрахунку на одне місце, нічний столик або тумбу у розрахунку на одне ліжко, шафу для одягу, загальне освітлення, кошик для сміття, у кожному номері повинна бути інформація про готель і план евакуації на випадок пожежі.

Послуги з пропозиції споживачам їжі охоплюють поєднання процесів виробничого (приготування їжі на виробництві), торгового (продаж готових до споживання продуктів, алкогольних і безалкогольних напоїв), і сервісного обслуговування споживачів офіціантами у ресторані, барі, кафе, готельних номерах.

Додаткові послуги у готелях охоплюють пропозицію басейну, спортивної зали, конференц-зали, приміщень для ділових зустрічей, прокат автомобілів, послуги хімчистки, пральні, перукарні, кабінету для масажу та ін. Сьогодні додаткові послуги набувають все більшого значення у формуванні ринкової привабливості готельних закладів.

В готельному бізнесі широко використовується термін «готельний продукт» або продукт «готель», що підкреслює комплексний характер готельних послуг. У категорії «готельний продукт» відображається результат господарської діяльності, представлений у матеріальній формі (матеріальний продукт), духовній, інформаційній (інтелектуальний продукт) або у формі виконання роботи і послуг (рис. 3.3).

У структурі комплексного готельного продукту розрізняють такі його типи: *основний, спеціальний, супутній, додатковий.*

Послуги надання готельного номера та готельного обслуговування формують *основний продукт*. Водночас кожен готель повинен надавати *спеціальний продукт* — складові обслуговування, що виділяють готель серед будь-якого іншого на ринку готельних послуг, наприклад, туристські послуги, послуги бізнес-центра, певний тип розваг, спортивних послуг та ін.

Рисунок 3.3 - Головні риси готельного продукту

Супутний готельний продукт — це комплекс послуг і товарів, необхідних клієнтам для використання основного та спеціального продукту. Наприклад, надання у готелях послуг телефонного, поштового зв'язку, необхідних побутових послуг і товарів туристського попиту.

Додатковий готельний продукт надає спеціальному продукту додаткові переваги й сприяє виділенню його серед конкурентних аналогічних продуктів. Це можуть бути оздоровчі послуги, послуги бізнес центра, гральні атракціони та ін. Сьогодні додатковий готельний продукт набуває все більшого значення у формуванні ринкової привабливості готельного підприємства. Залишаючись основною, послуга розміщення розглядається споживачами як звичайне явище. Підвищений інтерес викликають послуги, що виділяють певне

готельне підприємство серед інших. У більшості випадків такими послугами виступають такі, що формують додатковий продукт.

У готелях послуги розміщення, харчування та додаткові послуги взаємодоповнюються і сприймаються споживачами як єдине ціле. Водночас різниця між спеціальним і додатковим готельним продуктом не завжди очевидна. Послуги, що виступають спеціальним продуктом на одному ринку можуть бути додатковим на іншому. Досвід функціонування відомих готельних підприємств свідчить, що розробка комплексного готельного продукту повинна супроводжуватись ретельним вивченням головних тенденцій та визначальних характеристик споживчого ринку готельних послуг.

Комплексний готельний продукт, крім основного, спеціального й додаткового продуктів, включає такі його елементи та якісні характеристики, що створюють загальний імідж готельного підприємства, виражений у загальній атмосфері обслуговування, формі пропозиції, толерантності у спілкуванні обслуговуючого персоналу, професіональних характеристиках. Лише загальна атмосфера пропозиції готельного продукту може стати вирішальним фактором у виборі клієнтами готельного продукту.

Ефективність функціонування будь-якого підприємства, зокрема готельного визначається групою факторів. Серед головних факторів — розташування готелю, що впливає на вартість землі, будівельних робіт, розмір оплати праці, а також збут продукції. Ці фактори належать до первинних. До вторинних факторів належить наявність сировинних ресурсів, робочої сили, виробничої інфраструктури. В залежності від значення факторів у функціонуванні підприємства, виділяються підприємства, що орієнтуються на сировинні, трудові ресурси, транспортні комунікації, на збут продукції.

Готелі насамперед орієнтуються на збут свого продукту. У порівнянні з промисловими підприємствами, що постачають продукцію споживачам, у готельній сфері споживач послуг — клієнт, повинен вибрати і прийти

самостійно у готель, тому розташуванню готелю надається значна увага. Наприклад, у виборі готелю діловими туристами фактор розташування у центрі міста є вирішальним.

Серед особливостей готельних послуг, що відрізняють їх від товару можна виділити такі:

- *нематеріальний характер в основній складовій послуг;*
- *невідчутність послуг;*
- *обмежені можливості зберігання;*
- *терміновий характер послуг;*
- *періодичний (сезонний) характер попиту на готельні послуги;*
- *неоднорідність (размонітність) якості обслуговування.*

Нематеріальний характер в основній складовій послуг. Специфіка надання готельних послуг у порівнянні з продажем товару, пов'язується з невідчутністю, неможливістю споживачами одразу в повному обсязі охопити їхні споживчі особливості. Споживачам послуг важко оцінити послугу до моменту придбання, іноді навіть після купівлі. Споживачі готелів, які не можуть виявити якісні характеристики готельних послуг, відображені у ціновому еквіваленті, є проблемною категорією споживачів готельних послуг.

Водночас, *невідчутність послуг* ускладнює управління процесом їхнього виробництва і продажу. Готельним підприємствам складно презентувати клієнтові свій товар, ще складніше обґрунтувати встановлення різних цін на послуги. Підприємство може лише описати переваги певної послуги, а послуги як такі клієнт може оцінити лише після їхньої купівлі.

Серед заходів, що підвищують довіру споживачів до готельного підприємства виділяють такі:

- підкреслити значення послуги і вигоди від її придбання;
- підвищити відчутність послуги;
- широке використання маркетингових досліджень, зокрема відображених у рекламі;

- проведення акцій зі зміни тарифів, залучення у готель відомих у суспільстві клієнтів (артистів, політиків, спортсменів та ін.).

Обмежені можливості зберігання. Комплекс готельних послуг у зв'язку з їхнім нематеріальним характером має обмежений термін зберігання і не може бути збережений для подальшого продажу. Надати послугу можна лише тоді, коли надходить замовлення від клієнта. Якщо за поточну добу готельний номер залишився непроданим, його неможливо продати додатково. Навіть матеріальні послуги, наприклад транспортні, закладів ресторанного господарства (страви, напої), які мають певний термін зберігання, тоді як сервіс, пов'язаний з їхньою реалізацією буде не задіяний і не оплачений. Згідно тверджень ряду спеціалістів, нероздільний характер процесів виробництва і споживання є основною ознакою відмінності послуги від товару.

Терміновий характер використання готельних послуг зумовлює необхідність розробки стратегії, що забезпечить оптимальне співвідношення попиту та пропозиції послуг. Зокрема, стимулювати попит на готельні послуги можна на основі ефективної цінової політики, системи тарифів. Встановленням диференційованих тарифів і цін, знижок, оптимізуючи асортимент додаткових послуг та інші стимули, можна змістити частину попиту з пікового періоду на період затишку.

Іншим важливим засобом управління обсягом попиту є введення системи попередніх замовлень на послуги та збільшення швидкості обслуговування, в тому числі за рахунок автоматизації окремих процесів. У системі сучасних інформаційних технологій збільшення попиту можна забезпечити шляхом широкого використання реклами, особливо за участю телекомунікаційних систем, зокрема мережі Інтернет.

Терміновий характер готельних послуг. Суть цієї особливості зумовлена суттєвою проблемою в обслуговуванні готелів — надання послуг повинно здійснюватись у найкоротший термін. Цей фактор поряд з розташуванням має визначальний вплив на вибір клієнтами готелів. Час пропозиції окремих

послуг, зокрема поселення, бронювання, прибирання виміряються хвилинами, навіть секундами. Найшвидше обслуговування сьогодні пропонують в одному з готелів Токіо. Тут комплекс послуг з поселення — документальне оформлення поселення, оплата, отримання ключів та інші послуги здійснюються за 45 сек. В більшості готелів норма часу, що відводиться на послуги поселення в середньому становить 10-15 хв.

Періодичний (сезонний) характер попиту на готельні послуги. Для ринку готельних послуг, особливо для окремих типів готелів характерне сезонне та упродовж тижня коливання попиту на послуги. У великих ділових центрах найвища заповнюваність готелів характерна в осінній та весняний періоди, тоді як у курортних готелях головним чином літом. Водночас, впродовж тижня, у більшості готелів найвище завантаження спостерігається у будні дні.

Неоднорідність якості обслуговування. Важлива особливість готельних послуг, що відрізняє їх від виробничого процесу на промисловому підприємстві, де насамперед використовуються машини й автомати, стосується використання праці людей. Людський фактор суттєво впливає на неоднорідність, мінливість якості, недотримання стандартів готельних послуг. Якість послуг суттєво залежить від рівня кваліфікації працівників, організації виробничого процесу — колективу та виробничих комунікацій, контролю за якістю роботи персоналу, психофізичних особливостей кожного працівника.

Водночас, важливим джерелом мінливості якості надання послуг є споживач. Особистість потреб кожного клієнта, його унікальність, зумовлює необхідність високого ступеня індивідуалізації послуг, унеможливлює масовий характер виробництва послуг. Індивідуалізація послуг породжує проблему управління поведінкою споживачів, дослідження факторів впливу на їхню поведінку в процесі обслуговування. Для зниження неоднорідності виробничої якості послуг у багатьох готельних підприємствах розроблені стандарти обслуговування.

Стандарт обслуговування — це комплекс обов'язкових для виконання правил обслуговування клієнтів, що повинні гарантувати встановлений рівень якості всіх виробничих операцій. Стандарт обслуговування визначає формальні критерії оцінювання якісного рівня обслуговування клієнтів та діяльності будь-якого співробітника готельного підприємства. Для прикладу стандарт якості технології обслуговування у готелях охоплює:

- надання окремих послуг повинно здійснюватись не більше встановленого часу: документальне оформлення поселення на рецепції, видача ключів і поселення в номер незалежно від масовості заїзду повинно тривати не більше 5-15 хв., прання і прасування особистих речей — не більше доби, доставка багажу в номер не більше 3 хв., відповідь на телефонний дзвінок 10-30 сек. та ін.;
- формений одяг і взуття повинні відповідати прийнятому у готельному підприємстві зразку;
- знання іноземних мов обслуговуючим персоналом відповідно до категорії готелю та ін.

В процесі розробки системи стандартів діяльності підприємств індустрії гостинності необхідно враховувати ряд специфічних факторів, характерних для цієї сфери послуг, зокрема:

- визначення еталону та вимірювання якості послуг є складним завданням, що зумовлює необхідність комплексного підходу;
- якість послуг визначається насамперед людським фактором виробництва, тому ефективна організація та управління трудовим колективом зумовить дотримання визначених стандартів якості;
- у розробці стандартів якості необхідно враховувати потреби та побажання споживачів, які завжди є визначальними у формуванні економічних стандартів функціонування підприємства;
- економічна ефективність роботи підприємства визначається не тільки якістю послуг — суттєвий вплив має коливання попиту споживачів;

- якість послуг має індивідуальний характер і визначається психофізичним, етнічним, релігійним, соціальним статусом та іншими характеристиками клієнта (карта індивідуальної оцінки якості обслуговування);
- якість послуг і маркетинг у сфері послуг гостинності необхідно розглядати як нероздільний процес.

Зазначені типові особливості надання послуг гостинності зумовлюють перетворення організації та управління у цій сфері у складний процес у порівнянні з галузями матеріального виробництва, з точки зору забезпечення ефективності механізму обслуговування, ціноутворення, стратегічного планування визначають специфіку управління та застосування маркетингу у цій сфері.

4 ТИПОЛОГИЯ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасне світове готельне господарство характеризується значною кількістю підприємств, що пропонують споживачам згідно попиту широкий обсяг готельного сервісу. Урізноманітнення попиту споживачів зумовило появу на ринку сфери гостинності нових послуг і форм обслуговування, функціональних характеристик підприємств, диференціацію якості послуг, тому будь-яка систематизація типів і характеристик закладів розміщення досить умовна.

У готельному підприємстві послуги розміщення, харчування, додаткові послуги доповнюють одне одного, в більшості випадків взаємозалежні і сприймаються клієнтами як одне ціле. З огляду на поєднання і оформлення послуг у готельному бізнесі формується певний тип готельного підприємства.

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

Типологію готельних підприємств, що одержала поширення у світовій практиці готельної індустрії, наведено в табл.4.1.

Таблиця 4.1 – Типологія готелів

Тип готелю	Характеристика
1	2
Готель люкс	За місткістю відноситься до малих чи середніх підприємств. Звичайно розташовується в центрі міста. Добре навчений персонал забезпечує високий рівень сервісу най вимогливішим клієнтам, якими є учасники конференцій, ділових зустрічей, бізнесмени, високооплачувані професіонали. Характерна висока ціна номера, що включає всі можливі види обслуговування
Готель (середнього класу)	За місткістю більший від готелю люкс (400—2000 місць). Розташований в центрі міста чи в міській зоні. Пропонує досить широкий набір послуг, і ціни на них дорівнюють рівню регіону. Розрахований на прийом бізнесменів, туристів-індивідуалів, учасників конгресів, конференцій тощо
Готель-апартамент (апарт-отель)	За місткістю це підприємство малих або середніх розмірів (до 400 місць). Характерний для великого міста з непостійним населенням. Представляє квартирний тип номерів, які використовуються як тимчасове житло, частіше на базі самообслуговування. Ціна в такому типі готелів звичайно залежить від термінів розміщення. Обслуговує сімейних туристів і бізнесменів, комерсантів, що зупиняються на тривалий термін
Готель-курорт	Підприємство зі значними відмінностями за місткістю, що пропонує повний набір послуг гостинності. Крім того, включає комплекс спеціального медичного обслуговування і дієтичного харчування. Розташовується в курортній місцевості
Готель-гарні	Підприємство, що представляє споживачам обмежену кількість послуг: розміщення і континентальний сніданок

Продовження таблиці 4.1

1	2
Сюїт-готель	З'явився порівняно недавно. Деякою мірою його можна розглядати як різновид апарт-отелей. Відмінність між ними полягає в тому, що апартаменти звичайно мають у номері кухонне устаткування, що дозволяє клієнтам приготувати собі їжу. У сюїтах-готелях цього немає. Лише деякі номери мають невелику кухню з холодильником і міні-баром для напоїв. Окремі підприємства як альтернативу пропонують послуги харчування (сніданки, обіди, вечері), включаючи або не включаючи їх у вартість проживання. У своїй більшості сюїт-готелі надають номери, що складаються з вітальні («загальної кімнати») та окремої спальні. Кількість і площа приміщень загального призначення тут скорочені до мінімуму. Також обмежений набір додаткових послуг. Споживачами сюїт-готелів є люди, що часто змінюють місце проживання, сімейні туристи, бізнесмени, професіонали і всі ті, хто одержує задоволення від домашньої атмосфери і здатний по достоїнству оцінити затишок і самотність нестандартного житла, спроектованого з урахуванням сімейних інтересів
Готель економічного класу	Підприємство малої чи середньої місткості (до 150 і місць більше). Знаходиться поблизу магістра лей. Характерним є просте і швидке обслуговування, обмежений набір послуг. Споживачі – бізнесмени й індивідуальні туристи, що прагнуть до фактичної оплати
Мотель	Прості одноповерхові чи двоповерхові споруди, розташовані поза міською забудовою біля автомагістралей. Це малі та середні підприємства (до 400 місць). Характерний середній рівень обслуговування при невеликій кількості персоналу. Споживачами є різні

Продовження таблиці 4.1

1	2
Приватний готель типу «ночівля і сніданок» (Bed and breakfast (B&B) – ліжко і сніданок)	Дешевий готельний продукт, що формується для наступної комерціалізації безпосередньо самим власником будинку. Це готелі або житлові будинки, що працюють цілодобово. Власники (хазяїни) і тут, як правило, і проживають. Вони керують процесом обслуговування клієнтів, а також самі безпосередньо беруть участь у його здійсненні. Це готелі малої місткості (деякі з них не підпадають під визначення поняття «готель» через обмежену кількість номерів). Розташовані в приміській зоні або сільській місцевості. Варіанти пропонованого сніданку різні. Додаткові послуги, як правило, не надаються. Завдяки обмеженому набору послуг ціна за проживання в готелях B&B нижча, ніж у готелях з повним обслуговуванням
Казино-готель	Пов'язані з ігорним бізнесом. Це готелі з великою місткістю номерного фонду (від 500 номерів до 3000 і більше). У структурі номерного фонду переважають багатокімнатні номери з дорогим інтер'єром, міні-басейнами, джакузі, декількома ванними та спальнями. Казино-готель має кілька підприємств харчування (4 і більше), частина з яких працює без перерви 24 години на добу. Тут створені умови для проведення розважальних заходів, виступів співаків, акторів, естрадних груп (є спеціальні зали, бари, холи). Особливістю обслуговування в казино-готелях є те, що їжа й напої даються безкоштовно, тобто їхня вартість входить у вартість розміщення. Казино-готелі – одні з найдорожчих. Вартість номера може становити 1000 - 25 000$
Пансіон	Підприємство з простим стандартом і обмеженим спектром послуг. На відміну від готелів, — гарні, тут пропонуються сніданки, обіди й вечері (повний пансіон). Однак послуги харчування можуть отримати тільки клієнти, які тут проживають у готелі

Продовження таблиці 4.1

1	2
Конгрес-готель	Готелі, що обслуговують учасників великих форумів і конференцій. Цей тип підприємств стрімко набирає популярність. За останні 20 років попит на послуги цих готелів подвоївся. Являють собою різновид бізнесів-готелів, однак мають свої відмінності, (місткість бізнесів-готелів не більша ніж 600 номерів, конгрес-готелів — 2000 номерів і більше). Є виставочні площі і різні приміщення для зустрічей. Пропонується повний набір бізнесу-обслуговування: проведення телеконференцій, послуги секретаріату, переклад тощо. Різноманітні підприємства харчування: ресторани самообслуговування, бари, кафе, кафетерії, фешенебельні ресторани
Готель типу «кондомініум, таймшер»	В основі концепції лежить таймшерний принцип організації відпочинку, що припускає викуп на визначений, заздалегідь обговорений період (у більшості випадків він обмежений декількома тижнями в році), готельного номера і прилягаючої до нього території. Подібний тип готелів набув особливої популярності в курортних районах, їхня місткість звичайно складає 50 – 250 номерів. Однак трапляються готелі, що мають усього 4-5 номерів. Дається повний набір послуг за цінами, вищими від середніх. Можливе комплексне обслуговування за єдиною ціною. Система організації відпочинку за таймшерним принципом спочатку виникла в Європі і була удосконалена в США. Сформований ринок таймшерів, існує 20 – 30 років. На сучасному етапі, з'явилася можливість обміну часу і місця володіння між власниками (власник номера-апартаменту таймшер-готелю, що знаходиться на морському узбережжі, може обміняти володіння цим номером на володіння номером у готелі, розташованому на гірськолижному курорті). При цьому обмін може відбутися зі збільшенням чи зменшенням часу перебування. Наприклад, один тиждень у готелі на Канарських островах рівноцінний двом тижням у Канаді, трьом в Австралії, Новій Зеландії або Південній Африці. Існують компанії, що спеціалізуються на проведенні подібних обмінних операцій, – Resort

	Condominium International (RCI і Interval International.(II)

Кінець таблиці 4.1

1	2
Гостинний двір	Підприємство, що відрізняється від готелів спрощеним стандартом обслуговування, меншою місткістю, відсутністю ряду приміщень для зустрічі і перебування гостей (холів, вестибюлів, віталень тощо.). У структурі гостинного двору обов'язкова наявність ресторану або бару
Ротель	Пересувний готель, що представляє собою вагон з одно-двомісними відсіками, в яких розташовані спальні крісла. Є відсік для перевдягання, туалет, кухня, холодильник
Ботель	Невеликий готель на воді, для чого використовується відповідним чином обладнане судно
Флотель	Готель, який часто називана «курортом на воді», у якості якого використовується морське судно. Флотелі останнім часом виступають головними конкурентами великих готелів, їхня перевага полягає в тому, що вони надають можливість переміщуватися по морю (океану), тим самим значно розширюють розмаїтість одержуваних клієнтом вражень. Відпочиваючи в такому готелі, можна прокидатися щоранку в новому місці. За місткістю флотелі можуть бути малими (20 кают-номерів) і великими (800 кают-номерів). Характерний широкий спектр додаткових послуг. Комфортабельні каюти оснащені всіма видами сучасних зручностей, включаючи телефонний зв'язок, супутникове телебачення. Маються фітнес-центри, басейни, тренажерні зали, ресторани, бари, казино, магазини. Окремі судна надають приміщення для проведення конференцій, конгресів та інших заходів. Цей тип готелів часто використовується для організації бізнесів-турів, конгрес-турів, конгрес-круїзів тощо

Флайтель	Аероготель чи «літаючий готель». Надзвичайно дорогий і нечисленний тип готелів. Обладнаний посадковим майданчиком і зв'язком з метеослужбами

5 КЛАСИФІКАЦІЯ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ У СВІТІ

Система класифікації закладів розміщення передбачає їхній поділ на категорії згідно певних критеріїв.

Мета будь-якої класифікації — визначити відповідність конкретного готелю, а також номерів прийнятим стандартам або встановленому порядку на обслуговування. Категорія готелю — одна з основних його характеристик, згідно якої визначаються його ринкові позиції, управління, обсяг послуг, тариф на основні та додаткові послуги.

Значна кількість готельних підприємств, регіональні і національні особливості підходів до класифікації, зумовлюють будь-яку систематизацію типів і характеристик закладів розміщення досить умовною. Критерії, згідно яких класифікуються заклади розміщення і номери, узгоджуються і затверджуються міжнародними і національними організаціями, що охоплюють державні організації, професійні союзи, туристичні підприємства. У сучасній світовій практиці у системі класифікації закладів розміщення умовно можна виділити два підходи :

- *офіційний,* розробкою, проведенням і контролем комплексу необхідних вимог якості комфорту закладу розміщення займаються державні органи, присвоєння категорії фіксується на офіційному рівні. Такий підхід характерний для Греції, Єгипту, Іспанії, Італії, Франції, України та інших держав;
- *професійний,* пов'язується з недержавними об'єднаннями та союзами у сфері гостинності. Зокрема, в Австрії цей процес здійснює Австрійська готельна асоціація, Великобританії — Автомобільна асоціація, Швейцарії — Швейцарська готельна асоціація та ін.

Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) запропонувала класифікацію засобів розміщення (рис. 5.1).

Рисунок 5.1 – Стандартна класифікація засобів розміщення, за рекомендацією ЮНВТО

Можна виділити два підходи до класифікації готелів в залежності від рівня комфорту. Перший підхід базується на **«кількісній» характеристиці** матеріально-технічної бази готелю. Згідно другого підходу, до уваги приймають «**якісні» показники**, що характеризують рівень комфорту — якість обладнання, обслуговування та кваліфікацію персоналу. Усі національні системи класифікації готелів умовно можна об'єднати у дві основні групи:

- **європейська система**, заснована на основі французької національної системи, використовується у більшості розвинених держав;
- **індійська система**, побудована на бальній оцінці, поширена головним чином у країнах, що розвиваються.

Французька національна система передбачає розподіл готелів на 5 категорій зірок від 1 до 4 і 4 зірки-ложе, що також називають «5 зірок». Головним критеріями оцінки є: обладнання та площа номерів, елементи комфорту, набір послуг, що надаються, кваліфікація персоналу. Розмір готелю практично не впливає на його класність. В структурі готельного фонду Франції частка п’ятизіркових готелів становить – 3,6%, чотиризіркових – 5,3%, тризіркових – 18,3%, двозіркових – 32,2%, однозіркових – 40,6%. Тобто переважають готелі середнього класу.

Індійська система класифікації. П’ять категорій має також індійська система кваліфікації. На відміну від європейської,відповідальність вимогам оцінюється в балах, при цьому за кожним пунктом стандарту встановлюється максимально можлива оцінка. Для одержання категорії готелю необхідно набрати мінімальну суму балів, кількість балів за кожним пунктом повинна бути не менше 50% від максимальної суми. Категорію надає спеціальна комісія за загальною кількістю балів, що складах для: * - 100 балів, ** - 150 балів, *** - 210 балів, **** - 260 балів, ***** - 290 балів

Індійська система включає також 5 категорій: «1 зірка», «2 зірки «3 зірки», «4 зірки», «5 зірок», які привласнює спеціальна комісія на основі бальної оцінки. Комісія може за своїм розсудом дати до 15 балів за будь-які, на передбачені кваліфікаційними вимогами, додаткові послуги. Для одержання тієї або іншої категорій необхідно набрати встановлену для даного класу мінімальну суму балів, причому їхня кількість з кожного пункту повинна становити не менш 50% максимальної оцінки.

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

Для отримання відповідної категорії слід набрати мінімальну суму балів:

1 зірка — 100 балів; 4 зірки — 260 балів;

2 зірка — 150 балів; . 5 зірок — 290 балів.

З зірка — 210 балів;

Згідно перерахованих критеріїв та підходів сьогодні відомо понад тридцять систем класифікації закладів розміщення. Найбільш типовими класифікаціями є такі:

- система «зірок», або європейська система;
- система «букв»,— A, B, C, D, використовується у Греції;
- система «корон», використовується у Великобританії;
- система «балів», або індійська система.

Проблема класифікації засобів розміщення сьогодні найбільш актуальна у світовій готельній сфері. Згідно спільних даних дослідження Всесвітньої туристичної організації та Міжнародної готельної асоціації офіційна система класифікації готелів прийнята у 83 країнах світу, водночас у 23 країнах така класифікація поширювалась на апартготелі, мотелі, пансіонати; у 20 державах класифікація пов'язана із встановленням тарифів для певних категорій готелів. У 49 країнах світу класифікація готелів здійснюється Національною туристичною адміністрацією спільно з органом місцевого самоврядування, у 48 державах проблему класифікації вирішують професійні готельні асоціації (самостійно або разом з органами місцевого самоврядування). Класифікація засобів розміщення є обов'язковою у 46 країнах, у 55 країнах для проведення готельного бізнесу необхідно отримати ліцензію, водночас у 32 країнах готелі можуть функціонувати без проходження процедури офіційної класифікації.

На ринку готельних послуг поряд з офіційною класифікацією використовується класифікація найбільшими туроператорами, що працюють із

значною кількістю закладів розміщення у різних країнах. Аналогічний підхід сформувався серед готельних корпорацій, що позиціонують у різних сегментах ринку свої ланцюги і марки та розробили свою власну класифікацію згідно марки продукту.

З позиції наведених даних у готельній індустрії до цього часу не розроблена загальноприйнята система класифікації готелів.

Найбільшого поширення у світовій готельній сфері набула французька (зіркова) система класифікації, побудована на основі поділу готелів на категорії від нижчої — «одна зірка», до вищої «п'ять зірок». З деякими особливостями ця система використовується у багатьох державах, серед яких Австрія, Польща, Угорщина, Китай, Єгипет, Україна, Росія та ін.

Система класифікації готелів у Франції. У Франції норми і процедура класифікації готелів затверджені 1986 р. і чітко прив'язані до формування цін у готелях та ресторанах. У стандартах катетеризації виділяється два типи підприємств: *туристичні готелі,* у яких передбачено щонайменше 5 місць та *туристичні резиденції,* у яких має бути не менше 100 ліжок. У групі «туристичні готелі» передбачено шість категорій: від найнижчої «без зірок» до найвищої «4+L» (de Luxe або Palace). У групі «туристична резиденція» встановлено категорії від однієї до чотирьох зірок.

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

- *кількість номерів:* мінімальна кількість номерів в готелі становить від 5 до 10 залежно від категорії;
- *громадські приміщення:* мінімальна площа холу залежить від кількості номерів і категорії, чітко встановлена норма необхідної площі громадських приміщень для великих готелів та ін;
- *загальне обладнання готелю:* обов'язкова гаряча і холодна вода, телефон, кондиціонер;'
- *житлова частина:* необхідність захисту приміщень від світла з

використанням завіс, жалюзей, акустичний комфорт; визначена мінімальна площа номерів, санітарне обладнання, площа ванних кімнат, освітлення та ін.;

- *персонал:* необхідність знання мов, кваліфікації, форменного одягу та ін. Усі вимоги є мінімальними і обов'язковими до виконання.

Французькі вимоги до категорії готелів чітко не регламентують такі аспекти оцінки готелів, як вимоги до умеблювання номерів, наявності телевізійного та радіо обладнання, дрібного інвентаря, не встановлюють специфікацій щодо обладнання санітарних вузлів, перелік додаткових послуг. Висновок про відповідність перерахованих характеристик вимогам певної категорії покладається на експертів та професіоналів у готельній сфері, які проводять класифікацію засобів розміщення і дотримуються принципу — загальне призначення готелю — надання послуг гостинності зумовлює тип оснащення приміщень.

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

У Франції переважають готелі середнього класу. Розподіл за зірками такий: 40,6 % — «одна зірка», 32,2 % — «дві зірки», 18,3 % — «три зірки», 5,3 % — «чотири зірки», 3,6 % — «п'ять зірок».

Система класифікації готелів у Німеччині. У Німеччині відсутня державна система класифікації засобів розміщення, категоризацію здійснюють приватні фірми, що видають путівники — туристичні інформатори, наприклад «Міхелін», «Шелл Атлас» та ін., а також готельні корпорації. Використовуються також регіональні системи класифікації готелів, наприклад система класифікації заснована Спілкою туристичних та готельних підприємств землі Надренія Північна Вестфалія. Категорія позначається зірками від однієї до п'яти, а висновок щодо призначення категорії приймається на основі моніторингу групи стандартних запитань. Разом з мінімальними обов'язковими критеріями для кожної категорії додається

додатковий перелік послуг та обладнання і їхня бальна оцінка, з яких можна набрати певну кількість балів визначену для певної категорії.

У Німецькій класифікації виділяється п'ять класів:

- туристський клас — «одна зірка»;
- стандартний клас — «дві зірки»;
- комфортний клас — «три зірки»;
- перший клас — «чотири зірки»;
- люкс — «п'ять зірок»;

Система класифікації готелів у Великобританії. Така ж тенденція простежується у готельній індустрії європейських країн. Деякі каталоги досить складної системи класифікації готельних закладів у Великобританії пропонують традиційну категорію зірок, але, як правило, на фасад зображено не зірки, а корони. Для перекладу з мови корон на мову зірок необхідно від загальної кількості корон відняти одну.

Найбільш уживаною вважається класифікація запропонована Британським управлінням подорожей — Britih Travel Authoriti (BTA):

- бюджетні готелі (*) розміщуються найчастіше в центрі міста і мають мінімум зручностей;

- готелі туристського класу (**) мають ресторан і бар;

- готелі середнього класу (***) вирізняє досить високий рівень обслуговування:

- готелі. першого класу (****) характеризує дуже висока якість проживання і відмінний рівень обслуговування;

готелі вищої категорії (*****) забезпечують рівень обслуговування і проживання екстракласу.

У порівнянні з іншими країнами, англійські готелі мають ряд особливостей. Слід мати на увазі, що деякі лондонські готелі знаходяться у повній . приватній власності, деякі належать акціонерним товариствам, компаніям і т, ін. За умови інших рівних ознак, перевага віддається готелю,

який знаходиться у володінні одного власника. Незважаючи на те, що більшою частиною британських готелів управляють англійські менеджери, велика кількість з них входить до міжнародних ланцюгів.

Цікавим є досвід з класифікації та оцінки якості обслуговування у готелях і ресторанах Автомобільною Асоціацією Великобританії. Обов'язкова класифікація включає 5 категорій зірок чорного та червоного кольору.

Кожне підприємство інспектують щорічно і класифікують за особливими критеріями. Проводять роботу з класифікації спеціальні інспектори, робота яких полягає у регулярному, та детальному обстеженні готелю. Кожний інспектор повинен мати спеціальну освіту у готельній і ресторанній справі, теоретичну і практичну підготовку. Вони зобов'язані регулярно проходити навчання на спеціальних курсах, щоб гарантувати дотримання загальнонаціональних стандартів, Готелі перевіряються анонімно. Заночувавши на одну добу, як звичайний клієнт та одержавши вранці рахунок, інспектор відрекомендовується і після цього проводить детальну перевірку всього підприємства. Після одержання схвальної оцінки та присудження заслуженої кількості зірок готелі інспектується таким самим чином щорічно. При зміні власника готель автоматично втрачає свою кваліфікаційну оцінку і має бути переатестованим під управлінням нового власника. Плата за роботу з атестації диференційована в залежи готелю, ступені оснащеності обладнанням, крім того оплачується реєстрація присвоєної категорії.

Як правило, готелям Великобританії присвоюється від 1 до 5 зірок за критеріями BTA - чорного кольору. Вони означають виконання єдиних прийнятих в країні стандартів до висококласних готелів. Крім чорних зірок, готелям присвоюється додаткова оцінка в процентах. Відсотки відбивають якісну різницю в обслуговуванні в готелях з однаковою кількістю зірок. Цю відсоткову оцінку виставляє інспектор, керуючись враженнями від обслуговування:

50-59% - готель задовольняє усім мінімальним вимогам стандартів, забезпечує скромний, але пристойний рівень розміщення, зручностей і послуг.

60-69% - готель, що відповідає мінімальним вимогам і при цьому забезпечує більш високім стандарти якості за деякими видами обслуговування.

Більш комфортними вважаються «будинки для гостей» (binguan). По суті, це готелі дво-, тризіркового рівня. До найбільш престижних засобів розміщення, що відповідають вимогам, які висуваються до готелів три-чотири зірки можна віднести туристичні готелі, а до готелів чотири п’ятизіркової категорії - «будинок вина» (jindian). При цьому китайські стандарти якості не поступаються європейським.

Класифікацією готелів і ресторанів у Великобританії займається Автомобільна Асоціація Великобританії. Обов'язкова класифікація включає п'ять категорій «зірок» чорного й червоного кольорів.

Крім зірок чорного кольору, британці використовують більш престижну класифікацію готелів, які забезпечують прекрасний рівень гостинності та комфорту, і присвоюють від 1 до 5 зірок червоного кольору. Така оцінка присвоюється щорічно окремій групі готелів, визнаних кращими в межах своїй категорії. У цьому випадку процентна оцінка вже необов'язкова.

Система класифікації готелів в Австрії. В Австрії нормативні вимоги до готелів різних категорій встановлені у 1990 р. Об'єднанням підприємств готельної та відпочинкової сфери Австрії (Директиви для класифікації підприємств готельної та відпочинкової галузі за винятком будинків з апартаментами, що не надають послуг).

Австрійські підприємства готельної та відпочинкової галузі поділяються на 5 категорій, при цьому підприємства, що пропонують лише сніданок, можуть отримати найвище 4-ту категорію — «чотири зірки». Зарахування у певну категорію здійснюється з огляду на загальну характеристику підприємства, тобто його обладнання, пропоновані послуги, можливості забезпечення

проведення вільного часу, а також управління, середньої кількості персоналу. Враховуються також обмеження щодо якісних критеріїв для кожної категорії. Додатково до Директив, якими встановлюються детальні нормативи, повинні враховуватися федеральні та місцеві приписи стосовно обладнання закладів розміщення.

Система класифікації готелів в Іспанії. В Іспанії заклади розміщення поділяються на дві категорії: *готелі* та *пансіони.* У групі *готелі* виділяють:

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

У всіх закладах розміщення обов'язковою є вивіска біля входу, на якій зазначено групу та категорію. Вивіска виготовляється з металу у формі прямокутника, на голубому фоні якої зазначена кількість зірок, що відповідає присвоєній категорії, позолочені — для готелів та готелів-апартаментів, срібні — для міні-готелів, пансіонів. Тип та категорія засобу розміщення обов'язково повинені зазначатись у рекламі, засобах масової інформації, рахунках та квитанціях.

Згідно будівельно-технічних характеристик, якості обладнання, що пропонуються у різних групах та категоріях, заклади розміщення Іспанії поділяють:

- група 1: готелі категорії 5 ,4,3,2,1 ;
- група 2: міні-готелі і пансіони 3,2,1 ;
- група 3: гостьові будинки, без категорії;
- група 4: готелі — апартаменти 4,3,2,1.

Іспанська офіційна система також встановлює додаткову класифікацію та додаткові вимоги щодо засобів розміщення в залежності від місця розташування та сезонності роботи, враховуючи такі критерії:

- розташовані на пляжі;
- розташовані у горах;
- розташовані на вокзалах;
- сезонного режиму роботи;
- із забезпеченням послуг харчування;
- мотелі.

Засоби розміщення, що входять у ці додаткові категорії, у рекламних та інформаційних матеріалах повинні зазначати додаткову інформацію, наприклад — відстань до моря, мінімальна висота над рівнем моря, для готелів у горах (для гірських готелів встановлені більш ліберальні нормативи до обладнання та параметрів номерів). Для мотелів визначено достатньо широкий набір додаткових вимог, наприклад, розташування номерів в окремій будівлі або з окремими входами; наявність окремого для кожної будівлі гаражу; обов'язкова освітлена вивіска з інформацією щодо кількості вільних місць біля автомобільної траси; цілодобова робота закладу харчування та ін.

Окрім зазначених особливостей в Іспанії існує мережа державних закладів розміщення туристів (paradores), що знаходяться у підпорядкуванні Державного міністерства по туризму. Ці заклади найчастіше розташовані у найбільш мальовничих районах, де відсутні інші типи підприємств розміщення, і вони представлені фортецями, замками, палацами, обладнані під готелі класу «дюкс».

Система класифікації готелів в Італії. В Італії готельний бізнес дотримується власних стандартів при визначенні класу закладу розміщення. Класифікація закладів розміщення досить складна та заплутана. Для позначення категорії готелю використовується «зіркова» система, хоч офіційно шкала категоризації у країні відсутня.

Згідно прийнятих в Італії критеріїв, готелі поділяються на три категорії:

- перша категорія — «чотири зірки»;
- друга категорія — «три зірки»;
- третя категорія — «дві зірки»;

Категорія «п'ять зірок», тобто «вища» категорія, у зв'язку з високим оподаткуванням, яке залежить від категорії готелю у країні відсутня. Водночас, кожна категорія має свою градацію.

Серед помітних особливостей італійських готелів — незначна кількість номерів, середньостатистичне .— 50-80, тому переважають готелі невисокої категорії, що відповідають категорії «дві зірки». У курортних центрах серед двозіркових трапляються невеликі готелі, що за оснащенням і рівнем обслуговування відповідають значно вищій категорії згідно міжнародних стандартів.

Система класифікації готелів у Греції. В Греції користується популярністю «літерна» система класифікації, хоча на фасадах готелів можна побачити і звичні зірки. Всі грецькі готелі поділяються на чотири категорії: A, B, C, I). Готелі категорії «A» відповідають чотиризірковому рівню. «B» - тризірковому, «C»- двозірковому. Готелям найвищого класу часто присуджується категорія de Luxe. Але, незважаючи на наведену класифікація засоби розміщення Греції однакової категорії значно відрізняються один від одного.

До найменш комфортних засобів розміщення відносять апартаменти (скромно квартирки в невеликих будинках). В готелях категорії «C» (двозіркових) пропонують мінімальний набір послуг і розташовуються вони здебільшого на самому березі моря. Готелі категорії «B» (тризіркові), якщо вони знаходяться в курортній зоні, майже завжди розташовуються на узбережжі. Готелі категорії «A» (чотиризіркові) відрізняє більш високий рівень обслуговування. Готелі, які претендують на найвищу категорію, за звичай, відповідають міжнародним стандартам.

Система класифікації готелів у Польщі. Польська система класифікації засобів розміщення є однією з найновіших в (кроні, створена у 2001 р. в межах плану підготовки до вступу в Європейський Союз та орієнтації туристичної галузі на європейський рівень обслуговування.

Вимоги до оснащення, кваліфікації персоналу та переліку послуг, у тому числі послуг харчування, для кожного типу готельних підприємств затверджені міністром економіки. Регламент та склад комісії, яка має право оцінювати відповідність готельних підприємств встановленим вимогам, визначає воєвода кожного воєводства. На категорії поділяються готелі Та мотелі, пансіонати, кемпінги, будинки відпочинку, молодіжні туристичні бази, а також встановлюються мінімальні вимоги до приватних приміщень, які здаються в найм для проживання туристів..

У Постанові міністра економіки затверджені умови, згідно яких можливі відхилення від вимог для кожного типу та категорії закладу розміщення, а також перелік документів, що необхідно отримати від державних наглядових органів у сфері будівництва, пожежної безпеки, санітарного обладнання власникам готельного підприємства будь-якого типу.

Система класифікації готелів у Скандинавських країнах. Асоціація готелів ***Скандинавії (Данія, Швеція, Норвегія) має свою міжнаціональну класифікацію***. Вона побудована за принципом французької або європейської системи, тільки клас готелів визначається не зірками, а, «сонечками». Знак має вигляд половинки сонця, що сходить на фоні неба. Клас готелю визначають експерти Асоціації. У скандинавських країнах дуже поширені позначення для послуг у вигляді піктограм, що використовуються у каталогах Асоціації. Таким. чином, клієнт одержує повну інформацію про те, яке обслуговування чекає на нього в кожному готелі, Для заміських готелів молодіжного і сімейного відпочинку та кемпінгів існують інші критерій оцінки, менш суворі, ніж для готелів. Система класифікації цих засобів розміщення також

передбачає розподіл на п'ять зірок і для них випускають інші каталоги.

У системі класифікації заміських готелів Данії оцінюються переважно споруда, номери, загальна площа й основний набір послуг. При цьому до уваги не береться атмосфера та краса околиці. Класифікація базується на 33 різних вимогах, виконання яких забезпечує присвоєння категорії від найнижчої до найвищої.

Вимоги можуть бути приблизно охарактеризовані наступним чином:

* - для готелів, які відповідають мінімальним вимогам;

** -- готелі, що крім мінімальних вимог, пропонують камеру зберігання та окремі сейфи для зберігання особистих коштовностей. Служба прийому й обслуговування працює впродовж тривалого часу, є кіоск. Номери обладнано необхідними меблями, добре обладнані холи, с кухня, де можна приготувати каву бо чай;

*** - готелі, що мають спеціальну стойку для служби прийому, стіл інформації, Площа номерів залежить від заїжджих. Деякі номери мають окрему ванну та мебльовано. В кухні для гостей має бути мікрохвильова піч і традиційна плита. Окремий хол з телевізором. Крита стоянка для велосипедів. Можливі послуги хімчистки. Забезпечується сніданок, обід і вечеря

**** - у готелі всі номери з ванною та туалетом. У деяких випадках два номери можуть мати спільний санвузол. Під час сезону служба прийому і обслуговування працює, як мінімум, з 8 до 12 і з 15 до 21 години. є приміщення для прання білизни, обладнане пральною машиною і апаратом для сушіння білизни. Хороші умови для паркування машин і велосипедів;

***** - у готелі всі номери з повним санвузлом. Крім всіх зручностей, є ігрова кімната і майданчик для дітей, В кухні для гостей - мікрохвильова та газова печі. Гарячі та холодні напої подаються цілодобово. У сезон служба прийому і розміщення працює з 7 до 21 години. Приймаються до оплати як мінімум два типи міжнародних кредитних карток. Кемпінги Данії поділяються на 5 категорій і вимоги до них суттєво нижчі, ніж для готелів. Висування нижчих вимог до заміських засобів розміщення, ніж для готелів, що

розташовані у містах, обумовлено тим, що вимоги самого споживача щодо послуг обмежуються лише тими, які пов'язані з відпочинком і дозвіллям. Цілком зрозуміло, що підходити з однаковими критеріями до великого міського готелю та туристської бази сезонної дії у курортному містечку неможливо та й непотрібно.

Класифікація готелів у Китаї. Досить незвичні категорії готелів виділяються в східних країнах. Так, наприклад, в Китаї для оцінки закладів розміщення використовується п'ятизіркова система, хоча поза нею в країні існує і своя специфічна шкапа, у відповідності до якої до найпримітивніших баз прийому вносять «гостинні будинки» (zhaodaiuo). Такі заїжджі будинки, або хостели.

Класифікація готелів у США. В США найпоширенішою є класифікація за родом операцій, що здійснюються в готелі, або ж за тим наскільки обслуговування задовольняє економічні та соціальні потреби туристів. Відповідно до цього, готелі підрозділяються на комерційні, мотелі, курортні, і для проведення ділових зустрічей. Окрім того, в США готелі класифікують за терміном перебування від 1 до 7 днів, для постійного проживання, курортні готелі.

У США єдиної офіційної затвердженої урядом класифікації не існує. Тут, за комфортністю готелі діляться на 5 категорій. Вищий статус присуджується двома установами; Atnerican Automobile Association (AAA, Автомобільна асоціація Америки}, що ділить готелі по так званих «діамантах» й Mobile Travel Guide, асоціація пов'язана з організацією поїздок, по системі — «п'ять зірок». 3 більш ніж 21 тисячі претендентів вищої категорії, п'ятизіркового статусу визнані гідними тільки 35 готелів.

Готелі США класифікуються за місцем розташування, за цінами, за типами послуг, які вони пропонують, а також залежно від умов використання.

На думку американських спеціалістів, розвиток ряду готелів зі своїми стандартами та система перевірок е чудовою гарантією якості. Ініціатором

появи служб, що займаються оцінкою якості обслуговування (Rating ervise) є Американська автомобільна асоціація (ААА). Оцінка якості, що проводиться ААА, дозволяє підприємству бути внесеним у той чи інший довідник, який популярний серед подорожуючих.

За розміром готелі США поділяють на 4 категорії: до 150 номерів, від 150 до 299, від 300 до 600, понад 600.

За типом виділяють готелі люкс, мотелі, курортні готелі, тайм-шер готелі.

Традиційно рівень обслуговування визначається трьома категоріями: люкс, середній та економічний. Формулювання характеристик досить загальні. Наприклад, для готелів люкс обслуговування визначається як: «висока якість, добре навчений персонал для виконання будь-яких побажань гостей, елітарні умови проживання, дороге оздоблення приміщень». Для готелів середнього класу - «широкий набір послуг, персонал для усіх видів послуг, дорогі меблі та обладнання, великий вестибюль, ресторани». Економічний клас передбачає обмежений рівень обслуговування та кваліфікації персоналу, просте та швидке обслуговування.

Розвиток готельної бази США все більше орієнтується на певний сегмент ринку і найближчим часом очікується остаточне закріплення на практиці трьох основних категорій готелів:

1. Люкс — з великою кількістю персоналу і надзвичайно високим рівнем сервісу для найвибагливіших клієнтів.

2. Готель середнього рівня, що максимально використовує сучасні технологи, прагне за рахунок автоматизації знизити експлуатаційні витрати, і відповідно, ціни.

3. Невеликий тихий готель для тих клієнтів, які бажають мати більше персональної уваги до себе, але за помірними цінами.

Класифікація готелів у Ізраїлі. Ізраїль має високоякісний курортно-готельний комплекс на берегах Середземного і Червоного морів. Кількість

готелів постійно збільшується, а зіркова класифікація, яка використовувалася десятиліття тому, анульована. Натомість виникла диференціація готелів за трьома категоріями. Для зручності, при роботі з клієнтами, звертаються до більш звичної зіркової категоризації закладів розміщення.

В тризіркових готелях Ізраїлю, незважаючи на їх відому скромність, клієнти мають можливість отримати мінімально необхідні для повноцінного відпочинку набір послуг. Чотиризіркові готелі відрізняються від тризіркових не тільки більшим комфортом, але й кращим розташуванням і більш високим рівнем обслуговування.

Готелі вищої категорії відрізняються особливим шармом та аристократизмом і відповідають усім необхідним вимогам.

Класифікація готелів у Африці. Загальний економічний ріст в країнах Африки вплинув і на туристичну інфраструктуру. За останній період часу в Африці з'явилося багато сучасних готелів і проведена часткова або повна реконструкція в існуючих готельних підприємствах. Значка частина Африканських готелів регулярно займає передові позиції в світових рейтингах.

Східна і Південна Африка пропонує туристам різноманітну туристичну інфраструктуру 3 високим рівнем сервісу та гнучкою ціновою політикою,. Класифікація готелів по типу і за ціною сприяє здійснити правильний вибір при плануванні подорожей в такі країни, як Кенія, Танзанія, ЮАР, Намібія, Ботсвана, Мозамбік, Малі, Уганда, Руанда, Сейшельські острова, Мадагаскар, Мальдівські острова та інші країни.

6 КЛАСИФІКАЦІЯ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ В УКРАЇНІ

В Україні засоби розміщення – це підприємства будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складаються з номерів і надають готельні послуги, включаючи щоденне заправлення ліжок, прибирання, кімнат та санвузлів.

Засоби розміщення класифікуються залежно від форми: готельного і неготельного типу, та по видам: колективні, індивідуальні та приватні.(табл.6.1).

Таблиця 6.1 – Класифікація засобів розміщення в Україні

Засоби розміщення		
1	2	3
Форми	Види	Типи
Готельного типу		Туристичні комплекси, комплекси відпочинку санаторні комплекси, мобільні (потяг, теплохід)
		Бунгало, намет, автофургон, ротель, караван
Неготельного типу	Колективні	Гуртожиток, молодіжні будинки
	Індивідуальні	Приватний будинок, квартира, кімната, дача, яхта
	Приватні	Тайм-шер – власність, обмежена часом; Готель типу кондомініум

ЮНВТО зробила визначення поняття «готель», що має рекомендаційний характер.

Готель – класичний тип підприємств розміщення, що регулярно чи епізодично надає туристам місця для ночівлі і якому притаманні специфічні ознаки***:***

– номерним фондом, що перевищує визначений мінімум;

– набором обов'язкових послуг прибирання номерів і санвузлів, щоденне заправлення ліжка, обслуговування в номерах;

– визначений асортимент додаткових послуг.

Зміст послуги розміщення полягає в тому, що, по-перше, в користування даються спеціальні приміщення (готельні номери), по-друге, даються послуги, які виконує безпосередньо персонал готелю: портьє з прийому й оформлення споживачів, покоївки по прибиранню готельних номерів тощо.

Загальні принципи класифікації готелів

Готельні підприємства класифікують за різними критеріями.

- місце розташування;
- тривалість роботи;
- забезпечення харчуванням;
- тривалість перебування;
- рівень цін;
- рівень комфорту;
- місткість номерного фонду;
- функціональне призначення.

За місцем розташування:

– розташовані в межах міста (у центрі, на окраїні)**.** Центральними є практично всі готелі ділового призначення, готелі люкс, готелі середнього класу;

– розташовані на морському узбережжі. У даному випадку дуже важливим є відстань до моря;

– розташовані в горах. Це невеликі готелі в мальовничій гірській місцевості на туристичному маршруті в найбільш зручному місці відпочинку.

У гірському готелі, як правило, міститься необхідне спорядження для літнього й зимового відпочинку, наприклад альпіністський і гірськолижний інвентар, підйомники тощо.

У готельному бізнесі розглядають п'ять місць розташування готелю:

- центр міста;
- аеропорт;
- приміська зона;
- курорт;
- шосе.

За тривалістю роботи готелю: :

- працюють цілий рік;
- працюють два сезони;
- одно сезонні.

За забезпеченням харчування розрізняють:

- готелі, що забезпечують повний пансіон (розміщення + 3-разове харчування);
- готелі, що пропонують розміщення і тільки сніданок.

За тривалістю перебування споживачів:

- для тривалого перебування;
- для короткочасного перебування.

За рівнем цін на номери готелі класифікують на:

- бюджетні;
- економічні;
- середні;
- першокласні;
- апартаменти;
- фешенебельні.

Готельні підприємства також можна класифікувати за зручним розташуванням транспортних засобів, за правом власності. Однак на перше місце при класифікації готелів важливим є рівень комфорту.

За рівнем комфорту:

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

Рівень комфорту – це комплексний критерій, складовими якого є певні параметри:

- стан номерного фонду: площа номерів ($м^2$), частка одномісних (однокімнатних), багатокімнатних номерів, номерів-апартаментів, наявність комунальних зручностей і т. д.;
- стан меблів, інвентаря, предметів санітарно-гігієнічного призначення;
- стані наявність підприємств ресторанного господарства: ресторанів, кафе, барів;
- стан будинку, під'їзних колій, облаштованість прилягаючої до готелю території;
- інформаційне забезпечення і технічне оснащення**,** у тому числі наявність телефонного, супутникового зв'язку, телевізорів, холодильників, міні-барів, міні-сейфів тощо;
- забезпечення можливості надання ряду додаткових послуг.

За функціональним призначенням:

Виходячи з цього критерію, виділяють дві великі групи підприємств:

– транзитні готелі;

– цільові готелі.

Транзитні готелі призначені для обслуговування туристів в умовах короткочасної зупинки. Звичайно вони розміщені уздовж магістралей з великим рухом (залізничних, авіа-, авто-, водних).

Проектуються малої чи середньої місткості з обмеженим рівнем комфорту. У цій групі найбільшу популярність і велике поширення в світі одержали мотелі.

До цільових готелів відносяться готелі ділового призначення і готелі для відпочинку (курортні, туристичні).

Готелі ділового призначення обслуговують осіб, що перебувають у ділових поїздках і відрядженнях. Підприємства цієї групи найбільш відомі як готелі для конгресового обслуговування – симпозіумів, з'їздів, зборів, конференцій тощо. До цієї групи входить інсентив-туризм: заохочувальні поїздки для персоналу фірм (10-15% від загальної кількості ділових поїздок).

Зараз ця концепція с однією з провідних на ринку готельних послуг, що пояснюється особливостями сформованого попиту на готельне розміщення:

– понад 50 % поїздок – ділові;

– на поїздки з метою відпочинку і лікування припадає близько 40 %;

– поїздки з іншою метою (пошуки роботи, відвідування друзів тощо.) близько 10%.

Для обслуговування ділових людей повинні бути створені відповідні умови, у в’язку з чим до готелів ділового призначення пред’являються такі вимоги:

– місце розташування поблизу адміністративних, громадських та інших центрів ділового життя;

– перевага в номерному фонді одномісних номерів;

– обов'язкова організація в номері, поряд із зоною відпочинку і сну, робочої зони;

- наявність у номерному фонді номерів-апартаментів, необхідних для обслуговування у випадках розміщення ділових людей із членами своїх родин;

- наявність спеціальних приміщень для проведення ділових заходів: конференц-залів (бажано різної місткості), переговорних кімнат,

приміщень для експозиції тощо;

- наявність спеціального технічного устаткування: для синхронного перекладу, різноманітних видів зв'язку й оргтехніки;
- наявність служб фінансового забезпечення: відділень банків, пунктів обміну валюти тощо;
- забезпечення можливості надання високоякісного харчування: — наявність ресторанів європейської і національної кухні, кафе і барів вищих категорій, а також доставка харчування в номери;
- устаткування стоянок і гаражів для транспортних засобів тощо.

Курортні готелі. Концепція «курортного готелю» передбачає надання знаходження, харчування і ряду додаткових послуг людям, що прагнуть до відпочинку і відновлення здоров'я. Найбільш популярним місцем розміщення курортних готелів є території, що надають можливості для відпочинку і лікування в природних кліматичних і природних умовах: на морських узбережжях, у гірських районах тощо.

У структурі курортних готелів в обов'язковому порядку повинні бути передбачені приміщення для надання медичних послуг лікувально-профілактичного характеру, надання дієтичного харчування, заняття спортом і активним відпочинком і ін.

Туристичні готелі. Сутність концепції «туристичного готелю» зводиться до такого:

- готель, як правило, розташовується на туристичних маршрутах і приймає клієнтів з цих маршрутів;
- комплекс послуг формується відповідно до програми маршруту і заздалегідь визначається ваучером чи путівкою;
- для організації обслуговування в структурі готелю передбачені тур-бюро або бюро з подорожу екскурсій.

В Україні існує така класифікація готелів, відповідно до якої всі готелі поділяються на п'ять категорій. Категорії позначають символом –„*” (зірка).

Найвищу категорію готелю позначають — «*****», найнижчу — «*».

Мотелі класифікують за чотирмя категоріями з присвоєнням від однієї до чотирьох зірок.

Класифікацію готелів та аналогічних засобів розміщування (далі за текстом — готелі) за категоріями здійснюють згідно із загальною характеристикою готелю, яку визначають комплексом вимог до:

—матеріально-технічної оснащеності;

—переліку надаваних послуг;

—кваліфікації персоналу.

Категорію готелю зазначають на його вивісці, на квитанціях, у реєстраційній картці гостя та в рекламних документах.

Вимоги до кожної категорії готелі», наведені в стандарті, є мінімальні і їх потрібно виконувати у повному обсязі.

Можуть бути відхили від вимог до матеріально-технічної оснащеності готелю та переліку надаваних в них послуг, якщо будинок готелю відноситься до пам'яток історії чи архітектури, за виконання таких умов:

—керівництво готелю надає документальне підтвердження, засвідчене уповноваженим органом, що виконання вимоги неможливе з погляду збереження історичного характеру будинку, навколишніх забудов та прилеглої території;

—відхил не призведе до значного зниження вимог, встановлених для даної категорії готелю;

—в інформаційних та рекламних матеріалах, що стосуються готелю, подають інформацію проісторичний характер будинку і пов'язані з цим відхили від вимог до матеріально-технічної оснащеності чи переліку надаваних послуг.

Вимоги до готелів усіх категорій

Готель повинен мати зручні під'їзні шляхи з необхідними дорожніми знаками, упорядковану і освітлену прилеглу територію, майданчик з твердим покривом для короткочасного паркування і маневрування, за наявності окремого входу в ресторан – вивіску з його назвою.

Готель, що займає частину будинку, повинен мати окремий вхід.

Архітектурно-планувальні і будівельні елементи готелю та використовуване технічне устаткування повинні відповідати вимогам ДБН В.2.2-9.

У готелі потрібно створити умови, щоб убезпечити життя, здоров'я туристів, зберегти їх майно та захистити навколишнє середовище згідно з ДСТУ 4268 та розділу 5 цього стандарту.

Готелі мають бути оснащені інженерними системами і устаткуванням, які забезпечують:

—постійне; електропостачання;

—гарячо і холодне водопостачання (цілодобово);

—каналізацію,

—опалення, що забезпечує температуру в межах від 18 °С до 22 °С у житлових і громадських приміщеннях;

—вентиляцію (природну або примусову), яка забезпечує нормальну циркуляцію повітря і запобігає проникненню сторонніх запахів у номери і громадські приміщення;

—телебачення (підведення до усіх номерів);

—телефонний зв'язок;

—освітлення у номерах: природне (не менше одного вікна), штучне, забезпечене лампами розжарювання — 100 лк; люмінесцентними лампами — 200 лк; у коридорах — цілодобове освітлення.

Готель потрібно розміщувати у сприятливих екологічних умовах.

Проектуючи нові та реконструюючи наявні готелі, треба передбачати устаткування для задоволення потреб інвалідів та інших маломобільних груп населення згідно з вимогами ДБН В.2.2-9.

У готелі потрібно створювати всі необхідні умови для особистої гігієни, харчування і відпочинку персоналу. Приміщення для персоналу готелю повинні мати відповідне категорії готелю сучасно устаткування, зокрема санітарне.

Вимоги до устаткування та оснащення готелів різних категорій

Готелі категорії одна зірка.

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

Постільна білизна та рушники повинні бути якісні, без пошкоджень.

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

Готелі категорії дві зірки.

Усе 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.

Готелі категорії три зірки.

Будинок готелю повинен органічно вписуватися в архітектурний ансамбль вулиці (площі), головний фасад будинку повинен відповідати певному архітектурному стилю. Якщо будинок побудовано за невдалим проектом і він мас невиразний фасад, повинен бути застосований широкий спектр сучасних

будівельних технологій і матеріалів, які дають змогу зробити зовнішній вигляд привабливим.

Меблі та оснащення можуть бути з матеріалів середньої вартості, але добре оформлені, відповідати єдиному стилю. Усе устаткування повинно бути у доброму технічному стані та створювати затишок.

Номери та громадські приміщення повинні бути прикрашені декоративними елементами, картинами або іншими художніми творами.

Постільна білизна з натуральних тканин, незношена, однотонна або з малюнком, біла або кольорова, картата або у смужку.

Санвузли повинні бути оснащені якісним устаткуванням середньої вартості, стіни і підлога покриті відповідним водонепроникним матеріалом, зроблені без недоліків.

Готелі категорії чотири зірки.

Будинок готелю повинен органічно вписуватися в архітектурний ансамбль вулиці (площі).

Усі фасади будинку повинні відповідати певному, чітко вираженому архітектурному стилю; у випадку реконструкції будинку, який є історико-архітектурною пам'яткою, потрібно зберегти початковий вигляд фасадів, фресок, вітражів.

Інтер'єр будинку повинен бути створений відповідно до єдиного дизайн-проекту, стіни прикрашені художніми творами, які гармонують з інтер'єром.

Будівельні матеріали, меблі та устаткування громадських приміщень і номерів повинні бути з дорогих матеріалів, комфортні та у дуже доброму технічному стані. У всіх приміщеннях мають бути килими або килимові 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.

Вимоги до будинку такі самі, як до готелів категорії чотири зірки. Винятковий дизайн інтер'єру. Номери, холи, вестибюль прикрашено авторськими роботами: картинами, декоративними прикрасами, керамікою, гобеленами тощо. Предмети інтер'єру і оформлення повинні створювати респектабельну атмосферу готелю.

Загальне устаткування, устаткування громадських приміщень, кімнат та санвузлів, меблі та килими повинні бути з найдорожчих матеріалів, мати власні неповторні особливості і перебувати у бездоганному стані. Постільна білизна з тонкотканих натуральних тканин з вишитою або витканою емблемою готелю.

7 ПОРЯДОК ВІДКРИТТЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ. ДЕРЖАВНА РЕЄСТРАЦІЯ

Необхідність державної реєстрації суб'єктів господарювання як юридичних, так і фізичних осіб, установлено СТ.19 та 58 ГКУ. Основним нормативним документом визначаючим порядок державної реєстрації, є закон про державну реєстрацію .

Державна реєстрація юридичних та фізичних осіб - підприємців являє собою підтвердження факту створення або закриття юридичної особи, підтвердження факту отримання або позбавлення статусу підприємця фізичною особою, а також здійснення других реєстраційних дій, передбачених законодавством, через внесення відповідних записів в Єдиний державний реєстр.

Документи, необхідні для проведення реєстрації юридичних осіб і фізичних осіб – підприємців, подаються в виконавчий комітет міської ради міста обласного значення або в районну, державну адміністрацію по місцезнаходженню юридичної особи, або по місту проживання фізичної особи-підприємця.

У відповідності з *законом про державну реєстрацію*:

- місцезнаходження юридичної особи – адреса органа або особи, які згідно установчих документів юридичної особи або закону, виступає від його імені (далі – виконавчий орган);
- місце проживання фізичної особи – житловий будинок, квартира, друге приміщення, гідне для проживання в ньому (гуртожиток, готель і т.п.), в відповідному населеному пункті, в якому фізична особа проживає постійно, переважно або тимчасово, яке знаходиться по вказаній адресі, по якому здійснюється зв'язок з фізичною особою підприємцем.

Державна реєстрація здійснюється по принципу «єдиного вікна», при якому для реєстрації підприємства необхідно звернутися до державного реєстратора з відповідним пакетом документів.

Після цього вказаний реєстратор здійснює державну реєстрацію підприємства, і передає органам державної статистики, державної податкової служби, Пенсійному фонду України, і фондів соціального страхування повідомлення і відомості із реєстраційних карток, про здійснення реєстраційних дій. У відповідності до інформації, яка надійшла від держреєстратора, вказані відомства беруть на облік таке підприємство. Необхідні документи надаються в «єдине вікно», і в майбутньому процедура реєстрації (а також отримання повідомлення про взяття на облік) відбувається безконтактно.

Крім цього, обов'язкові державні реєстрації підлягають також внесення змін в установчі документи юридичної особи, а також зміна прізвища і (або імені), і (або по-батькові), або місце проживання фізичної особи підприємства.

Реєстраційний збір за проведення державної реєстрації стягується в наступних розмірах:

- 10 неоподаткованих мінімумів громадян, за проведення реєстрації **юридичної особи;**
- - 2 неоподаткованих мінімуму доходів громадян – за проведення державної реєстрації **фізичної особи – підприємця.**

За проведення державної реєстрації змін в установчих документах юридичної особи, державної реєстрації змінення ім'я, або місця проживання фізичної особи - підприємця стягується реєстраційний збір у розмірі 30 % реєстраційного збору, вказаного вище.

За видачу дубліката оригіналу установчих документів і змін до них, підтверджених державним реєстратором, стягується реєстраційний збір в розмірі одного неоподаткованого мінімуму доходів громадян.

Відмітимо, що згідно п.*4 Ст.4 закон про державну реєстрацію* Відокремлені **підрозділи** юридичної особи **не підлягають юридичної реєстрації**. Відомості про відокремлені підрозділи суб'єктів господарювання додаються до його реєстраційного справи і заносяться в Єдиний державний реєстр в установленому порядку.

Порушення установленого законом порядку, створення суб'єкта господарювання або недостовірність та невідповідність вимогам документів, які подаються для його реєстрації, є основою для відмови в державній реєстрації суб'єкта господарювання. Відмова в реєстрації суб'єкта господарювання по іншим причинам не дозволяється.

Діяльність незареєстрованого суб'єкта господарювання, який підлягає реєстрації, забороняється. Доходи, отримані таким суб'єктом, стягується в Державний бюджет України в установленому законом порядку.

Перереєстрація суб'єкта господарювання здійснюється при зміненні форми власності, на який заснований даний суб'єкт господарювання, або організаційної форми господарювання, або найменування суб'єкта господарювання і здійснюється згідно порядку установленому для його реєстрації.

Відміна(припинення) державної реєстрації суб'єкта господарювання відбувається за його особистим зверненням, а також у відповідності до рішення суду у випадках визнання недійсними або такими що не відповідають законодавству установчих документів, або здійснення діяльності, що не відповідає закону або установчим документам, або в інших випадках, передбачених законом.

Відміна державної реєстрації припиняє господарську діяльність і є підґрунтям для здійснення заходів по ліквідації суб'єкта господарювання.

Відомості про припинення діяльності або реорганізацію (ліквідації) суб'єкта господарювання підлягають оголошенню організацією що реєструє в спеціальному додатку до газети «Урядовий кур'єр», і (або) в офіційному

печатному виданні органу державної влади, або органу місцевого самоврядування по місцезнаходженню суб'єкта господарювання на протязі 10 днів з моменту внесення в Єдиний державний реєстр запису про припинення суб'єкта господарювання (внесення змін в відомості про державну реєстрацію) згідно з порядком, установленим Кабінетом міністрів України.

7.1 Порядок реєстрації юридичних осіб

Для проведення державної реєстрації юридичної особи засновник (засновники) або уповноважена ними особа повинні особисто подати державному реєстратору (надіслати поштовим відправленням з описом вкладення або в разі подання електронних документів подати опис , що містить відомості про надіслані електронні документи, в електронній формі) такі документи:

- заповнену реєстраційну картку на проведення державної реєстрації юридичної особи;

- примірник оригіналу (ксерокопію , нотаріально засвідчену копію) рішення засновників або уповноваженого ними органу про створення юридичної особи у випадках , передбачених законом;- Два примірники установчих документів (у разі подання електронних документів - один примірник) ;

- документ, що засвідчує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації юридичної особи. У разі подання електронних документів для проведення державної реєстрації юридичної особи підтвердженням внесення плати за проведення державної реєстрації юридичної особи є примірник електронного розрахункового документа , засвідченого електронним цифровим підписом ;

- інформацію з документами , що підтверджують структуру власності засновників - юридичних осіб , яка дає можливість встановити фізичних осіб - власників істотної участі цих юридичних осіб .

При створенні юридичної особи на підставі модельного статуту в реєстраційній картці на проведення державної реєстрації юридичної особи проставляється відповідна відмітка з посиланням на типовий установчий документ. У випадках , передбачених законодавством з питань запобігання , недопущення , усунення чи обмеження конкуренції , додатково подається (надсилається) копія рішення органів Антимонопольного комітету України або Кабінету Міністрів України про надання дозволу на узгодження дії або на концентрацію суб'єктів господарювання .У разі державної реєстрації юридичної особи , додатково подається документ про підтвердження реєстрації іноземної особи в країні її місцезнаходження , зокрема витяг із торговельного, банківського або судового реєстру , який відповідає вимогам *частини шостої ст.8 Закону про державну реєстрацію*.

Окремо наведемо розміри мінімального статутного капіталу для господарських товариств , а також їх установчі документи (табл. 7.1).

Таблиця 7.1 - Розміри мінімального статутного капіталу для господарських товариств, їх установчі документи

Вид підприємства (господарського товариства)	Установчі документи	Мінімальний статутний капітал
Акціонерне товариство (АТ)	Статут	1250 мінімальних заробітних плат
Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ)	Статут	-
Товариство з допоміжною відповідальністю (ТДО)	Статут	-
Повне товариство (ПТ) і командитне товариство (КТ)	Установчий договір	-
Приватне підприємство	Статут	-

Якщо документи для проведення державної реєстрації юридичної особи подаються засновником юридичної особи, державному реєстратору додатково надається його паспорт.

Якщо документи для проведення державної реєстрації юридичної особи подаються особою, уповноваженою засновником (засновниками) юридичної особи, державному реєстратору додатково надається його паспорт і надається документ, який підтверджує його повноваження, або в випадку надання електронних документів – документ, який підтверджує повноваження такої особи, в електронній формі додається до документів, передбачених ч.1-7 ст.24 Закону про державну реєстрацію.

Документи, надані для проведення державної реєстрації юридичної особи, приймаються згідно з описом, копія якої в день надходження документів видається (направляється поштовим відправленням) засновнику або уповноваженій особі з відміткою про дату надходження документів. Дата надходження документів для проведення державної реєстрації юридичної особи заноситься в журнал обліку реєстраційних дій.

До оформлення документів, наданих державному реєстратору, *ст.8 Закону про державну реєстрацію* затверджений ряд вимог.

Документи, які у відповідності з вимогами Закону про державну реєстрацію надаються (направляються поштовим відправленням, або електронним документом) державному реєстратору, повинні бути викладені на державній мові.

Реєстраційна картка заповнюється машинописним текстом або від руки печатними літерами. Якщо документ направляється державному реєстратору поштовим відправленням, справжність підпису заявника на реєстраційній картці (заяві, повідомленні) повинна бути нотаріально завірена.

Підпис особи, уповноваженого діяти від імені юридичної особи (виконавчого органу), на реєстраційній картці і заяві про втрату (заміні)

документів повинна бути завірена відповідною посадовою особою в установчому порядку.

Установчі документи (установчий акт, статут, або установча угода, положення) юридичної особи повинна мати відомості, передбачені законодавством. Відповідальність за відповідність установчих документів вимогам законодавства несуть засновники (учасники) юридичної особи.

Установчі документи юридичної особи, а також зміни до них викладаються в письмовому вигляді, прошиваються, пронумеровуються, і підписуються засновниками (учасниками) або уповноваженими особами, якщо законом не встановлений порядок їх затвердження. В передбачених законом випадках установчі документи повинні бути погоджені з відповідними органами державної влади.

Внесення змін в установчі документи юридичної особи оформлюються окремим додатком або викладенням установчими документами в новій редакції. На титульній сторінці додатку до установчих документів юридичної особи робиться відмітка про те, що вказані документи є невід'ємною частиною відповідних установчих документів.

Порядок проведення державної реєстрації юридичної особи затверджений *ст.25 Закону про державну реєстрацію.*

Так, строк державної реєстрації юридичної особи не повинен перевищувати трьох робочих днів з дати отримання документів для проведення державної реєстрації юридичної особи. Дата внесення в єдиний державний реєстр відмітки про проведення державної реєстрації юридичної особи є дата державної реєстрації юридичної особи.

Не пізніше наступного робочого дня з дати державної реєстрації юридичної особи, державним реєстратором видається (направляється поштовим відправленням) засновнику або уповноваженій особі один екземпляр оригіналу установчих документів з відміткою державного

реєстратора про проведення державної реєстрації юридичної особи і виписка з єдиного державного реєстру.

7.2 Порядок реєстрації фізичної особи

Розглянемо порядок державної реєстрації фізичної особи, що має намір стати підприємцем у відповідності з Законом про державну реєстрацію.

Згідно ст.42 Закону про державну реєстрацію для проведення державної реєстрації фізична особа, яка має намір стати підприємцем та має реєстраційний номер облікової картки платника податків, або уповноважена ним особа (далі - заявник) повинна подати особисто (направити поштовим відправленням з описом вкладення або у випадку подання електронних документів подати опис , що містить відомості про надіслані електронні документи , в електронній формі) або через уповноважену особу державному реєстратору за місцем проживання документи.

Якщо документи для проведення державної реєстрації подаються заявником особисто, державному реєстратору додатково пред'являється паспорт. Документи, надані для проведення державної реєстрації фізичної особи - підприємця , приймаються за описом, копія якого в день надходження документів видається (надсилається поштовим відправленням) заявнику з відміткою про дату надходження документів.

Дата внесення до Єдиного державного реєстру запису про проведення державної реєстрації фізичної особи - підприємця є датою державної реєстрації фізичної особи - підприємця.

Строк державної реєстрації фізичної особи - підприємця не повинен перевищувати двох робочих днів з дати надходження документів для проведення державної реєстрації фізичної особи - підприємця.

Не пізніше наступного робочого дня з дати державної реєстрації фізичної особи - підприємця державним реєстратором видається (надсилається поштовим відправленням) заявнику виписка з Єдиного державного реєстру.

Що стосується надання інформації про зареєстроване фізичну особу іншим органам, то відповідно до Закону про державну реєстрацію державний реєстратор не пізніше наступного робочого дня з дати державної реєстрації фізичної особи - підприємця зобов'язаний передати відповідним органам статистики, державної податкової служби, Пенсійного фонду України повідомлення про проведення державної реєстрації фізичної особи - підприємця із зазначенням номера та дати внесення відповідного запису до Єдиного державного реєстру та відомості з реєстраційної картки на проведення державної реєстрації фізичної особи - підприємця для взяття фізичної особи - підприємця на облік.

8 ОРГАНІЗАЦІЙНІ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

8.1. Сутність процесу управління

Управління готельним підприємством — важливий вид фахової економічної діяльності, спрямованої на досягнення мети через раціональну організацію матеріальних, трудових, інформаційних ресурсів зі застосуванням принципів, функцій і методів управління.

Мета управління — збереження конкурентних позицій у середовищі сфери гостинності, яка реалізується в підсумку в забезпеченні рентабельності підприємства. Рентабельності в готельній сфері досягають унаслідок розв'язання комплексу завдань: створення раціональної організації структури управління; дієвого використання кадрового потенціалу; розвитку матеріально-технічної бази підприємства; ефективної організації технології обслуговування; широкого використання сучасних маркетингових досліджень, кооперації та спеціалізації.

Вирізняють такі підходи в організації управління готельним підприємством:

— *процесуальний* — прогнозує управління як безперервний процес взаємопов'язаних управлінських функцій;

— *системний* — за цього підходу готельне підприємство розглядають як поєднання взаємопов'язаних елементів — людських ресурсів, структурних підрозділів, технології, управлінських рішень, зорієнтованих на досягнення різних цілей в умовах змінного зовнішнього середовища;

— *ситуаційний* — передбачає застосування різних методів управління відповідно до обставин, що формуються в середовищі гостинності. Середовище гостинності мінливе та перебуває під постійним впливом

внутрішніх і зовнішніх чинників. Це зумовлює зростання найефективнішого в певній ситуації методу управління.

8.2 Поняття та принципи побудови систем управління в готелях

Побудова організаційно-функціональної структури управління має важливе значення для забезпечення ефективного функціонування будь-якого готельного підприємства.

Організаційно-функціональна структура управління — це впорядкована система управлінських ланок, розташованих у чіткому підпорядкуванні, що забезпечує взаємозв'язок між керуючою та керованою підсистемами, розвиток системи як єдиного цілого.

Ланки управління формують структуру з конкретним розташуванням, співвідношенням і взаємозв'язком. Створення організаційної структури управління зумовлене необхідністю розподілу прав і обов'язків між окремими підрозділами організації.

Організаційна структура управління належить до ключових понять у менеджменті й необхідна для визначення злагодженого взаємозв'язку та взаємодії структурних ланок в управлінському процесі, коригування їхнім функціональним процесом у досягненні цілей.

Організаційну структуру готельного підприємства формують, щоби забезпечити його перспективну конкурентоздатність, економічну ефективність, раціональну кооперацію.

Подана організаційно-функціональна структура управління у вигляді схеми, яка відображає взаємозв'язки структурних підрозділів готелю відповідно до виконання функцій в управлінні підприємством. Ця схема показує розташування кожної служби та посади у загальній організації готелю, ілюструє розподіл повноважень і обов'язків персоналу. Вона

необхідна для дієвого реалізування основних функцій працівниками, визначення їхньої підзвітності.

Управління підприємством індустрії гостинності пов'язане з оптимальним розподілом цілей і завдань між структурними ланками (службами, змінами, бригадами та ін.) і кожним окремим працівником. Структуру управління в такий спосіб визначають розподілом органів управління індустрії гостинності, характером їхньої спеціалізації — завданнями управління та формами координації діяльності.

Візуально організаційну структуру управління готельного підприємства відображають графічно у вигляді двовимірної схеми, яка фіксує у компактній формі інформацію про ієрархічність, повноваження та підпорядкування рівнів управління.

Організаційну схему управління створюють керівники готельного підприємства на початковій стадії виникнення і визначають спеціалізацією закладу, його категорією, обсягом номерного фонду, розташуванням, категорією гостей та іншими чинниками. У формуванні організаційної схеми вагома роль належить аналізу створення підрозділів управління, чіткого визначення їхніх функціональних обов'язків, зв'язків у самому підрозділі (службі, відділі) та між підрозділами у виробничому процесі. Структуру управління затверджує Статут підприємства, і це документально оформляється спеціальним положенням про сферу послуг, посадовими інструкціями всіх рівнів управління.

Організаційна структура управління готельним підприємством оптимальна тоді, коли всі структурні підрозділи доповнюють процес створення готельної послуги, забезпечуючи його діяльність і водночас максимальну ефективність функціонування в досягненні кінцевого результату, яким вважається надання конкурентоздатних послуг.

З-поміж основних принципів організації системи управління готельними підприємствами виокремлюють:

— орієнтацію на виробництво послуг згідно з попитом гостей;

— організаційну структуру управління, що повинна відображати його цілі й стратегію;

— постійне впровадження організації виробництва через його - спеціалізацію та диверсифікацію;

— поєднання прав і обов'язків, відповідальності й контролю в управлінні;

— швидку адаптацію — здатність чітко реагувати на зміни попиту, вдосконалювати технологію виробництва, запроваджувати інновації;

— економічність — відповідність витрат на утримання органів управління можливостям організації;

— простоту в управлінні, сформовану з незначної кількості рівнів управління, укомплектованих кваліфікованими спеціалістами, зрозумілу персоналові та пристосовану до певної форми управління;

— оптимальність в управлінні — організація має забезпечувати раціональні зв'язки між службами та персоналом;

— керованість, що передбачає здатність керівників своєчасно приймати та доводити до виконавців ефективні рішення, домагатись чіткого їхнього виконання для досягнення цілей.

Організаційна схема управління повинна постійно змінюватись, зокрема за динамічного зовнішнього середовища готелю й структури управління. Відповідно до змін у структурі управління, які спричиняють зміни у чисельності персоналу, важливо, щоби ці зміни суттєво не позначались на якості обслуговування. Персонал у сфері гостинності завжди має взаємодоповнюватись, бути взаємозамінним у певному структурному підрозділі.

В організаційній структурі управління готелю виокремлюють рівні управління, ланки (відділи) і зв'язки.

Рівень управління — це сукупність ланок, що займають певний ієрархічний рівень у системі управління готелем. Рівні управління перебувають у вертикальному підпорядкуванні. Сюди входять адміністрація (керівники вищого рівня), менеджери служб та керівники окремих відділів. Типова структура управління у готелях характерна трьома рівнями: інституційним (вищим), управлінським (середнім), технічним (нижчим).

До ланок управління належать структурні підрозділи. Менеджери виконують функції управління, забезпечують регулювання та координацію діяльності декількох структурних підрозділів, окремих спеціалістів. Зв'язки між окремими відділами (підрозділами) мають горизонтальний характер.

Ланка управління — це відокремлений орган з функціями управління та визначеною відповідальністю за їх виконання.

Ланками у готелях є служби, відділи, підприємства, котрі надають додаткові послуги, й окремі особи. Визначення повноважень, розподіл функцій і обов'язків, зв'язки між персоналом готелю ґрунтуються на офіційній і неформальній основі.

Співробітників готелю за характером виконання виробничих функцій поділяють на обслуговуючий персонал та службовців.

До персоналу, що забезпечує обслуговування приміщень" належить молодший обслуговуючий персонал — прибиральники, двірники, електрики, столярі та ін.

Службовці управляють, вивчають виробничий процес, моніторинг ринку, вдосконалюють технологію, здійснюють юридичні, фінансово-бухгалтерські функції тощо.

В організаційній структурі готелів виокремлюють основні служби, типові для більшості готелів, допоміжні й додаткові.

До основних належать служби: прийому та розміщення; бронювання; обслуговування номерів; ресторанного господарства; фінансова; комерційна; інженерно-експлуатаційна.

Допоміжні забезпечують діяльність основних служб, урізноманітнюють готельні послуги. Серед допоміжних — пральня, хімчистка, майстерня з ремонту взуття, одягу та ін.

Додаткові служби (бізнес-центр, спортивно-оздоровчий центр, перукарня, косметичний кабінет, торгові кіоски, відділення зв'язку, солярій і под.) надають платні послуги.

Зауважимо, що в сучасних умовах широкої спеціалізації, диверсифікації готельного продукту, різних розмірів та категорії готельних підприємств не існує ідеальної та єдиної моделі управління готелями. Вибір моделі організаційно-функціональної структури управління визначається конкретними особливостями позиціювання на ринку готельного підприємства і повинен спрямовуватись згідно з необхідністю оптимального задоволення попиту клієнтів.

Організаційна структура в готельних підприємствах залежить від їхніх розмірів і типу. У великих готелях вона розгалужена і забезпечує можливість оптимального управління різними функціональними напрямами. У готелях низької та середньої місткості передбачено мінімальний набір служб, які гарантують пропозицію основних готельних послуг. Наприклад, лише у структурі великих готельних комплексів служби бронювання, обслуговування фінансово-бухгалтерська, комерційна, інженерно-експлуатаційна та маркетингова мають окремі структурні підрозділи. У малих і середніх готелях функції бронювання й обслуговування клієнтів виконують окремі співробітники служби прийому та розміщення. Аналогічна ситуація в позиціюванні інших служб.

Служби у готелях, залежно від здійснення безпосередньої взаємодії з клієнтами, умовно можна поділити на дві категорії: контактні служби, персонал котрих має безпосередню взаємодію з клієнтами; безконтактні служби, у функціонуванні яких не здійснюється безпосередня взаємодія з клієнтами. У готельній індустрії такий поділ має важливе значення, оскільки

формує підходи в управлінні й організації роботи керівників служб і регламентує вимоги стосовно персоналу.

Основними вимогами до персоналу контактних служб є:

— привабливий зовнішній вигляд (відповідна зачіска, макіяж, одяг, прикраси та ін.);

— знання етики та психології спілкування;

— комунікабельність;

— знання іноземних мов;

— обмеження у віці (для персоналу рецепції — вік до 30 років).

Інституційний рівень управління готельним підприємством уособлює власник готелю, генеральний директор або голова ради директорів (наглядова рада). Форма власності в невеликих готелях — це переважно одноосібне володіння, у великих готелях, готельних ланцюгах — акціонерна форма власності.

Вищий рівень приймає загальні рішення стратегічного характеру, координує роботу керівників відділів, менеджерів служб. Стратегічні завдання готельних підприємств, які визначають та вирішують їхні власники, стосуються орієнтації підприємства на обслуговування певного сегмента ринку готельних послуг, модернізації та диверсифікації послуг, участі в корпоративних формах економічної діяльності, цінової політики та ін. Від розв'язання категорії загальних питань залежить розташування готелю, його місткість, архітектура, обладнання, підбір персоналу.

Генеральний директор — особа, уповноважена власником готелю. Він виконує функції посередника між власником, з одного боку, і гостями — з іншого. Окрім цього, обґрунтовує загальні напрями політики готельного підприємства, фінансову політику, спрямовану на визначення лімітів витрат для утримання персоналу, адміністративні й господарські потреби, відповідає за прийняття рішень щодо орієнтування закладу розміщення на обраний сегмент ринку. Генеральний директор розв'язує питання закупівельної

політики, визначає підприємства — постачальників ресурсів, а також пріоритетних постачальників. Вище керівництво також вирішує проблеми запровадження системи розрахунків із клієнтами, політику тарифів, систему маркетингових досліджень ринку.

У великих готелях зі значною кількістю персоналу управлінська структура вищої ланки може передбачати посаду заступника генерального директора, який відповідає за прийняття оперативних рішень, постійно контролює технологічний процес, тому зобов'язаний тривалий час перебувати на підприємстві. Він має тісніші зв'язки з клієнтами, зобов'язаний вирішувати проблеми, пов'язані з обслуговуванням гостей.

Для забезпечення цілодобового контролю адміністрації за діяльністю підприємства в окремих великих готелях існує посада виконавчого директора.

Управлінський рівень у закладах гостинності забезпечує реалізацію політики підприємства, розробленої керівниками вищого рівня управління. Вони відповідають за надходження, уточнення, розподіл завдань у підрозділах, контролюють їхнє виконання. Менеджери відділів мають широкі обов'язки і виконують вагому роль у прийнятті рішень. Окрім реалізації загальних питань у конкретних управлінських рішеннях, вони розв'язують проблеми оптимізації технологічного процесу згідно з новітніми методами, кадровою роботою у відділі, матеріально-технічним забезпеченням, взаємодією з іншими структурними підрозділами. У великих готелях цей рівень може мати 5—6 заступників директора (менеджерів відділів) та 10—15 менеджерів служб. До керівників середнього рівня належать менеджери служби громадського харчування, розміщення, фінансового, технічного, комерційного відділів та ін.

Менеджер з питань харчування управляє рестораном та іншими формами гастрономічних закладів, які функціонують у готелі. Йому безпосередньо підпорядковані шеф-повар, метрдотель, менеджер банкетного обслуговування, старший офіціант.

Менеджеру з розміщення підпорядковані менеджери основних готельних служб — бронювання, приймання та поселення, господарської служби.

Менеджер фінансового відділу управляє роботою головного бухгалтера, менеджера господарської служби, оператора комп'ютера, завідувача відділу заробітної плати.

Менеджер технічного відділу очолює інженерно-експлуатаційний відділ. У готелях посаду менеджера технічного відділу називають по-різному — головний інженер, директор з технічної експлуатації та ін. Йому підпорядкований старший майстер, завідувачі майстерень з ремонту обладнання, систем опалення, технічної безпеки, холодильних установок, меблів і под.

Менеджеру комерційного відділу підпорядкований менеджер з питань матеріально-технічного постачання, менеджер обслуговування конгресів, менеджер з реклами та ін.

Технічний рівень — це керівники нижчої ланки, котрі безпосередньо керують обслуговуючим персоналом. У готелях до цієї категорії належать керівники виробничих ланок, які відповідають за розподіл завдань серед виконавців, контролюють їхнє виконання, водночас самі беруть участь у виробничому процесі.

Керівники всіх відділів у готелях, окрім функції управління, виконують доручення керівників вищого рівня. Частка виконавчої функції зростає з пониженням рівня управління. Не виконує доручень лише власник готелю. Як засвідчує моніторинг, виконання доручень, згідно з витраченим часом, займає на вищому рівні близько 10 %, на середньому — 50 %, нижчому — близько 70 % загального часу менеджерів. Решта часу менеджери витрачають на прийняття рішень з управління.

Зв'язки гарантують взаємодію та координацію між елементами структури управління готельним підприємством. Відповідно до характеру

відносин елементів структури зв'язки поділяють на вертикальні й горизонтальні.

Вертикальні зв'язки забезпечують процес управління та підпорядкування (наприклад, зв'язок між генеральним директором і менеджером певної служби). Вони виникають під час ієрархічної побудови системи управління, наявності чіткої організації рівнів управління готельним підприємством, кожен з яких має власні цілі.

Горизонтальні зв'язки відображають взаємини кооперації та узгодження дій між рівноправними елементами одного ієрархічного рівня управління. Такий характер взаємодії, скажімо, здійснюється між менеджерами служб готельного підприємства з проблем узгодження сумісних дій у технологічному процесі.

У структурі управління готельними підприємствами, згідно з характером управлінських рішень, розрізняють лінійні та функціональні зв'язки. Лінійні відображають передання управлінської інформації загального характеру, необхідне для виконання із підпорядкуванням нижчих підрозділів вищим у всіх питаннях. Ця система проста й ефективна, якщо проблеми нескладні, а рішення можуть самостійно приймати підрозділи. Функціональні — пов'язані з підпорядкуванням нижчих підрозділів певним діючим підрозділам, які професіонально вирішують окремі функції управління готелем, що стосуються фінансів, планування, технології та ін. Ці зв'язки забезпечують передачу змістовно обґрунтованої управлінської інформації.

8.3 Типи організаційних структур управління

У досвіді функціонування закладів розміщення найпоширеніші такі типи організаційних структур управління: лінійна; функціональна; лінійно-функціональна; продуктова; матрична.

Лінійна організаційна структура управління відображає лінійні форми зв'язку між ланками управління. Весь комплекс функцій управління та вироблення управлінських рішень зосереджує лінійний менеджер, який відповідає за діяльність усього готелю (невеликого) або його структурних підрозділів (великого). Кожен підлеглий підрозділу безпосередньо підпорядковується лише одному керівникові — через нього надходять усі управлінські рішення.

Вищий орган (керівник) не має права віддавати розпорядження обслуговуючому персоналу, оминаючи їхнього безпосереднього керівника, тобто реалізується принцип єдиноначальства.

На цій основі створюють ієрархію системи управління, наприклад: "керівник дільниці — менеджер служби — директор підприємства".

Окремі спеціалісти допомагають лінійному керівникові отримати й аналізувати інформацію, виробляти управлінські рішення, але самі вказівок та інструкцій керованому об'єктові не дають (табл. 8.1).

Таблиця 8.1 - Переваги та недоліки лінійної організаційної структури управління

Переваги	Недоліки
Прозірні й прості зв'язки між підрозділами (один канал зв'язків) Єдність і чіткість розпоряджень Чітка відповідальність керівника за результати діяльності очолюваного підрозділу Оперативність у прийнятті рішень Отримання виконавцями розпоряджень і завдань,	Високі вимоги до керівника, який повинен мати різнобічні знання та досвід з усіх функцій управління й сфер діяльності, що водночас обмежує його можливості ефективно управляти організацією Перевантаження інформацією, великий потік документації, безліч контактів із підлеглими, вищими та суміжними організаціями Відсутність спеціалістів з окремих функцій управління та планування Невідповідність вимогам сучасного виробництва

пов'язаних між собою і забезпечених ресурсами	

Лінійній структурі управління властива простота, чіткість, узгодженість дій виконавців, оперативність і водночас менша гнучкість в адаптації до мінливого ринку готельних послуг. Кожен керівник має широку повноту влади, але незначні можливості розв'язання проблем, ґрунтовані на глибоких спеціалізованих знаннях.

У досвіді управління лінійну організаційну структуру використовують насамперед у малих за розмірами закладах розміщення, що надають основні послуги та незначний обсяг додаткових (однорідний продукт) за відсутності широких зв'язків у кооперації.

Суть функціональної організаційної структури управління полягає у виконанні окремих функцій спеціалізованими органами управління й окремими спеціалістами, котрі мають значні управлінські повноваження. В організації управління готелями спеціалісти одного профілю об'єднуються здебільшого в структурні підрозділи (відділи), наприклад, у відділи маркетингу, прийому та розміщення, фінансів, комерційний та ін. Отже, загальне завдання управління готелем, починаючи від середнього рівня, поділяють за функціональним критерієм, звідси і походження назви «функціональна структура управління» (табл. 8.2).

Таблиця 8.2 - Переваги та недоліки функціональної організаційної структури управління

Переваги	Недоліки
Висока компетентність спеціалістів, які відповідають за здійснення конкретних функцій	Труднощі у підтримуванні постійних взаємозв'язків між різними функціональними службами
Розширення можливостей лінійних керівників у питаннях	Відсутність взаєморозуміння та єдності дій між працівниками

стратегічного управління виробництвом через передання низки функцій спеціалізованим ланкам Можливість централізованого контролю стратегічних результатів Відповідність структури стратегії Підвищення ефективності управління там, де завдання повсякденні та повторювані. Швидке реагування на потреби практики створення нових функціональних служб	функціональних служб різних виробничих відділень готелю Зменшення рівня відповідальності виконавців за роботу через подвійне підпорядкування Порушення принципу єдиноначальності Виникнення проблем функціональної координації, можливість міжфункціонального суперництва, конфліктів Формування вузького погляду менеджменту та вироблення дрібних, часткових рішень Перенесення відповідальності за прибуток на вищі рівні управління Випадки нераціонального визначення пріоритетів організації функціональними спеціалістами Функціональна короткозорість часто спрацьовує проти дієвого підприємництва, пристосування до змін

За функціональної структури виникає штат спеціалістів з високою компетенцією у певній сфері, які відповідають за конкретний напрям управління. Функціональна спеціалізація апарату управління значно підвищує результативність діяльності готельного підприємства. Цю модель використовують в умовах швидкого збільшення обсягів виробництва і його ускладнення, появи нових видів послуг та обслуговування у готельних комплексах.

Лінійно-функціональну (комбіновану структуру управління готелем) створюють із спеціалізованих ланок (змін, бригад) при кожному лінійному керівникові. Ця модель дає керівникам готелю змогу вивчати і приймати рішення стосовно проблем, які виникають, концентрувати увагу на поточній діяльності.

Комбінований тип управління усуває недоліки лінійного та функціонального типів.

У цій структурі управління функціональні ланки позбавлені права безпосереднього впливу на виконавців, вони готують рішення для лінійного керівника, який прямо впливає на виконавців. Передбачено, що першому (лінійному) керівникові у виробленні конкретних питань і підготовці відповідних рішень, програм, планів допомагає спеціальний апарат з функціональних підрозділів (відділів, груп) (табл. 8.3).

Таблиця 8.3 - Переваги та недоліки лінійно-функціональної організаційної структури управління

Переваги	Недоліки
Вивільнення головного лінійного керівника від детального вивчення виробничих завдань й управлінських проблем Фахове опрацювання, дослідження й аналіз управлінських рішень у готелі завдяки використанню досвіду висококваліфікованих спеціалістів Можливість залучення для вивчення й удосконалення технологічного процесу послуг експертів, консультантів, науковців, спеціалістів-практиків	Тенденції до надмірної централізації прийняття управлінських рішень Відсутність тісного взаємозв'язку та взаємодії на горизонтальному рівні між структурними підрозділами готелю Ускладнена реалізація технологічних нововведень без залучення керівників вищої ланки

За лінійно-функціональної структури управління переваги має лінійна організація, але з підвищенням рівня управління зростає роль функціонального управління. Якщо в межах управління невеликих структурних ланок його роль незначна, то в масштабі управління підприємством — навпаки. Функціональні служби забезпечують весь обсяг технічної підготовки виробництва, готують варіанти розв'язання завдань, пов'язаних із керуванням процесом виробництва, звільняють лінійних керівників від планування, фінансових розрахунків та ін.

Комбіновані структури забезпечують розподіл праці, за яким лінійні ланки управління повинні приймати рішення та контролювати, а функціональні — консультувати, інформувати, організовувати, планувати.

Продуктовий тип організаційної структури управління передбачає створення самостійних господарських ланок, орієнтованих на виробництво окремих готельних послуг, ринок або категорію споживачів. У такій організації управління структурні підрозділи, котрі називають центром (центр прибутку, центр реалізації, центр інвестицій), мають власні підрозділи (служби, бригади, зміни), виробництва, збут, планування та ін. У підпорядкуванні адміністрації готелю перебувають служби (відділи, підрозділи), що координують загальні для закладу питання діяльності. Така децентралізація в управлінні забезпечує високу гнучкість у стратегії кожного господарського підрозділу, зумовлює звільнення керівника готелю від управління конкретними процесами і дає йому змогу зосереджуватись на загальній стратегії функціонування підприємства.

Продуктова організаційна структура характерна для готельних комплексів зі складною функціональною структурою виробничої організації. Окрім основних послуг, спеціалізовані підрозділи у системі підприємства надають низку додаткових послуг. Така організаційна структура управління притаманна курортним, туристським готельним комплексам (табл. 8.4).

Матричний тип організаційної структури управління використовують у готелях, продукт яких має відносно нетривалий життєвий цикл і часто змінюється, тобто підприємствам необхідно мати високу гнучкість у виробництві й стратегії. За такої структури формують тимчасові групи спеціалістів, куди скеровують персонал і необхідні ресурси з функціональних відділів.

Для визначення горизонтальних зв'язків у матричній структурі управління необхідно:

— підбирати і призначати керівника програми (проекту), його заступників у певних підрозділах згідно зі структурою програми;

— вибирати та призначати відповідальних виконавців у кожному спеціалізованому відділі;

— організувати спеціалізовану службу управління програмою.

Таблиця 8.4 - Переваги та недоліки продуктової організаційної структури управління

Переваги	Недоліки
Створення логічних і дієвих засобів децентралізації влади Чітка система підзвітності менеджерів підрозділів за прибутки (збитки) Здатність швидко реагувати на зміну умов конкуренції, технології, попиту Поліпшення координації функцій підрозділів	Збільшення витрат на утримування персоналу Проблема встановлення оптимального рівня децентралізації Автономія підрозділів може блокувати досягнення вигод стратегічного поєднання Випадки надмірної конкуренції між підрозділами за ресурси й увагу готельного комплексу

Щоби забезпечити діяльність у межах матричної структури управління, необхідно здійснити зміни в організаційній структурі: створити у готельному комплексі спеціалізовані цільові підрозділи, які б об'єднували провідних спеціалістів для спільного вироблення основних ідей програми.

За матричної структури управління керівник програми працює безпосередньо з підпорядкованими йому спеціалістами, котрі водночас несуть відповідальність перед лінійними керівниками (рис. 3.6). Він визначає термін і обсяги виконання в конкретній програмі, а лінійні керівники приймають рішення про виконавців певних функцій. Після реалізації завдань керівник програми, ресурси та персонал повертаються у свої служби (підрозділи). Завдяки гнучкості ця структура управління дає змогу прискорювати впровадження нововведень.

Проблеми, які виникають під час визначення пріоритетних завдань і розподілу часу роботи персоналу над проектами, можуть порушувати стабільність діяльності готелю й утруднювати досягнення його довготермінових цілей. З метою забезпечення координації виконання функцій за матричною структурою, центр управління програмами повинен пов'язувати виконання управлінських процедур окремими підрозділами (службами).

Матричні структури управління, котрі доповнюють організаційну структуру новими елементами, відкрили якісно новий напрям у розвитку найактивніших та най-динамічніших проблемно-цільових організаційних форм управління, спрямованих на піднесення творчої ініціативи керівників і спеціалістів, виявлення можливостей значного підвищення ефективності обслуговування (табл. 8.5).

Таблиця 8.5 - Переваги та недоліки матричного типу організаційної структури управління

Переваги	Недоліки
Достатня увага кожному зі стратегічних пріоритетів готельного підприємства Можливість одночасного впровадження різних типів стратегічної ініціативи Створення умов для прийняття рішення за критерієм найбільшої вигоди для організації Заохочення кооперації, координації споріднених видів технологічних процесів Значна активізація діяльності керівників і працівників управлінського апарату Розподіл функцій управління між керівниками, відповідальними за забезпечення високих кінцевих результатів (керівники проектних груп), та керівниками функціональних підрозділів Забезпечення гнучкості й оперативності маневрування ресурсами під час виконання кількох програм у межах готелю	Труднощі в утримуванні балансу між двома лініями влади Можливість нераціональних витрат часу на комунікації Труднощі оперативного вирішення проблем у зв'язку з різними підходами значної кількості керівників Сприяння розвитку організаційної бюрократії та послаблення дієвого підприємництва Значні розміри та складність комунікаційного процесу

Структури, орієнтовані на послуги або впровадження нових готельних технологій, що використовують кращі готельні ланцюги, належать до новітніх

схем організації управління. Вони стосуються об'єднання в поточному процесі виробництва і збуту освоєних рентабельних продуктів готельно-ресторанного виробничого процесу в групу поточного виробництва, а розроблення нових продуктів і технологій — у пошукову групу. Остання відповідає за проект до моменту визначення його комерційної реалізації. В пошуковій групі забезпечується дослідне виробництво, і новий продукт використовується на ринку цих послуг.

8.4 Форми управління в готельній сфері

У готельній індустрії в умовах посилення конкуренції виникла необхідність урізноманітнення, поєднання різних організаційних форм управління, що зумовлює досягнення більшої ефективності економічного, фінансового, інформаційного потенціалу підприємств. Сучасному стану розвитку форм управління у готельній сфері притаманне одноосібне управління на незалежній основі та різні форми корпоративного управління. З-поміж найпоширеніших у міжнародному досвіді форм управління вирізняють управління за контрактом, управління згідно з договором франчайзингу, оренду.

Управління за контрактом передбачає письмову угоду, укладену між власником готелю та компанією або менеджером, які спеціалізуються в управлінні такого типу підприємствами. На сучасному етапі — це одна з основних форм у сфері гостинності, що набуває поширення з 70-х років XX ст. Вона стала важливою передумовою високих темпів розвитку галузі в останні десятиріччя. Головна перевага методу зумовлена незначною часткою акціонерного капіталу в загальному фонді, можливістю обходитись без його участі в діяльності готельних підприємств. Суттєва роль у високій економічній ефективності підприємств належить також фаховому управлінню висококваліфікованих спеціалістів, котрі забезпечують менший ризик у

конкурентних умовах середовища гостинності, мають досвід у сфері маркетингу та збуту, широкому використанні сучасних інформаційних систем, зокрема централізованих систем бронювання. Вагомим чинником укладання взаємовигідних угод між управлінською фірмою і власником підприємства гостинності є небажання або недостатні знання та досвід у власників підприємств для забезпечення ефективного управління, страх перед ризиком.

Найчастіше контракт між власником й управляючою компанією укладається на термін п'ять, десять або двадцять років. За послуги з управління компанія отримує управлінську винагороду, що визначають у відсотках від валового або чистого експлуатаційного доходу, найчастіше в межах 2—4,5%. На сучасному етапі врегулювання частки винагороди для основної частки управлінських компаній становить 2 % із нарахуванням заохочувальної винагороди, розмір якої залежить від загальних доходів підприємства. Окремі контракти можна встановлювати згідно з таким принципом; першого року компанія отримує 2 %, другого — 2,5 %, третього — 3,5 % експлуатаційного доходу. Тенденція посилення конкуренції між управлінськими компаніями в останні роки зумовлює зниження контрактної винагороди.

Ті компанії, котрі управляють за контрактом, можуть поширювати управлінські функції на пакет інвестицій, сформований зі значної кількості готелів національної мережі або окремого регіону держави. Управління переважно здійснюють готелі, що працюютьу певному сегменті спеціалізації. Управління закладами різного типу розміщення набагато складніше.

До управлінських фірм найчастіше висувають такі основні вимоги:

— досвід і надійність, уміння вдало визначити сегмент ринку і стратегії збільшення доходів;

— забезпечення високої якості готельного продукту;

— вміння ефективно керувати персоналом;

— гарантувати надходження акціонерного капіталу, його результативне використання;

— укладання вигідних контрактів у співпраці з іншими підприємствами-партнерами в аналогічному й іншому бізнесі.

Під час укладання контракту регламентують такі умови:

— позбавлення прав власника підприємства індустрії гостинності втручатись у процес управління на термін дії контракту;

— захист або звільнення управляючої компанії від відповідальності (фізичної особи) за будь-які дії — виняток становлять навмисні дії, спричинені необережністю в процесі управління;

— фінансова відповідальність власника готелю за всі витрати згідно зі здійснюваними операціями, а також усі оперативні ризики, пов'язані з правом власності;

— контракт на управління, що укладається на конкретний термін — 5, 10 або 20 років;

— розмір управлінської винагороди, зазначений відповідно до валового доходу або чистого прибутку;

— умови відновлення контракту;

— дострокове припинення дії контракту в зв'язку з недотриманням однією зі сторін названих у ньому умов упродовж законодавчо встановленого часу з моменту повідомлення про виявлені порушення, здійснені протилежною стороною. Подібна ситуація виникає тоді, коли одна сторона визнається банкрутом або передає статутний капітал кредиторам за борги. До розірвання контракту також призводить рішення державних органів влади про призупинення (або відмову) ліцензії на право виконання готелем функцій, властивих йому. Контракт розривається згідно з двосторонньою згодою суб'єктів контракту. Компанія, яка здійснює управління за контрактом, зазвичай не отримує жодних прав на майно готельного підприємства. Лише в окремих випадках, відповідно до умов укладеного контракту, можлива

часткова участь управляючої компанії у власності. Такі випадки характерні передусім для транснаціональних готельних компаній (табл. 8.6 і 8.7).

Таблиця 8.6 - Переваги та недоліки управління за контрактом для власника готелю

Переваги	Недоліки
Управляюча компанія головно не володіє часткою майна готельного підприємства Свобода вибору управляючої компанії або менеджера Інвестування в підприємство незалежно від позиції управляючої компанії Максимальний прибуток із відрахуванням управлінської винагороди	Відсутність оперативного контролю Значний ризик і необхідність виплати управлінської винагороди Відсутність права втручання у процес управління Труднощі з достроковим розірванням договору

Таблиця 8.7 - Переваги та недоліки управління за контрактом для управлінської компанії

Переваги	Недоліки
Розширення сфери впливу Збільшення доходів із мінімальними затратами Відсутність необхідності виплат власнику	Обмеження доходів розмірами управлінської винагороди Залежність від фінансового стану власника Припинення діяльності, втрата роботи у випадку закінчення терміну контракту та його невідновлення

Управління згідно з договором франчайзингу. Франчайзинг (франц. franchise — пільга, привілегія) — контрактне партнерство між власниками готельних компаній і незалежними готельними підприємствами, які купують право на виробництво та реалізацію від його імені й під торговою маркою компанії власника певного виду товарів і послуг. У сучасній юридичній та

економічній літературі поряд з терміном "франчайзинг" використовують терміни "франшиза", "франчайзере", "угода франшизи".

Найповніше визначення поняття "франчайзинг" дає Міжнародна асоціація франчайзингових організацій, формулюючи його як тривалі в часі взаємовідносини. Згідно з ними франчайзер (франшизо-давець) надає захищене в законному порядку право займатись певною підприємницькою діяльністю, а також допомогу в організації навчання, управління за винагороду від франчайзі (франшизоотримувача).

Управління, відповідно до договору франчайзингу, здійснюють за такою схемою: франчайзер надає право франчайзі (франшизоотримувачу) застосовувати власну торгову марку, технологію і методи роботи, систему резервування, напрацьовані маркетингові методи, систему знижок і тощо. Фірма-франчайза, поряд з іншими пільгами, бере участь у ринковій стратегії франчайзера.

Надання права займатись підприємницькою діяльністю є для франчайзера своєрідною формою розвитку бізнесу, що зумовлює отримання додаткового джерела доходів, тому він зацікавлений у розширенні своєї ринкової мережі за рахунок нових членів. Унаслідок збільшення загального капіталу та спільного розв'язання актуальних і стратегічних завдань знижується частка витрат на маркетингові дослідження ринку гостинності, просування готельного продукту на ринок, навчання персоналу, виникають переваги в зв'язку з розширенням сфери впливу на зовнішнє середовище сфери гостинності.

Щоби розширити мережу за рахунок нових членів, готельні компанії розробляють для зацікавлених осіб пакет інформаційних документів стосовно вступу та співпраці, інформацію про компанію, сферу діяльності. Основний документ — "Заявка про умови". У ньому, окрім усього іншого, подана характеристика кваліфікації керівників франчайзера, аналіз його фінансової стабільності, умови франчайзингу — суть відносин під час укладання

контракту, конкретні проекти, в яких франчайзер буде допомагати франчайзі, напрями матеріально-технічної модернізації, котрі необхідно реалізувати франчайзі, та ін. Перед прийняттям остаточного рішення укладання договору франчайзингу франчайзі бажано зустрітися з членами або потенційними підприємствами для узгодження проблем перспективних взаємовідносин. Після цього укладають договір, що може регламентувати особливості роботи підприємства в конкретних географічних або ринкових умовах, кількість підприємств, охоплених франчайзингом, термін дії договору та ін. У готельній сфері договір франчайзингу часто регламентує вимоги до зовнішнього вигляду будівлі, інтер'єр номерів і приміщень загального користування, кількість номерів, пропоновані послуги, рівень обслуговування, технічне забезпечення і под. Важливо, щоби в договорі узгоджувались різні аспекти з гарантування встановлення стандартів якості.

Вагомий елемент договору франчайзингу стосується узгодження форм оплати, яку вносить підприємство-франчайза. У світовому досвіді використовують форми оплати: вступний внесок; відрахування або різні фіксовані виплати (роялті); плата за маркетингові послуги; плата за використання централізованої системи бронювання номерів.

Вступний внесок — це одноразова фіксована виплата за надання прав франчайзі та здійснення послуг. У внесок входить вартість комплекту проектних документів, повний набір інструкцій з управління підприємством, підвищення кваліфікації вищої та середньої ланки управління, навчання обслуговуючого персоналу до відкриття готелю, а також вартість періодичної підготовки обслуговуючого персоналу впродовж терміну дії договору. Вступний внесок виплачують одразу після підписання договору франчайзингу або поділяють на дві частини: половина — до навчання, половина — в процесі навчання.

Окрім вступного внеску, франчайза зобов'язана забезпечувати роялті (відрахування), визначені обсягами операцій. У готельній сфері вони становлять в середньому 3—4 % доходу з кожного зданого номера.

Обсяг вступного внеску та роялті залежить від позицій певної торгової марки на ринку; зі зміцненням позицій і широкої географічної популярності компанії-франчайзера ціна фірмової марки зростає.

Франчайзер повинен здійснювати, з метою контролю та збільшення роялті, періодичний моніторинг підприємств, перевірку виробництва і надавати рекомендації для підвищення його продуктивності. Вони можуть стосуватись упровадження нових видів обслуговування, використання модернізованого обладнання, сучасних інформаційних технологій, зміни інтер'єру й інших елементів диверсифікації, щоби створити новий імідж підприємства. Окремі компанії-франчайзери можуть надавати рекомендації про місце будівництва готелю, укладають угоди стосовно поставок будівельних матеріалів та ін. У тому випадку, коли ці питання вирішує франчайза, франчайзер контролює дотримання стандартів і норм, узгоджених в угоді.

Згідно з договором між франчайзером і франчайзою в окремих випадках здійснюють додатковий рекламний збір, розмір якого не перевищує 1—5 % валового доходу. На ці засоби працюють рекламні компанії, відбувається стимулювання продажу і забезпечується реалізація спеціальних програм. Франчайза під час проведення рекламних кампаній найчастіше не вказує ступінь його зв'язку з підприємством франчайзером — вона постає як підприємство — власність мережі франчайзера або є лише договірним членом. Такі заходи здійснюють з метою уникнення зловживань франчайзою засобами, виділеними на рекламу, в інтересах підприємств франчайзера.

Для управління франчайзингом, коригування взаємовідносин у його системі при франчайзері створюють наглядову раду, яку очолює президент готельної компанії та група провідних менеджерів. Наглядова рада виконує

функції контролю та коригування. Відповідно до висновків її моніторингу приймаються рішення про прийом у мережу франчайзера нових членів і розірвання договору франчайзингу.

Причинами розірвання такого договору можуть бути:

— неможливість досягнення рівня стандартів, установлених франчайзером;

— значні відхилення від установленої технології обслуговування, обсягу послуг;

— відсутність сплати платежів за договором;

— порушення принципу корпоративності у мережі франчайзера;

— принципова зміна стратегії розвитку компанії-франчайзера.

Згідно з досвідом функціонування готельних підприємств, основною причиною розірвання договору франчайзингу були недотримання рівня стандартів і порушення якісних показників обслуговування. Натомість серед підприємств громадського харчування розірвання договору зумовлювалось невиконанням фінансових зобов'язань.

Еволюція франчайзингу спричинила появу різних його варіантів. Окрім класичної моделі, де франчайзер встановлює безпосередній зв'язок з групою франчайзі, вирізняють регіональний франчайзинг і франчайзинг, який розвивається.

Регіональний франчайзинг охоплює певний географічний регіон — у межах окремих адміністративних територій або державу загалом. Для поширення впливу на великий регіон франчайзер повинен володіти значними фінансовими ресурсами та колективом спеціалістів. Відсутність достатнього обсягу таких ресурсів спонукає його опиратись на підтримку основної франчайзи, яка володіє для цього значною часткою ресурсів і натомість отримує право приєднати нову франчайзу, забезпечує необхідну до стандартів підготовку персоналу, рекламну підтримку, надає інші послуги, які зазвичай у компетенції франчайзера. Основна франчайза користується значними

пільгами, які надає франчайзинг, а часто — й правом розподілу роялті, внесків у рекламний фонд, одночасно сплачуючи безпосередньо франчайзеру необхідні фіксовані відрахування.

Регламентування сфери відповідальності між франчайзером і основною франчайзою, термін дії саме таких правовідносин визначає контракт. Тривала співпраця у договорі франчайзингу в перспективі зумовлює отримання від франчайзера роялті, розміри якого залежать від частки в загальному обсязі реалізації нових франчайз, залучених у франчайзингову систему.

У моделі франчайзингу, що розвивається, функції головної франчайзи виконує група франчайзі з виключними правами на розвиток регіону (табл. 8.8 і табл. 8.9).

Таблиця 8.8 - Переваги та недоліки управління згідно з договором франчайзингу для франчайзера

Переваги	Недоліки
Можливість широкого проникнення на ринок, розширення виробництва з мінімальними інвестиціями Монополізація ринку за рахунок підпорядкування готельних підприємств — потенційних конкурентів Отримання додаткових доходів від виплат франчайз	Ймовірність втрати позитивного іміджу на ринку за недотримання франчайзою встановлених стандартів якості Доходи від договору франчайзингу, обмежені фіксованими виплатами від франчайзі Ускладнення процесу управління в зв'язку зі значною кількістю франчайз, які використовують свої моделі управління

Таблиця 8.9 - Переваги та недоліки управління за договором франчайзингу для франчайзі

Переваги	Недоліки
Допомога в оформленні пакета документів та надання рекомендацій щодо розвитку діяльності в період становлення Використання відомої готельної	Регламентований угодою характер зв'язків із підприємствами, які не входять у договір франчайзингу Необхідність здійснювати

марки в рекламі у межах значного регіону Вдосконалення технології та методів роботи згідно зі стандартами франчайзера Доступ до централізованої системи бронювання Отримання знижок під час купівлі меблів, обладнання й інших товарів, необхідних в обслуговуванні гостей	виплати вступного внеску франчайзеру, роялті й інші виплати Потреба дотримуватись стандартів, визначених франчайзером Імовірність набуття негативного іміджу за нераціональної діяльності франчайзера

З метою захисту інтересів франчайзі перед франчайзерами і вирішення проблем мережі готельних підприємств часто створюють асоціації членів франчайзи. Вони підтримують якість готельного продукту, розвивають маркетингові програми з метою отримання переваг в умовах конкуренції для своїх членів.

Сучасне управління через договір франчайзингу в індустрії гостинності належить до найперспективніших форм. Згідно з дослідженнями, здійсненими в США, 50 % готельних підприємств припиняє діяльність упродовж 2—3 років після відкриття, через 5 років рівень банкрутства досягає 70 %. З-поміж компаній, які працюють у системі франчайзингу, рівень банкрутства через 5 років становить 4 %. За результатами дослідження Міжнародної організації франчайзингових компаній, серед її членів частка збанкрутілих підприємств становить менше 1 %.

Оренда (лізинг) як форма управління в готельній сфері розвивалася з середини XX ст. Сьогодні вона майже нетипова. Окремі випадки лізингу пов'язують із державними готелями, котрі для підвищення ефективності управління віддають їх в оренду досвідченішим менеджерам; інший випадок пов'язаний з економічною експансією великих готельних корпорацій, що послаблюють конкурентні позиції окремих підприємств, змушуючи їх укладати угоди оренди.

Оренда дає змогу орендаторові, який не позиціонується на ринку в готельному бізнесі, вийти на ринок і зміцнитись на ньому. Часто орендаторами є компанії з недостатніми фінансовими ресурсами, котрі зміцнюють власні позиції й одночасно забезпечують ефективніше функціонування готельних підприємств.

Підстава для орендних відносин — угода, в якій зазначені обов'язки сторін і термін дії оренди. Розмір плати за оренду готельного підприємства визначають як певний відсоток від надання основних і додаткових послуг, його розміри можуть змінюватись у межах від 20% до 50%.

Аналіз форм управління в готельному бізнесі засвідчує зростання популярності лізингу в період економічного спаду в цьому сегменті ринку. Сьогодні, однак, виникають різні модифіковані форми лізингу. Так, на готельному ринку США серед недофінансованих проектів розроблений новий тип оренди, який дає прибуток власникам готелів без початкових затрат капіталу. Орендатор управляє готелем на основі договору, ґрунтованого на валовому доході з номерів. Він відповідає за страхування, наймання персоналу, постачання продуктів і маркетингові дослідження. За це орендатор отримує більшу частину чистого доходу з проданих номерів і надання додаткових послуг.

В угоді з оренди необхідно узгодити якомога більшу кількість пунктів взаємовідносин між орендатором та орендодавцем. Особливе значення мають питання плати з оренди, термін її дії, умови суборенди. Здебільшого умови відносин між сторонами оренди формуються на чистій оренді, згідно з якою орендатор сам платить за всі комерційні витрати, страховку, обладнання (облаштування прилеглої території, безпеку та ін.). Най вигідніша для оператора довготермінова оренда з можливістю відновлення договору й уточнення умов угоди у вигляді суборенди, що особливо актуально, оскільки орендну платню здійснюють відповідно до регламентованої ставки, незалежно від стану бізнесу (табл. 8.10 і табл. 8.11). За ситуативних економічних проблем

окремі приміщення готелю можна використовувати в іншому виді діяльності або передати іншому операторові.

Таблиця 8.10 - Переваги та недоліки управління, згідно з договором оренди, для орендодавця

Переваги	Недоліки
Можливість утриматись на ринку готельних послуг, розширити виробництво, застосовуючи нові методи, управління орендатора Доходи від надання орендованого майна Компанія-орендатор не володіє майном готельного підприємства Можливість розірвати договір оренди у випадку недотримання умов оренди орендатором	Ризик погіршення економічних параметрів функціонування підприємства у випадку нераціонального менеджменту орендаторів Втрата оперативного контролю над підприємством Труднощі дострокового розірвання договору Втрата значної частки доходів, отриманої орендатором як винагорода

Таблиця 8.11 - Переваги та недоліки управління, згідно з договором оренди, для орендатора

Переваги	Недоліки
Проникнення на ринок за мінімальних інвестицій Отримання вагомої частки дивідендів від загальних доходів Значні повноваження у виборі управління, підборі кадрів, технології, обладнання Можливість приватизації підприємства після закінчення угоди з оренди	Регламентований угодою характер і термін використання ресурсів підприємства Орендовані підприємства неприваблиі для значної модернізації та диверсифікації виробництва Припинення діяльності та втрата роботи після закінчення договору оренди

Корпоративні форми управління в індустрії гостинності за кордоном дуже поширені. Об'єднання готельних підприємств у великі корпорації пов'язано з різними цілями:

— зниженням витрат виробництва внаслідок спільної діяльності;

— отриманням нових можливостей реалізації послуг гостинності;

— підвищенням значення маркетингу та створення гнучкої цінової політики;

— оволодіванням новими ринками збуту;

— зниженням ризику під час створення нових виробничих потужностей;

— можливостями уникнення сезонності у функціонуванні.

З-поміж корпоративних форм управління у готельній сфері виокремлюють готельні корпорації, об'єднання групи осіб для спільної діяльності й утворення самостійного суб'єкта юридичної особи. Найчастіше корпорації виникають у формі акціонерного товариства. У приватній корпорації більшість акцій належить власнику, родині або вузькій групі акціонерів.

Корпорацією може бути об'єднання, акціонерна компанія з розгалуженою структурою або форма міжнародних господарських зв'язків у сфері гостинності. Вирізняють такі форми міжнародних корпорацій:

— спільні готельні підприємства, утворені на основі загального капіталу власників різних держав;

— володіння національною компанією контрольним пакетом акцій іноземної готельної корпорації;

— злиття готельних підприємств декількох держав;

— об'єднання готельних підприємств декількох держав унаслідок обміну акціями або спільного створення компанії у формі холдингу.

Серед форм корпоративних об'єднань виокремлюють синдикат, концерн, асоціацію.

Синдикат — форма об'єднання підприємств, метою якої є спільна організація комерційної діяльності. Ця форма дотепер залишається популярною у фінансуванні готелів у зв'язку зі залученням капіталу інвесторів, котрі можуть перебувати в родинних стосунках із власником

готелю. Утворення синдикатів передбачає насамперед об'єднання значного капіталу з великими інвестиціями, що зменшує ризик для кожного учасника синдикату. Готельні підприємства, які входять у синдикат, зберігають економічну та юридичну самостійність.

Концерн — типова форма об'єднання підприємств і організацій різних галузей на основі спільних інтересів, що зменшує ризик готельних підприємств. До концерну можуть входити фінансові установи, будівельні компанії, транспортні підприємства. У випадку загрози банкрутства фінансові ресурси можуть перекриватись з одного виду діяльності в інший. За формою господарювання концерн передбачає делегування частки прав своїх членів колегіальному органові управління, здійснення єдиної економічної політики, централізацію частки фінансових ресурсів.

Асоціація — форма організації та управління, створена на добровільних засадах із підприємств різного профілю, які не мають на меті отримання доходів, а об'єднані насамперед для вироблення стандартів діяльності, здійснення ліцензування, реалізації навчальних програм та інших спільних інтересів.

9 ОРГАНІЗАЦІЯ І ТЕХНОЛОГІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛЯХ

9.1 Особливості процесу надання основних і додаткових послуг у готелях

Сучасний готель є тим центром, в якому споживач може отримати максимально повне задоволення потреб своєї життєдіяльності під час перебування поза межами свого звичного місця проживання. Надання споживачу необхідних послуг у готелі є власне змістом готельного сервісу. Первісне значення слова «сервіс» - «обслуговування» (від англ. «service» - послуга, служба, обслуговування) - у готельному господарстві теж переросло свої рамки і означає нині *систему заходів, що забезпечують споживачу необхідний рівень задоволення його різноманітних побутових, господарських, культурних запитів в умовах швидкого, чіткого, ввічливого та послужливого обслуговування.*

В Україні по дотриманню стандартів у готельному сервісі - є н а к а з від 16.03.2004 N 19 «Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг» Із змінами, внесеними згідно з Наказами Міністерства культури і туризму N 46 (z1048-09) від 19.10.2009, N 43 (z1009-10) від 18.10.2010.

Тут дані ключові визначення («готель», «споживач», «замовник» «готельні послуги», «ціна номера», «номер», «розрахункова година», «бронювання» і ін), встановлені основні обов'язки засобу розміщення стосовно гостя; порядок і умови надання готельних послуг; дані загальні положення про відповідальність сторін.

Рівні стандартів обслуговування

Тут існує своєрідна «ієрархія»:

1. Міжнародні стандарти.

Вони розробляються такими організаціями як IH&RA, UNWTO, ICCA і ін. Тут, умовно говорячи, «прописні істини» для обслуговування клієнтів:

наприклад, співробітникам готелю не можна сперечатися із клієнтом і доводити свою правоту; замість цього необхідно уважно й доброзичливо вислухувати скарги споживачів й негайно на них реагувати.

- IH&RA (International Hotel & Restaurant Association) – це міжнародна торговельна організація, що представляє інтереси отельєрів і рестораторів. Штаб-квартира IH&RA перебуває в Лозанні (Швейцарія). Члени IH&RA - національні асоціації готелів і ресторанів по усьому світу (близько 100), а також міжнародні й національні мережі готелів і ресторанів (представляють близько 50 брендів).
- World Tourism Organization UNWTO – всесвітня туристська організація, заснована ООН і «відповідальна» за стійкий і загальнодоступний туризм.
- ICCA (International Congress and Convention Association) - Міжнародна асоціація конгресів і конференцій, заснована в 1963 році групою турагентств для обміну інформацією про міжнародні конгреси й конференціях.
- МГА (Міжнародна готельна асоціація).

Вона засновано 18 березня 1946 р. у Лондоні з ініціативи швейцарського суспільства власників готелів. Утворювалася шляхом об'єднання функцій Міжнародної асоціації готельних працівників, заснованої в 1869 р. і Міжнародного готельного союзу, заснованого в 1921 р. Статут і існуючі принципи діяльності набули чинності 1 січня 1978 р. Поєднує близько 80 національних готельних асоціацій. Загальна кількість членів Міжнародної готельної асоціації досягає 4500 з 145 країн миру.

Цілями асоціації є: розвиток співробітництва між національними готельними асоціаціями всіх країн миру, захист особистих і професійних інтересів своїх членів, вивчення проблем світової готельної індустрії й міжнародного туризму, участь у розвитку готельної індустрії, сприяння у вивченні професійних питань, пов'язаних з керуванням, міжнародними

фінансовими розрахунками, страхуванням, валютним обміном, умовами роботи персоналу, створенням кваліфікаційних систем, видання й обмін інформаційними й довідковими матеріалами, надання комерційної інформації й допомога в урегулюванні фінансових розрахунків з туристськими фірмами.

Діяльність Міжнародної готельної асоціації зосереджена на вивченні проблем, пов'язаних з юридичними аспектами й законодавством, технологічним розвитком, маркетингом, професійною підготовкою кадрів у готельній індустрії. Захищає й відстоює інтереси сфери туристського обслуговування в міжурядових і неурядових організаціях. Члени асоціації одержують інформацію про права й обов'язки при їхніх ділових зв'язках з туристськими агентствами, обмінюються досвідом в області новітніх технологій і обслуговування. Асоціацією організуються щорічні навчальні тури й програми, спеціальні семінари.

Асоціація активно займається видавничою діяльністю: видаються газета про новини в індустрії (виходить двічі на місяць), щорічні довідники: міжнародний довідник по готелях – International Hotel Guide, міжнародний реєстр туристських агентств – World Directory of Travel Agencies, міжнародний реєстр готелів і ресторанів – Hotels and Restaurants International. Ці видання дозволяють орієнтуватися в індустрії гостинності й туризму всім компаніям і організаціям, використовуючи докладну інформацію, викладену в довідниках і спеціалізованих реєстрах. Українські туристичні компанії вже давно оцінили корисність цих видань і з успіхом користуються ними у своїй роботі.

Генеральний конгрес Міжнародної готельної асоціації, скликається кожні 2 року, є керівним органом. Адміністративні органі – виконавчий комітет і рада. Повсякденна робота проводиться секретаріатом.

2. Українські стандарти вітчизняних асоціацій

Асоціація готелів і курортів України розробила пропозиції для системи класифікації по категоріях готелів і інших засобів розміщення (проживання) в Україні. Відповідно погодженою позицією представників Співтовариства

гостинності України, Офісу Президента України й Державного агентства розвитку туризму від 04.08.2020, Експертна група доробила й затвердила 09.10.2020 одностайною ухвалою редакцію №2 Системи класифікації, уже спрямована органам державної влади.

3. Державні (національні) стандарти.

Вони визначають умови безпеки й гігієни в готелях, відповідальність засобу розміщення, порядок розгляду скарг, загальні рекомендації до якості обслуговування (комфорт, етичність персоналу й ін.).

Перелік ДСТУ у сфері гостинності:

- ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів»: від 01.07.2004 р.

- ДСТУ 4268:2003 “Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги” від 01.07.2004р.

-.ДСТУ 4527:2006 “Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення” від 01.10.2006р.

4. Внутрішні стандарти засобу розміщення

Це покрокові інструкції й регламенти для кожного співробітника. Вони регулюють як обов'язки співробітника (і порядок їх виконання), так і правила взаємодії його з іншими співробітниками (у тому числі з інших відділів).

9.2 Технологічний цикл обслуговування споживачів у готелях

Технологія (гр. techno — мистецтво, logos — вчення) — це сукупність методів, прийомів, режим роботи, послідовність операцій і процедур у поєднанні з використанням засобів, обладнання, матеріалів, інструментів координованих процесом управління та організації.

Технологія обслуговування у сфері гостинності — це важливий фактор, що зумовлює вплив на якість процесу обслуговування, на фінансово-

економічну ефективність функціонування, процес управління готельним підприємством. Організація технологічного процесу обслуговування у готелях є стандартною щодо цього типу підприємств, водночас у кожному підприємстві згідно розмірів, структури організації, категорії, типу (орієнтація на ринковий сегмент) технологічний процес характеризується певною ідентичністю.

Технологія обслуговування клієнтів у готелях характеризується циклічністю — послідовним повторенням процесу обслуговування гостя від часу його прибуття у готель до остаточного від'їзду з готелю.

Технологічний цикл обслуговування клієнта — це уніфікований стандартний обсяг послуг з певною послідовністю надання, яким має намір скористатись клієнт і які пропонує засіб розміщення під час перебування клієнта у готелі. Перелік послуг, їхня якість, у технологічному циклі можуть бути доволі варіативними, проте головні етапи, послідовність надання головних послуг на кожному етапі завжди забезпечується у певній послідовності.

Технологічний алгоритм гостьового циклу умовно поділяється на чотири етапи:

1. До прибуття у готель — бронювання (Reservation);
2. Прибуття клієнта у готель (Arrival), реєстрація (Check in Procedure) і розміщення клієнта (Accommodation);
3. Проживання (Staying) і обслуговування гостя у готелі;
4. Виїзд (Departure), остаточна оплата гостем послуг готелю.

Перша фаза **гостьового циклу** починається з моменту першого спілкування потенційного клієнта з персоналом готелю задовго до прибуття гостя у засіб розміщення. Спілкування здійснюється через телекомунікаційні засоби і пов'язується З можливістю попереднього замовлення (бронювання) послуг готелю.

Інформація про можливість бронювання номерів (місць) може надходити з різних джерел. Джерела бронювання можуть бути постійними і епізодичними.

Постійні джерела заявок на бронювання надходять від туристичних агентів з продажу, копаній, фірм, що організовують виставки, конференції, семінари, а також від промислових та інших копаній, близьких у розташуванні до готелю, що зумовлює необхідність розміщення співробітників, партнерів у бізнесі. До постійних джерел бронювання також належить централізоване бронювання (GDS).

Поодинокі, епізодичні заявки на бронювання надходять від фізичних осіб або компаній, у яких виникла необхідність в одноразовому розміщенні у готелі.

В процесі першого контакту клієнт отримує від працівника готелю важливу інформацію про структуру послуг, розташування щодо визначних об'єктів, тарифи та ін., або клієнт може підтвердити важливу для себе інформацію про засіб розміщення.

Попереднє спілкування завершується внесенням працівником служби рецепції заявки клієнта у журнал реєстрації календарного бронювання номерів (місць) та обліку клієнтів у готелі. Від цього моменту починається офіційний початок гостьового циклу обслуговування клієнта у готелі.

Журнал реєстрації заявок бронювання номерів (місць) та обліку клієнтів у готелі окрім прогнозування і планування обсягів завантаження готелю є важливим для раціонального розподілу па перспективу затрат зусиль і ресурсів у створенні готельного продукту, руху фінансових ресурсів, визначення необхідної кількості штатних працівників та ін.

Упродовж першої фази гостьового циклу здійснюється остаточна підготовка засобу розміщення до прийому гостя: до прибуття гостя підтверджується факт його приїзду, ймовірна часткова зміна терміну прибуття, необхідність трансферу (якщо передбачений у послугах готелю),

екскурсійні послуги з ознайомлення з культурно-історичними особливостями міста. У переддень поселення здійснюється остаточна санітарна підготовка номера.

Друга фаза **гостьового циклу** пов'язується з зустріччю гостей на вокзалі, аеропорту, трансфером у готель, реєстрацією і розміщенням клієнта у готелі.

Зустріч гостей і трансфер у готель відіграють важливу психологічну і анімаційну функцію, адже перші враження від контакту з персоналом, містом, готелем найяскравіше і найдовше запам'ятовується клієнтами. Водночас, зустріч і трансфер менше втомлюють гостей. Важливий момент у готельному бізнесі: надто втомлений, невдоволений клієнт — це втрачені кошти від невикористання ним додаткових послуг готелю. В процесі трансферу важливим є надання інформації клієнту про особливості положення готелю щодо важливих об'єктів соціально-культурної, ділової інфраструктури міста.

З прибуттям у готель друга фаза гостьового циклу пов'язується з організацією поселення гостей. Клієнт отримує інформацію про послуги, особливості організації роботи засобу розміщення, його планування. У цій фазі здійснюється попередня оплата за проживання і наперед обумовлені додаткові і супутні послуги готелю. Таким чином, ця фаза відіграє водночас важливі інформаційну, адаптаційну і комунікаційну функції.

Третя фаза **гостьового циклу** найтриваліша і пов'язується з обслуговуванням гостей під час проживання у готелі.

Для комфортного проживання, готелі окрім пропозиції номерів повинні надавати згідно категорії, спеціалізації, розмірів тощо, певний обсяг додаткових послуг. Незалежно від функціональних характеристик, будь-яке готельне підприємство повинно ставити перед собою головну мету — упродовж усього терміну перебування в ньому гостей наблизити умови проживання клієнта до домашніх, створити умови для ефективної роботи, відпочинку, розваг. У готелях з високим рів НЄМ обслуговування

обов'язковими є бізнес-центр, бюро обслуговування, оздоровчий центр, послуги з пропозиції автотранспорту та ін. Додаткові і супутні послуги також є важнішими у забезпеченні доходів готелів. Частка доходів від пропозиції додаткових послуг може сягати 30%.

Раціонально побудований процес обслуговування гостей, професійність персоналу — це своєрідні інвестиції на перспективу у готельному бізнесі, адже згодом вони окупляться фінансово під час повторного візиту клієнтів, можливо їхніх родичів, знайомих приваблених позитивним відгуком про належний рівень сервісу.

***Четверта фаза* гостьового циклу** пов'язується з повним розрахунком клієнта за проживання і надані додаткові платні послуги. При остаточному розрахунку необхідно перевірити точність рахунку, переглянути разом з клієнтом відповідність всіх нарахувань за термін його перебування у готелі. Необхідно завжди звернути увагу гостя перевірити правильність нарахування суми. Якщо була допущена помилка, необхідно внести відповідні зміни і вибачитись перед клієнтом. Підтвердженням правильності рахунку є підпис клієнта.

Завершальна фаза гостьового циклу в окремих готелях пов'язується з трансфером гостей на вокзал. Запровадження цієї послуги у готельному бізнесі стимулюватиме гостей повторно відвідати засіб розміщення завдяки комфортності, індивідуальному підходу в процесі надання послуг.

9.3 Організація і технологія обслуговування споживачів службою бронювання

Служба бронювання (резервування) виконує функції безпосереднього збуту готельного продукту, тому ефективність управління процесом бронювання відображається на рентабельності готелю.

Процес бронювання — це налагодження співпраці між уповноваженими працівниками готелю й гостями, процес замовлення місць і номерів у готелі, саме з бронювання починається обслуговування гостей. Цей процес може здійснюватись різними технічними засобами — по телефону, інтернету, поштою, факсом тощо, проте саме від ефективної його організації залежить враження клієнта про готель, тому оператор з бронювання обов'язково повинен мати професійну підготовку, телемаркетингові навики спілкування по телефону, проявити вищий професіоналізм гостинності. У процесі пошуку клієнт знайомиться з декількома готелями, вибирає кращий, тому агент з бронювання повинен вплинути на його вибір, наголосити на перевагах в обслуговуванні саме цього готелю серед конкурентів.

Відділ бронювання номерів (місць) у готелях функціонує як окрема структурна ланка управління, проте найчастіше у структурі служби прийому та розміщення. Очолює відділ менеджер, який у більшості готелів знаходиться на одному службовому рівні з головним адміністратором і підпорядковується директору відділу обслуговування або директору відділу збуту. Цей факт підкреслює, що резервування функціонально пов'язане із збутом і має вплив на управління доходами готелю.

Відділ бронювання найчастіше працює у період найвищої активності клієнтів - з 8 до 18 год. Кількість службовців залежить від розмірів готелю і становить 3-5 осіб. Основне завдання службовців полягає у реалізації найбільшої кількості номерів готелю за максимально високу ціну. Окрім цього відділ бронювання здійснює маркетингові дослідження ринку — вивчає динаміку попиту на готельні послуги, аналізує заповнення номерів, програму заходів, які будуть відбуватись у регіоні (спортивні змагання, фестивалі, конференції та ін.) та разом із службою маркетингу прогнозує діяльність готелю.

У період проведення масових заходів попит на готельні послуги збільшується у декілька разів. Для готелів вигідно бронювати місця для

заходів із значною кількістю учасників, оскільки у таких випадках попереднє замовлення здійснюється заздалегідь до події і ризик його анулювання незначний.

Серед основних посадових та професійних обов'язків персоналу відділу резервування виділяються:

—комунікабельність у стосунках із клієнтами, швидке та чітке реагування на замовлення з розміщення;

—професіональне знання процесу бронювання, оперативна систематизація інформації, що поступає від клієнтів та інформації про стан заповнення номерного фонду;

—знання тарифів на послуги розміщення, додаткові послуги, цінові пільги та сезонні зміни цін;

—вміння орієнтуватись у темпераменті клієнта та прогнозувати його реальні наміри, впливати на клієнта з метою досягнення максимального ефекту від співпраці з ним;

— вміння працювати з технічними системами резервування, насамперед із телекомунікаційними.

Для резервування використовуються різні технічні засоби та організаційні форми. Серед технічних засобів типовими є: телефон; інформаційна система Інтернет; факс; телеграма; лист.

Серед організаційних форм бронювання розрізняють:

—централізоване бронювання;

—бронювання міжготельними агентствами;

—центральний офіс із бронювання;

—бронювання туристичними підприємствами;

—бронювання транспортними агентствами;

—бронювання організаторами конференцій і нарад;

—бронювання безпосередньо у готелі.

Використання телефону та інтернету сьогодні найбільш поширені

способи бронювання. Бронювання по телефону має певні переваги у порівнянні з іншими видами, оскільки забезпечується «живе» спілкування, що має важливе значення для клієнта та оператора з бронювання. Клієнт у спілкуванні із службовцем отримує перші враження про готель, тому службовець повинен проявити найвищу майстерність та вплинути на вибір клієнта, підкреслити переваги готелю серед інших. Водночас, оператор з бронювання має можливість отримати значно повнішу інформацію про клієнта, запропонувати йому окрім основних додаткові послуги готелю.

У готелях, що приймають замовлення на резервування номерів по телефону, використовуються спеціальні бланки з графами, де проставляються відмітки про бронювання. При бронюванні по телефону необхідне підтвердження у письмовій формі.

Бронювання номерів із використанням мережі інтернет набуває значної популярності у вітчизняних готелях, у країнах (Європи, США та ін. — найбільш поширений спосіб резервування). Такі переваги пов'язуються з:

— оперативністю зв'язку — здійснюється з різними регіонами світу в режимі on-line за лічені секунди, переадресовуються замовлення у готельній мережі від одного до іншого готелю, що розташовані в одному місті;

— повнотою інформації — набором послуг і візуальним її сприйняттям на моніторі комп'ютера;

— зручністю формулювання замовлень на резервування, простотою програмного забезпечення, доступністю для клієнта;

— розміром оплати за користування інформаційними послугами;

Надійністю технічного забезпечення та зв'язку резервування із використанням системи інтернет можна здійснювати декількома варіантами:

—готель володіє власною Інтернет-сторінкою;

—готель входить у систему Інтернет-бронювання (Ата-deus, Galileo, Worldspan, Sabre, Nota Bene та ін.);

—замовити місця в готелі через комп'ютерну мережу по телефону.

Доступ готелю до системи електронного бронювання дозволяє внести власну інформацію у довідкову систему, що доступна всім потенційним клієнтам, операторам, зайнятих реалізацією послуг цього готелю. Безпосередній вихід на ринок послуг дозволяє уникнути перекручування інформації та оперативно її коригувати у випадку змін. Робота у системі бронювання полегшує організацію процесу бронювання, оскільки готель отримує єдину довідкову систему, побудовану за єдиною схемою. Сучасні системи бронювання представляють широкий спектр засобів надання інформації — використання фотографій, детальний опис готельних номерів. Деякі готельні комплекси використовують тривимірну графіку — клієнт може здійснити віртуальне ознайомлення з готелем.

Співпраця із глобальною системою резервування дає готелю можливість пропонувати клієнтам широкий асортимент послуг — окрім послуг розміщення, низку додаткових послуг, що розширює можливості організації цього підприємства. Комп'ютерні системи резервування у найкоротший час — декілька хвилин-секунд підбирають згідно замовлення номери, надають інформацію про місто, регіон, важливі туристичні атракції.

Глобальні комп'ютерні системи резервування активно використовуються в організації управління та плануванні діяльності регіональними туристичними агентствами. Комплексний характер комп'ютерних систем забезпечує не тільки бронювання номерів у готелях, авіапослуги, оренду автомобілів, круїзні поїздки, а також інформацію про курси валют, погоду, роботу місцевого транспортного сполучення. Сьогодні великі готельні комплекси мають власний веб-сайт у мережі інтернет на якому розміщують власну сторінку для on-line бронювання.

Для резервування послуг готелю, клієнт повинен мати навики роботи з персональним комп'ютером. Клієнт заходить на веб-сайт системи інтернет-бронювання і знайомиться із правилами бронювання, обирає готель, вивчає замовлення номерного фонду, тарифи. Після вибору номера, клієнт заповнює

необхідні інформаційні поля і відправляє замовлення у систему електронною поштою.

Система резервування автоматично опрацьовує замовлення і відправляє попереднє підтвердження з умовою внесення клієнтом передоплати, клієнт вноситься до листа очікування. Після отримання гарантії передоплати, гарантійного листа та інших гарантій від клієнта, оператор із бронювання відсилає клієнту остаточне підтвердження броні. У готелі інформація з бронювання вноситься у комп'ютер до графіка завантаження з поступовою автоматичною зміною. У випадку бронювання по телефону та іншими неавтоматизованими формами, оператор з бронювання вносить інформацію у Журнал для заявок на бронювання. Заявка на бронювання повинна містити таку інформацію:

—прізвище, ім'я осіб, що прибувають;

—дату прибуття, термін перебування та дату від'їзду;

—категорія номера, кількість номерів;

—форма оплати (готівкова, безготівкова, реквізити організації, що оплачує послуги).

Згідно заявок відділ бронювання складає перспективний план заселення готелю на певний період — добу, тиждень, місяць, рік, Важливий аспект процесу бронювання полягає у своєчасній реєстрації замовлення та прискіпливому веденні бази даних.

Функціонування відділу бронювання безпосередньо пов'язане із службою прийому і розміщення, між якими постійно повинен здійснюватись обмін інформацією про заповнення номерів у поточний час. Недостовірна інформація про номерний фонд та стан резервування зумовить зниження доходів від не реалізації номерів та втрату довіри у клієнтів у випадку подвійного бронювання.

Типи бронювання. У готелях розрізняють два види бронювання*: гарантоване і негарантоване.*

Гарантоване бронювання підтверджується гарантією забезпечити клієнту номер до настання розрахункового часу у наступний після прибуття день (12.00 год). Актуальність цього бронювання для клієнта полягає у можливості скористатись послугами готелю у випадку запізнення, але не більше ніж до розрахункового часу наступного дня.

Водночас, готель забезпечує гарантію використання номера, отримавши передоплату від клієнта. У випадку, якщо клієнт не скористається послугами готелю до розрахункового часу наступного дня, готель отримує передоплату та використовує номер згідно власного розпорядку. В окремих випадках гарантоване бронювання може діяти на весь термін перебування клієнта у готелі.

Підтвердження бронювання клієнтом номера може забезпечуватись у декількох варіантах. У багатьох країнах сьогодні широко використовуються кредитні картки. Службовець з бронювання фіксує номер кредитної картки клієнта, здійснює зв'язок із компанією, що її обслуговує і перевіряє дієздатність. Якщо бронювання не було анульоване до визначеного часу, готель виставляє рахунок на кредитну картку клієнта і компанія, що обслуговує кредитні картки, знімає зазначену суму і перераховує на рахунок готелю.

Окремі готелі, згідно рішення адміністрації, встановлюють внесення передоплати за надання готельних послуг при бронюванні номера. Передоплата повинна повністю вноситись до дати прибуття і зараховується в оплату готельних послуг при остаточному розрахунку. Форма гарантованого бронювання із передоплатою не типова, має епізодичний характер і зумовлена значним попитом на готельні послуги у період важливих подій (олімпіада, самміт, форум, визначні культурні події та ін.). Ця форма бронювання найбільш бажана для готельних підприємств.

У готелях використовується також неповна передоплата до прибуття клієнта (авансовий внесок), що становить 50% вартості номера. Якщо

поселення здійснюється у двомісний номер та номери більшої місткості, оплата за бронювання більше одного місця не здійснюється.

У випадку запізнення клієнта або групи осіб, окрім оплати за бронювання нараховується оплата за фактичний простій номера, проте не більше ніж за одну добу. Якщо запізнення відбулось більше однієї доби, бронь анулюється.

Договір з гарантованого бронювання, що укладається із юридичними особами (підприємствами, організаціями, в т. ч. турагентами) зобов'язує їх до фінансової відповідальності за простій номерів у випадку відсутності клієнтів.

Важливо зазначити, згідно «Правил користування готелями», якщо готель не забезпечує належну підготовку номера до заселення, оплата за його бронювання не здійснюється.

Ціна послуги з бронювання номера встановлюється готелем, форма оплати визначається договором між клієнтом (замовником) і готелем. Найчастіше для індивідуальних туристів розмір плати за послугу бронювання становить 50 % від тарифу на номер за добу. Для туристичної групи визначені знижки, розмір оплати коливається в межах 25-35 % від тарифу. Обсяг знижки залежить від кількості осіб у групі, терміну проживання.

Негарантоване бронювання — це форма бронювання, згідно якої готель пропонує номер клієнту до настання часу ануляції — 18.00, у день прибуття**.** Якщо клієнт не прибуде до настання часу ануляції, готель пропонує номер згідно інших замовлень. Запізнення клієнта і прибуття у час після ануляції бронювання і номер залишається не проданим, готель може запропонувати його клієнту. Оплата за послуги негарантованого бронювання не здійснюється.

Організаційні форми бронювання.

Централізоване бронювання — типова форма у світовій готельній практиці, широко використовується провідними корпораціями. Відомі готельні ланцюги вносять інформацію у довідкову систему централізованого

резервування, яка стає доступною потенційним клієнтам та операторам, які зайняті реалізацією послуг готелів цього ланцюга, розташованих у різних регіонах світу. Корпоративні стосунки у готельних ланцюгах сприяють прискоренню процесу бронювання і зниженню загальних витрат. Витрати у системі централізованого бронювання незначні, доступні навіть невеликим готелям. Водночас, централізовані системи використовуються готелями, що не входять у її структуру. Ці готелі можуть отримати замовлення на бронювання тільки після заповнення всіх номерів у готелях із контрактними угодами.

Різновидом централізованого бронювання виступає система бронювання, що об'єднує на основі угоди незалежні готелі.

Ця система часто функціонує на зразок першої, проте сформована із окремих компаній зайнятих обслуговуванням готелів невеликого регіону.

Центральний офіс для бронювання безпосередньо працює з потенційними клієнтами, використовуючи безплатний телефонний номер. В асоціаціях із значною кількістю готельних підприємств система централізованого бронювання підтримується двома чи більшою кількістю центрів, які найчастіше функціонують цілодобово.

З метою ефективнішого функціонування, центральні офіси обмінюються інформацією про наявність вільних номерів та проводять резервування у готелях, що входять у мережу через певні проміжки часу згідно з графіком. Використання у готельній сфері автоматизованих комп'ютерних систем сприяє механічному скеруванню телефонних дзвінків у певний готель згідно змісту замовлень. Центральні системи з бронювання забезпечують функціонування філій мережі необхідним технічним обладнанням для зв'язку та отримують певний відсоток з операцій з бронювання. Водночас, кожен готель повинен регулярно надавати у центральний офіс з резервування чітку інформацію про заповнення номерного фонду.

Міжготельні агентства — це централізовані системи бронювання, що укладають угоду із співпраці з більш ніж однією виробничою лінією. У роботі

міжготельні агентства найчастіше переадресовують замовлення на бронювання номерів у централізовану систему або з'єднуються безпосередньо з готелями. Окрім резервування місць у готелях ці агентства часто надають послуги з бронювання для авіакомпаній.

Бронювання безпосередньо у готелі. Найчастіше бронювання номерів у готелях здійснюється саме відділом бронювання у готелях, та характерне насамперед для малих незалежних підприємств.

Бронювання туроператорами та іншими організаціями. В окремих випадках туроператори виконують функцію з бронювання місць у курортних готелях. Аналогічні функції виконують організатори конференцій і нарад у спеціалізованих конференц-готелях. У зазначених випадках туроператори стають основним джерелом резервування.

Технологія бронювання номерів (місць) у готелях. Процес бронювання складається з таких етапів: заявки на бронювання; визначення вільних номерів для бронювання; реєстрація замовлення; підтвердження бронювання; складання звіту із бронювання.

Заявка на бронювання. Із заявки на бронювання починається процес співпраці клієнта і готелю. Заявка надходить по мережі Інтернет, телефону, пошті та іншим шляхом особисто від клієнта або посередника — фізичної чи юридичної особи. Кожна заявка на бронювання повинна реєструватись відділом бронювання. У заявці (рис. 1) клієнт повинен повідомити прізвище, ім'я, по-батькові, дату прибуття, термін перебування і дату від'їзду, категорію і кількість номерів, форму оплати.

Визначення вільних номерів для бронювання. Після отримання замовлення незалежно від системи бронювання оперативно здійснюється аналіз номерного фонду. Цей етап особливо важливий для іміджу та ефективності функціонування готелю. Ретельний аналіз замовлення номерного фонду необхідний для уникнення прийому попередніх замовлень на кількість номерів, що перевищує кількість вільних. Контроль вільних місць

здійснюється в процесі резервування шляхом використання різних технологічних методів:

— комп'ютерної системи у випадку бронювання через мережу Інтернет;

— книги контролю бронювання;

— настінного графіка.

Туристична фірма «Укртур» Київ, вул. Галицька, 5 Рахунок 000000001 в Х банку

Директор готелю «Гранд-Готель»

Заявка

Просимо забронювати для працівників нашої фірми Петренка А.М., Іваненка Т.І. два одномісних номера з 1.03. 20__ по 4.03.20__,

Прибуття о 10.00

Оплату гарантуємо згідно договору 17-А від 1.07. 00 р.

Просимо підтвердити бронювання по факсу 228-00-00.

підпис

Директор *І.В. Тарасов*

Головний бухгалтер *Т.П.* Костенко

25.02. 00 р.

Рисунок 9.2 - Лист-замовлення на бронювання номера

Комп'ютерні системи бронювання в автономному режимі відслідковують попередні замовлення, кількість зайнятих і вільних номерів, кількість номерів, що звільнились та дохід від замовлення щоденно. Аналіз проводиться згідно категорії номерів, категорії гостей та інших характеристик.

Сучасні інформаційні технології управління дозволяють програмувати функціонування комп'ютерних систем повністю в автономному режимі. Програми блокують замовлення у випадку заповнення готелю чи окремих категорій номерів, водночас можуть пропонувати альтернативні номери із відповідними розцінками або інші найближчі готелі певної категорії, спеціалізації та ін.

Використання комп'ютерних систем бронювання водночас зумовлює необхідну періодичну перевірку систем, особливо у період їх інтенсивного використання. Навіть у системах що раціонально запрограмовані виникають збої.

Книга контролю бронювання використовується у не комп'ютеризованих готелях. Ця книга представлена стандартним скорозшивачем, що дає можливість проводити заміну листків. На кожній сторінці номери поділені на типи і кожному номеру присвоєне певне число. При отриманні попереднього замовлення на певний тип номера на невідміченому числі присвоєного номера ставиться хрестик у день прибуття. У випадку бронювання номера на декілька днів на наступних сторінках відповідні номери обводяться колом. Певні труднощі використання книги контролю бронювання пов'язуються з ануляцією замовлень або зі зміною у попередніх замовленнях. З метою уникнення технічних труднощів книги контролю бронювання регулярно необхідно замінювати.

Настінний графік для контролю бронювання використовується у не комп'ютеризованих готелях. Настінний графік побудований наступним чином: номери готелю розташовані вертикально, дні і місяці горизонтально, також зазначені розцінки. Для різних типів номерів використовуються різні кольори.

При поступленні замовлення перевіряється наявність вільних місць по графіку на основі дати прибуття клієнта, тривалість перебування і тип номера. Якщо виявлено вакантне місце службовець з бронювання виділяє клієнту певний номер, закріпивши стрічку над лінією, що відповідає цьому номеру. Стрічка протягується від дати прибуття до дати від'їзду. На стрічці часто зазначається прізвище клієнта. Якщо виникає необхідність внесення змін у датах настінного графіка, службовець пересуває стрічку в інше місце; при анулюванні замовлення стрічка вилучається із графіка.

Після використання автоматизованої системи контролю або системи контролю ручного режиму, здійснюється прийом попереднього замовлення у відповідності із заявкою, якщо помер згідно заявки зайнятий — клієнту пропонується номер альтернативного типу і ціни. У випадку відсутності альтернативи іншого номера або клієнт не погоджується на пропозиції, відділ бронювання пропонує альтернативний готель. Корпоративні стосунки між готелями дозволяють швидко компенсувати тимчасові незручності у бронюванні.

Реєстрація замовлення з бронювання. Після надходження заявки на бронювання та перевірки наявності згідно заповнень номерів у готелі оператор із бронювання здійснює реєстраційний запис. Із реєстраційним записом працівник служби бронювання отримує важливу інформацію про клієнта: прізвище, ім'я, по-батькові клієнта або дані про організацію-замовника, форму оплати, кількість і категорію номерів, термін перебування та побажання щодо умов проживання, інформацію із передоплати. Отримана інформація може стати основою побудови індивідуального підходу в обслуговуванні клієнта та перевірки його платоспроможності. Після внесення необхідної інформації, відділ бронювання присвоює клієнту номер для підтвердження бронювання.

Реєстрація заявок на бронювання номерів (місць) здійснюється у журналі єдиного зразка, затвердженого до використання як форми документів строгої звітності і первинного обліку.

У випадку гарантованого бронювання відділ бронювання повинен отримати від клієнта інформацію про форму оплати послуг готелю. Якщо оплата буде здійснюватись кредитною картою, необхідно визначити її тип, номер, термін дії та власника, а також перевірити через комп'ютерну службу дієздатність кредитної карти. Для перевірки кредитної картки сьогодні використовуються комп'ютеризовані системи, які забезпечують цей процес автоматизовано.

Якщо розрахунок здійснюється по передоплаті або по попередньому внеску, готель повинен отримати від клієнта гарантії внести грошову суму до узгодженої дати. Перед настанням дати попереднього внеску або передоплати службовець з бронювання повинен перевірити виконання зобов'язань клієнта. Якщо необхідна сума не внесена згідно рішення відділу бронювання, гарантоване бронювання переводиться у категорію негарантованого.

У бронюванні, що здійснюється за дорученням клієнта турагентом, організаторами конференцій, нарад, підприємствами або має інше джерело, необхідно з'ясувати назву, адресу організації-замовника, реквізити уповноваженої особи, рахунок організації.

У ході реєстрації замовлення із бронювання працівник відділу повинен узгодити важливі аспекти гарантії бронювання. Клієнт повинен мати переконання, що номер буде зберігатись до настання розрахункового часу у день, наступний після прибуття згідно узгодженого графіка. А також, якщо клієнт не анулює бронювання до встановленого часу, це може призвести до втрати авансованого грошового внеску або виставлення рахунку на організацію-замовника броні.

Важливий аспект функціонування відділу бронювання у ході реєстрації замовлення із резервування полягає у наданні тарифів на послуги готелю, а також клієнт повинен отримати інформацію такого змісту:

—додаткові послуги надаються за додаткову плату;

—вимоги щодо мінімального терміну проживання, що діють на дату

подачі заявки з бронювання (якщо запроваджені у готелі);

—пільгові умови, що діють на дату бронювання (якщо запроваджені у готелі);

—курс обміну іноземної валюти при визначенні рахунку для іноземних туристів;

—відсоток податку на номер.

Для позитивного іміджу готельного "підприємства, довіри з боку клієнтів, важливо дотримуватись тарифів задекларованих у ході бронювання.

Підтвердження бронювання. У технології бронювання етап підтвердження узгоджує готовність готелю надати послуги із розміщення, а клієнту підтвердити наміри скористатись послугами з проживання. Бронювання, підтверджене спеціальним повідомленням, надісланим готелем клієнту, називається підтвердженим. При цьому на заявку отриману в усній формі або по телефону, підтвердження у письмовій формі направляється впродовж одного дня. На заявці, що надійшла поштою, підтвердження відсилається у письмовій формі на протязі однієї-двох діб. У повідомленні - попереджуванні, що надсилається факсом або листом вказується:

—номер реєстрації заявки;

—дату і час передбачуваного прибуття і від'їзду клієнта;

—термін перебування у готелі;

—ціна і тип замовленого номера;

—кількість осіб, що прибуває та кількість місць;

—тип бронювання: з гарантією, без гарантії;

—додаткові побажання, що спеціально обумовлюються;

—інформація про можливість зміни дати прибуття, відміну бронювання.

При прибутті у готель клієнта підтвердження із бронювання у друкованому варіанті може використовуватись у випадку певних непередбачуваних ситуацій при поселенні.

У досвіді бронювання в періоди перевищення попиту над пропозицією номерів (конференції, спортивні події та ін.), готелі часто проводять подвійне бронювання. При подвійному бронюванні, готель підтверджує розміщення окремим особам або групам навіть у випадку повного резервування номерів (місць). Ризик подвійного бронювання зумовлений завжди ймовірними відмовами у бронюванні, тому подвійне бронювання у кінцевому рахунку найчастіше призводить до рівноваги попит і пропозицію на готельні номери.

Проблема подвійного бронювання завжди виникає перед менеджерами готелю: відсутність анулювання з бронювання та прибуття усіх клієнтів, зобов'язує готель компенсувати

Відмову у вже підтвердженому розміщенні, водночас бронювання тотожне кількості місць та анулювання резервування зумовлює втрату максимальних прибутків.

З метою уникнення проблеми подвійного бронювання готельні підприємства повинні постійно проводити маркетингові дослідження споживчого ринку. Оскільки найбільший інтерес для готелів представляють ділові туристи та держанні службовці, які становлять в цілому понад 60 % споживачів готельних послуг, необхідно проводити аналіз привабливості поселення, регіону саме для цієї категорії клієнтів.

Широкий розвиток готельних ланцюгів зумовив появу нової системи централізованого бронювання, в результаті якої значну частку готельної квоти (60-70 %) контролює централізована системи бронювання компаній. Кількість номерів, що залишається безпосередньо бронюється готелем. Така система надає значні переваги готелю, оскільки страхує його від значного зниження прибутку у несприятливі періоди. Проте, вона одночасно створює для адміністрації труднощі в періоди значного підвищення попиту, коли існує можливість більш гнучкого маневрування цінами.

Зміна заявки негарантованого бронювання. У резервуванні номерів (місць) у готелях клієнти надають перевагу не гарантованому бронюванню —

клієнти намагаються прибувати у зазначену у заявці дату прибуття або до настання часу відміни бронювання. Проте, в окремих випадках у зв'язку із запізненням з незалежних від клієнта обставин (погодні умови, затримки транспорту та ін.), клієнт змушений змінювати бронювання на гарантоване. У такому випадку оператор із бронювання повинен отримати:

— заявку від клієнта на зміну бронювання;

— інформацію про клієнта та дані негарантованого бронювання;

— інформацію по кредитній картці — номер, термін дії, перевірити інформацію у компанії з обслуговування кредитних карток;

— надати клієнту новий номер підтвердження бронювання;

— заповнити форму із зміни статусу бронювання із дотриманням всіх майнових норм у такому випадку, що приняті у готелі.

Таблиця 9.1 - Форма зміни режиму бронювання у готелях

Дата відміни	Джерело відміни	Дата прогнозованого прибуття	Гість	Номер відміни бронювання

Відміна бронювання. У випадку зміни намірів потенційного клієнта зупинитись у готелі, він повинен заздалегідь повідомити про це відділ бронювання. Відділ бронювання ліквідовує статус броні на номер (місце) та пропонує його іншому клієнту.

Для відміни негарантованого бронювання оператор із бронювання повинен мати інформацію про клієнта, його прізвище, ім'я, адресу, кількість замовлених номерів, дату передбачуваного прибуття і від'їзду. Ця інформація має формальний характер і необхідна для процедурної відміни броні. Факт відміни бронювання вноситься у реєстраційний журнал, комп'ютер, водночас оператор повинен дізнатись у клієнта чи не бажає він змінити дату резервування.

Якщо здійснювалось гарантоване бронювання, що забезпечувалось кредитною карткою, внесенням авансу або передоплати, а також бронювання

підприємствами, туристичними агентствами чи іншими організаціями, оператор із бронювання повинен отримати інформацію про клієнта, кількість замовлених номерів (місць), дату приїзду і від'їзду. У журналі реєстрації бронювання зробити відмітку про відміну бронювання і вказати номер відміни. Якщо відміна бронювання здійснюється уповноваженою від клієнта особою, необхідно відмітити дані про особу. Після цього здійснюється запис у журналі обліку відміни бронювання із зазначенням його номера. Якщо відміна бронювання виконується із внесеним авансом або передоплати до прибуття у готель, гроші повертаються клієнту.

Звіт із бронювання. В організації та ефективному управлінні діяльністю готелю важливе значення мають маркетингові дослідження побудовані на обліку кількості нереалізованих номерів (місць), що дає можливість прогнозувати доходи від їх бронювання. Звіт із бронювання складається з таких пунктів:

—звіт про угоду, тобто вказується інформація про щоденне бронювання, а саме кількість заброньованих номерів, зміни у термінах, відміна бронювання, можливі зміни у кількості зайнятих номерів, неприбулих клієнтах та ін.;

—звіти по відмовах, що містять інформацію про кількість відмов клієнтам з причини зайнятих номерів згідно попереднього замовлення;

—звіт з прогнозування доходів. У звіті подається розрахунок можливого доходу від бронювання із вказівкою суми, отриманої шляхом множення заброньованих номерів на їх вартість.

У звітах із бронювання зазначається інформація про кількість осіб, поселених у номері, джерело бронювання, кількість неприбулих клієнтів, кількість продовжених візитів і дострокових від'їздів узгоджених з готелем.

9.4 Організація і технологія обслуговування споживачів службою прийому і розміщення

В організаційній структурі будь-якого готельного підприємства головним функціональним підрозділом в обслуговуванні клієнтів є служба прийому і розміщення. В процесі обслуговування клієнти найбільше взаємодіють з персоналом цієї служби — отримують інформацію про готель, здійснюють бронювання місць (за умови відсутності служби бронювання як окремої структурної ланки), забезпечується поселення, оплата послуг, послуги під час перебування у готелі. Водночас, служба прийому і розміщення коригує роботу інших служб, пов'язану з безпосереднім обслуговуванням клієнтів — служби бронювання, обслуговування номерного фонду, громадського харчування, здійснює аналіз заповнюваності номерів за поточну добу, контролює оплату клієнтами послуг готелю, забезпечує ведення технічної документації, пов'язаної з обслуговуванням гостей та ін.

Поряд із службою бронювання, персонал служби прийому і розміщення є першим з яким контактує клієнт, тому від професіоналізму його роботи залежить перше враження про готель в цілому. У цьому зв'язку до служби ставляться такі вимоги:

—служба прийому і розміщення (рецепція) повинна розташовуватись у безпосередній близькості до входу у готель. У випадку значних розмірів вестибюля, його планування та інтер'єр повинні зорієнтувати гостей у напрямку стійки рецепції;

—рецепція повинна мати оригінальне естетично привабливе оформлення з елементами світлового, необхідне технічне (телефон, факс, комп'ютер) та інформаційне забезпечення (рекламні буклети, прайси, візитки та ін.);

—стійка рецепції повинна бути чистою, технічна документація упорядкованою, без зайвих предметів;

—обслуговуючий персонал повинен мати бездоганний зовнішній вигляд та поведінку, оперативно забезпечувати процес прийому і поселення гостей .

Службу прийому і розміщення очолює головний адміністратор (менеджер служби прийому і розміщення). Головному адміністратору підпорядковуються чергові адміністратори, портьє, касир служби прийому і розміщення. У невеликих готелях значну частину функцій може виконувати один спеціаліст — черговий адміністратор, який підпорядковується безпосередньо генеральному директору. У великих готелях із значним потоком туристів та значним персоналом у кожній категорії спеціалістів можуть виділятись декілька співробітників з окремих напрямків (наприклад, у групі портьє: з прийому клієнтів, від'їзду, портьє відповідальний за ключі).

Головний адміністратор. Окрім функції управління службою прийому і розміщення, функціональні обов'язки головного адміністратора стосуються контролю за якістю обслуговування у готелі, постійного вдосконалення функціонування служби з метою покращення обслуговування гостей. У технологічному процесі головний адміністратор здійснює:

—керівництво збутом номерів;

—балансові розрахунки витрат гостей у готелі;

—надає інформацію щодо роботи різних служб у готелі;

—вирішує конфліктні ситуації, що виникають між обслуговуючим персоналом та клієнтами готелю.

В управлінні процесом збуту номерів головний адміністратор повинен володіти інформацією щодо їхнього заповнення, уточнювати замовлення, насамперед колективні на найближчий місяць, виявляти особливі випадки у прийому гостей, аналізувати список гостей, в тому числі VIP-гостей та постійних клієнтів готелю. Головний адміністратор повинен бути зацікавленим у збуті всіх вільних номерів, що пов'язується з постійним режимом бронювання місць, розпродажу дефіциту і управління процентними доходами. Розпродаж дефіциту стосується демонстративного виділення

переваг незайнятого номера — місця розташування, огляду території з вікон, інтер'єру, обладнання та ін., спонукаючи клієнта до його купівлі. Інший метод, управління процентним доходом, пов'язується з продажем незайнятих номерів за пільговими тарифами.

Водночас, головний адміністратор повинен забезпечити рентабельність готельного підприємства шляхом досягнення оптимальної середньодобової ціни номера. Оптимальна середньодобова ціна номера визначається як ділення виручeної суми за добу від продажу всіх номерів на кількість проданих номерів.

Проведення балансових розрахунків витрат гостей у готелі забезпечує закладу розміщення постійне, своєчасне надходження коштів достатнє для виконання фінансових зобов'язань по іпотечних кредитах і виплаті зарплати своїм працівникам. Головний адміністратор повинен володіти інформацією про внесення авансової плати клієнтом, перелік всіх витрат гостей на послуги, що надходять від різних служб та відділів. Оптимізувати балансові розрахунки сьогодні дозволяє використання автоматизованих систем управління, що передають інформацію зафіксовану у пунктах продажу в офіс головного адміністратора. Витрати гостей, зафіксовані у різних торгових пунктах готелю безпосередньо передаються на рахунок гостей і оплачуються при їхньому в'їзді з готелю або передаються у «міський гросбух» (для гостей з фірм для яких відкритий кредит). Для гостей, які користуються кредитом, рахунок оплачується у визначений термін (упродовж 30 днів, або у пільговий період — до 60 днів). Досвід свідчить, що компанії найчастіше оплачують кредитні рахунки не пізніше 15-20 днів. Таким чином, надходження інформації про балансові рахунки клієнтів до головного адміністратора забезпечує фінансовий контроль дохідної частини діяльності закладу розміщення.

Використання автоматизованих телекомунікаційних систем управління в окремих готелях США та Західної Європи дає можливість здійснювати *дистанційний контроль рахунків.* Згідно цієї системи, гість має можливість

перевірити свої витрати через телеекран, встановлений у номері, водночас, ця система спонукає клієнта до оплати витрат. Сума витрат може бути перенесена на кредитну картку, а копія рахунку надсилається клієнту або на рахунок фірми клієнта. У готелях, що не використовують систему дистанційного контролю рахунку, рахунок може надсилатись клієнту в номер в останній вечір його перебування у готелі, що дає можливість клієнту перевірити всі свої витрати до від'їзду. Гість може подзвонити в офіс головного адміністратора і поінформувати касира про можливість надіслати рахунок.

Адміністратор виконує функції важливого інформаційного джерела, пропонує послуги, що надаються різними службами у готелі — послуги служби прийому і розміщення: доставку пошти, факсів, інформації зовнішнього характеру — про місцевий туристичний колорит, комунальну інфраструктуру та ін.

Обов'язок головного адміністратора стосується вирішення конфліктних ситуацій, що виникають між клієнтами і обслуговуючим персоналом, надання психологічної допомоги клієнтам у вирішенні проблем особистого характеру. Важливим аспектом прояву гостинності головного адміністратора щодо відомих персон, постійних клієнтів готелю є особиста зустріч при прибутті і проводи гостя при від'їзді.

Окрім професійного знання психології, головний адміністратор повинен бути авторитетною особистістю у готелі, бездоганно знати нормативну документацію та технологію прийому і обслуговування гостей, володіти 2-3 іноземними мовами, знати категорії і прейскуранти цін на номери та послуги, володіти практичними знаннями забезпечення безпеки у готелях.

Черговий адміністратор служби прийому і розміщення. Виконує функції безпосереднього представника головного адміністратора у службі прийому і розміщення, коригує роботу цієї служби, постійно перебуває у взаємодії з клієнтами. Після закінчення зміни звітується про роботу служби головному адміністратору.

Черговий адміністратор працює по змінах, одночасно у невеликих та середніх готелях на зміні працює один, у великих готельних комплексах два чергових адміністратори. В процесі роботи йому підпорядковуються працівники рецепції — портьє, касир, паспортист.

Основні професійно-кваліфікаційні та особисті вимоги щодо посади чергового адміністратора стосуються:

—мати професійну підготовку у спеціалізованих профілю діяльності навчальних установах, пройти стажування у готельному закладі не менше 1 року;

—знати нормативну документацію щодо прийому й обслуговування гостей;

—досконало знати 2 — 3 іноземні мови;

—володіти практичними знаннями забезпечення безпеки у готелі;

—бездоганного зовнішнього вигляду та поведінки;

—здатності легко вступати у діалог з підлеглими та клієнтами.

Основними функціональними обов'язками чергового адміністратора є:

—забезпечити підготовку номера до поселення та виконання інших підготовчих заходів згідно побажань клієнта перед прибуттям у готель;

—аналіз стану зайнятості номерного фонду, прогноз щодо його заповнення;

—підбір номерів для бронювання;

—контроль фіксації в електронному вигляді таблиці або окремого журналу заповнення номерів;

—перевірка документів при реєстрації, виявлення терміну їхньої дії;

—перевірка інформації щодо гостей, які від'їжджають, насамперед оплати клієнтами послуг;

—постійна співпраця з суміжними службами в обслуговуванні клієнтів з метою найефективнішого процесу обслуговування;

—відповідальність за збереження ключів від номерів;

—відповідальність за обладнання служби приймання та розміщення;

—доставка пошти та посилок проживаючим;

— толерантна співпраця з клієнтами;

— вирішення питань експлуатації готельного підприємства у нічний та ранковий час — період відсутності вищого керівництва;

— вживати заходи щодо ліквідації конфліктних ситуацій.

Портьє — службовець служби прийому і розміщення, який працює за стійкою рецепції. Головні функціональні обов'язки стосуються: оформлення необхідної документації при поселенні та від'їзді клієнтів, надання інформації про готель, його структурні ланки та послуги, ведення картотеки зайнятості номерів, проведення розрахунку гостей, бронювання номерів. Обсяг обов'язків портьє залежить від розмірів готелю і його функціональної структури. У структурі управлінської ієрархії портьє підпорядковується черговому адміністратору.

Щодо посади портьє важливе значення мають вимоги індивідуального характеру пов'язані з його фізичними характеристиками: вік, медичні характеристики, комунікабельність. Професійно-кваліфікаційні вимоги стосуються з професійною підготовкою у спеціалізованому навчальному закладі, необхідністю мати досвід роботи, знання технологічної документації, іноземних мов, психології спілкування.

Касир служби прийому і розміщення працює у рецепції поряд з портьє та забезпечує операції з прийому, збереження і здачі за касовим звітом грошей у бухгалтерію, а також повертає гроші клієнтам, які від'їжджають з готелю раніше встановленого терміну. Окрім цього обов'язки касира стосуються:

— внесення повної суми рахунку клієнта;

— отримання оплати від клієнта при від'їзді;

— узгодження оплати рахунків кредитними картками та чеками з бухгалтерією;

— підрахунок загальної суми виторгу в кінці кожної зміни;

— відповідальність за грошову суму, що перебуває в обігу впродовж зміни.

Професійно-кваліфікаційні вимоги щодо посади касира служби прийому і розміщення стосуються необхідності мати кваліфікаційні знання, знати правила прийому й обслуговування клієнтів, прейскуранти цін на номери і місця та систему розрахунків при бронюванні й оплаті проживання, володіти інформацією про додаткові послуги, вміти використовувати технічні засоби у роботі, насамперед телекомунікаційні. Операції із значними грошовими рахунками зумовлюють необхідність ведення розрахункової документації. У структурі управління посада касира підпорядковується черговому адміністратору стосовно технології обслуговування та головному бухгалтеру щодо технологічної документації грошових рахунків.

Технологія обслуговування споживачів службою прийому та розміщення. При прибутті гостей у готель привітання гостя персоналом служби прийому і розміщення на рецепції є важливим моментом прояву гостинності та початком процесу реєстрації гостей.

Черговий адміністратор повинен з'ясувати реєстраційний статус клієнта, наголосити на особливостях додаткових послуг готелю. У європейських готелях поширений досвід зустрічі відомих гостей (політиків, банкірів, діячів культури, спорту та ін.) власником закладу або уповноваженими особами адміністрації. Подібна увага може надаватись постійним клієнтам закладу.

Процес реєстрації, згідно процедури, умовно можна поділити на декілька етапів: передреєстраційний, оформлення реєстраційного запису, визначення номера і тарифів, оплата готельних послуг, видача ключів від номера, супровід гостя у номер (рисунок 9.3).

Етап передреєстрації пов'язується з клієнтами, які здійснили і бронювання номерів (місць) у готелі. У випадку, якщо клієнт здійснив бронювання номера (місця) внесений запис у журналі реєстрації заявок номерів (місць) є інформаційною основою реєстрації і спрощує її процес. Клі-

єнт, який резервував номер (місце), надає необхідну інформацію для процесу реєстрації, тому з метою уникнення очікування клієнта та підвищення ефективності роботи рецепції, особливо у піковий період, черговий адміністратор або портьє можуть спростити реєстрацію, гості можуть не заповнювати анкети проживаючого та реєстраційної картки. Необхідні дані у зазначені документи можуть вносити службовці рецепції, використовуючи інформацію отриману на етапі передреєстрації, а при прибутті клієнта, він лише перевіряє та засвідчує своїм підписом правильність поданої інформації.

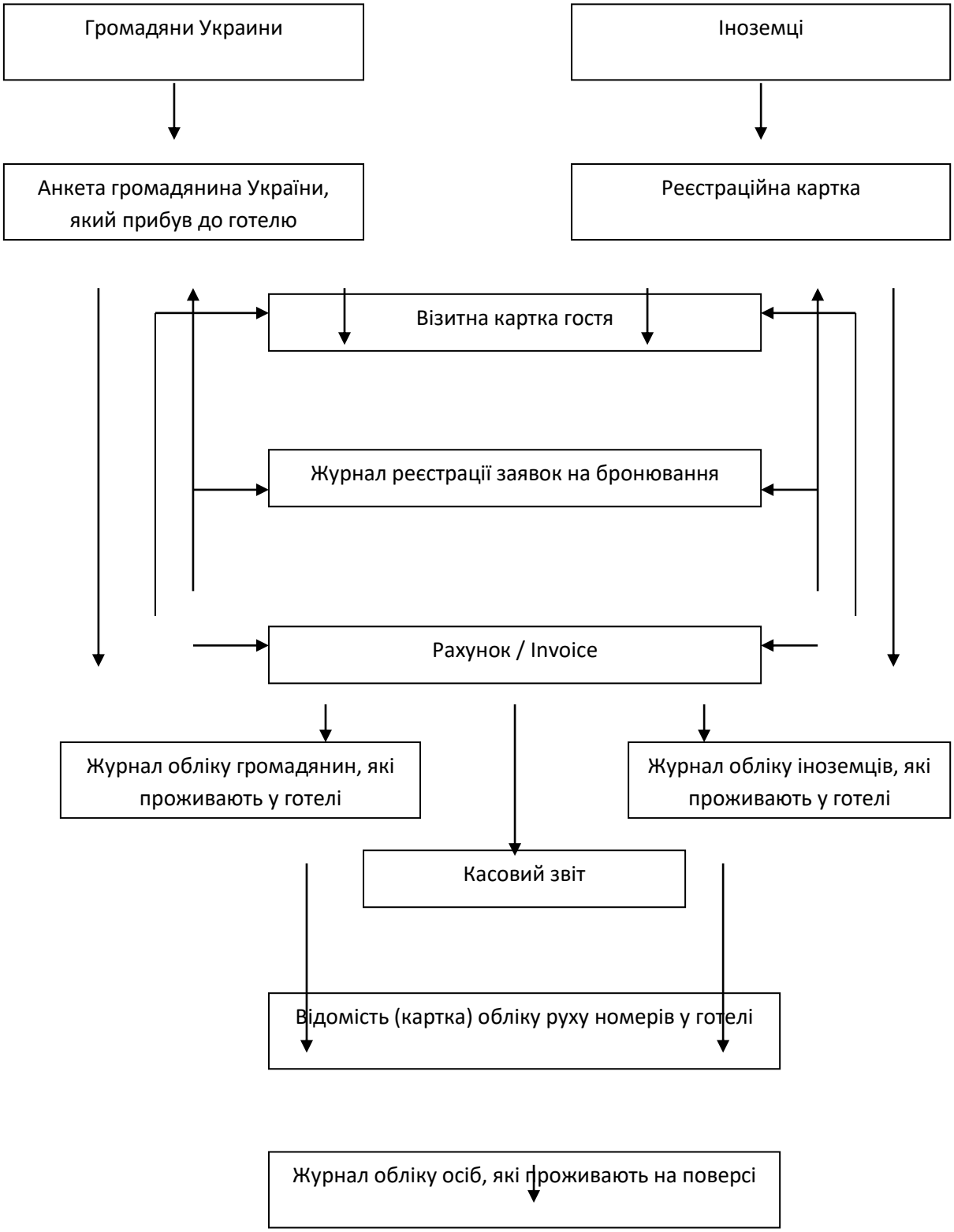

Рисунок 9. 3 - Послідовність процесу заповнення технологічної документації у готелях

Окрім заповнення форм первинної технологічної документації — анкети проживаючого та реєстраційної картки для категорії гостей із заброньованими номерами (місцями), персонал рецепції до поселення визначає номер для поселення, тарифи, оформляє бухгалтерські бланки клієнта, а також згідно замовлення узгоджуються умови надання додаткових послуг іншими службами готелю.

Водночас, широка передреєстраційна діяльність служби прийому і розміщення повинна регламентуватись індивідуальним підходом кожного закладу розміщення, що зумовлено ймовірністю анулювання або зміни умов бронювання. У цій ситуації важливу роль відіграє оперативність роботи служби рецепції. Як правило передреєстраційний етап стосується лише виконання головних підготовчих заходів — заповнення реєстраційної документації, підготовки номерів і визначення тарифів, інші функції заздалегідь погоджуються із службами і активізується робота з підготовки до прибуття клієнта і його підтвердження своїх намірів скористатись послугами.

Передреєстраційну підготовку поселення клієнта сьогодні суттєво активізує використання у готелях комп'ютеризованих систем. Лише окремі, неавтоматизовані або на півавтоматизовані готелі забезпечують процес реєстрації механічним (ручним) способом. Особливо активізує передреєстраційну роботу служби прийому і розміщення використання телекомунікаційних систем (Інтернету) та автоматизованих систем управління у готелях.

Використання комплексу передреєстраційних заходів у провідних готельних корпораціях зумовило поширення досвіду реєстрації клієнта безпосередньо у номері, оминаючи цей процес у рецепції.

Оформлення реєстрації споживачів у готелях має певні особливості для категорії клієнтів з передреєстраційним статусом і гостей, які прибувають у готель без резервування номерів. Клієнти без реєстраційного статусу,

громадяни України, повинні заповнити анкету проживаючого на основі документа, що підтверджує особу.

Анкета проживаючого заповнюється в одному екземплярі на основі паспорта, свідоцтва про народження, водійських прав та інших документів підтвердження особи. Після заповнення анкета і документ підтвердження особи передаються черговому адміністратору для реєстрації у журналі обліку громадян, які проживають у готелі. Після реєстрації документ повертається власнику, а анкета вноситься у картотеку. Анкета проживаючого зберігається у службі прийому і розміщення в період проживання клієнта у готелі та впродовж місяця з моменту його вибуття з готелю. Після цього анкета передається в архів і зберігається на протязі року, а потім знищується згідно акта. У картотеці анкети систематизуються в алфавітному порядку. У рецепції прийнято використовувати дві картотеки — одну для осіб, які проживають у готелі, другу — для вибулих.

Наприклад, Шварц Наталія Львівна прибула у готель «Гранд-Готель» 10 вересня 2006 р. о 11.00. Клієнтка попередньо зарезервувала номер 207 категорії «люкс», оплата проведена у цей же день готівкою за дві доби перебування у готелі — до 12.00 12 вересня 2006 р. у сумі 1772 грн.

Упродовж терміну перебування у готелі клієнтці надано додаткові послуги з прання білизни, масажного кабінету, прокату фена з додатковою оплатою. 12 вересня 2006 р. Шварц Н.Л. вибула з готелю.

Журнал обліку громадян, які проживають у готелі використовується для обліку всіх гостей — громадян України та іноземних громадян. Журнал заповнюється в одному екземплярі черговим адміністратором.

Іноземні громадяни або особи без громадянства заповнюють реєстраційну картку на основі паспорта або іншого документа, що посвідчує їхню особу і передається черговому адміністратору разом з документом для реєстрації. Реєстраційна картка відображає інформацію про клієнта на українській і англійській мовах. У готелях реєстраційна картка зберігається

впродовж двох років, після цього разом з журналом обліку іноземців знищується на основі акта.

Наприклад, Мішель Анрі прибув у готель «Дністер» 13 травня 2006 р. о 7.45. Після пред'явлення паспорта, візи і даних про реєстрацію на нього оформлена реєстраційна картка. Йому надано номер 305 категорії «люкс», після цього Мішель Анрі оплатив своє перебування у готелі до 20 травня 2006 р. включно готівкою у сумі 4880 грн. Додатковими послугами готелю впродовж перебування клієнт не користувався. 20 травня 2006 р. о 19.20 Мішель Анрі вибув з готелю.

Журнал обліку іноземців, які проживають у готелі заповнюється черговим адміністратором на основі реєстраційної картки, паспорта і візи. Журнал заповнюється в одному екземплярі згідно форми, затвердженої МВС України. Після повного заповнений журнал передається на зберігання в архів готелю.

Для гостей, які поселяються згідно заброньованих номерів (місці) реєстраційний запис в анкету проживаючого і журнал Обліку проживаючих громадян України та іноземних громами і підтверджується інформацією, що отримана під час бронювання.

У готелях, що використовують неавтоматизовані системи реєстрації клієнтів при поселенні заповнюється анкета, реєстраційна картка та журнал обліку гостей. Готелі, у яких використовуються автоматизовані системи у роботі рецепції інформація необхідна для реєстрації отримується в усній формі і вноситься в електронному варіанті анкети та реєстраційної картки і роздруковується.

У бланку анкети та реєстраційної картки вказується: прізвище, ім'я, по-батькові, дата народження, місце народження, серія, номер паспорта, коли і ким виданий, адреса постійного місця проживання, мета приїзду, тривалість проживання. Черговий адміністратор вказує ідентифікаційний код та код ДКУД, назву готелю, номер кімнати та дату прибуття і відїзду. У

реєстраційній картці інформація заповнюється українською та англійською мовами. Після заповнення анкети проживаючого та реєстраційної картки клієнт обов'язково повинен поставити підпис.

Визначення номера і тарифів. У технології обслуговуванім клієнтата при поселенні визначення номера і тарифів — суттєвий стан, що може суттєво вплинути на клієнта у виборі готелю, термін його перебування. Номер і тариф повинні відповідати очікуванням клієнта. У випадку, коли побажання клієнта важко задовольнити, черговий адміністратор повинен використати альтернативні варіанти — інші номери аналогічні у розмірах, плануванні, умеблюванні, забезпеченні обладнанням, проте іншого розташування у готелі, з іншою оглядовістю з вікон та підкреслити позитивні переваги тих номерів, переконати клієнта у доцільності розміщення саме у тих номерах.

Вагомим фактором впливу на вибір клієнтом номера пов'язується із зниженням тарифів. Комерційно обґрунтоване зниження тарифів на окремі номери однакової місткості, проте різних розмірів, стану меблів, забезпечення обладнанням, розташування, як свідчить міжнародний досвід переконливо впливає на вибір клієнта. В цьому випадку професійний обов'язок чергового адміністратора і портьє стосується необхідності володіти всією інформацією, особливо поточною, про стан кожного номера. Актуальна проблема у готельному бізнесі стосується співпраці окремих служб і категорій персоналу, насамперед служби бронювання, прийому і розміщення, обслуговування номерного фонду. Агент з бронювання, черговий адміністратор і черговий на поверсі або покоївка повинні постійно обмінюватись інформацією щодо стану номерів. Повна інформація про зміну стану номерів терміново повинна передаватись черговим на поверсі у службу бронювання і службу прийому і розміщення. У роботі чергового адміністратора важливо індивідуально перед початком і в кінці зміни регулярно відвідувати незайняті номери і ретельно цікавитись їхнім станом. Окрім особистого вивчення стану номерів, черговий

адміністратор використовує механічні та комп'ютеризовані системи зв'язку з службою обслуговування номерного фонду, бронювання, технічною службою.

При визначенні номера черговий адміністратор або портьє, якщо наявні особливо помітні недоліки у матеріально-технічному забезпеченні номера, обов'язково повинен повідомити про це клієнта. Невідповідність номера його статусу може зумовити вагомі труднощі, збої у роботі служби прийому і розміщення, погіршення якості обслуговування, зрештою втрату іміджу готелем.

Механічні системи зв'язку використовуються у не комп`ютеризованих готелях і пов'язуються з усним повідомленням, письмовим зв'язком або зв'язком по пневмопошті. В усній формі зв'язок здійснюється по внутрішньому телефону, він забезпечує швидку передачу інформації або здійснюється безпосередньо вербальний контакт персоналу готелю. Недоліком цього зв'язку є відсутність підтверджуючого свідчення тяжу. У випадку невідповідності номера своєму статусу важкі (твердити невиконання бов'язків персоналом відповідальних за поселення і обслуговування номерів служб.

Письмовий зв'язок, у порівнянні з усним, забезпечує підтвердження інформації, проте суттєвим недоліком є значна потеря часу на формулювання та необхідності особистої доставки звіту.

Традиційним, проте найменш типовим способом передачі Інформації у готелях залишається пневмопошта. Цей зв'язок не вимагає обов'язкової присутності отримувача інформації НІ місці, інформація може надходити в процесі виконання ІНШИХ завдань персоналом служб обслуговування.

Комп'ютеризована система визначення стану номерів сьогодні найбільш ефективна, використовується майже у всіх закладах розміщення. Доступність телекомунікаційних систем управління і зв'язку зумовлює оперативний обмін інформацією між службами та персоналом. Черговий адміністратор і черговий на поверхах, покоївки мають швидкий доступ до інформації про стан номерів,

відображений на моніторі комп'ютера. Інформація про звільнення клієнтом номера вводиться черговим адміністратором у комп'ютер, а покоївка з монітора у своєму відділі дізнається про необхідність прибирання у номері. Після прибирання покоївка повідомляє чергового на поверсі про готовність номера до прийому нових гостей, черговий на поверсі вводить що інформацію у комп'ютер, Черговий адміністратор, агент і бронювання отримавши інформацію про готовність до прийом) номера, використовують його у подальшій роботі;

Відсутність інформації про готовність номерів є найголовнішою проблемою у службах прийому і розміщення, бронювання, обслуговування номерів та технічній службі. Ця проблема виникає у зв'язку із несвоєчасним внесенням інформації у систему зв'язку готелю персоналом служб. В процесі поселення гостей, черговий адміністратор повинен мати переконання про можливість поселення клієнта у певний номер. Навіть якщо клієнту необхідно почекати — це найкраще вирішення проблеми ніж запропонувати йому номер з якого нещодавно вибув попередній клієнт.

Інша вагома проблема у визначенні статусу номера при поселенні стосується клієнтів, які бажають продовжити термін перебування у номері більше зазначеного терміну в анкеті проживаючого чи реєстраційній картці. Служба бронювання здійснила резервування цього номера для інших клієнтів і клієнт прибуває чітко у термін згідно умов бронювання. Водночас, попередній клієнт відмовляється покидати номер і перейти в інший, запропонований черговим адміністратором. Вирішення цієї проблеми пов'язується з ретельним вивченням службою прийому і розміщення намірів клієнта при реєстрації, увагою до клієнта в процесі його перебування у готелі. Постійний контроль за станом номерів службою прийому і розміщення відіграє важливу роль у налагодженні ефективної роботи готелю.

Після визначення категорії номера черговий адміністратор з'ясовує з клієнтом розмір плати за послуги проживання впродовж доби у номері —

тарифи. У випадку бронювання клієнтом номера (місця) у готелі, тариф може з'ясовуватись на цьому етапі готельного циклу обслуговування.

Професійний обов'язок чергового адміністратора і портьє стосується чіткого знання системи тарифів та їхньої зміни впродовж року. В окремих готелях розроблені графіки сезонної зміни тарифів. Про зміну тарифів готелі повинні заздалегідь повідомляти клієнтів та відображати тарифну політику у маркетингових дослідженнях.

Рівень тарифів залежить від кількості гостей у номері, рівня обслуговування, розташування номера, його характеристики та ін. Тарифи можуть визначатись згідно соціальної категорії гостей, готель повинен надавати пільги тим категоріям клієнтів, для яких пільги передбачені у порядку і на умовах, що визначені діючим законодавством. Зокрема, при розміщенні дітей у віці до 5 років з батьками в одному номері плата за проживання дітей не здійснюється.

Готелі визначають плату лише за послуги визначені клієнтом при поселенні, без узгодження з гостем готель не має права надавати додаткові послуги. Клієнт має право відмовитись від оплати таких послуг, а у випадку їхньої оплати, готель повинен повернути оплачену суму.

Згідно Вимог, якщо клієнт бажає поселитись у номер на два і більше місця з оплатою вартості номера, готель зобов'язаний визначити тариф на номер і надати таку послугу. Готелі зобов'язані надавати гостям без додаткової оплати потуги з виклику швидкої допомоги, доставки в номер кореспонденції, послугу з побудки в нічний час, надання необхідного інвентаря в залежності від категорії готелю. Швидке визначення тарифу та послуги готелю службою прийому і розміщення і урахуванням загальноприйнятих вимог та особливостей політики готелю з ефектом задоволення клієнта є ознакою професіоналізму менеджерів та обслуговуючого персоналу служб готелю.

Згідно «Правил користування готелями і аналогічними засобами розміщення і надання готельних послуг», затверджених наказом Державної туристичної адміністрації України від 16 березня 2004 р., готелі зобов'язані надавати клієнту необхідну, об'єктивну, доступну і своєчасну інформацію про готельні послуги. Саме на етапі реєстрації клієнта інформація доводиться до його відома у доступній і наочній формі і повинна розміщуватись у рецепції у зручному для огляду місці і повинна містити:

—нормативні документи, згідно вимог яких повинні надаватись готельні послуги;

—правила користування готелями і аналогічними засобами розміщення і надання готельних послуг;

—свідоцтво про присвоєння готелю категорії;

—копію сертифіката на послуги, що підлягають обов'язковій сертифікації;

—копію ліцензії, якщо даний вид діяльності підлягає ліцензуванню;

—прейскурант на номери (місця);

—перелік основних послуг, що включені у ціну номера (місця);

—перелік і ціну додаткових послуг, що надаються за додаткову плату;

—інформацію про форму і порядок оплати послуг;

—перелік категорій осіб, які мають право на пільги, а також перелік пільг, що надаються при наданні послуг у відповідності із законодавством;

—інформацію про роботу закладів громадського харчування, торгівлі, зв'язку, побутового обслуговування та інших,

—розташованих у готелі. Якщо вони відсутні — інформацію про розташування і режим роботи найближчих до готелю підприємств харчування, зв'язку і побутового обслуговування;

—інформацію про органи, що здійснюють захист прав споживачів.

Після визначення тарифу клієнт здійснює передоплату послуг, форма якої узгоджується з черговим адміністратором чи портьє. Передоплата зараховується в оплату готельних послуг при остаточному розрахунку, коли клієнт вибуває з готелю. Готелі можуть приймати повну передоплату послуг, а також подобову або погодинну згідно прийнятого закладом гостинності порядку. Заклад розміщення повинен визначити перелік основних послуг, що входять у ціну номера (місця).

Плата за надання готельних послуг здійснюється відповідно з єдиним розрахунковим часом — 12 год. поточної доби за місцевим часом. Водночас, з урахуванням місцевих особливостей готелі можуть змінювати єдиний розрахунковий час. Якщо проживання у готелі становить менше доби, а також у випадку раннього заїзду або пізнього від'їзду готель самостійно визначає розмір оплати за надання готельних послуг.

Оплата готельних послуг. Прийом оплати клієнтами готельних послуг забезпечує касир служби прийому та розміщення. Посада касира служби прийому та розміщення одночасно перебуває у підпорядкуванні чергового адміністратора та фінансового менеджера. Оскільки касир служби прийому та розміщення водночас представляє дві служби перед клієнтами, є останнім службовцем з яким спілкується клієнт при вибутті з готелю, особливо важливо, щоб його враження були позитивні.

Обов'язки касира стосуються:

—проведення реєстрації всіх рахунків у журнал реєстрації одразу після оплати рахунків;

—реєстрація зміни у розподілі номерів у зв'язку з повідомленням портьє;

—оформлення від'їзду клієнта і реєстрація всіх отриманих оплат;

—опрацювання готівки;

—швидке інформування чергового адміністратора або портьє про від'їзд клієнта;

—падання інформації клієнтам щодо їхніх рахунків; падання клієнтам сейфів для зберігання цінностей.

Відкриття рахунку клієнта. Після реєстрації клієнта, касир служби прийому і розміщення відкриває рахунок. Після відкриття рахунку на ньому проставляють порядковий номер особистої картки для збереження порядкової послідовності ведення картотеки. При використовуванні комп'ютеризованої системи порядковий номер проставляється автоматизовано.

Касир служби прийому і розміщення несе відповідальність за внесення будь-якої оплати за номер у рахунок клієнта. Єдиний виняток становлять клієнти, які зупиняються на неповну добу. Реєстрація оплати для таких клієнтів вноситься в окремий список із зазначенням прізвища, імені, по-батькові клієнта, номера кімнати та номера анкети проживаючого, розмір оплати. Всі записи клієнтів повинні бути проштамповані із зазначенням часу на момент отримання оплати.

Внесення клієнтом авансової оплати. Після реєстрації клієнта у готелі, клієнт повинен оплатити авансом номер. Портьє здійснює запис про цю операцію і скеровує клієнта до касира для обслуговування оплати. Якщо на час вибуття клієнт бажає продовжити термін перебування, йому необхідно внести передоплату, а також з'ясувати проблеми, пов'язані з витратами, що виникають з цієї причини.

Реєстрація зміни номерів. У випадку, якщо у рахунку клієнта виникають зміни, касир або портьє повинен здійснити їхню реєстрацію, зміни можуть виникати у випадку: помилкового визначення вартості номера; зміни оплати номера у зв'язку з виїздом одного або декількох клієнтів, якщо один або декілька з групи залишаються у номері;

—переходом клієнта з одного номера в інший;

—поселення іншого клієнта в номер;

—виправлення у написанні прізвища, імені, по-батькові; термінові від'їзди, що неочікувані для касира служби

—прийому і розміщення, наприклад членів авіаекіпажу.

Відмітки про зміни у рахунку здійснюються у двох екземплярах. У першому екземплярі (білого кольору) реєструються прості зміни (пункт 1;2;5;6), він заповнюється портьє і відразу передається касиру. Якщо клієнт бажає перейти в інший номер (пункт 3), портьє повинен повідомити про це носія багажу, оператора телефонного зв'язку, пральню і покоївку.

Другий екземпляр (жовтого кольору) залишається у портьє для внесення виправлень реєстраційних анкет або внесення у файл при наявності комп'ютерної системи в управлінні процесом прийому і розміщення. З метою реєстрації всіх змін та уникнення збоїв у роботі, всі зміни необхідно вносити після їхньої появи. Незаповнені номери повинні вноситись у баланс служби прийому і розміщення. Кожного ранку черговий адміністратор аналізує зміни у реєстрації та тарифи на номери за попередню добу для перевірки правильності їхнього оформлення. Якщо виникають будь-які відхилення у порядку оформлення про це необхідно повідомити головного адміністратора.

Оформлення від'їзду і запис оплати клієнта. Головні стосунки клієнта з касиром служби прийому і розміщення відбуваються в період оформлення розрахунку перед від'їздом. Оформлення від'їзду повинно здійснюватись швидко, не викликати незадоволення у клієнта. Це один з головних етапів у готельному циклі обслуговування, який повинен продемонструвати рівень гостинності закладу розміщення.

Технологія оформлення від'їзду клієнта пов'язується з такими діями касира:

—якщо клієнт повідомляє про від'їзд, необхідно дізнатись про номер проживання;

—касир повинен отримати особисті дані про клієнта і перевірити його анкету (при наявності комп'ютерної системи перевірити файл);

—касир повинен перевірити отримання клієнтом додаткових послуг у готелі, насамперед безпосередньо перед від'їздом (наприклад, клієнти перед

від'їздом часто відвідують ресторан і рахунок ще не поступив у рецепцію і не внесений у рахунок клієнта);

—касир повинен вказати суму оплати;

—касир повинен прийняти оплату згідно рахунку, зареєструвати її, вказати час реєстрації у журналі обліку громадян, які проживають у готелі і в анкеті проживаючого або у реєстраційній картці.

Касир служби прийому і розміщення забезпечує перереведення грошового рахунку одного клієнта на рахунок іншого без письмового дозволу головного бухгалтера або його помічника. Технологія переведення рахунку здійснюється таким чином, наприклад, клієнт Іванченко І.І., номер 335, просим, перевести його рахунок на рахунок клієнта Петренка П.П., номер 725. У цьому випадку касир повинен повідомити клієнта Петренка П.П. про необхідність звернутись у рецепцію і власноручно засвідчити в анкеті клієнта Іванченка 1.1. цей дозвіл на переведення рахунку.

Робота касира з готівкою. Касир служби прийому і розміщення несе відповідальність за збереження грошової суми на рецепції, в тому числі за сейф. Перед початком зміни касир повинен забрати з спеціального сейфа для збереження грошей наявну суму, у цьому сейфі водночас можуть зберігатись гроші та коштовні речі клієнтів. Ключі від сейфа у двох примірниках зберігаються — один у касира, другий у заступника директора з обслуговування.

При отриманні грошової суми на початку зміни, касир підписує квитанцію, що передається головному директору. Касир також повинен використовувати інструкцію, яку розробляє фінансовий менеджер з користування готівкою. Грошова сума у касира може перевірятись у будь-який момент фінансовим менеджером, іншим уповноваженим фінансово-економічної служби, або зовнішніми інспекторами.

Після закінчення зміни касир служби прийому і розміщення повинен на основі квитанції підрахувати баланс готівки за зміну Конверт з квитанціями і

отриманою готівкою зберігається і іншою наявною грошовою сумою. Касир також повинен з підрахунком балансу грошової суми в кінці зміни, передбачити на наступний день достатню кількість банкнот різного номіналу з метою уникнення труднощів під час роботи з клієнтами.

У випадку відсутності касира з причини хвороби, відпустки та іншої причини, грошова сума, що перебуває у його розпорядженні, передається головному касиру згідно акта про прийом грошей. Необхідно зазначити, для кожного касира визначений особистий код (файл у комп'ютері), який дозволяє ідентифікувати доступ до рахунків та позбавляє відповідальності за помилки іншого персоналу служби.

Після закінчення зміни касир повинен звірити рахунки клієнтів з даними чеків касових апаратів. Всі рахунки повинні бути акуратно упаковані і залишені для перевірки нічному аудитору.

Анкети та реєстраційні картки клієнтів, які вибули пропечатується із зазначенням часу від'їзду і передається портьє, вони є основним засобом інформації для служби прийому і розміщення про звільнення номерів.

Обов'язком касира є надання сейфа для зберігання цінних речей. Він зобов'язаний оформити зберігання цінних речей у сейфі, дотримання регламентованої процедури передачі або отримання коштовностей, а також належний контроль за ключами.

У роботі касира служби прийому і розміщення важливу роль відіграє відповідальне ведення первинної технічної документації черговим адміністратором. Складена згідно реального стану номерного фонду у готелі «Відомість руху номерів у готелі» сприяє отриманню касиром необхідної інформації, пов'язаної з оплатою за послуги.

Відомість руху номерів у готелі заповнюється черговим адміністратором щоденно станом на 9.00 год. і використовується для оперативного обліку звільнених і заселення номерів, проведення ремонтних робіт у номерах.

Касир служби прийому і розміщення незалежно від вибору форми оплати послуг клієнтом, повинен виписати рахунок у трьох екземплярах, якщо у готелі використовується комп'ютеризована система опрацювання даних — удвох екземплярах. Перший екземпляр видається клієнту, другий разом з «Касовим звітом» впродовж дня передається у бухгалтерію, третій екземпляр залишається у касира і зберігається до вибуття клієнта з готелю.

Касовий звіт заповнюється касиром (портьє, який здійснює розрахунок) згідно даних використаних за звітний період розрахунків в одному екземплярі. В графі «Вид платежу» перераховуються послуги готелю, що надаються клієнтам за звітний період. Форма щоденно передається у бухгалтерію разом з іншими екземплярами рахунків контрольною касовою стрічкою і контрольною стрічкою терміналу кредитних карток (якщо використовується механізований розрахунок).

Візитна картка дає право гостям, які про живають у готелі на отримання ключів від номерні і їм обслуговування службами готелю. На картці вказується обов'язкові дані про клієнта — прізвище, ім'я, по батькові, номер кімнати і термін перебування у готелі, інші необхідні дані можуть бути внесені додатково згідно рішення адміністрації готелю. Візитна картка заповнюється адміністратором на основі анкети або реєстраційної картки. Візитна картка відображає інформацію на українській і англійській мовах.

Рахунок заповнюється при оформленні розрахунків з клієнтами на основні і додаткові послуги, отримані у готелі. Форма документів використовується при будь-якому опрацюванні документів (електронній, ручній) і при будь-якому виді розрахунку (готівкою, безготівковому). Рахунок виписується у двох екземплярах. Перший екземпляр видається проживаючому, другий передається у бухгалтерію. У графі «Послуга» перераховуються основні і додаткові послуги готелю, що надаються клієнту у звітний період і податок на ці послуги. Сума до оплати розраховується

щодобово згідно переліку фактично отриманих послуг, включаючи суму ПДВ і всього до оплати. Рахунок є формою первинних документів строгої звітності.

Серед методів розрахунку у готелях використовується:

—готівка;

—пластикові картки;

—дорожні чеки;

—автоматизована система Інтернет.

Рішення про метод розрахунку приймає адміністрація готелю.

Використання пластикових карток. Згідно темпів запровадження пластикових карток у фінансових розрахунках Україна в останні роки займає провідні позиції у Європі. Сьогодні досить широко практикується отримання по пластикових картках заробітної плати, стипендій в тому числі розрахунків за товари та послуги. У готелях високої категорії її Україні запровадження розрахунків пластиковими картками стає звичайним явищем.

Використання кредитних пластикових карток у готелях зумовлює необхідність підтвердження їхньої платоспроможності. З метою забезпечення фінансової безпеки функціонування готелів розроблений чіткий порядок обслуговування клієнтів, які оплачують послуги кредитною пластиковою карткою.

Насамперед, інструкцію оплати кредитними картками повинен розробити планово-економічний відділ готелю та довести її до відома служб, окремих працівників, які здійснюють приймання розрахунків таким способом. Фінансово-економічна служба повинна тісно співпрацювати з банками для отримання комплексної інформації щодо використання електронних засобів у розрахунках. У службі прийому і розміщення методами розрахунку пластиковими картками повинні досконало володіти касир, черговий адміністратор та портьє.

При здійсненні розрахунку кредитною карткою, касир повинен перевірити термін її дії. Якщо картка протермінована, клієнт повинен

розрахуватись іншим методом. Окрім перевірки терміну дії, касир повинен переконатись у тому, що картка належить саме цьому клієнту або недійсна з інших причин. Перевірка картки здійснюється через комп'ютерну систему або по телефону з банком-емітентом.

Після підтвердження дієздатності кредитної картки касир здійснює запис даних картки на квитанції, водночас вказує термін дії картки. Ці записи підтверджують факт дотримання інструкції обслуговування електронних карток у готелі.

Персонал, який забезпечує обслуговування кредитних карток у готелях, зобов'язаний враховувати обмеження у максимальній сумі витрат по кредитній картці, яку готель може приймати від власника кредитної картки без спеціального дозволу фінансових установ. Якщо сума на рахунку близька або вища межі обмежень (Floor limits), персонал служби прийому і розміщення повинен зв'язатись з фінансовою компанією, що обслуговує кредитні картки для коригування сумісних наступних дій. В окремих випадках накладання значного штрафу на готель за неотримання додаткового дозволу зумовлює втрату закладом гостинності не тільки суми вищої за межу обмежень, водночас значної суми до межі обмежень.

Державний комітет будівництва, архітектури та житлової політики України затвердив форми документів первинного обліку та Інструкції про порядок ведення документообігу при наданні готельних послуг.

Головним обліковим документом експлуатації номерного фонду є щодобова карта руху номерів і місць готелю.

Рахунок на оплату готельних послуг складається у двох примірниках: перший — для гостей, другий для бухгалтерії готелю.

Звіт про проживання по безготівковому розрахунку у готелі складається у двох екземплярах. Перший — разом з картою на бронь номерів передається у бухгалтерію для складання рахунку на оплату, другий — залишається у розрахунковій частині.

Окремою формою розрахунку може бути кредит по гостьовій кредитній картці попередньо визначений на певну суму між готелем і клієнтом. Якщо сума оплати послуг клієнтом більша попередньо визначеної, готель повинен уточнити прогнозований розрахунок з клієнтом по кредитній картці до його від'їзду. Проте, якщо клієнт від'їжджає раніше запланованого терміну, його кредит призупиняється.

У системі безготівкової форми розрахунку оплата послуг в окремих готелях може проводитись шляхом збільшення кредиту гостям на основі кредитної угоди, «прямих зобов'язань» (векселів). Якщо спроможність клієнта сплатити за наданий кредит висока, він повинен заповнити заявку на кредит і передати її черговому адміністратору на зберігання. При під'їзді клієнт ознайомлюється з сумою рахунку, після його ознайомлення підписує рахунок і заяву про обов'язкове зберігання.

Використання касових чеків, іншою безготівковою формою оплати послуг готелю можуть бути касові чеки, що оцінюються банками як еквівалентні розрахунку готівкою. Готелі, У яких приймають розрахунок чеками повинні здійснювати підтвердження особи власника чеків, Касир служби прийому і розміщення або черговий адміністратор повинен зіставити фотографію і підпис клієнта на чеках з його зовнішністю і підписом. Якщо виникає сумнів у приналежності касового чека, чек перевіряється банківською установою.

Для забезпечення підтвердження чека, готелі приймають розрахунки чеками у період роботи банків. Найчастіше оплата чеками забезпечується за основні послуги, додаткові послуги оплачуються готівкою або кредитними картками.

З метою уникнення фінансових втрат в процесі роботи з чеками персонал служби прийому і розміщення повинен дотримуватись таких рекомендацій:

—підпис чеків персоналом готелю як свідчення платоспроможності здійснюється після остаточної перевірки банківською установою;

—на чеках повинна проставлятись дата здійснення платежу;

—чеки повинні виписуватись на готель, але не на пред'явника.

Розрахункові системи в Інтернеті. Розрахунки за послуги готелів з використанням глобальної телекомунікаційної системи Інтернет — явище аналогічне використанню цієї електронної системи в інших галузях суспільно-економічного життя.

Оплата готельних послуг здійснюється у формі кредитних, дебетних схем і електронних грошей. Кредитні розрахунки згідно методів здійснення аналогічні використанню кредитних карток. При покупці послуг у готелях клієнт пересилає у готель номер своєї кредитної картки, з якої знімається обумовлена сума.

Дебетна схема працює з використанням дебетних карток. Розрахунок здійснюється шляхом введення клієнтом номера картки і PIN-кода у електронну комунікаційну мережу.

Система електронних грошей аналогічна обігу готівкових грошей. Виділяється два типи цифрової готівки — готівка, що зберігається на смарт-картках і на жорсткому диску комп'ютера. Всі розрахунки здійснюються через банківські установи. У системі електронних грошей запис на картці або жорсткому диску прирівнюється до певної готівкової суми в одній з валют. Ця сума може конвертуватись або передаватись безпосередньо по каналах зв'язку між продавцем і споживачем.

Видача ключів. Видача ключів від номера завершує процес реєстрації гостей у готелях. Здійснює цей процес портьє. Водночас, в обов'язки портьє входить дотримання строгого контролю за збереженням ключів. Дотримання регламентованих у готелі інструкцій щодо руху ключів — важливий пункт забезпечення безпеки перебування клієнтів та їхнього майна, іміджу готелю.

У деяких готелях після видачі ключів, клієнта у помер, за його згодою, може супроводжувати посильний. Окрім допомоги у перенесенні багажу, посильний може охарактеризувати номер, надати інформацію загального

характеру про обслуговування у готелі — розташування, режим роботи предприємств, що надають додаткові послуги, місцевий колорит поселення. Після прибуття у номер посильний згідно побажання гостей може надати інструкцію про функціональну структуру приміщень номера, особливості роботи побутової техніки, норми безпеки у користуванні обладнанням номера та ін.

У технології обслуговування гостей при поселенні у готель службою прийому і розміщення важливе значення має поведінка персоналу, який повинен толерантно, завжди з усмішкою вести розмову, дотримуватись постійного візуального контакту з клієнтами, бути акуратним, чітким у процедурі обслуговування, підтримувати належний вигляд та стан одягу, взуття, бути тактовним, досконало знати професійні обов'язки.

Ключовим моментом у реалізації готельного продукту службою прийому і розміщення при поселенні — пропозиція вибору номера. Обслуговуючий персонал повинен успішно продати номер, водночас створити афект задоволення у клієнта. Для цього черговий адміністратор і портьє повинні знати готельний продукт і вміти його ефективно представити. Доцільно запропонувати клієнту на вибір декілька номерів і допомогти вибрати оптимальний варіант згідно його побажанню. Після вибору номера необхідно схвалити вибір, підкреслити переваги над альтернативними аналогами. Після прибуття клієнта у помер черговому адміністратору чи портьє доцільно подзвонити клієнту і поцікавитись чи задоволений він у вибору номера.

В окремих випадках служба прийому і розміщення може відмовити у поселенні клієнта в готель. Відмова у поселенні може пов'язуватись:

—з відсутністю місць або номера у готелі, згідно вибору клієнта;

— непередбачуваними обставинами (пожежа, природні стихії та ін.);

— неадекватною поведінкою клієнта;

— неплатоспроможністю клієнта.

Якщо готель не може забезпечити поселення клієнта з причини відсутності номерів або форс-можорних обставин, черговий адміністратор повинен повідомити про це клієнта, вибачитись та запропонувати інший найближчий з подібними умовами готель. Якщо клієнт погоджується, черговий адміністратор повинен зв'язатись з готелем і визначити можливість задовольнити умови клієнта.

У подібних ситуаціях важливу роль відіграє співпраця між готелями. Готельні підприємства, особливо із близьким розташуванням, подібною спеціалізацією на ринку виступають не тільки як конкуренти, водночас як партнери, що вирішують спільні проблеми. Кожен готель повинен мати тісну співпрацю щонайменше з 2-3 подібними закладами.

9.5 Організація і технологія функціонування служби номерного фонду

В організаційній функціональній структурі готельних підприємств служба обслуговування номерів поряд з службою прийому і розміщення, бронювання, обслуговування гостей у приміщеннях вестибюльної групи є одним з найголовніших підрозділів. Чистота і порядок, згідно очікувань клієнта, є найголовнішою ознакою комфорту готельних підприємств. Головна функція служби стосується надання послуг у номерах, забезпечення необхідного санітарно-гігієнічного стану і комфорту номерів, приміщень загального користування (вестибюль, хол, коридор, сходова, ліфтова зони та ін), контроль за станом обладнання номерів, постільною білизною, форменим одягом працівників готелю. За кількістю працівників у готелі служба обслуговування номерів найбільш чисельна — охоплює до 50 % всього обслуговуючого персоналу.

Персонал служби обслуговування номерів — один з основних у формуванні доходів готелю. Продаж номерів приносить основну частину доходів всього підприємства: на кожні 100 дол., що платить клієнт за номер —

60 дол. становить чистий дохід, решта, 40 дол. компенсують витрати на утримування номера. Тоді, як в іншому важливому підрозділі готельного комплексу — ресторані, дохід на кожні 100 дол. оплачених клієнтом за харчування — лише 20 дол. становить чистий дохід — решта 80 дол. витрачаються па купівлю продуктів харчування, інвентаря, оплату праці персоналу та ін. Для ефективного виконання виробничих обов'язків персоналом, утримання у належному стані значної за розмірами площі готельних підприємств, персонал повинен бути відповідальним, комунікабельним, пунктуальним у стосунках з клієнтами необхідно проявляти ввічливість, виконувати згідно професійних обов'язків їхні побажання, бажано у час відсутності клієнта у номері.

У роботі служби обслуговування номерів гостинність засобу розміщення повинна підкреслюватись не менше інших контактних служб. Гість у готелі найбільше перебуває у номері. Покидаючи свій дім він намагається отримати умови проживання не гірші домашніх, забути проблеми і отримати насолоду від нових вражень. Тому у роботі персоналу служби необхідно виявляти повагу, майстерність в обслуговуванні. Обслуговуючий персонал завжди повинен з усмішкою зустрічати гостей, підтримувати розмову (за бажанням гостя), дати відчути готовність допомогти. У фінансовому плані ці послуги не мають ціни, проте такі дрібниці сприяють зростанню авторитету закладу.

Суттєву роль у функціонуванні служби обслуговування номерного фонду відіграють моральні якості персоналу — чесність, не звабливість до чужих речей. Клієнти довіряють персоналу і персонал повинен виправдовувати цю довіру. Постійний контакт з особистими речами гостей, в тому числі з коштовними речами, не повинен вводити у спокусу до зловживань. У європейських готелях функціонують бюро або стіл знахідок у які персонал передає всі залишені гостями речі.

Служба обслуговування номерів не здійснює продажу номерів, закупівлю обладнання, проте несе відповідальність за поповнення і оновлення

інвентаря, обладнання у номерах та нежитловій частині готелю. В обов'язки цієї служби входить планування своїх витрат, які повинні узгоджуватись із загальними витратами і представлятись окремим бюджетним планом відділу планування.

Службу обслуговування номерів очолює менеджер, у готелях значних розмірів — заступник директора готелю з обслуговування. Менеджеру служби підпорядковуються чергові на поверхах, старша покоївка, завідувач білизняною, покоївки, кастелянша, супервайзер, стюард, швачка, прибиральниці.

***Менеджер** служби номерного фонду.* Функціональні обов'язки керівника служби пов'язані з:

—контролем якості обслуговування, станом обладнання і комфорту у номерах, приміщеннях громадського та службового призначення;

—прийманням необхідних заходів із максимального збільшення доходів від сплати за проживання у готелі, підвищення зайнятості готельних номерів;

—проведення моніторингу системи тарифів на послуги у номерах, визначення у співпраці з економічним відділом та комерційною службою оптимального тарифу;

—ефективним використанням підпорядкованого персоналу та контроль з метою своєчасного виконання обов'язків;

—організацією контролю і управління роботою систем безпеки у готелі для забезпечення безпеки гостей і персоналу, їхнього майна;

—підбором персоналу здатного ефективно виконувати функціональні обов'язки у службі;

—підготовкою і аналізом звітів про перевірку і прогнозування використання номерного фонду впродовж 3 днів, 10 днів, 3 місяців і 12 місяців, які охоплюють аналіз бронювання, неприбуття, блоки номерів, люкси, спеціальні пропозиції, з метою здійснення постійного контролю за номерами, що забезпечує найвищу частку їхньої зайнятості від середній вартості номера;

—ретельним контролем за витратними матеріалами (миючі засоби, постільна білизна, посуд та ін.), монітори і п ринку витратних матеріалів, укладання угод щодо їх поставок;

—контролем і управління роботою готельної пральні для забезпечення ефективної підготовки чистої білизни, необхідної для утримування на високому рівні номерів і ресторану;

—координацією роботи з іншими службами (службою прийому і розміщення, бронювання, інженерно-експлуатаційною, комерційною);

—забезпеченням підвищення професійно-кваліфікаційного рівня

підлеглих;

—регулярним проведенням інвентаризації;

—підтримуванням у колективі принципів високої культури і моралі.

Професійно-кваліфікаційні та особисті вимоги щодо посади менеджера служби обслуговування номерів стосуються:

—необхідності мати професійну підготовку у спеціалізованих профілю діяльності навчальних закладах, пройти стажування у готельному закладі не менше 1 року;

—знання іноземних мов міжнародного спілкування;

—користуватись авторитетом у колективі, бути вимогливим у стосунках з підлеглими;

—досконало знати технологію обслуговування у номерах, громадських приміщеннях готелю, нормативи виконання функціональних обов'язків персоналом служби;

—володіння практичними навиками забезпечення безпеки у готелі.

Робочий день менеджера служби найчастіше триває з 7.45 до 18.00. Початок робочого дня починається з перевірки із старшими нічної зміни прибиральниць чистоти вестибюля, зон рекреації, коридорів; необхідно поцікавитись у старших па поверхах станом готовності вільних номерів до прийому гостей, після перевірки приміщень готелю менеджер служби повинен перевірити технологічну документацію — записи у журналі служби, звіти за попередню добу, проаналізувати прогноз заповнення номерів готелю і уточнити кількість гостей, які вибувають, прибули нещодавно, поцікавитись про прибуття VIP-гостей з метою забезпечення необхідного приготування до прийому. У ранішній час менеджер служби повинен провести нараду за участю старших на поверхах, завідувача білизняною, кастелянші, іншого персоналу служби, визначити проблеми служби, надати розпорядження. Після наради керівник служби повинен перевірити бюджет служби, узгодити замовлення на придбання необхідних виробничих матеріалів, обладнання,

скоригувати з інженерно-експлуатаційною службою проведення ремонтних робіт. Керівник служби повинен перевірити стан інвентаря вільних номерів, перевірити наряди, що поступають від експлуатаційних служб. Менеджер служби повинен дбати про освітньо-кваліфікаційний рівень підлеглих, приймати участь у навчанні персоналу, що поступив на роботу організовувати програми з підготовки керівників окремих виробничих ланок служби, зустрітись з претендентами влаштуватись на роботу у службу. У процесі робочого часу керівник служби постійно повинен підтримувати зв'язок із службою прийому і розміщення, службою бронювання для узгодження проблем із заповнення і звільнення номерів, комерційним відділом, пральнею — від яких залежить комфорт у номерах.

Менеджер служби контролює ведення значного обсягу технічної документації пов'язаної з обігом білизни, хімічних засобів догляду за приміщеннями та засобів гігієни, інвентаря, технологічної побутової техніки. Він координує роботу працівників служби, оцінює їхню працю, складає графіки роботи, відповідає за стан меблів, обладнання у номерах, громадських та службових приміщеннях, дбає про естетичну привабливість номерів, комфортне згідно ціни перебування гостей у готелі.

Керівник служби зобов'язаний забезпечити у роботі служби необхідні заходи для уникнення крадіжок. В окремих готелях покоївки дають підписку про контроль за клієнтами і не допускають їхнього проникнення у чужі номери. Згідно підписки, порушення цієї норми загрожує покоївці терміновим звільненням.

Старша покоївка — делегує виробничі завдання керівника служби, координує роботу колективу покоївок, здійснює контроль за станом приміщень. В обов'язки старшої покоївки входить:

—розподіл виробничих завдань згідно професійних обов'язків;

—організація прибирання номерів, приміщень загальною користування та службових приміщень, утримання їх у чистоті та порядку;

—прийом номерів при від'їзді клієнта;

—контроль за цілістю майна та інвентаря у номерах та приміщеннях загального користування закріплених за старшою покоївкою;

—контроль за зберіганням білизни, її станом;

—контроль за технічним станом обладнання у номерах і службових приміщеннях;

—співпраця з черговим персоналом інженерно-технічної служби для усунення технічних неполадок;

—строгий контроль за станом заповнення номерів, оперативне інформування служби прийому і розміщення, бронювання;

—прийом замовлень на додаткові платні послуги;

—регулярне проведення інвентаризації майна та інвентаря (не менше 2-ох разів у рік) у закріплених приміщеннях;

— ведення технічної документації щодо контролю та очікування роботи підпорядкованого персоналу та обліку матеріально-технічних ресурсів в обсязі закріплених приміщень.

Старша покоївка повинна мати значний досвід роботи у готелі, бездоганно знати технологію обслуговування. У європейських готелях із сформованими власними стандартами обслуговування авторитет старшої покоївки надзвичайно високий, вона навчає, передає досвід новим поколінням покоївок.

Професійний обов'язок старшої покоївка забезпечити найвищий рівень комфорту у номерах. В окремих випадках в обов'язки покоївки входить вирішення конфліктних ситуацій підлеглих з клієнтами. В особливих випадках, обслуговування VIP-персон може здійснюватись лише старшою покоївкою.

Покоївка. Колектив покоївок найбільш чисельний у структурі готелів. Покоївка здійснює прибирання, провітрювання номерів, санвузлів, зміну постільної білизни, контролює наявність у санвузлах необхідних засобів

гігієни, перевіряє стан меблів, технічний стан побутової техніки та ін. Головний обов'язок покоївок стосується прибирання номерів незалежно від їхнього статусу — зайняті вони чи вільні.

Професійно-кваліфікаційні обов'язки покоївки стосуються:

—досконалого знання технології прибирання з дотриманням інструкцій і встановленого порядку заміни білизни;

—вміння користуватись технічними засобами прибирання, знати хімічні засоби та порядок їхнього використання для миття і чищення;

—у стосунках з клієнтами повинна бути толерантною, люб'язною, чесною;

—покоївка повинна бути комунікабельною і акуратною, не завдавати шкоди обладнанню номерів і технічним засобам, що використовуються у роботі;

—виконувати доручення керівника служби, чергового на поверсі, гостей відповідно до переліку послуг, що надаються;

—у готелях категорії чотири — п'ять зірок повинен знати одну іноземну мову міжнародного спілкування;

—здійснювати контроль за матеріально-технічним забезпеченням у номерах, терміново повідомляти старшу покоївку або керівника служби про конфліктні стосунки з гостями (крадіжки, нанесення шкоди обладнанню, неадекватна поведінка гостей в номері та ін.);

—повідомляти старшу покоївку або керівника служби про технічні несправності в номері, що можуть загрожувати життю, здоров'ю, майну гостей;

—здійснювати контроль за використанням платних послуг у номері, реєструвати їх і повідомляти старшу покоївку або рецепцію для оформлення рахунку;

—здійснювати контроль за заповненням номерів і терміново повідомляти службу прийому і розміщення про зміни в статусі номера.

Вимоги щодо індивідуальних характеристик покоївки:

— бездоганний зовнішній вигляд (покоївка повинна мати прийнятий до використанні в готелі формений одяг. Одяг по винен бути завжди чистим, попрасованим, необхідно використовувати ідентифікатор особи із зазначенням прізвищі, ім`я, посади, повинна бути привабливою — із зачіскою, макіяжем та ін.);

—вік (значні фізичні навантаження та обсяг роботи встановлюють вікові обмеження 20 — 50 р.; середній вік у європейських готелях 20 — 40 р.);

—фізичні дані — регулярно повинна проходити медичний огляд, бути здоровою, у випадку інфекційних захворювань покоївка до роботи не допускається);

—психофізичні дані — повинна бути врівноваженою, лагідною, акуратною, швидко виконувати професійні доручення гостей.

У Європі, США для роботи у готелі покоївка повинна пройти навчання на курсах підготовки покоївок. В окремих державах — Великобританії, Швейцарії та ін. підготовка покоївок здійснюється у спеціалізованих навчальних закладах. При влаштуванні у готель покоївка повинна пройти обов'язкове стажування упродовж 6 місяців. У фешенебельні готелі прийом на роботу здійснюється згідно рекомендації з попереднього місця роботи.

В залежності від типу та класу готельного закладу, кожна покоївка прибирає впродовж робочої зміни від 16 до 20 номерів. Кількість номерів та час на прибирання номера визначається стандартами країни, професіонального союзу чи окремими готельними корпораціями, готелями. Наприклад, у О'НІЛ норма прибирання на одну покоївку становить 17 номері» на добу, Греції — 14 номерів. Згідно нормативів Швейцарського союзу власників готелів на прибирання номера, у якому проживає гість становить 20 хв., вільного номера 30 хв.

Суттєво впливає на нормативи у роботі покоївки тип будівлі, категорія, обладнання номера. Прибирання у номері-апартаменті зумовлює вдвічі більші

затрати зусиль, часу, тому норма у прибиранні таких номерів удвічі нижча. Більших витрат часу покоївки вимагає прибирання номерів у старих готелях, номерів категорії «люкс».

З метою економії фонду зарплати і заохочення персоналу, в окремих готельних корпораціях за кращими покоївками закріплюються постійні номери. При такому підході до організації технологічного процесу персонал має можливість краще вивчити номери, ефективніше організовує обслуговування, адміністрація зменшує кількість контролюючого персоналу.

Обов'язок покоївок стосується забезпечення безпеки перебування гостей та їхнього майна у номерах. Безпека життя пов'язується з постійним контролем за станом систем життєзабезпечення та побутових приладів, що використовуються у номерах. Для уникнення крадіжок коштовних речей у номерах (ювелірних виробів, грошей, творів мистецтва та ін.) готелі пропонують гостям спеціальні сейфи. Про ймовірність збереження коштовностей за необхідності повинна повідомити покоївка. Водночас, покоївка повинна контролювати перебування гостей у номері для уникнення у випадку неадекватної їхньої поведінки загрози майну готельного підприємства та для життя і здоров'я інших гостей.

Робочий день покоївки починається о 8.00 і триває 8 год. Перед початком робочої зміни покоївка повинна зареєструватись у менеджера служби або його заступника. Покоївка отримує сектор у готелі, ключі від кімнат за отримання яких вона повинна прозвітуватись у журналі обліку ключів і в кінці робочого дня повинна повернути ключі.

Згідно сучасних трудових норм, робочий день покоївки триває 8 год. упродовж 5-денного робочого тижня. Покоївки працюють у три зміни і мають щорічну місячну відпустку. У нормах обслуговування номерів різними змінами покоївок можуть бути значні відхилення. Покоївки, які працюють у вечірню зміну, забезпечують підготовку номерів до сну, виконують значно менший обсяг роботи і можуть обслуговувати у 2-3 рази більше приміщень у

порівнянні з ранішньою зміною, яка більше зосереджується на поточному прибиранні. Нічна зміна за кількістю обслуговуючого персоналу найменш чисельна і забезпечує прибирання службових приміщень та приміщень загального користування. Функції нічної зміни пов'язуються з прибиранням і чистотою килимового покриття, гардин, витирання пороху, протирання меблів, дверей, підвіконників, перил та ін.

У структурі управління службою покоївка підпорядковується безпосередньо старшій покоївці, загалом менеджеру служби.

Прибиральниця. Забезпечує дотримання у належному санітарному стані приміщень загального користування — вестибюль, холли, коридори, сходові зони, ліфти, санвузли, службові приміщення, прилеглої до готелю території. В обов'язки прибиральниць також входить миття стін, вікон, дверей, чищення і дизенфікація обладнання санітарних вузлів загального користування.

Прибиральниці не повинні створювати незручностей для гостей, їхня присутність повинна бути малопомітною, прибирання приміщень загального користування повинно здійснюватись з найменшим порушенням спокою гостей. У режимі прибирання оптимальним вважається ранішній та вечірній час.

У структурі господарської служби в окремих великих готелях виділяються окремі структурні ланки — спеціалізовані бригади прибиральниць, які здійснюють окремі функції у догляді за приміщеннями загального користування — чищення килимового покриття, догляд за гардинами, інколи такі спеціалізовані бригади здійснюють чищення виробів з тканин, меблів та ін.

У структурі управління службою прибиральниці підпорядковуються старшій покоївці та черговому на поверсі.

Завідувач білизняною відповідає за збереження білизни, форменого одягу та інших виробів з тканин, що використовуються у готелі, здійснює

обмін білизни — видає чисту білизну покоївкам і приймає використану, перевіряє стан білизни, забезпечує її ремонт, поновлення, здає білизну у пральню і приймає її після пральні.

Завідувач білизною особа матеріально відповідальна. Важливе значення у її роботі контроль за обіговими ресурсами. У роботі повинен використовуватись журнал обліку основних обігових ресурсів білизни номерів, форменого одягу, білизни ресторані» та ін. Стосовно роботи завідувача білизняної у готелях повинні проводитись періодичні перевірки, які здійснює директор з обслуговування.

Технологічний процес обслуговування завідувача білизняною зумовлює необхідність постійного зв'язку з комерційною службою, що забезпечує готель витратними ресурсами, підрозділами сервісного обслуговування — пральнею, хімчисткою, майстернею пошиття та ремонту білизни.

Кастелянша підпорядковується завідувачу білизняною, здійснює приготування використаної білизни до прання, обмін білизни при здачі та отриманні з пральні, веде облік типу та якості білизни.

Швачка здійснює ремонт, штопання і маркірування білизни. У структурі управління підпорядковується старшій білизняній, при необхідності допомагає кастелянші у підготовці білизни до прання, сортуванні і видачі покоївкам.

Супервайзер. В окремих європейських готелях у структурі служби обслуговування номерів виділяється посада супервайзера, який здійснює контроль за дотриманням покоївками стандартів прибирання. В обов'язки супервайзера також входить передача у службу прийому і розміщення інформації про стан номерного фонду. Підпорядковується керівнику служби.

Стюард. Посада стюарда зустрічається в окремих готелях США високої категорії (категорії «люкс», бізнес-готелях). Обов'язок стюарда стосується забезпечення номерів свіжими рушниками, надання охайного вигляду постелі, заміна живих квітів, надання приміщенню привабливого естетичного вигляду.

Часто посаду стюарда займають спеціалісти з дизайну, проектування інтер'єру. Стюарди починають працювати у другій половині дня.

Пральня і хімчистка. Готелі середніх та великих розмірів у функціональній структурі обов'язково мають сучасні пральні і хімчистки, у яких використовуються комп'ютеризовані машини для прання, хімчистки, сушіння і прасування білизни та одягу. Управління цією ланкою здійснює директор пральні, який найчастіше підпорядковується менеджеру служби обслуговування номерів.

У малих готелях утримування пральні та хімчистки економічно неефективне. Необхідність спеціального приміщення, або переобладнання приміщення у пральню — фінансово затратні заходи. Часто у готелі приміщення вигідніше використовувати для проведення конференцій, розважальних заходів та ін. Укладання контракту з пральнею про співпрацю водночас обумовлює і прокат постільної білизни окремими партіями чи поштучно. Проте, досвід прокату білизни не завжди виправдовується: пральні часто постачають білизну низької якості. Оптимальний варіант для невеликих готельних підприємств самостійно купляти білизну і укладати договір на її прання і прасування. У будь-якому випадку обов'язок менеджера служби обслуговування номерів стосується строгого контролю за готельною постільною білизною.

Контролю за якістю постільної білизни у готельній сфері надається значної уваги. Провідні готельні корпорації використовують з цією метою автоматизовані системи. Економічний ефект від їхнього використання полягає у значній економії фінансових ресурсів, механізації важкої фізичної праці, поліфункціональному характері функцій. Наприклад, американський готель «Chicago Hilton and Towers» (у готелі 1620 номерів) використовує на пів автоматизовану систему контролю за якістю постільної білизни, здійснює її сортування, інвентаризацію. Щорічно ця система економить від 70 тис. до 100

тис. дол. Якщо раніше у пральні готелю працювало 47 осіб персоналу, сьогодні у зв'язку з використанням автоматизованих машин лише — 17.

Функції і місце пральні і хімчистки у технологічній інфраструктурі готельного підприємства згідно загальних рис подібні. Наприклад, для функціонування цих структурних ланок необхідні просторі приміщення, спеціальне обладнання: пральні, сушильні та прасувальні машини, спеціальне обладнання для автоматизованого сортування, складання, комп'ютеризованого обліку та ін.

Ускладнення технології виробничих процесів внаслідок використання складних автоматизованих систем, хімічних засоби, підвищує вимоги щодо посади керівника цієї ланки у гоголях. Він повинен мати знання з побутової хімії, знати про типові неполадки обладнання і вміти їх локалізувати. Аналогічними знаннями повинен володіти персонал пральні і хімчистки.

У хімчистках готелів сьогодні використовується спеціальне обладнання для маркування одягу, що пришвидшує процес сортування та уникає непорозумінь з клієнтами. Гість кладе свою білизну у спеціальний пакет, що знаходиться у номері разом із заповненою формою бланка з переліком всіх речей, що віддаються у хімчистку.

Бланк переліку речей, що передаються у пральню або хімчистку — важливий документ реєстрації одягу, згідно якого працівник пральні чи хімчистки звіряє список із вмістом пакета. Окрім цього у хімчистках часто до речей прикріпляють інформатор з кодом клієнта. У великих готелях виділяється спеціальна категорія працівників, які отримують і реєструють замовлення, забезпечують доставку, визначають рахунок та ін. Керівник пральні та хімчистки завжди повинен ініціювати пропозиції щодо підвищення ефективності роботи цих підрозділів для збільшення прибутку підприємства. Зокрема, новації можуть стосуватись введення нових послуг — експрес-прання за додаткову плату, підкрохмалювання одягу та ін.

В організаційній структурі готелю пральня та хімчистка займають важливе місце, тісно взаємопов'язані з іншими службами і підрозділами підприємства. В організації технологічного процесу ці виробничі ланки підпорядковуються службі обслуговування номерів, у фінансових операціях — фінансово-економічній службі. Технологічна взаємодія здійснюється із службою прийому та розміщення у яку передаються рахунки клієнтів.

Технологія прибирання номерів. У технології прибирання номерів розрізняють: *щоденне, після від'їзду гостей, генеральне*. Кожного дня покоївка здійснює поточне і проміжне прибирання номерів.

Прибирання номерів здійснюється у такій послідовності: насамперед прибирання проводиться у заброньованих номерах, потім прибираються номери, що звільнились, в останню чергу здійснюється прибирання у зайнятих номерах. Прибирання необхідно проводити у час, коли гості відсутні у номері, для цього заздалегідь необхідно узгодити з клієнтами час прибирання. Якщо гості знаходяться у номері, необхідно отримати дозвіл на прибирання.

Поточне прибирання охоплює провітрювання приміщень, прибирання і миття посуду, застеляння ліжок, прибирання стола, тумбочок, протирання пороху, прибирання санвузла, догляд за вазонами. Обов'язок покоївки також стосується перевірки стану меблів та обладнання номерів. Якщо номер складається з декількох кімнат, процес прибирання насамперед необхідно починати у спальні, далі у вітальні, інших приміщеннях, і завершується прибирання санвузлом.

Щоденне проміжне прибирання у номерах найчастіше здійснюється у другій половині дня на вимогу гостей за окрему плату або якщо це прибирання зазначене у розпорядку робочого дня. В обов'язки покоївки входить видалення сміття з номера, прибирання і миття посуду, протирання обіднього столу, перестилання постільної білизни, заміна постільної білизни, прибирання у санвузлі, готування ванни, заміна рушників, миття підлоги або механізоване прибирання підлоги.

Усі види прибирання, що проводяться у номерах готелю, здійснюються з обов'язковим використанням інвентаря з прибирання і необхідних витратних засобів. Технологічно доцільне використання інвентаря з прибирання і засобів, збереження і утримування їх в належному стані — важливі заходи у дотриманні норм санітарно-епідеміологічного режиму.

Якщо гість залишив білизну для прання, покоївка передає білизну у спеціальному пакеті старшій покоївці, яка передає її в пральню. Старша покоївка оформляє квитанцію з переліком білизни і зазначає вартість прання після цього кладе на стіл чистий бланк-замовлення на прання, вішає новий пакет для білизни в санвузлі. Якщо у номері виявлені несправності сантехнічного обладнання, електрообладнання, водопостачання, побутової техніки, необхідно дати заявку у диспетчерський пункт інженерно-експлуатаційної служби, здійснити запис в журналі і простежити за-виконанням заявки.

При від 'їзді гостей покоївка повинна перевірити чи не забули гості речі, перевірити стан обладнання у номері, замінити постільну білизну і рушники, замінити інформаційний матеріал, після цього прибирається номер.

Генеральне прибирання всієї житлової площі проводиться не менше одного разу у 10 днів. Генеральне прибирання здійснюється в період відсутності гостей у номері і пов'язується з вологим прибиранням, протиранням меблів, видаленням плям на підлозі, килимовому покритті, м'яких меблях, миттям санвузлів спеціальним розчином.

Згідно загальноприйнятих стандартів у готельному господарстві схема прибирання номера охоплює такі етапи:

— провітрювання та кондиціонування приміщень. Провітрювання забезпечується природним чином шляхом відкриття вікон на 20-30 хв. або з використанням систем кондиціонування. Комфортні аеродинамічні

характеристики приміщень обов'язково повинні забезпечуватись у термін за півдоби перед прибуттям гостей у номер;

—прибирання великого сміття;

—знімання брудної білизни з постільних аксесуарів;

—чисту білизну необхідно покласти поряд з ліжком, ліжко з постільними аксесуарами залишається на певний термін для провітрювання;

—з ванної кімнати забираються використанні рушники, халат та ін.;

—миються раковини і стакани;

—миються ванна і унітаз;

—у період висихання ванни і раковин заправляється постіль;

—здійснюється прибирання балкона, якщо передбачений у номері;

—у житловій кімнаті витирається порох зі всіх предметів;

—здійснюється прибирання підлоги паротягом;

—мається підлога у ванній кімнаті;

—поновлюються і замінюються використаний інвентар (мило, сірники, туалетний папір та ін);

—у ванній кімнаті здійснюється заміна рушників, халатів та ін.

Прибирання номерів повинно здійснюватись згідно дозволу гостей. Зазвичай у номерах повинна бути вивіска на дверній ручці «Просьба не турбувати», що є пересторогою для покоївки не входити у номер. Якщо вивіска на дверній ручці відсутня, покоївка заходить в номер і повинна спитати дозвіл на прибирання. Отримавши дозвіл, вона починає прибирати з ванної кімнати, потім покоївка продовжує прибирання у житловій кімнаті в присутності гостя (якщо він не заперечує) або може попросити гостя вийти.

Після прибирання покоївками номерів, їхню роботу перевіряє черговий на поверсі. Впродовж робочої зміни черговий на поверсі при швидкій перевірці, згідно норми, повинен оглянути 100 номерів, при більш ретельній перевірці норма становить 35 номерів. В процесі швидкої перевірки, що триває 3-5 хв. черговий на поверсі повинен з'ясувати чи проводилось

провітрювання в номері (особливу увагу необхідно звернути на наявність сторонніх запахів у санітарно-ппєніч-них приміщеннях номера), якість прибирання у житловій частині і санвузлах — чи видалені наліт, плями на раковині, унітазі, душовій, ванні, облицювальній плитці, як прибране ліжко, витертий порох. Більш ґрунтовна перевірка, що триває 7-10 хв. стосується детального вивчення черговим на поверсі якості прибирання, заміни постільної білизни, рушника у ванній кімнаті, поповнення використаних супутніх матеріалів, видалення плям на килимовому покритті, м'яких меблях, заміни інформаційного матеріалу, технічного стану побутових приладів. Будь-які зауваження щодо якості обслуговування покоївки обов'язково повинні враховуватись в перспективі.

У структурі службових приміщень готелю служба обслуговування номерів повинна володіти приміщеннями виробничого використання, що характеризується достатніми розмірами для організації та проведення керівником служби координаційної роботи, проведення навчання, тренінгів, відзначення корпоративних заходів та ін. У загальному службовому приміщенні покоївки отримують завдання і звітуються про виконання роботи, обговорюються завдання для виконання роботи за секторами готелю, проведення телефонних розмов персоналом, інформація по підготовці номерів до прийому гостей, всі розпорядження по видачі засобів та інвентаря, зберігаються і контролюються ключі службового використання.

Окрім загального службового приміщення, на кожному поверсі у готелях повинні бути технологічні приміщення для обслуговуючого персоналу. Ці невеликі службові приміщення використовуються для зберігання інвентаря, засобів догляду за приміщеннями, перевдягання і зберігання особистих речей, відпочинку.

У функціональній структурі служби виділяються окремі підрозділи, які здійснюють ремонт, прання уніформи співробітників готелю. В особливо великих готелях організовується окрема структурна ланка нянь для догляду за

дітьми, яка працює епізодично, у її роботі задіяний персонал інших служб, який у вільний час має можливість додаткового заробітку. Гості у таких ситуаціях оплачують послуги безпосередньо персоналу.

Обсяг роботи і розподіл обов'язків серед персоналу господарської служби суттєво залежить від розмірів готелю, місця його розташування, наявності прилеглої території, що знаходиться у структурі готельного комплексу. Зокрема, якщо готелю належить прилегла зелена зона, у функції цієї служби може входити підтримка порядку і чистоти її території.

Для обліку обладнання у кожному номері передбачений спеціальний опис у вигляді окремої картки, у якій зазначені дані про стан номера — структура інвентаря, несправності, зниклі речі та ін. У європейських готелях поширений досвід двічі на рік — посеред і в кінці року проводити інвентаризацію. В процесі інвентаризації здійснюється облік постільної білизни, одіял, рушників, халатів інших виробів з тканин, білизни, що використовується в ресторані, на збереженні кастелянші, у пральні. Аналогічний облік здійснюється посуду, предметів інтер'єра та ін. Мета інвентаризації стосується з'ясування забезпечення служби інвентарем, необхідність його заміни, витрати на заміну у бюджеті. Згідно досвіду функціонування служби обслуговування номерів у готелях, щорічно необхідно замінити або поновити до 10 % всього інвентаря.

Матеріальна база і стандарти обслуговування у номерах. Матеріальна база номерів повинна відповідати потребам клієнтів і категорії готелю у якій він позиціонує.

У європейських готелях стандартний набір інвентаря у житловій кімнаті повинен включати: ліжко, стіл, 2 крісла, диван, стіл під каву, торшер, 2 тумбочки, 2 лампи біля ліжка (настільні або настінні), телевізор, телефон (факс), шафу для одягу (комод з висувними шухлядами), мінібар з випивкою і легкою закускою. У ванній кімнаті повинна бути: ванна (ванна-джакузі — у номерах «люкс» готелів вищої категорії) і/або душова кабіна, біде і унітаз,

світильник, дзеркало. Додатково у номері можуть пропонуватись супутні матеріали: сірники (одна коробка у житловій кімнаті і одна у ванній, 15 вішалок (6 звичайних, 6 для спідниць, 3 із затискачем для штанів), поліетиленовий пакет для брудної білизни або одягу з вкладеними у нього інформаційним листком і розцінками пральні та хімчистки, пакети покупок з відображеною на них логотипом готелю, мішечки з тканини з лавандою проти молі і для ароматизації одягу у шафі, сейф, якщо у готелі відсутні спеціальні для зберігання коштовних речей приміщення, письмовий набір, конверти, папір для факсових повідомлень, ручка, олівець, швидкозшивач та інше канцелярське приладдя, відкритки із світлинами готелю, міста чи країни, довідник телефонів основних служб готелю, довідник телефонів додаткових послуг готелю, біля телефону записна книжка з ручкою. У ванній кімнати на одну особу повинно бути: 2 банних рушники, 2 рушники для обличчя, 2 невеликих рушники для тіла, килимок, халат, тапочки, шампунь для тіла і волосся, мило для тіла і для рук, лосьйон для натирання тіла після приймання ванни, кондиціонер для волосся, банна шапочка, палички для чищення вух, тампони для знімання макіяжу, набір для шиття, крем для взуття, зубна паста, зубна щітка, крем для гоління, станок для гоління, туалетна вода після гоління.

Перерахований перелік інвентаря у головних функціональних приміщеннях номера — це довільний мінімум, що коригується готельним закладом. Готельний заклад може збільшити обсяг супутніх послуг, що зумовлюють додаткові витрати, водночас вони приваблюють більше гостей і спонукають до користування більшим обсягом послуг. Наприклад, в окремих готелях і номерах пропонують кавоварку, безплатну каву і чай, в інших прасувальні дошки і праски. Остання послуга широко пропонуються у США, проте у Європі надається з осторогою з огляду на пожежну небезпеку.

Окремої уваги заслуговує обслуговування у номерах VIP-персон. Гості цієї категорії надають перевагу особливо комфортним номерам категорії

«люкс» («президентський люкс»). Окрім сейфа у номері, мінібара 3 широким вибором спиртних напоїв і закусок, холодильника та ІН., обслуговування забезпечує декілька осіб, найчастіше покоївка під наглядом чергового на попере і.

В обслуговуванні покоївкою номерів важливо вчасно поповнити і замінити супутні матеріали (канцелярське приладдя, засоби індивідуальної гігієни, засоби догляду за взуттям, одягом та ін.). У використанні супутніх засобів у готелях загальноприйняті підходи, наприклад, на одну особу для миття тіла виділяється одне мило масою 80 гр., для рук — 20 гр. Перед прибуттям клієнта все мило повинно поновлюватись.

Водночас, важливо вчасно здійснювати заміну засобів, якщо клієнт проживає у номері тривалий час і часто їх використовує.

У випадку аварійного відключення електроструму, у ванній кімнаті повинна бути свічка з підсвічником. У структурі інвентаря обов'язково повинен бути план евакуації при пожежі, важливо, щоб він був на декількох мовах і розміщувався у доступному для огляду місці. У дорогих готелях у номерах вищого класу використовується аудіоапаратура. її використання підкреслює розкішні умови проживання, водночас вимагає дотримання визначених у готелі умов комфорту. Іноді у загальній структурі інвентаря передбачені запасні подушки і одне запасне одіяло. Подушки у готелях використовуються з пір'я, у випадку алергії у гостя, повинні бути у резерві поролонові подушки.

Мінібар у номерах перед використанням номера гостями повинен бути зачиненими. При поселенні у номер клієнт отримує разом з ключами від кімнати, ключ від мінібара. У мінібарі повинен бути прайс-лист на продукти. Сьогодні послуга надання у користування бара, складання рахунків за використання мінібара головним чином комп'ютеризована. В окремих готелях контроль за асортиментом напоїв у барі у всіх номерах здійснюється окремим відповідальним працівником, який одночасно визначає рахунок.

Використання миючих засобів і засобів чищення. У функціонуванні служби обслуговування номерів сьогодні використовується значний асортимент миючих засобів та засобів для чищення, перелік їхніх типів повинен бути достатнім для різних видів робіт з прибирання. Розрізняють такі типи миючих засобів:

—універсальні;

—для чищення підлоги (окремі для чищення мармуру, бетону, керамічної плитки);

—освіжувачі повітря;

—дезинфікуючі;

—для чищення металічних поверхонь;

—спирт (білий (медичний) для натирання металічних поверхонь, надання блиску; синій (технічний) для чищення і дезинфікування різних поверхонь, в тому числі підлоги);

—поліроль для меблів, підлоги, для натирання мідних DO

—керхонь;

—шампуні для чищення килимових покриттів;

— дня чищення холодильників;

—для чищеним керамічної плитки;

—для чищення поліетиленових виробів.

На поверхах з номерами використовуються спеціальні битові кімнати у яких зберігаються всі витратні матеріали, побутова техніка, допоміжне обладнання та ін.

Візок покоївки важливий елемент в процесі прибирання, мас спеціальну конструкцію пристосовану для руху у приміщеннях незначних розмірів і перевезення необхідних засобів у роботі покоївки. Візок складається з двох ярусів — на верхньому перевозиться чиста білизна, інвентар, який необхідно змінити чи поновити у номерах, на нижній — засоби та інвентар, що покоївка використовує в процесі роботи.

Використання електронних замкових систем у готелях. У готелях високої категорії сьогодні часто використовується електронна система замків. Використання цієї системи насамперед пов'язується із комплексом заходів безпеки у готелі, забезпеченням вищої ефективності технологічного процесу (насамперед служби прийому та розміщення), зручністю користування приміщеннями готелю його клієнтами і персоналом.

Електронний замок складається з двох частин — механічної і електронної. Механічна частина представлена подібним до ціпового врізного замка, механізмом з двома — зовнішньою і внутрішньою накладками, що мають окрім функціонного і декоративне значення. Електронна складова пов'язана із вмонтованим мікрокомп'ютером та годинниковим механізмом для корекції роботи в часі з електронною карткою. Інша електронна складова — електронна пластикова магнітна картка з індивідуальним кодом виконує функцію ключа. Електронна ключ-картка виготовляється згідно спеціальної технології, що гарантує абсолютну точність і сумісність з пристроєм ідентифікації інформації з кожного замка. Речовина, 3 якої виготовляються електронні ключі не нагромоджують статичний струм, не піддається впливу вологи, пилу, циклічного механічного впливу. Контроль використання електронної картки здійснюється з центрального пульта, розташованого у рецепції.

На електронній картці клієнта записується так зване «часове вікно» — час його перебування і користування послугами готелю. Після закінчення терміну перебування або при несплаті послуг, клієнт не має змоги без втручання персоналу готелю потрапити у номер. Сумісно з електронною карткою сьогодні у готелях використовуються замки з одночасним відкриванням дверей механічним ключем.

Кожен електронний замок зберігає інформацію про всі відкривання дверей карткою або механічним ключем, більшість електронних замкових систем запам'ятовує інформацію про всі невдалі спроби користування замком.

Замки сучасних виробників зберігають інформацію в середньому про 250-5900 використань замка (5900 — остання версія замків компанії Saflok).

Замки можуть працювати в автономному режимі (off-line), або бути об'єднаними в мережу загального живлення (on-line). У будь-якому випадку при вимкненні електропостачання вони працюють в автономному режимі, отримуючи заряд від пальчикових елементів живлення.

Окрім функції електронного замка, електронна картка використовується у безготівкових розрахунках в межах готелю. У всіх пунктах продажу (POS — Point of Sale) встановлюються спеціальні пристрої для ідентифікації інформації на картці. Зокрема, такі пристрої використовуються у торгових залах ресторану, бару, фітнес-центру та ін. Інформація, внесена на картку захищена нестандартними методами запису, які не доступні для інших систем, зокрема касових і POS-терміналів.

Водночас, сьогодні у системах готельних замків використовуються смарт-картки. На смарт-картках можна записувати на порядок більший обсяг інформації, вони забезпечують вищу ступінь безпеки. Головний недолік смарт-карток — значно вища вартість, що зменшує їхнє використання у готелях. Нові моделі електронних замків провідних виробників дозволяють сумісно використовувати магнітні та смарт-картки. У такому варіанті магнітні картки використовуються клієнтами, водночас смарт-картки — персоналом готелю або VIP-гостями. Для нанесення інформації на магнітні, смарт-картки використовується спеціальний прилад — *енкодер.*

Управління системою електронних замків здійснюється і рецепції. Для цього використовується таке спеціальне обладнання:

—міні-термінал — забезпечує оперативне виготовлення електронних ключів-карток будь-якого рівня захисту особистим кодом;

—пристрій кодування електронного ключа — записує заново створений код на новий електронний ключ;

—пристрій передачі інформації — використовується як інтерфейс між пристроєм кодування і дверним замком у випадку якщо коди співпадають;

—система підтвердження електронного ключа — використається для перевірки дійсності ключів.

Нова електронна картка, виготовлена у рецепції, з першим використанням у певному замку автоматично змінює код попередньої картки. Таким чином, вкрадені або загублені ключі не можуть використовуватись якщо клієнт своєчасно зробив заявку про цей випадок.

Електронні ключі можуть використовуватись у різних режимах роботи: клієнт, покоївка, комплексне обслуговування, міні-бар, інженерна служба, адміністрація, аварія, запасний ключ, одноразовий ключ.

Кліент отримує ключ в режимі «клієнт», код якого сумісний тільки із замком його номера. У покоївок, персоналу з обслуговуванням номерів з міні-баром, ключі-картки закодовані для доступу тільки у ці приміщення, які закріплені за персоналом. Дня працівників інженерно-технічної служби спеціально кодується ключ цього номера, на який поступила заявка. Директор та інші представники адміністрації використовують ключ з кодом, що надає доступ у будь-яке приміщення готелю. У надзвичайних ситуаціях використовується режим роботи «аварія», при якому блокуються замки на межах поверха, корпуса, або всього готелю.

В аварійній ситуації, пов'язаної з перебоями електропостачання у готель, профілактикою технічного стану комп'ютерної мережі тощо, для гостей, які прибули у готель, використовуються заздалегідь виготовлені ключі-картки. Ці ключі зберігаються у сейфі адміністрації готелю. Для одноразового доступу у номер видаються ключі-картки одноразового використання.

Управління системою інформації електронних замків здійснюється з використанням спеціального програмного забезпечення. Програмне забезпечення у комп'ютері рецепції передбачає різні рівні доступу, особистий пароль та інші системи захисту. Відповідно до рівня доступу та посадових

обов'язків, портьє тільки видає гостьові електронні картки, менеджер з персоналу виробляє картки та ін. Водночас всі дії оператора вносяться у протокол з метою отримання у будь-який момент інформації про електронний замок-картку, номер, оператора.

Типовим у готелях є використання замкових систем у приміщеннях загального користування — конференц-залі, басейні, фітнес-центрі, автостоянках та ін. Параметри доступу задаються програмним забезпеченням, яке дозволяє встановлювати для певного користувача список пунктів доступу, а також фіксує час, упродовж якого може здійснюватись доступ.

9.6 Організація і технологія функціонування служби обслуговування приміщень вестибюльної групи

Служба обслуговування приміщень вестибюльної групи — одна з основних у готелі, персонал якої здійснює постійну взаємодію з клієнтами і відвідувачами, виконує функції пов'язані з їхнім безпосереднім обслуговуванням. З урахуванням важливості перших вражень клієнта про готель, особлива відповідальність покладається на професійні і кваліфікаційні якості обслуговуючого персоналу, який здійснює перший візуальний контакт з гостями.

Серед основних функцій служби обслуговування вестибюлі виділяються: зустріч гостей, супровід гостей у номер, доставка особистих речей гостя, надання інформації загального характеру про особливості колориту місцевого центра, допомога у надзвичайних ситуаціях, паркування автотранспорту та ін. Професійно-кваліфікаційні вимоги щодо персоналу служби обслуговування стосуються:

—досконалого знання технології обслуговування гостей згідно професійних обов'язків;

—знання іноземної мови відповідно категорії готелю;

—дотримання бездоганного зовнішнього вигляду (формений одяг завжди повинен бути чистим, попрасованим з атрибутами готелю — назва, логотип, категорія; ідентифікатором посади та особистих даних персоналу);

—дотримання правил внутрішнього розпорядку, інструкцій і розпоряджень;

—завжди поважного ставлення до гостей і відвідувачів, виявляти професіоналізм у гостинності, комунікабельність;

—володіння інформацією про функціональні можливості готелю, комунікації місцевого центра.

Очолює службу обслуговування приміщень вестибюльної групи менеджер (старший коридорний), йому підпорядковуються швейцари, коридорні, посильні, ліфтери, носії багажу, водії-паркувальники, консьєржі. Структура цієї служби залежить від розмірів і категорії готелю. У готелях значної місткості та високої категорії у структурі служби, передбачені всі зазначені категорії посад. У невеликих готелях низької категорії ця служба не передбачена, персонал характерний для її структури функціонує у структурі служби прийому розміщення.

Менеджер служби підпорядковується заступнику директора готелю з обслуговування. Він організовує, координує і контролює роботу підпорядкованого персоналу. Обов'язок менеджера стосується:

—забезпечення координованої роботи всього персоналу відповідно обов'язків;

—проведення поточного інструктажу для підлеглого персоналу з метою підвищення якості виконання функцій;

—контроль за дотриманням режиму внутрішнього розпорядку, діючих розпоряджень та інструкцій;

—розробка місячних графіків роботи персоналу служби, контроль виробничої дисципліни;

—розробка і передача у відділ кадрів пропозицій щодо прийому,

звільнення, покарання, нагороди і преміювання працівників служби.

Швейцар — категорія обслуговуючого персоналу характерна насамперед для фешенебельних готелів, що підкреслює престиж закладу розміщення. У готелях низької категорії ця посада не обов'язкова.

Швейцар першим зустрічає гостей біля входу у готель, відкриває двері. Він повинен привітатись з гостями, допомогти вийти з автомобіля, викликати таксі, надати інформацію про готель. У стосунках з клієнтами швейцар повинен поважно відповідати на запитання гостей, володіти повним обсягом інформації про послуги готелю, структуру приміщень у закладі розміщення. Швейцар одягнений у помітно виражену серед обслуговуючого персоналу уніформу, завжди зобов'язаний мати бездоганний зовнішній вигляд — форма повинна бути чистою, попрасованою. В обов'язки швейцара входить:

— дотримання порядку і чистоти біля входу у готель, холі, телефонних кабінках та інших приміщеннях біля входу;

— повинен стежити за порядком біля під'їзду у готель, автомобілі, що під'їжджають не повинні зупинятись на тривалий час, перешкоджати вільному під'їзду до готелю, інформувати гостей про послуги автостоянки, пропоновані готелем;

— здійснювати контроль за проникненням у готель осіб, які можуть порушити безпеку, спокій у готелі;

— зобов'язаний піднести речі гостей від автомобіля В хол, номер, винести речі при від'їзді, оформленні поселення клієнта, стерегти речі гостей.

Коридорні підпорядковуються старшому коридорному, без його дозволу не можуть покидати своє робоче місце. Коридорний перебуває на чергуванні згідно затвердженою менеджером служби місячного графіка роботи.

Основні обов'язки коридорного стосуються: - супроводження гостей у номер при прибутті у готель і з номера при від'їзді;

—доставляти у номер, камеру зберігання багаж гостей;

—допомагати гостям розміститись у номері, надати інформацію про

обладнання номера — освітлення, телевізор, кондиціонер, телефон, про додаткові послуги у готелі — обслуговування в номерах, плавальний басейн, пральню, хімчистку та ін;

—розбудити гостей у наперед узгоджений час;

—збереження аптечки першої допомоги, поновлювати аптечку при необхідності;

—контроль за порядком та дотриманням чистоти на поверсі.

Посильний (готельний кур 'єр) — виконує різні дрібні послуги згідно доручення керівника служби або безпосередньо гостей зі згоди старшого коридорного, допомагає черговому адміністратору у прийомі і видачі ключів, веденні технологічної документації з доручення і контролю чергового адміністратора, насамперед при поселенні груп гостей, отримання зі І кладу бланків звітної документації і канцелярського приладдя дня служби прийому і розміщення, фінансово-економічної та інших служб, допомагає доставляти багаж їм у номер, доставляє в номер та від гостей касиру служби прийому і розміщення рахунки про оплату, виклик до телефону, допомагає в обслуговуванні номера та ін. Особлинності посади посильного пов'язується з необхідністю Виконувати різні професійні обов'язки, які забезпечує у готелі обслуговуючий персонал.

Ліфтер. У зв'язку з використанням автоматизованих систем управління у готелях, посада ліфтера сьогодні нетипова У структурі служби обслуговування у вестибюлі. Ця посада зустрічається пише у висококатегорійних готелях, що має велике значення в обслуговуванні людському чиннику.

Обов'язки ліфтера стосуються:

—обслуговування ліфта згідно з інструкцією, дотримання правил безпеки при його роботі. Ліфтер несе відповідальність за безпеку пасажирів, які обслуговуються ліфтом;

—дотримання порядку і чистоти у кабіні ліфта;

—повідомлення інженерно-експлуатаційної служби про недоліки і пошкодження ліфта, зупинка експлуатації ліфта;

—передача менеджеру служби зауважень і побажань гостей про роботу ліфта;

—догляд за багажем гостей, що перевозиться без носія багажу.

Носій багажу. Функції носія багажу близькі до функцій посильного, проте менші за обсягом. Основні обов'язки стосуються:

—перенесення багажа гостей при прибутті і від'їзді;

—доставки повідомлення (посилки) у номер;

—опрацювання поштових надходжень і відправлення пошти на замовлення гостей;

—догляд за багажем гостей при оформленні поселення у готель;

—контроль за камерами зберігання багажа, прийом та видача багажа гостей згідно з діючими положеннями про зберігання багажа;

—чистить взуття, виставлене гостями ввечері для чищення;

—зберігання і видачі речей, загублених гостями у готелі згідно з інструкцією.

Водій-паркувальник забезпечує обслуговування гостей, які прибувають у готель на приватному автотранспорті. Посада водія-паркувальника у закладах розміщення зустрічається не часто, пов'язується з великими фешенебельними готелями зорієнтованими на обслуговування бізнес-клієнтів.

Обов'язки водія-паркувальника стосуються:

—паркування автомобіля на автостоянці або у гаражі після прибуття клієнта і підвезення автомобіля до входу готелю при від'їзді гостя;

—забезпечення автосервісу автомобіля у спеціалізованій ремонтній майстерні, мийку, чищення автомобіля та ін.;

—забезпечення порядку біля під'їзду готелю: автомобілі, що зупиняються біля під'їзду не повинні затримуватись на тривалий термін і перешкоджали вільному під'їзду до входу у готель;

—надавати інформацію гостям про можливість паркування автомобіля на стоянці, гаражі готелю, найближчу стоянку;

—перевезення гостей автотранспортом готелю з аеропорта, залізничного, автовокзалу у готель і відвезення у зворотному напрямку при від'їзді гостей;

—знання технічних характеристик різних типів автомобілів.

Консьєрж — персонал служби обслуговування, який працює у вестибюлі за спеціальним столом або на поверхах готелю. Посада характерна насамперед для фешенебельних готелів значних розмірів, у готелях низької категорії ця посада зустрічається рідше. У великих готелях може працювати декілька осіб цієї посади, наприклад у готелі «Plaza Hotel» (Нью-Йорк), у якому 800 номерів, обслуговування забезпечує 10 консьєржів. Структура послуг консьєржа у порівнянні з іншими посадами у готелі характеризується надзвичайно широким спектром і головним чином пов'язується із встановленням зв'язків за межами готелю, тип послуг не обмежується службовими інструкціями.

Серед найбільш типових послуг консьєржа виділяються:

—замовлення і доставка квитка у театр;

—бронювання місць на літак, поїзд, інші транспортні засоби, поставка квитка, довідка про роботу міжнародного, внутрішнього транспорту;

—(інформація про місцеві туристично-презентативні, історико- культурні, архітектурні об'єкти;

—інформація про заклади харчування, розваг та ін., резервування місці.;

—допомога у надзвичайних ситуаціях (виклик лікаря, юриста, нотаріуса);

—оформлення віз у консульстві, посольстві;

—виконання послуг кур'єра;

—виконання особистих доручень гостей (покупки, оплата рахунків, вигулювання тварин, догляд за дитиною та ін.).

Перелічені послуги консьєржа незначна частка від ймовірних. В окремих випадках побажання клієнта може дивувати незвичайністю його фантазії. Наприклад, група японських туристів, які зупинились у готелі «Place Hotel» (Мадрид), після відвідання кориди вирішили організувати подібне видовище у Японії. Консьєрж купив для них декілька биків, найняв тореадора і організував їхню відправку у Токіо.

Посада консьєржа у готелях доволі високооплачувана. Водночас, високооплачуваний консьєрж повинен бути професіоналом, знати в деталях функціонування готелю, розмовляти на декількох іноземних мовах, бути комунікабельним, легко вступати у контакт з клієнтами, добре знати місцеву інфраструктуру. Консьєрж повинен вміти працювати у колективі, демонструвати дипломатичну тактовність, терпеливість, завжди перебувати у хорошому емоційному стані.

В окремих готельних корпораціях організовується власна підготовка консьєржів. Наприклад, у готелях ланцюга «Ritz-Carlton», відомих бездоганним обслуговуванням, всі консьєржі повинні проходити трьохмісячні курси, в програму яких включені лекції з організації готельного бізнесу, історії компанії «Ritz-Carlton», історії міста, його інфраструктуру.

З метою обміну досвідом, професійної солідарності створена професіональна організація консьєржів — UPPGH (Union Professional^ des Poitiers des Grand Hotels), яку водночас називають Clefs d'Or (Золоті ключі), оскільки використовує емблему двох схрещених золотих ключів. Сьогодні ця організація охоплює близько 4000 членів у 24 країнах.

9.7 Організація та функції фінансово-комерційної служби у готелях

Фінансово-комерційна служба забезпечує облік, контроль обігу фінансових ресурсів, несе відповідальність за забезпечення готелю матеріально-технічними та виробничими ресурсами. У структурі служба

складається з бухгалтерії і планово-комерційного відділу, в окремих готелях ці структурні ланки можуть функціонувати окремо. Очолює службу головний бухгалтер, який підпорядковується директору готелю.

Бухгалтерія у готелях здійснює аналіз фінансово-господарської діяльності, організовує складання бухгалтерських звітів згідно нормативних документів, несе відповідальність за дотримання фінансової і договірної дисципліни, організовує складання бізнес-планів, фінансово-господарських планів та кошториси згідно встановленої форми, несе відповідальність за своєчасне складання звітів, балансів і рахунків, прибутків і збитків, виконує роботу з обліку, введення в експлуатацію і списання матеріальних цінностей і обліку коштів у встановленому порядку, несе відповідальність за дотримання ціноутворення і визначення тарифів, здійснює облік надходження і вибуття виробничих запасів відповідно до стандартів бухгалтерського обліку, організовує роботу з отримання ліцензій та ін.

У технологічному процесі бухгалтерія здійснює постійний зв'язок із всіма службами, відділами і персоналом готелю. Фінансова служба забезпечує грошові перекази, підготовку фінансових звітів від касирів кожного структурного торгового підрозділу готелю, насамперед служби прийому і розміщення, громадського харчування, спортивно-розважальних закладів; облік і контроль первинної документації, своєчасне інформування адміністрації про фінансові результати діяльності готелю. Бухгалтерія також забезпечує нарахування заробітної плати, отримання інших різних рахунків і виплату по них, контроль і облік витрат.

Фінансова служба у готелях функціонує згідно установчих документів, умов і методів формування капіталу, форми управління, що визначає фінансові відносини з державою, н піонерами, пайовиками, управляючою компанією, асоціацією. Структура і розміри фінансової служби у готелях визначаються місткістю, категорією, участю іноземного капіталу у робочому закладу.

Організаційна функціональна схема управління фінансовою службою у малих готелях спрощена. Вона складається і двох відділів — відділу поточної діяльності і відділу інвестицій, роботу яких контролює менеджер, якому підпорядковуються 1-2 бухгалтери і касир. У готелях значної місткості бухгалтерія складається з фінансового менеджера (директори), ГОЛОВНОГО бухгалтера, заступника головного бухгалтера, бухалтерів різної категорії і касира, весь персонал становить З 10 15 осіб.

Професійні обов'язки фінансового менеджера пов'язуються з:

—контролем ефективності фінансових потоків у готелі, забезпечення оптимальних витрат і відрахувань;

—складанням річного плану фінансових потоків з урахуванням перспективного планування економічного стану готелю — обсягу збуту, прибутку і рівня раціональної організації праці. Фінансовий менеджер також забезпечує поточне і довготермінове прогнозування, аналіз отриманих даних;

—розробки кошторису для працівників, здійснює контроль за рівнем витрат;

—розробкою і впровадженням виробничого обліку, складає детальний звіт про витрати готельного підприємства, вводить нові методики, керує інвентаризацією матеріальнотехнічної бази і визначає її вартість. Здійснює реєстрацію записів матеріально-технічного постачання і забезпечує необхідні коректування. Готує для власника, керівників підприємства звітно-фінансову інформацію про витрати готельного підприємства;

—здійснення контролю за використанням бланків оперативного обліку, їхнього збереження;

—комплектування служби кадрами, визначає обсяг роботи для працівників, забезпечує підвищення кваліфікації підлеглих;

—підтримки тісних зв'язків з менеджерами інших служб, приймає участь у нарадах керівників закладу.

Кваліфікаційна характеристика менеджера фінансової служби пов'язуються з необхідністю знати:

—теоретичні основи управління і управління фінансовою діяльністю підприємства;

—теорію фінансів, кредиту, бухгалтерського обліку;

—економічну статистику, систему статистичної звітності;

—чинне законодавство у сфері фінансової, кредитної, валютної, банківської діяльності і діяльності у сфері гостинності;

—нормативно-законодавчі акти з міжнародних розрахунків і зовнішньоекономічної діяльності;

—основи здійснення операцій на міжнародному фінансовому ринку;

—основи економіки готельних підприємств;

Види цінних паперів і порядок їх обігу, особливості обігу цінних паперів за кордоном;

Правила і порядок проведення операцій на внутрішньому фінансовому ринку.

— основи діловодства.

Комерційним відділ забезпечу готельні підприємства матеріально-технічними та виробничими ресурсами. Очолює відділ старший менеджер, якому підпорядковується у великих готелях 3-4 менеджери з різних напрямків діяльності. Менеджер відділу підпорядковується менеджеру служби. В окремих готелях цей відділ виділяється як самостійна структурно-функціональна й управлінська ланка.

Головне завдання відділу полягає у проведенні моніторингу ринку товарів та послуг, виявляти оптимальні умови забезпечення матеріально-технічними ресурсами та послугами закладу гостинності у співвідношенні ціни і якості, укладання угод з постачальниками продукції.

Дослідження ринку товарів і послуг, що використовуються у готельній сфері повинно проводитись постійно з метою своєчасного реагування на

зміни, що відбуваються на ньому. Важливу роль відіграє комп'ютеризація та використання телекомунікаційних інформаційних систем при моніторингу, виконанні комерційних операцій, пов'язаних з управлінням товарними запасами, контролем виконання договорів та ін.

У професійній діяльності працівники планово-комерційного відділу повинні досконало знати:

—основи здійснення комерційних операцій на внутрішньому та міжнародному ринку товарів і послуг;

—закони і нормативні акти, що регламентують комерційну діяльність;

—основи економіки готельних підприємств;

—форми документів, що використовуються для здійснення комерційних операцій.

У роботі комерційний відділ повинен тісно співпрацювати із всіма структурними ланками готелю, володіти повною інформацією про необхідне забезпечення готелю матеріально-технічними ресурсами. У структуру відділу доцільно включати менеджерів маркетингових досліджень, організації обслуговування у номерах, гастрономічних закладах.

9.8 Організація та функції інженерно-експлуатаційної служби у готелях

Готелі — це великі за розмірами підприємства, що мають складне інженерно-технічне обладнання — комплекс систем, що функціонують у постійному режимі і забезпечують задоволення культурно-побутових потреб гостей та персоналу закладу розміщення. Обладнання готелю включає систему водопостачання, центральне опалення, електромережу, каналізацію, протипожежну систему, вентиляцію, телефон, телевізійне, радіоустаткування, автоматичні системи охорони та ін. У будівлі готелю знаходяться технічні приміщення з обладнанням, що забезпечує роботу персоналу служби. Експлуатація інженерного обладнання повинна здійснюватись згідно

технічної документації і технічного паспорта будівлі, плану кожного поверха, системи опалення, каналізації, водопроводу, електроосвітлення, паспорта ліфта.

Інженерно-експлуатаційна служба у готелях забезпечує необхідні умови для функціонування будівлі і обладнання згідно із встановлених стандартів. З метою ефективної реалізації своїх функцій персонал служби повинен здійснювані регулярне, згідно затверджених інструкцій, проведення обстеження санітарного і технічного стану готелю і території, що прилягає до нього, об'єктів комунального призначення і благоустрою території, що обслуговується цією службою, оцінку якості виконання проведених службою робіт і надання послуг, складання і перевірку за результатами обстеження актів.

У функції служби входить розробка та впровадження ресурсозберігаючих технологій, обладнання, що дозволяє значно зменшити загальний обсяг споживання ресурсів, насамперед енергоресурсів, води та ін. Сучасні готельні підприємства управляють інженерно-технічними системами шляхом використання автоматизованих систем управління, які забезпечують взаємопов'язану роботу всіх служб та систем готелю.

У структурі управління очолює інженерно-експлуатаційну службу головний інженер, йому підпорядковується заступник, інженер-програміст, майстер. У функціональній структурі служби виділяються два відділи — чергова технічна служба і ремонтна служба. У системі зв'язків з управління, головний інженер підпорядковується генеральному директору, у великих готелях заступнику генерального директора, технічному директору.

Головний інженер коригує роботу технічного персоналу і контролює результати його роботи, зокрема:

—забезпечує розподіл щоденних замовлень, що надходять від служб та персоналу готелю на виконання робіт і їх завершення у термін під контролем заступника головного інженера;

—складає графіки проведення робіт з профілактики і ремонту, розподіляє згідно графіка функції у виконанні робіт;

—несе відповідальність за використання згідно експлуатаційних вимог технічного обладнання — опалювальних систем, водопостачання, засобів зв'язку та ін.;

—контролює дотримання правил охорони пращ та техніки безпеки працівниками;

—реєструє дані і готує місячний звіт по роботі служби для керівників закладу розміщення;

—забезпечує контроль за ефективним використанням необхідних у технологічному процесі ресурсів;

—проводить інструктаж щодо безпеки у випадку виникнення пожежі, виходу газу та інших непередбачуваних технологічних процесів;

—складає бюджет служби, забезпечує контроль його виконання і витрати в процесі функціонування служби;

— забезпечує навчання і практичну підготовку інженерно-технічного персоналу;

— вирішує сумісно з директором готелю або менеджером кадрової служби проблему кадрового забезпечення служби;

— розробляє плани поточного і перспективного технічного переобладнання закладу розміщення;

— забезпечує контроль за раціональним використанням енергоресурсів, їхню економію.

Кваліфікаційні характеристики головного інженера пов'язані з необхідністю досконало знати:

— теоретичні основи функціонування інженерно-технічних систем у готелях;

— основи техніки безпеки у роботі з інженерно-технічними системами у готелях;

— основи організації і технології готельних послуг;

— теоретичні основи управління;

— систему статистичної звітності та діловодство;

— основи складання бюджету організації.

Високопрофесійна діяльність головного інженера пов'язується з необхідністю мати вищу професійну освіту в сфері інженерних наук, досвід управління, високі вольові та організаційні характеристики.

Заступник головного інженера забезпечує координацію, контроль у роботі персоналу служби, допомагає головному інженеру у виконанні його обов'язків згідно функціонування служби. Зокрема, він забезпечує:

— складання розкладу чергування і організовує позмінну роботу технічного персоналу;

— трудову дисципліну персоналу служби;

— облік виходу на роботу персоналу і складає платіжну відомість;

— навчання персоналу;

— розподіл виробничих завдань і забезпечує контроль їхнього виконання;

— контроль стану та безпеку функціонування основних інженерно-технічних систем;

—контролює використання комунальних послуг з метою економії і контролю витрат.

Старший електрик забезпечує:

—безперебійну роботу згідно технічної інструкції енергетичного і сантехнічного обладнання, електричних і теплових мереж, повітропроводів, водопроводу і каналізації;

—нагляд за технічним обслуговуванням електроустаткування і електричних мереж;

—відповідальність за дотримання протипожежних норм безпеки.

Електромонтер забезпечує:

—безперебійне функціонування електрообладнання у готелі;

—усуває аварії електроосвітлення і відновлює функції світлових і силових точок;

—відновлення роботи внутрішньої електропроводки, вимикачів, телевізійних установок, освітлювальної арматури, люстр, електричних ламп;

—ремонт електронагрівального обладнання;

—інформування головного інженера щодо необхідності проведення ремонтних робіт або змін в електросистемі;

—вивчає заходи протипожежної безпеки зумовлених електрообладнанням закладу розміщення.

Слюсар-сантехнік контролює справність санітарно-технічного обладнання, систем водозабезпечення і подачі гарячої води, системи опалення, каналізації, побутових приладів, здійснює профілактичний ремонт санітарно-технічного обладнання.

Столяр забезпечує справність столярного обладнання — дверей, вікон, дерев'яного покриття підлоги, ремонтує і замінює дверні замки та ін.

9.9 Організація та функції кадрової служби у готелях

Функції цієї служби пов'язані з:

—підбором, прийманням на роботу, оцінюванням якості персоналу, навчанням персоналу готелю;

—улагодженням конфліктів, формування корпоративної свідомості;

—розробкою посадових інструкцій і функціональних технологій для персоналу;

—оцінкою і допомогою у поліпшенні умов праці працівників;

—допомогою керівникам підрозділів готелю у роботі з персоналом;

—підвищенням кваліфікації співробітників;

—заохоченням і мотивацією персоналу та ін.

Функції служби також пов'язані із веденням особистих справ усіх працівників готелю, укладанням угод для проведення навчання, підвищення кваліфікації персоналу. У структурі кадрова служба найчастіше складається з відділу кадрів, відділу охорони праці, учбово-тренінгового центра.

Відділ кадрів здійснює набір обслуговуючого персоналу, узгоджує професійні проблеми праці, трудової дисципліни та винагороди працівників. Відділ охорони праці забезпечує інструктаж з техніки безпеки, контроль за виплатою грошової допомоги з непрацездатності, пов'язаної з виробничими травмами, контроль за кошторисом витрат. Учбово-тренінговий центр забезпечує підвищення кваліфікації, перепідготовку та стажування фахівців і обслуговуючого персоналу, навчання працівників управління якістю послуг.

Структура кадрової служби у готелях залежить від розмірів підприємства. Очолює службу менеджер у підпорядкуванні якого перебуває декілька менеджерів, які відповідають за окремі напрямки роботи. Головний менеджер підпорядковується директору закладу розміщення.

10 ПРОЕКТ РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО РОЗРОБКИ СТАНДАРТІВ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ В ЗАСОБАХ РОЗМІЩЕННЯ

Стандарти, які застосовуються в готельному бізнесі, підрозділяються на *функціональні й технічні.*

Перші визначають скоріше емоційну сферу взаємин персоналу з гостем, другі встановлюють стандарти наявності тих або інших приміщень у готелі певного класу (наприклад, фітнес-центру, басейну й конференц-залу), задають залежність кількості обслуговуючого персоналу від категорії й розміру готелю і т.д.

Якщо національні стандарти (тобто готельна класифікація, розроблена підрозділами владних структур або впливовими туристськими асоціаціями, і прийнята в якості основного готельного стандарту в країні) можуть стосуватися тільки однієї зі сфер (наприклад, в Україні готелі класифікуються по *технічних вимогах*, а у Швейцарії за основу взяті функціональні параметри), те стандарти готельних мереж, як правило, визначають обидві сфери.

Якість обслуговування припускає в першу чергу відповідність надаваного набору і якості послуг очікуванням клієнта. Мережне ім'я готелю поряд зі звездностью (досить суб'єктивного поняття в нашій країні, де відсутня обов'язкова атестація й сертифікація) і ціною є одним з основних факторів, що визначають очікування клієнтів. А при невизначеності національних стандартів обслуговування в індустрії гостинності й відсутності кореляції між реальною якістю надання послуг і вартістю номера саме бренд мережі одержує першорядне значення при виборі готелю.

Стандарты, применяемые в гостиничном бизнесе, подразделяются на *функциональные и технические.*

Первые определяют скорее эмоциональную сферу взаимоотношений персонала с гостем, вторые устанавливают стандарты наличия тех или иных

помещений в гостинице определенного класса (например, фитнес-центра, бассейна и конференц-зала), задают зависимость количества обслуживающего персонала от категории и размера гостиницы и т. д.

Если национальные стандарты (то есть гостиничная классификация, разработанная подразделениями властных структур или влиятельными туристскими ассоциациями, и принятая в качестве основного гостиничного стандарта в стране) могут касаться только одной из сфер (например, в Украине отели классифицируются по *техническим требованиям*, а в Швейцарии за основу взяты функциональные параметры), то стандарты гостиничных сетей, как правило, определяют обе сферы.

Качество обслуживания предполагает в первую очередь соответствие предоставляемого набора и качества услуг ожиданиям клиента. Сетевое имя отеля наряду со звездностью (довольно субъективного понятия в нашей стране, где отсутствует обязательная аттестация и сертификация) и ценой является одним из основных факторов, определяющих ожидания клиентов. А при неопределенности национальных стандартов обслуживания в индустрии гостеприимства и отсутствии корреляции между реальным качеством предоставления услуг и стоимостью номера именно бренд сети получает первостепенное значение при выборе отеля.

Проект стандартыв обслуговування в готелях наведені в таблиці 10.1.

Таблиця 10.1 - Проект стантартыв обслуговування у готелях

	RESERVATIONS	БРОНЮВАННЯ
	STANDARDS - SWITCHBOARD:	**СТАНДАРТИ-ТЕЛЕФОННОГО ДЗВІНКА:**
1	Answer the telephone within 3 rings or 10 seconds.	Відповідь на телефонний дзвінок упродовж 3 дзвінків або 10 сек.
2	The employee answer the phone with the appropriate greeting (good morning/afternoon) and identify the hotel.	Працівник відповідає на телефонний дзвінок з відповідним вітанням (доброго ранку/добрий день) і називає готель.
3	If caller is put on hold it should not exceed 30 seconds.	Особа, яка телефонує не повинна очікувати на відповідь більше 30 сек.
4	Employee put caller through to the appropriate department.	Працівник з'єднує особу, яка телефонує з відповідним відділом.
5	If no answer employee comes back to guest after no more than 6 rings.	Якщо немає відповіді, працівник повертається до гостя не більше ніж через 6 дзвінків.
6	The employee must have a good working knowledge of the English language.	Працівник повинен володіти на необхідну рівні іноземною мовою…
7	The background is free of any noise or any disturbances.	На території «бек офісу» немає зайвого шуму.
8	The employee speaks in a clear and pleasant manner.	Працівник розмовляє чітко і ввічливо.
9	The employee giver a verbal acknowledgement before transferring the caller.	Працівник перш перемиканням телефонного дзвінка повідомляє про це клієнта.
	STANDARDS-TAKING A RESERVATION:	**ЗДІЙСНЕННЯ БРОНЮВАННЯ:**
1	Answer the telephone within 3 rings or 10 seconds.	Відповідь на телефонний дзвінок упродовж 3 дзвінків або 10 сек.
2	The employee answers the phone with the appropriate greeting (good morning/afternoon) and identifies the department.	Працівник відповідає на телефонний дзвінок з відповідним вітанням (доброго ранку/добрий день) і називає відділ.
3	If caller is put on hold it should not exceed 30 seconds.	Особа, яка телефонує не повинна очікувати на відповідь більше 30 сек.
4	The background is free of any noise or disturbances.	На території «бек офісу) немає зайвого шумую
5	Employee confirms date in and date out.	Працівник підтверджує дату поселення і дату виселення.
6	Employee offers information on full range of room types within the category requested.	Працівник надає повну інформацію про види номерів згідно категорії попиту.
7	Employee describes the difference between describes the difference between room types (i.e. location, size, in room facilities).	Працівник пояснює відмінність між видами номерів (розміщення, площа, обладнання).

	STANDARDS-TAKING A RESERVATION:	ЗДІЙСНЕННЯ БРОНЮВАННЯ:
8	Employee offers information on full range of applicable rates.	Працівник надає вичерпну інформацію стосовно відповідного рівня комфорту.
9	Employee immediately checks availability.	Працівник одразу перевіряє наявність вільного номера.
10	If dates unavailable, employee offers alternative dates.	Якщо номери на дату замовлення зайняті, працівник пропонує варіанти інших дат.
11	Employee obtains guest's name.	Працівник дізнається ім'я гостя.
12	Employee confirms the spelling of guest's name (if necessary).	Працівник уточнює правопис, при необхідності.
13	Employee obtains guest's address.	Працівник дізнається адресу гостя.
14	Employee obtains guest's telephone number.	Працівник запитає номер телефону.
15	Employee obtains guest's fax number or e-mail address.	Працівник дізнається номер факсу або електронної адресу гостя.
16	Employee ascertains if it is a private or company booking (city hotels only).	Працівник встановлює – бронювання для окремої особи, чи групове.
17	Employee clearly states room rate and what it includes (i.e. tax, service, meals etc).	Працівник чітко називає ціну номера (місця) і структуру ціну (податок, обслуговування, харчування та ін.).
18	Employee clarifies guest's smoking preference for hotel in excess of 100 rooms and in the case of a non smoking hotel should be made clear during the reservation enquiry.	Працівник з`ясовує побажання клієнта стосовно номера для курців чи некурців із місткістю 100 номерів, у випадку відсутності кімнат для курців уточнює це упродовж резервування.
19	Employee ascertains expected time of arrival.	Працівник з`ясовує час прибуття.
20	Employee explains check in times.	Працівник надає інформацію про час поселення.
21	Employee ascertains if the guest requires any transport arrangements.	Працівник з`ясовує про необхідність замовлення для клієнта транспорту.
22	Employee repeats and confirms all details of the reservation during or at the end of the call.	Працівник повторяє і уточнює усі деталі бронювання під час, або наприкінці телефонної розмови.
23	Employee offers reservation number or booking refence/name.	Працівник називає номер бронювання, назву реєстрації.
24	Employee thanks the guest.	Працівник дякує гостю.
	EMPLOYEE:	**ПРАЦІВНИК:**
25	The employee's speech is clear and audible.	Розмова працівника – чітка.
26	The employee must have a good	Працівник повинен володіти на не-

	Working knowledge of the English language.	обхідному рівні іноземною мовою.
	EMPLOYEE:	**ПРАЦІВНИК:**
27	The employee is polite, organized and helpful whilst ascertaining information with regards to the reservation.	Працівник – комунікабельний, люб'язний під час з'ясування інформації, що стосується бронювання.
28	Employee ascertains guest's name for any use it at least once during the conversation.	Працівник з'ясування ім'я клієнта І звертається по імені принаймні один раз під час розмови.
29	Employee offers his/her name for any future assistance may require at the end of the call.	В кінці дзвінка працівник називає своє ім'я для будь-якої подальшої допомоги на випадок необхідності.
	ACCOUNTING:	**ОБЛІК:**
30	Employee request advance deposit / guarantee in order to secure the booking.	Працівник просить попереднього завдатку/гарантій підтвердження бронювання.
31	If credit card offered as deposit, Employee would repeat back number.	Якщо клієнт пропонує кредитну картку, працівник повторює для уточнення номер картки.
32	Employee explains cancellation policy.	Працівник пояснює механізм ануляцій замовлення.
	PRODUCT– CONFIRMATION:	**ПІДТВЕРДЖЕННЯ:**
33	Employee automatically offers to send a confirmation.	Працівник одразу пропонує надіслати підтвердження.
34	Confirmation is received within 24 hours.	Підтвердження отримується упродовж 24 год.
35	All details are typed on company letterhead.	Усі деталі друкуються на фірмовому бланку.
36	All information containes on conformation is correct.	Уся інформація, що міститься у підтвердженні повинна бути достовірною
37	Confirmation promotes in house Food and beverage facilities.	Підтвердженням узгоджується необхідність харчування та напоїв.
38	Confirmation explains cancellation charges.	Підтвердження містить пояснення вартості ануляції замовлення.
	CHECK IN STANDARDS:	**ПОСЕЛЕННЯ:**
1	Guest must be acknowledged Within 30 seconds of arrival.	Клієнта впізнають упродовж 30 сек. після його прибуття.
2	Complete check in takes no more Than 5 minutes.	Остаточно поселення триває не більше 5 хв.
3	Guest mustbe greeted in a warm and friendly manner.	Клієнта вітають у теплій і доброзичливій манері.
4	Employee offers assistance to	Працівник пропонує клієнту допомогу.

	gust.	
5	Employee ascertains guest's name And use it at least once during the conversation.	Працівник з'ясовує ім'я гостя і звертається по імені принаймні один раз під час розмови.
	CHECK IN STANDARDS:	**ПОСЕЛЕННЯ:**
6	Registration card is prepared in Advance for guest, with all information Given at the time of reservation (i.e. address).	Картка реєстрації заздалегідь готова для гостя, з усією інформацію наданою під час бронювання.
7	All information is correct on guest's registration card.	Уся інформація реєстраційної картки є достовірною.
8	To confirme the departure date.	Уточнити час відправлення.
9	Guest is presented with standard hotel pen to fill out any outstanding details on registration card.	Клієнт отримує стандартну ручку готелю для уточнення інформацій реєстраційної картки є достовірною.
10	Guest is automatically offered a smoking or non smoking room (if applicable and not ascertained during the reservation).	Клієнт одразу пропонують номер для курців чи не курців (якщо відповідає рівень готелю ,або якщо цього не було з'ясовано під час бронювання).
11	Employee offer sthe guest an international/national newspaper (faxed variety acceptable) for the following morning.	Працівник пропонує клієнту міжнародні / національні газети (певний доступний перелік) на наступний ранок .
12	Employee offers or confirmi dinner reservation.	Працівник пропонує або підтверджує замовлення обіду.
13	Employee arranges porterage assistance.	Працівник домовляється про допомогу при доставці багажа у номер.
14	Employee arranges for the guest to be escorted to the room (see rooming).	Працівник організовує супровід клієнта у номер (дивись поселення в кімнату).
15	Employee wish guest a pleasant stay.	Працівник бажає гостю приємного перебування.
16	If room is not ready on arrival, guest is shown to lounge area and offered a complimentary beverage.	Якщо кімната не є готовою до прибуття гостя, його направляють до фойє і пропонують безкоштовні напої.
17	While waiting for the room, the guest is regularly updated on the situation.	Гостя постійно повідомляють про ситуацію під час очікування кімнати.
	THE EMPLOYEE:	**ПРАЦІВНИК:**
18	The employee is dressed in a clean, pressed and complete uniform.	Працівник одягнений у чистий, випрасований, повний бути доглянутий.
19	All employees wear name badges (i.e. if applicable).	Усі працівники використовують ідентифікатори (якщо необхідно).
20	The employee must be well groomed.	Працівник повинен бути доглянутий.

21	The employee maintains eye contact with the guest.	Працівник підтримує зоровий контакт із гостем.
22	The employee smiles and exhibits a friendly manner.	Працівник посміхається і проявляє доброзичливу манеру.
23	The employee must have a good working knowledge of the English language.	Працівник повинен володіти на необхідному рівні іноземною мовою.
	THE EMPLOYEE:	**ПРАЦІВНИК:**
24	Employee must respect guest's presence when interacting with other colleagues.	Стосунках працівників готелю повинен бути толерантними.
	PRODUCT–RECEPTION DESK:	**РЕЦЕПЦІЯ:**
25	The reception desk must be clean, tidy and well maintained.	Рецепція повинна бути чистою, охайною і естетично привабливою.
26	Area behind the reception desk must be free of clutter.	Поблизу рецепції не повинно бути зайвих речей.
RECEPTION		**РЕЦЕПЦІЯ**
	STANDARDS-CHECK OUT:	**ВИСЕЛЕННЯ:**
1	Guest must be acknowledged within 30 seconds of approaching desk.	Гостя впізнають упродовж 30 сек. На підході до рецепції.
2	Complete check out takes no longer than 5 minutes.	Остаточне виселення займає не більш 5 хв.
3	Guest is greeted in a warm and friendly manner.	Гостя вітають у теплій і доброзичливий манері.
4	Employee ascertains guest's name and use it at least once during the conversation.	Працівник з'ясовує ім'я гостя і звертається по імені принаймні один раз під час розмови.
5	Employee verifies guest's room number/name.	Працівник уточнює номер кімнати/назву кімнати.
6	Employee verifies any last minute charges and post accordingly (i.e. mini bar, breakfast).	Працівник уточнює в останні хвилини будь-які нарахування і відповідно нараховує їх гостю (послуги міні бара, сніданок).
7	Employee prints folio and presents to guest for verification.	Працівник друкує фоліо і надає його гостю для перевірки.
8	Employee must complete transaction in a quick and efficient manner.	Працівник винен швидко і ефективно заповнити відомості.
9	The employee offers to staple the credit card slip to the bill.	Працівник пропонує скріпити чек з рахунком.
10	Folio presents to guest neatly in a bill fold/envelope.	Фоліо надається гостю охайно складене у фолдері /конверті для рахунку.
11	Employee offers assistance with luggage.	Працівник пропонує допомогу із багажем.
12	Employee asks at any point if guest have enjoyed their stay.	Працівник запитує чи задоволений гість перебування у готелі.
13	The employee offers an invitation to return.	Працівник запрошує відвідати готелю наступного разу.

14	Employee thanks the guest.	Працівник дякує гостю.
	ACCOUNTING:	**ОБЛІК:**
15	Bill is clearly itemized.	Рахунок – чітко деталізований.
16	Folio is accurate and complete.	Фоліо – точне і завершене.
17	Employee clarifies the method of payment.	Працівник виясняє спосіб платежу.
	ACCOUNTING:	**ОБЛІК:**
18	If guest is settling by credit card employee offere standard hotel pen.	Якщо гість поселений на основні кредитної картки, працівник пропонує йому стандартну ручку готелю.
	THE EMPLOYEE:	**ПРАЦІВНИК:**
19	The employee is dressed in a clean, pressed and complete uniform.	Працівник одягнений у чистий, випрасуваний, повний комплект уніформи.
20	All employee wear name badges (if applicable).	Усі працівники використовують ідентифікатори (якщо необхідно).
21	The employee must be well groomed.	Працівник повинен бути досягнутий.
22	The employee maintains eye contact with the guest.	Працівник підтримує зоровий контакт із гостем.
23	The employee smiles and exhibits a friendly manner.	Працівник посміхається і проявляє доброзичливу манеру.
24	The employee must have a good working knowledge of the English language.	Працівник повинен володіти на необхідному рівні іноземною мовою.
25	Employee respect guest’s presence when interacting with other colleagues.	Під час взаємодії з колегами працівник повинен з повагою відносити до гостя.
	PRODUCT – RECEPTION DESK:	**РЕЦЕПЦІЯ:**
26	The reception desk is clean, tidy and well maintained.	Рецепція повинна бути чистою, охайною і в необхідному обсязі оснащена.
27	Area behind the reception deck must be free of clutter.	Поблизу рецепції не повинно бути сторонніх речей.
ROOMING THE GUEST		**ПОСЕЛЕННЯ ГОСТЯ**
	STANDARDS – ROOMING THE GUEST:	**ПОСЕЛЕННЯ ГОСТЯ В НОМЕР:**
1	Employee escorts the guest to his/her room.	Працівник супроводжує гостя у номер.
2	The employee engages in polite unobtrusive conversation on the way to the room.	Працівник ввічливо, ненав’язливо спілкується з гостем по дорозі у номер.
3	The employee points out food and beverage facilities explaining operational hours.	Працівник надає інформацію про харчування та напоїв у готелі, зазначає час роботи.

4	Once at the room the employee offers the option of a room orientation.	Працівник характеризує приміщення номера.
5	The employee points out heating/air – conditioning controls.	Працівник демонструє контроль кондиціонування повітря.
6	Employee points out how to operate the telephone.	Працівник показує як використовувати телефон.
	STANDARDS – ROOMING THE GUEST:	**ПОСЕЛЕННЯ ГОСТЯ В НОМЕР:**
7	Employee points out modem/ISDN lines (if applicable) or explains broadband/wireless facilities that are available.	Працівник пояснює можливість доступу до мережевих та інформаційних ресурсів.
8	Employee points out location of in room bar (if not in a prominent position).	Працівник показує розміщення бара у кімнаті (якщо його розміщення не помітна).
9	Employee points out valet/laundry services.	Працівник розповідає про послуги камердинера і прання.
10	Employee points out any master switcher for lighting (if applicable).	Працівник показує основні вимикачі освітлення.
11	Did employee point out location of hair dryer (if necessary)?	Працівник показує знаходження фена для волосся (при необхідності).
12	Employee point out directory/room service menu.	Працівник показує пряме/кімнатне меню обслуговування.
13	Employee points out health spa/fitness facilities (if applicable).	Працівник показує оздоровче СПА/фітнес – обладнання.
14	Employee points out in room safe.	Працівник показує сейф у кімнаті.
15	Employee offer ice service (ice bucket must present in the room).	Працівник повинен запропонувати доставку льоду у номер (в номері повинно знаходитись відерко для льоду).
16	Employee offers any additional assistance.	Працівник пропонує іншу додаткову допомогу.
DOORMAN/PORTER		**ШВЕЙЦАР/ПОРТЬЄ**
	STANDARDS – ON ARRIVAL:	**ПІД ЧАС ПРИБУТТЯ:**
1	Doorman/porter must be present on arrival.	Швейцар/портьє повинен бути присутній під час прибуття.
2	Employee offers assistance opening car doors on arrival.	Працівник пропонує допомогу, відкриває двері автомобіля під час приїзду.
3	Employee greets the guest in a polite and friendly manner.	Працівник вітає гостя у ввічливій і доброзичливій манері.
4	Employee offers assistance with luggage.	Працівник пропонує допомогу з доставки багажа.
5	Employee opens hotel entrance door for	Працівник відкриває вхідні двері готелю

	guest (unless revolving or automatic door).	(якщо двері не обертаються або не автоматичні).
6	The employee ascertains the guest's name and introduce them to reception.	Працівник дізнається ім'я гостя і представляє його працівникам рецепції.
7	The entrance to the hotel must be clean and free of any debris.	Вхід до готелю повинен бути чистим, доглянутим.
	STANDARDS - PORTERAGE:	**ДОСТАВКА:**
8	The porter arrives at the guest's room within 10 minutes of check in.	Портьє приходить до кімнати гостя у продовж 10 хв. з моменту поселення.
9	The employee must lightly knock on the door.	Працівник повинен легко постукати у двері.
10	The employee greets the guest in a polite and friendly manner.	Працівник ввічливо і доброзичливо вітає гостя.
11	The employee use the guest's name at least once during the interaction.	Працівник звертається по імені до гостя принаймні один раз під час розмови.
12	The employee places the luggage on the luggage rack/bench.	Працівник кладе багаж на полицю/лавку для багажа.
13	Employee offers to hang the suit carrier/coat.	Працівник пропонує повісити костюм, пальто.
	THE EMPLOYEE	**ПРАЦІВНИК:**
14	Employee appears organized and work as a team.	Працівники організовані і скориговано працюють.
15	The employee is dressed in a clean, pressed and complete uniform.	Працівник одягнений у чистий, випрасуваний, повний комплект уніформи.
16	Employee's shoes are of a corporate standard.	Взуття працівників корпоративного стандарту.
17	All employee wear name badges (if applicable).	Усі працівники використовують індетифікатори (якщо необхідно).
18	The employee must be well groomed.	Працівник винен бути доглянутий.
19	The employee must maintain eye contact with the guest.	Працівник повинен підтримувати зоровий контакт із гостем.
20	The employee smiles and exhibis a friendly manner.	Працівник посміхається і проявляє доброзичливу манеру.
21	The employee has a good working knowledge of the English language.	Працівник повинен володіти на необхідну рівні іноземною мовою.
22	Employee must respect guest's presence when interacting with other colleagues.	Під час взаємодії з колегами працівник повинен відноситись до гостя.
23	Employee must be attentive to the guest's needs at all times.	Працівник повинен бути уважний щоразу до потреб клієнта.

	STANDARDS - DEPARTURE:	**ВІДПРАВЛЕННЯ:**
1	Answer the telephone within 3 rings or seconds.	Відповідь на телефонний дзвінок повинна бути упродовж 3 дзвінків або 10 сек.
2	The employee answer the phone with the appropriate greeting (good morning/afternoon) and identify the department.	Працівник відповідає на телефонний дзвінок з відповідним вітанням (доброго ранку/добрий день) і називає відділ.
3	Employee confirms number of luggage pieces.	Працівник підтверджує кількість складових багажу.
	STANDARDS - DEPARTURE:	**ВІДПРАВЛЕННЯ:**
4	Did employee ascertain guest's name and use it at least once during the conversation?	Працівник з'ясовує ім'я гостя і звертається по імені принаймні один раз під час розмови.
5	Employee thanks the guest.	Працівник дякує гостю.
6	If there is a delay in luggage collection guest sould be informed of the delay and new collection time.	Якщо, збір багажу затримується, про це інформують гостя і повідомляють йому новий час збору.
	STANDARDS - COLLECTION:	**ЗБІР БАГАЖУ:**
7	Luggage collects from room within 10 minutes of telephone request.	Багаж збирається з кімнати упродовж 10 хв. після телефонного розпорядження.
8	The employee must knock lightly on the door.	Працівник повинен легко постукати у дверь.
9	The employee greets the guest in a polite and friendly manner.	Працівник ввічливо і доброзичливо вітає гостя.
10	The employee use the guest's name at least once during the interaction.	Працівник звертається по імені гостя принаймні один раз під час розмови.
11	The employee enquires if the guest requires any transport.	Працівник запитує, чи необхідно гостю транспорт.
12	Employee thanks the guest.	Працівник дякує гостю.
	TRANSPORT:	**ТРАНСПОР:**
13	Employee automatically offers assistance in obtaining transport at the point of departure.	Працівник одразу пропонує гостю допомогу у наданні транспорту до місця відправлення.
14	The employee packs the guest's luggage into the transport and confirms the number of luggage pieces at the point of departure.	Працівник складає багаж у транспорт і підтверджує кількість складових багажа на місці відправлення.
15	The employee offers car door assistance.	Працівник відкриває двері машини.
16	Employee must thank the guest and wish them a pleasant journey.	Працівник повинен подякувати гостю і побажати гарної подорожи.
	THE EMPLOYEE:	**ПРАЦІВНИК:**

17	Employees appear organized and work as a team.	Працівники організовані і з кориговано працюють.
18	The employee must be dressed in a clean, pressed and complete uniform.	Працівник повинен бути одягнутий у чистий, випрасуваний, повний комплект уніформи.
19	Employee's shoes are of a corporate standard.	Взуття працівників – корпоративного стандарту.
20	All employee wear name badges (if applicable).	Усі працівники використовують індетифікатори (якщо необхідно).
21	The employee smiles and exhibits a friendly manner.	Працівник посміхається і проявляє доброзичливу манеру.
22	The employee must have a good working knowledge of the English language.	Працівник повинен володіти на необхідному рівні іноземною мовою.
	THE EMPLOYEE:	**ПРАЦІВНИК:**
23	Employee respects guest's presence when interacting with other colleagues.	Під час взаємодії працівника з його колегами працівник поважає присутність гостя.
24	Employee must be attentive to the guest's needs at all tines.	Працівник повинен бути кожного разу уважний до потреб гостя.
GUEST SERVICES		**ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ**
	STANDARDS – GUEST SERVICES	**ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ**
1	Answer the telephone must be within 3 rings or 10 seconds.	Відповідь на телефонний дзвінок повинна бути упродовж 3 дзвінків або 10 сек.
2	The employee answer the phone with the appropriate greeting (good morning/afternoon) and identify the department.	Працівник відповідає на телефонний дзвінок з відповідним вітанням (доброго ранку/добрий день) і називає відділ.
3	Employee ascertains guest's name and use throughout conversations (if known).	Працівник з'ясовує ім'я гостей і звертається по імені під час розмови (якщо ім'я відоме).
4	Guest does not left holding for more than 30 seconds on the telephone.	Працівник не залишає гостя на зв'язку більше 30 сек.
5	Before guest approached desk employee should acknowledge guest within 30 seconds.	Працівник повинен впізнати гостя протягом 30 сек. На підході гостя до рецепції.
6	Employee greets guest in a warm and friendly manner.	Працівник ввічливо і доброзичливо вітає гостя.
7	Employee must have immediate access to taxi service/car hire.	Працівник повинен мати негайний доступ до послуг таксі/найму машини.
8	Employee must be able to able to offer a restaurant recommendation.	Працівник повинен запропонувати ресторану.
9	Employee actively promoter hotel restaurant facilities.	Працівник активно пропонує послуги готельного ресторану.
10	The employee automatically offers to make any restaurant reservations on the guest's	Працівник одразу пропонує від імені гостя зробити будь – яке замовлення в ресторані.

	behalf.	
11	The employee must be knowledgeable regarding nearby places of interest (i.e. theatre, theatre, tourist sights, sporting activities).	Працівник повинен бути обізнаним стосовно визначних місць розташованих поблизу готелю (такі як театри, туристичні місця, об’єкти спорту).
12	Employee has to be able to assist with onward travel arrangements (i.e. flights, taxi, boat).	Працівник повинен надати допомогу з підготовки подальшої туристичної подорожі (перельоти, таксі, поїздка на кораблі).
13	Concierge desk has an up to date supply of brochures.	На столі консьєржа повинні бути брошури.
14	The employee offers accurate directions with a complimentary may of surrounding area.	Працівник повинен пояснити точний маршрут території поблизу готелю з повною схемою.
	STANDARDS – GUEST SERVICES	**ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ**
15	All messages/faxes/requested items delivers within 15 minutes.	Усі повідомлення, факси, необхідні речі доставляють упродовж 15 хв.
16	All written information is clear, legible and presented on hotel paper.	Уся інформація подана записом повинна бути зрозумілою, чіткою і представлена на фірмовому папері готелю.
17	Employee makes every effort to assist the guest’s requirements.	Працівник повинен достати усіх зусиль, щоб надати допомогу згідно побажань клієнта.
18	All requests have to be met.	Усі побажання повинні бути задоволені.
19	The employee refrains from referring the guest to any other department.	Працівник утримується від скерування гостя до будь – яких інших відділів.
20	Employee maintains a neat and organized working area at all times.	Працівник постійно підтримує охайний і привабливий вигляд робочого місця.
	THE EMPLOYEE:	**ПРАЦІВНИК:**
21	The employee must be dressed in a clean, pressed and complete uniform.	Працівник повинен бути одягнений у чистий, випрасуваний, повний комплект уніформи.
22	Employee’s shoes are of a corporate standard.	Взуття працівників – корпоративного стандарту.
23	All employee wear name badger (if applicable).	Усі працівники використовують ідентифікатори (якщо необхідно).
24	The employee must be well groomed.	Працівник повинен бути доглянутий.
25	The employee maintains eye contact with the guest.	Працівник підтримує зоровий контакт з гостем.
26	The employee smiles and exhibits a friendly manner.	Працівник посміхається і проявляє ввічливість.
	THE EMPLOYEE:	**ПРАЦІВНИК:**

27	The employee must have a good working knowledge of the English language.	Працівник повинен володіти на необхідному рівні іноземною мовою.
28	Employee must respect guest's presence when interacting with other colleagues.	Під час взаємодії працівника з співробітником працівник повинен толерантно поводитись у присутності гостя
	SWITCBOARD	**ТЕЛЕФОНІСТ**
	STANDARDS – WAKE UP CALLS:	**СТАНДАРТИ – РАНКОВІ ДЗВІНКИ:**
1	The telephone must be answered within 3 rings or 10 seconds.	Відповідь на телефонний дзвінок повинна бути упродовж 3 дзвінків або 10 секунд.
2	The employee answers the phone with the appropriate greeting (good evening) and identify the department.	Працівник відповідає на телефонний дзвінок з відповідним вітанням (доброго ранку/добрий день) і називає відділ.
3	Employee use the guest's name at least once during the conversation.	Працівник звертається до гостя принаймні один раз під час розмови.
4	Employee repeats back details (room/time) to ensure correct understanding.	Працівник повторює деталі (номер/місце), щоб впевнитись у достовірному розумінні.
5	The caller wish the guest's a good night.	Телефоніст бажає гостю спокійної ночі.
6	The employee's speech must be clear and audible.	Мова працівника повинна бути зрозуміла.
7	The employee must have a good working knowledge of the English language.	Працівник повинен володіти на необхідному рівні іноземною мовою.
8	The employee is polite, cordial and helpful whilst ascertaining information with regards to the wake up call.	Під час з'ясування інформації стосовно ранкового дзвінка працівник є ввічливим, щирим, люб'язним.

	STANDARDS – RECEIVING THE WAKE UP CALL:	**СТАНДАРТИ РАНКОВОГО ДЗВІНКА:**
9	The wake up call must be personalized (i.e. not recorded).	Ранковий дзвінок повинен бути персоналізований.
10	Wake up call receives within 5 minutes of requested time.	Ранковий дзвінок отримується в межах 5хв. Необхідного часу.
11	When receiving wake up call employee use appropriate greeting.	Під час ранкового дзвінка працівник використовує відповідне вітання.
12	When receiving wake up call employee use guest's name.	Під час ранкового дзвінка працівник звертається до гостя по імені.
13	When receiving wake up call employee announces time of day.	Під час ранкового дзвінка працівник називає час і дату.
	BREAKFAST	**СНІДАНОК**
	STANDARDS –ARRIVAL/SEATING:	**СТАНДАРТИ – ПРИБУТТЯ:**
1	The guest must be greeted or acknowledged within 15 seconds upon entering the restaurant.	Гостя впізнають і вітають упродовж 15 сек. Перед тим як гість зайде до ресторану.
2	The guest must be greeted in a friendly and pleasant manner.	Гостя вітають у ввічливій і доброзичливій манері.
3	The host ascertains guest's name and use it during interactions.	Адміністратор цікавиться ім'ям гостя і звертається по імені під час розмови.
4	Host asks guest to follow him/her to the table.	Адміністратор просить гостя пройти слідом за ним до стола.
5	The host seats the guest within one minute of their arrival.	Адміністратор садить гостя за стіл упродовж хвилини з моменту його прибуття.
6	The host seats the guest at a fully laid tale.	Адміністратор садить гостя за повністю накритий стіл.
7	Host offers chair assistance.	Адміністратор допомагає зі стільцем.

	STANDARDS –ARRIVAL/SEATING:	СТАНДАРТИ – ПРИБУТТЯ:
8	The host removes or add covers if necessary.	Адміністратор забирає або додає кришки якщо необхідно.
9	The host presents the menu.	Адміністратор дає меню.
10	Host offer orientation to breakfast procedure (i.e. if the guest should help themselves to the buffet).	Адміністратор орієнтує в процедурі сніданку (тобто, якщо гість самообслуговується в буфеті.)
	STANDARDS – SERVICE:	**СТАНДАРТИ – ОБСЛУГОВУВАННЯ:**
11	The waiter must offer coffee or tea within three minutes of seating.	Офіціант повинен запропонувати каву або чай упродовж 3 хв. З моменту сідання гостей за стіл.
12	The waiter offers fruit juices within three minutes of seating.	Офіціант пропонує упродовж 3 хв. Фруктовий сік.
13	Coffee/tea/juice service within three minutes of order.	Кава/чай/сік подаються упродовж 3 хв. З моменту замовлення.
14	The waiter brings basket of pastries and leaves on the table (if included in the breakfast order).	Офіціант подає кошик із випічкою і залишає на столі (якщо входить в сніданок).
15	When taking the order the waiter exhibits a good working knowledge of the menu and its ingredients.	Під час прийому замовлення офіціант проявляє необхідні знання меню і його складових.
16	The waiter takes orders with ladies first.	Офіціант насамперед приймає замовлення у жінок.
17	The waiter maintains eye contact with the guest ordering.	Офіціант підтримує зоровий контакт під час здійснення замовлення.
18	The waiter must accommodate any reasonable off menu requests.	Працівник повинен виконати згідно можливості вимоги гостя стосовно меню.

19	The waiter obtains full and complete orders (i.e accompaniments with cooked breakfast).	Офіціант отримує повне і завершене замовлення (тобто, додатково до приготованого сніданку).

	STANDARDS – SERVICE:	**СТАНДАРТИ – ОБСЛУГОВУВАННЯ:**
20	The waiter would ascertain guest's toast preference, if toast requested.	Офіціант може послухати тост гостя.
21	The waiter service the breakfast order within 10 minutes of order.	Офіціант повинен подати сніданок, через 10 хвилин після його замовлення.
22	The waiter should advice guest if the plate is hot.	Офіціант повинен попередити гостя якщо тарілка гаряча..
23	The plate crest must be positioned in either the six o'clock or twelve position accordingly.	Логотип готелю на тарілці повинен бути розміщений на рівні або 18:00 год. або на рівні 12:00год. відповідно.
24	The order must be correct and complete.	Замовлення повинно бути повним і чітким.
25	The waiter ascertains if the guest requires any condiments (i.e. brown sauce, ketchup, ground pepper etc.)	Офіціант повинен дізнатись чи потрібно гостю якісь приправи(тобто коричньовий соус, кетчуп, перець, тощо).
26	Condiments are served in appropriate containers (i.e decanted from the bottle or miniatures, but not bottled).	Приправи подаються у відповідних посудинах (перелиті з пляшки, але не у пляшці).
27	Employee replaces cutlery as required.	Працівник одразу замінює столовий прибор,якщо знадобиться.
28	Dishes must be cleared within 3 minutes of all guest finishing their meals.	Офіціант повинен прибрати зі столу упродовж 3 хв. після споживання страви.
29	Coffee/tea must be replenished as required.	Кава або чай повинні бути поповнені у разі необхідності.

30	Employee offers a clean cup with second coffee refill.	Офіціант пропонує чисту чашку після її другого використання.
31	An employee must visits the table to ascertain at any point if service is satisfactory.	Працівник повинен відвідувати стіл,щоб дізнатись чи відмінне обслуговування.

	STANDARDS – SERVICE:	**СТАНДАРТИ – ОБСЛУГОВУВАННЯ:**
32	Waiter must clear ashtrays every time a guest extinguished a cigarette.	Офіціант повинен замінити попільничку щораз як гість гасить сигарету.
33	Upon leaving the restaurant waiter must thank/acknowledge the guest.	Офіціант повинен подякувати/впізнати гостя, коли він покидає ресторан.
	ACCOUNTING – BILL PRESENTATION:	**ОБЛІК – ВИСТАВЛЕННЯ РАХУНКУ:**
34	Waiter must provide the bill within three minutes of request.	Офіціант повинен надати рахунок упродовж 3 хв. після прохання гостя.
35	Employee presents the bill in a clean bill fold with hotel pen.	Працівник повинен надати рахунок у чистому фолдері разом з ручкою
36	The bill must be clearly itemized and correct.	Працівник повинен надати вірний і чітко деталізований рахунок.
37	The waiter collects payment promptly.	Офіціант одразу бере платіж.
38	The waiter returns correct change.	Офіціант повинен правильно дати решту.
39	If cash payment, waiter offers receipt automatically (i.e. bill displays settlement by cash).	Якщо розраховуються готівкою, офіціант одразу видає квитанцію (рахунок відображає сплату готівкою.)
40	If credit card payment employee verify signature.	Якщо сплата здійснюється кредитною карткою, працівник уточнює підпис.

	THE EMPLOYEE:	ПРАЦІВНИК:
41	Employees must appear organized and work as a team.	Працівники повинні бути організовані і скориговано працювати.
42	The employee must be dressed in a clean, pressed and complete uniform.	Працівник повинен бути одягнений у чистий попрасований і повний комплект уніформи.
	THE EMPLOYEE:	**ПРАЦІВНИК:**
43	Employee's shoes must be of a corporate standard.	Взуття працівників повинно бути корпоративного стандарту.
44	All employees wear name badges (i.e. if applicable).	Всі працівники повинні використовувати ідентифікатор (якщо необхідно).
45	The employee must be well groomed.	Працівник повинен бути доглянутий.
46	The employee must maintain eye contact with the guest.	Працівник підтримує зоровий контакт із гостем.
47	The employee must smile and exhibit a friendly manner.	Працівник повинен посміхатись і проявляти доброзичливість.
48	Employee must have a good working knowledge of the English language.	Працівник повинен на необхідному рівні володіти іноземною мовою.
49	Employee respects guest's presence when interacting with other colleagues.	Під час розмови з колегою, працівник повинен з повагою відноситись до присутності гостя.
50	Employee is attentive to the guest's needs at all times.	Працівник повинен кожного разу бути уважним до потреб гостя.
	PRODUCT – BUFFET (IF APPLICABLE):	**ПРОДУКТ – ШВЕЦЬКИЙ СТІЛ (ЯКЩО НЕОБХІДНО)**
51	The buffet must be attractive in presentation.	Швецький стіл повинен виглядати презентабельно.
52	Buffet must be clean and free of any debris (i.e. behind and on top).	Швецький стіл повинен виглядати чисто і вільний від

53	Any unidentifiable food or beverage items must be clearly labeled.	Їжа та напої які не зрозумілі повинні бути описані.
54	Labels must be clean and uniform in appearance.	Лейбли повинні бути чисті.
55	All dishes must be replenished as required.	Усі страви повинні поповнюватись
	PRODUCT – BUFFET (IF APPLICABLE):	**ПРОДУКТ – ШВЕЦЬКИЙ СТІЛ (ЯКЩО НЕОБХІДНО)**
56	The appropriate crockery must be available.	Відповідний посуд повинен бути присутній.
57	In the case of a hot buffet, warmed plates must be available.	Якщо на столі є гарячі страви, повинні бути гарячі тарілки.
58	Serviettes must be provided for the warm plates.	Для теплого посуду повинні бути серветки.
59	The appropriate service utensils must be clean and available.	Усі відповідні прибори повинні бути чистими і доступними.
60	Cook should be present behind the buffet at all times.	Поряд зі столом постійно повинен бути присутній повар.
61	The cook has to be well informed of buffet items.	Повар повинен добре знати страви накритого столу.
62	In the case of hot foods the cook must present a clean warm plate with a serviette to the guest.	У випадку, якщо страви є гарячими,повар повинен надати гостю чистий теплий посуд із серветками.
63	Cook must inform guest if plate was hot.	Якщо тарілки є гарячі, повар повинен про це повідомити.
64	The cook must be neatly presented in a clean and complete uniform.	Кухар повинен виглядати охайно в чистому і повному комплекті уніформи.
	PRODUCT – MENU AND FOOD:	**ПРОДУКТ – МЕНЮ ТА ЇЖА:**
65	The menu must be clean and in good repair.	Меню повинне бути чистим і добре підготовленим

66	The food must be presented in an appealing manner.	Їжу необхідно подавати у ввічливій (вишуканій) манері.
67	There must be a good selection of breakfast items available (i.e. fresh fruits, cereals, pastries, cold meats, egg dishes, etc.)	Повинен бути великий вибір страв на сніданок (свіжі овочі, злаки, холодні закуски, страви з яєць та ін.).
68	The food must directly resemble its description from the restaurant menu.	Страви повинні повністю відповідати їхньому опису в меню ресторану.
	PRODUCT – MENU AND FOOD:	**ПРОДУКТ – МЕНЮ ТА ЇЖА:**
69	The food must be fresh and of good flavor.	Їжа повинна бути свіжою і приємною на запах (смак).
70	Food must be served at the correct temperature.	Їжа повинна подаватись необхідної температури.
71	The texture and colour of the food must be acceptable.	Текстура та колір їжі повинні бути допустимі.
72	Portions must be of acceptable size.	Порції повинні бути стандартного сервірування.
73	The food might be cooked as requested.	Страва повинна бути приготовлена згідно технології.
74	Orange/grapefruit juices must be freshly squeezed.	Апельсиновий/грейпфрутовий соки повинні бути свіжо-витиснутими.
75	Coffee/tea must be hot and freshly brewed.	Кава та чай повинні бути гарячими та свіжозварені.
	PRODUCT – TABLE LAYOUT:	**ПРОДУКТ – РОЗМІЩЕННЯ СТОЛІВ:**
76	All tables in the restaurant must be consistently laid up.	Усі столи повинні бути накриті (розсервіровані) згідно вимог.
77	The table cloth must be clean, pressed and free of any stains/tears.	Скатертина повинна бути чиста, випрасована, без жодних плям та пошкоджень.
78	Correct cutlery must be used for its intended purpose and it must be clean and match in pattern.	Повинні використовуватись відповідні столові прибори згідно призначення; вони повинні бути чистими і відповідати дизайну.

79	Cutlery silver must be in the case of a formal restaurant and good quality stainless steel must be in the case of an informal restaurant.	Якщо ресторан офіційний, столові прибори повинні бути зі срібла,або з металу бездоганної якості у випадку неофіційного ресторану.
80	Crockery must be clean, unchipped and matching in pattern.	Посуд повинен бути чистий непошкоджений і відповідати дизайну.

	PRODUCT – TABLE LAYOUT:	**ПРОДУКТ – РОЗМІЩЕННЯ СТОЛІВ:**
81	The glassware must be clean, unchipped and matching in the pattern.	Скляний посуд повинен бути чистий, непошкоджений і відповідати дизайну.
82	Place must be clean and free of debris.	Покриття у ресторані повинно бути чисту і без сміття.
83	The butter must be rolled/cut, fresh and well presented.	Масло повинно бути порізане, свіже і гарно подане.
84	Butter dish must be full.	Посуд з маслом повинен бути наповнений.
85	The napkin must be clean, pressed and free of any stains/tears (ply and pepper serviettes are not acceptable).	Серветки повинні бути чисті, випрасовані без жодних плям/дірок (паперові серветки не використовуються).
86	The salt and pepper cruets must be available, clean and full.	На столі повинен бути відповідний посуд зі сіллю та перцем, вони повинні бути чисті і наповненні.
87	The sugar selection must include white, brown and sweetener.	Вибір цукру повинен включати – білий, коричневий і замінник цукру.
88	In the case of sugar cubes sugar tongs/spoons must present.	Якщо цукор – рафінад, для нього повинні бути шипці/ложка.
89	There must be a minimum of three different preserves available on the table or at the buffet.	На шведському столі повинно бути принаймні 3 різних консерви.

	PRODUCT – PHYSICAL CONDITION OF RESTAURANT	ПРОДУКТ – ФІЗИЧНИЙ СТАН РЕСТОРАНУ:
90	Newspapers must be available at the entrance to the restaurant.	При вході до ресторану повинні бути газети.
91	The carpet/tiles must be free and clean of any stains or debris.	Килим/плитка повинні бути чисті, без плям та сміття.
92	All light fixtures must be fully illuminated.	Усі освітлювальні прилади повинні бути повністю освітлені.

	PRODUCT – PHYSICAL CONDITION OF RESTAURANT:	ПРОДУКТ – ФІЗИЧНИЙ СТАН РЕСТОРАНУ
93	All walls must be clean and free of any chips, scuffs, or marks.	Усі стіни повинні бути чисті без будь-яких пошкоджень або забруднення.
94	All mirrors must be polished and free of any smudges.	Усі дзеркала повинні бути протертими без будь-яких плям.
95	All windows must be clean and free of any streaks or sports.	Усі вікна повинні бути чисті, без будь-якого забруднення.
96	All plant and floral decorations must be fresh.	Усі вазони та квіткові декорації повинні бути свіжі.
97	Side stations must be clean at all time.	Сервісні столи повинні бути чисті.
98	The table must be steady.	Усі столи повинні міцно стояти.
99	The table/chairs legs must be free of any scuffs/scratches and match in color.	Ніжки столів/крісел повинні бути без будь-яких пошкоджень і відповідати по кольору.
100	The chairs upholstery must be clean, matching and in good repair.	Мяке покриття на кріслах повинно бути чистим, підходити по дизайну і в доброму стані.
101	The restaurant must be at an ambient/comfortable temperature.	Температура в ресторані повинна бути комфортна/кімнатна.
102	Restaurant must be free of any noice/odour from the kitchen.	В ресторані не повинно бути шуму/сторонніх запахів у кухні.

	RESTAURANT	РЕСТОРАН
	STANDARDS – RESERVATIONS:	**СТАНДАРТИ – РЕЗЕРВУВАННЯ:**
1	The telephone must be answered within 3 rings or 10 seconds.	Відповідь на телефонний дзвінок повинна бути упродовж 3 дзвінків або 10 секунд.
2	The employee must answers the phone with the appropriate greeting (good evening) and identify the department.	Працівник відповідає на телефонний дзвінок з відповідним вітанням (доброго ранку/добрий день) і називає відділ.
	STANDADS – RESERVATIONS:	**СТАНДАРТИ – РЕЗЕРВУВАННЯ:**
3	Employee must obtain the guest's name and use at it least once during the conversation.	Працівник дізнається імя гостя і використовує його принаймні один раз під час розмови.
4	Employee must obtain number of people dining.	Працівник повинен дізнатись кількість осіб на обід.
5	Employee must ascertain dining time.	Працівник повинен дізнатись час обіду.
6	Employee must obtain telephone/room number.	Працівник повинен дізнатись номер кімнати/телефону.
7	The employee must repeat and confirm the details.	Працівник повинен повторити і уточнити деталі.
8	The employee must thank the guest.	Працівник дякує гостю.
	STANDARDS – ARRIVAL/SEATING:	**СТАНДАРТИ ОБСЛУГОВУВАННЯ**
9	The guest must be greeted or acknowledge within 30 seconds upon entering the restaurant.	Гостя впізнають і вітають упродовж 30 сек. Перед тим як гість зайде до ресторану.
10	The guest must greet in a friendly and pleasant manner.	Гостя вітають у ввічливій і доброзичливій манері.
11	The host must ascertain guest's name and use it during interactions.	Адміністратор цікавиться ім'ям гостя і звертається по імені під час розмови.

12	Host must ask guest to follow him/ her to the table.	Адміністратор просить гостя пройти слідом за ним до стола.
13	The host must seat the guest within 1 minute of their arrival.	Адміністратор садить гостя за стіл упродовж хвилини з моменту його прибуття.
14	The host must seat the guest at a fully laid table.	Адміністратор садить гостя за повністю накритий стіл.
	STANDARDS – ARRIVAL/SEATING:	**СТАНДАРТИ ОБСЛУГОВУВАННЯ**
15	Host must offer chair assistance.	Адміністратор допомагає зі стільцем.
16	The host must remove covers if necessary.	Адміністратор забирає або додає кришки якщо необхідно.
17	The host must present the menu/wine list.	Адміністратор дає меню/карту вин
18	Host must explain any specials of the day are applicable (i.e soup, fish, etc.) or any items not available.	Адміністратор повинен назвати страви дня (суп, риба та ін.) або назвати ті страви у меню яких немає.
	STANDARDS – SERVICE :	**СТАНДАРТИ – ОБСЛУГОВУВАННЯ**
19	A pre-meal drink must be offered within 5 minutes of seating.	Працівник повинен подати напої перед їжею упродовж 5 хв. з моменту коли гості сіли за стіл.
20	The waiter approach and greet the guest within 10 minutes to take the food order.	Офіціант підходить і вітає гостя упродовж 10 хв. щоб отримати замовлення.
21	Waiter have to be able to answer any questions with regard to the menu and its ingredients.	Офіціант повинен відповісти на будь-яке запитання стосовно меню та його складових.
22	The waiter must take orders with ladies first.	Офіціант повинен спершу отримати замовлення у жінки.

23	The waiter must maintain eye contact with the guest ordering.	Офіціант повинен підтримувати зоровий контакт з гостем під час замовлення.
24	The waiter must accommodate any reasonable off menu request.	Офіціант повинен задовольнити вимоги гостя стосовно меню.
25	The waiter must obtain full and complete orders (i.e. cooking instructions, accompaniments, etc).	Офіціант повинен отримати повне та завершене замовлення (вказівки щодо приготування, доповнення та ін.)
	STANDARDS – SERVICE:	**СТАНДАРТИ – ОБСЛУГОВУВАННЯ**
26	The waiter must thank the guest.	Офіціант повинен подякувати гостю.
27	Waiter must take the wine/beverage order within 2 minutes of the food order.	Офіціант повинен взяти замовлення вина/напоїв упродовж 2 хв. після замовлення страв.
28	The employee must have good product knowledge with regard to the wines/beverages.	Працівник повинен бути добре обізнаним у продуктах винах/напоях.
29	Was wine/beverage served within 5 minutes of ordering?	Вино/напої подаються упродовж 5 хв. після замовлення.
30	Bread/rolls and butter must be automatically served or equivalent (i.e. prawn crackers, olive oil, etc.).	Хліб/випічка і масло та еквіваленти подаються одразу (креветкові пластівці, оливкові олія та ін.)
31	The waiter changes cutlery to accompany order.	Офіціант міняє столові прибори згідно замовлення
32	The starter must be served within 15 minutes of order.	Початкові страви подаються упродовж 15 хв. з моменту замовлення.
33	The main course must be served within 20 minutes of starter being removed or within 30 minutes if no starter was ordered.	Основна страва подається упродовж 20 хв., якщо була закуска або протягом 30 хв., якщо закуска не зумовлювалась.
34	The correct starter/main course must be reserved to the appropriate guest without prompting.	Закуска/основні страви повинні подаватись відповідно до замовлення гостя без зволікання.

35	In the case of two people dining, dishes must be served to both guests at the same time.	Якщо обідають дві особи, страви повинні подаватись обом гостям одночасно.
36	The guest should be advised if the plate was hot.	Офіціант повинен попередити гостя якщо тарілка гаряча.
37	All plated items must be served with as little disruption on the guest as possible.	Офіціант повинен подати страву з кухні гостю з найменшими естетичними порушеннями.
	STANDARDS – SERVICE:	**СТАНДАРТИ – ОБСЛУГОВУВАННЯ**
38	Plate crest must be positioned in either the six o'clock pr twelve position accordingly.	Логотип готелю на тарілці повинен бути розміщений на рівні або 18:00 год. або на рівні 12:00год. відповідно.
39	The order must be correct and complete.	Замовлення повинно бути повним і чітким.
40	All appropriate condiments must be automatically offered (i.e. mint sauce, horseradish, mustard, ketchup etc.).	Офіціант повинен одразу запропонувати приправи (м'ятний соус, хрін, гірчиця, кетчуп та ін.)
41	Condiments must be served in appropriate containers (i.e. decanted from the bottle).	Приправи подаються у відповідних посудинах (перелиті з пляшки, але не у пляшці).
42	Waiter must clear dishes within 3 minutes of all guests finishing their meals.	Офіціант повинен прибрати зі столу упродовж 3 хв. після споживання страви
43	The waiter must remove side plate, side knife, butter and cruets on completion of main course.	Офіціант повинен перемістити в сторону тарілку, ніж, масло ш графини після закінчення основних страв.
44	The waiter must crumb down the table (if appropriate).	Офіціант повинен змести крихти зі столу (якщо необхідно).
45	The waiter must automatically offer desserts.	Офіціант одразу пропонує десерт.

46	Dessert must be served within 10 minutes of order being taken unless the employee informed the agent of an expected delay.	Десерт подається упродовж 10 хв. після замовлення, за винятком, якщо працівник не попередив офіціанта про очікувану затримку.
47	Waiter automatically offers coffee/tea.	Офіціант одразу пропонує каву/чай.
48	Waiter must clarify the guest's coffee/tea preference (i.e. cappuccino, espresso, etc.)	Офіціант повинен з'ясувати побажання гостя стосовно кави/чаю (капу чино, еспресо та ін.)
	STANDARDS – SERVICE:	**СТАНДАРТИ – ОБСЛУГОВУВАННЯ**
49	Coffee/tea must be served within 5 minutes of order or within 5 minutes of the dessert being cleared.	Кава/чай подаються упродовж 5 хв. після замовлення або 5 хв. після прибирання десерту.
50	The waiter offers to pour the coffee/tea.	Офіціант пропонує налити каву/чай.
51	Waiter must offer milk/cream with the coffee/tea.	Офіціант повинен запропонувати до кави молоко/вершки.
52	A selection of petit fours/mints/pastries must accompany the coffee/tea (or equivalent)	До кави повинен бути достатній вибір міні випічки/льодяників/кондитерських виробів (або еквіваленти).
53	Waiter must automatically offer coffee/tea refills.	Офіціант одразу пропонує долити каву/чай.
54	Waiter must cleare ashtrays every time a guest extinguished a cigarette.	Офіціант повинен замінити попільничку кожного разу після того, коли гість гасить сигарету.
55	An employee must visit the table to ascertain at any point if service is satisfactory.	Офіціант повинен підійти до столу, щоб дізнатись чи задоволені гості обслуговуванням.
56	Waiter must thank/acknowledge the guest upon leaving the restaurant.	Офіціант повинен подякувати гостю, коли він покидає ресторан.
	STANDARDS – WINE/ BEVERAGE SERVICE:	**СТАНДАРТИ – ОБСЛУГОВУВАННЯ, ВИНО/НАПОЇ:**

57	The waiter must present the wine to the guest.	Офіціант має презентувати вино гостю.
58	The waiter must open the wine in front of the guest.	Офіціант повинен відкоркувати вино напроти гостя.
59	The waiter must pour a small amount of wine for host to sample.	Офіціант повинен налити невелику кількість вина гостю для дегустування.
60	The waiter must serve the wine – ladies first.	Офіціант повинен спершу налити вино жінці.
	STANDARDS – WINE/ BEVERAGE SERVICE:	**СТАНДАРТИ – ОБСЛУГОВУВАННЯ, ВИНО/НАПОЇ:**
61	The waiter must fill the glasses appropriately.	Офіціант повинен наповнити келих вином.
62	White wine must be served from an ice bucket.	Біле вино необхідно подавати з посуду для охолодження.
63	Red wine must be served at room temperature and white wine must be chilled.	Червоне вино необхідно подавати кімнатної температури, а біле вино – охолодженим.
64	The waiter must handle glass as required.	Офіціант наповнює келих згідно необхідності.
65	In the case of a beverage, the drink must be correctly garnished.	У випадку напоїв, випивка повинна бути оформлена згідно норм.
66	The beverage must be poured in front of the guest in the case of canned, bottled or mixed drinks(i.e. not prepoured).	Напій наливається навпроти гостя, якщо напій потрібно налити з графина, пляшки та ін.
67	The waiter must handle glassware by the stem and bass of glass at all times.	Офіціант повинен тримати бокал за ніжку або за основу.
68	Waiter must offer an additional beverage within 2 minutes of drink being empty.	Офіціант повинен запропонувати ще напій протягом 2 хв. після споживання алкоголю.
	SALES:	**ПРОДАЖ:**
69	Waiter must automatically suggest a starter for each guest.	Офіціант повинен одразу кожному гостю запропонувати закуску.

70	Waiter automatically must suggest side orders (if applicable)	Офіціант повинен одразу запропонувати додаткове замовлення (у відповідності).
71	Waiter must up sell with wine order (i.e. recommend a wine to accompany the meal).	Офіціант повинен продовжувати продаж шляхом замовлення вина (пропонує вино до їжі).
72	Waiter automatically offers additional bottle of wine/water upon completion of the first.	Офіціант повинен одразу запропонувати додаткову пляшку вина/води після завершення першої.
	SALES:	**ПРОДАЖ:**
73	Waiter automatically must suggest mineral water with the meal.	Офіціант одразу пропонує мінеральну воду до їжі.
74	If no dessert was order, waiter must offer an alternative (i.e. sorbet/cheese course).	Якщо десерт не замовили, офіціант повинен запропонувати альтернативу (фруктове морозиво/сирні страви).
75	Waiter must suggest post-meal drinks/cigars.	Офіціант повинен запропонувати напої після страв/сигарети.
	ACCOUNING – BILL PRESENTATION:	**ОБЛІК – ВИСТАВЛЕННЯ РАХУНКУ**:
76	The bill must be provided within 3minutes of request.	Офіціант повинен надати рахунок упродовж 3 хв. після прохання гостя.
77	The bill must be presented in a clean bill fold/tray with hotel pen.	Працівник повинен надати рахунок у чистому фолдері разом з ручкою.
78	The bill must be clearly itemized and correct.	Працівник повинен надати вірний і чітко деталізований рахунок.
79	Waiter must collect payment promptly.	Офіціант одразу бере платіж.
80	The waiter must return correct change.	Офіціант повинен правильно дати решту.
81	If cash payment, receipt must be automatically offered (i.e. bill displays settlement by cash).	Якщо розраховуються готівкою, офіціант одразу видає квитанцію (рахунок відображає сплату готівкою.)

82	If credit card payment employee must verify signature.	Якщо сплата здійснюється кредитною карткою, працівник уточнює підпис.
	THE EMPLOYEE:	**ПРАЦІВНИК**:
83	Employees must appear organized and work as a team.	Працівники повинні бути організовані і скориговано працювати.
84	The employee must e dressed in a clean, pressed and complete uniform.	Працівник повинен бути одягнений у чистий попрасований і повний комплект уніформи.
	THE EMPLOYEE:	**ПРАЦІВНИК**:
85	Employee's shoes are of corporate standard.	Взуття працівників повинно бути корпоративного стандарту.
86	The employee wears a name badge (if applicable).	Всі працівники повинні використовувати ідентифікатор (якщо необхідно).
87	The employee must be well groomed.	Працівник повинен бути доглянутий.
88	The employee must maintain eye contact with the guest.	Працівник підтримує зоровий контакт із гостем.
89	The employee must smile and exhibit a friendly manner.	Працівник повинен посміхатись і проявляти доброзичливість.
90	The employee must have a good working knowledge of the English language.	Працівник повинен на необхідному рівні володіти іноземною мовою
91	Employee respects guest's presence when interacting with other colleagues.	Під час розмови з колегою, працівник повинен з повагою відноситись до присутності гостя.
92	Employee must be attentive to the guest's needs at all times.	Працівник повинен кожного разу бути уважним до потреб гостя.
	PRODUCT – MENU AND FOOD:	**ПРОДУКТ – МЕНЮ ТА ЇЖА**
93	The menu/wine list must be clean, in good repair and presented in English as well as local language.	Меню перелік вин повинен бути чистим, добре підготовлений і представлений англійською і державними мовами.

94	The restaurant menu must offer a varied selection of dishes (i.e. starters, main courses and desserts).	Меню ресторану повинно пропонувати різний вибір страв (закуски, основні страви, десерти).
95	Two vegetarian options must be available.	Повинні бути два варіанти вегетаріанських страв.
96	The food must be presented in an appealing manner.	Їжа повинна бути представлена у привабливій формі.
97	The food must directly resemble its description from the restaurant menu.	Їжа повинна повністю відповідати її опису у меню ресторану.
	PRODUCT – MENU AND FOOD:	**ПРОДУКТ – МЕНЮ ТА ЇЖА**
98	The food must be fresh and of good flavor	Їжа повинна бути свіжою і приємною на запах.
99	Food must be served at the correct temperature.	Їжа подається відповідної температури.
100	The texture and color of the food must be acceptable.	Колір та склад їжі повинні бути прийнятні.
101	Portions must be of acceptable size.	Порції повинні бути прийнятного розміру.
102	The food must be cooked as requested.	Їжа повинна бути приготовлена згідно вимог.
103	Coffee/tea must be hot, fresh and appropriately brewed.	Кава/чай повинні бути гарячі, свіжі і відповідно подані.
	PRODUCT – TABLE LAYOUT:	**ПРОДУКТ – РОЗМІЩЕННЯ СТОЛІВ:**
104	All tables in the restaurant must be consistently laid up.	Усі столи у ресторані повинні бути відповідно накриті.
105	The table cloth must be clean, pressed and free of any stains/tears.	Скатертина на столик повинна бути чиста, попрасована, без жодних плям та пошкоджень.
106	Correct cutlery must be used for its intended purpose and it must be clean and matching in pattern.	Повинні використовуватись відповідні столові прибори згідно призначення; вони повинні бути чистими і відповідати дизайну.

107	There must be cutlery silver in the case of a formal restaurant and good quality steel in the case of an informal restaurant.	Якщо ресторан офіційний, столові прибори повинні бути зі срібла,або з металу бездоганної якості у випадку неофіційного ресторану.
108	Crockery/silverware must be clean, unchipped and matching pattern.	Посуд повинен бути чистий непошкоджений і відповідати дизайну
109	The glassware must be clean, unchipped and matching pattern.	Посуд повинен бути чистий непошкоджений і відповідати дизайну
	PRODUCT – TABLE LAYOUT:	**ПРОДУКТ – РОЗМІЩЕННЯ СТОЛІВ:**
110	Ice bucket must be clean and polished.	Відерко для льоду повинне бути чисту і відполіроване.
111	The butter must be rolled/cut, fresh and well presented.	Масло повинно бути порізане, свіже і гарно подане.
112	Butter dish must be full.	Посуд з маслом повинен бути наповнений.
113	The napkin must be clean, pressed and free of any stains/tears (paper serviettes are not acceptable).	Серветки повинні бути чисті, випрасовані без жодних плям/дірок (паперові серветки не використовуються).
114	The salt and pepper cruets must be available and clean and full.	На столі повинен бути відповідний посуд зі сіллю та перцем, вони повинні бути чисті і наповненні.
115	Sugar selection must include sweetener, white and/or brown as required.	Вибір цукру повинен включати – білий, коричневий і замінник цукру.
116	In the case of sugar cubes sugar tongs/spoons must be present.	Якщо цукор – рафінад, для нього повинні бути шипці/ложка.
	PRODUCT – PHYSICAL CONDITION OF RESTAURANT:	**ПРОДУКТ – ФІЗИЧНИЙ СТАН РЕСТОРАНА:**
117	The carpet/tiles must be free and clean of any stains or debris.	Килим/плитка повинні бути чисті, без плям та сміття.
118	All right fixtures must be fully illuminated.	Усі освітлювальні прилади повинні бути повністю освітлені
119	All walls must be clean and free of any chips, scuffs, or marks.	Усі стіни повинні бути чисті, без жодних пошкоджень.

120	All mirrors must be polished and free of any smudges.	Усі дзеркала повинні бути протертими, без плям.
121	All windows must be clean and free of any streaks or sports.	Усі вікна повинні бути чисті.
122	All plant and floral decorations must be fresh.	Усі вазони та квіткові декорації повинні бути свіжі.
	PRODUCT – PHYSICAL CONDITION OF RESTAURANT::	**ПРОДУКТ – ФІЗИЧНИЙ СТАН РЕСТОРАНА:**
123	Side stations must be clean all time.	Сервісні столи повинні бути чисті.
124	The table must be steady.	Стіл повинен бути стійким.
125	The table/chair legs must be free of any scuffs/scratches and match and color..	Ніжки столів/крісел повинні бути без будь яких подряпин і підходити по кольору.
126	The chair's upholstery must be clean, matching and in good repair.	Оббивка на кріслах повинна бути чиста, в доброму стані.
127	The restaurant must be at an ambient/comfortable temperature.	У ресторані повинна бути кімнатна (комфортна) температура.
128	Restaurant must be free of nay noise/odour from the kitchen.	В ресторані не повинно бути шуму/сторонніх запахів.
	LIGHT MEALS	**ЛЕГКІ СТРАВИ**
	STANDARDS – SERVICE:	**СТАНДАРТИ – ОБСЛУГОВУВАННЯ**
1	Guest must be acknowledged within 1 minute of arrival.	Гостя впізнають упродовж однієї хвилини з моменту прибуття.
2	Employee must be greet the guest in a polite and friendly manner.	Працівник ввічливо і доброзичливо вітає гостя.
3	Employee must present menus within 1 minute of request	Працівник подає меню упродовж однієї хв. після прохання гостя.
4	Employee explains and daily specials (i.e. soup of the day).	Працівник розповідає про страви дня (суп дня).

5	Employee must takethe guest's drinks order within 3 minutes of seating.	Працівник повинен взяти замовлення напоїв упродовж 3 хвилин під час розмови.
6	Drink order must be served within 3 minutes of order.	Замовлення напоїв подається упродовж 3 хв. з моменту замовлення.
7	Drinks must be served and cleared using a tray.	Напої подаються і прибираються з використанням підносу.
	STANDARDS – SERVICE:	**СТАНДАРТИ – ОБСЛУГОВУВАННЯ**
8	The drinks order must be correct.	Замовлення напоїв повинно бути вірним.
9	Drinks must be appropriately garnished.	Напої повинні бути відповідно оформленими.
10	The waiter must handle glassware by the stem and base of glass at all times.	Офіціант повинен тримати бокал за ніжку або за основу бокалу.
11	The beverage must be poured in front of the guest in the case of canned, bottled or mixed drinks (i.e. nit prepoured).	Напій наливається навпроти гостя, якщо напій потрібно налити з графина, пляшки та ін.
12	The waiter must take order with ladies first.	Офіціант повинен спершу взяти замовлення у жінки.
13	Waiter must maintain eye contact during order taking.	Офіціант повинен підтримувати зоровий контакт з гостем під час замовлення.
14	Employee must have good product knowledge with regard to the menu.	Працівник повинен добре знати продукти, що стосуються меню.
15	Waiter must obtain full and complete orders (i.e. cooking instructions, bread preference etc.)	Офіціант повинен отримати повне та завершене замовлення (вказівки щодо приготування, доповнення та ін.)
16	Waiter must bring appropriate cutlery as per order.	Офіціант приносить відповідний посуд на замовлення.
17	Light meal must be served within 15 minutes of order.	Легкі страви подаються упродовж 15 хв. з моменту замовлення.

18	All plated items must be served with as little disruption to the guest as possible.	Офіціант повинен принести страви з кухні гостю з найменшими естетичними відхиленнями.
19	The order must be correct and complete.	Замовлення повинно бути вірним і повним.
	STANDARDS – SERVICE:	**СТАНДАРТИ – ОБСЛУГОВУВАННЯ**
20	All appropriate condiments must be automatically offered (i.e. ketchup, mayonnaise etc.).	Офіціант повинен одразу запропонувати усі відповідні приправи (кетчуп, майонез та ін.)
21	Condiment must be served in appropriate containers (i.e. decanted from the bottle or miniature from).	Приправи повинні подаватись у відповідному посуді (перелиті з пляшки чи з мініатюр).
22	Waiter must offer additional drinks within 2 minutes of drink being empty.	Після споживання напою, офіціант повинен запропонувати його додатково.
23	Dishes must be cleared within 3 minutes of all guests finishing their meals.	Після того як усі гості спожили їжу, офіціант повинен прибрати зі столу упродовж 3 хв.
24	The waiter must automatically offer desserts.	Офіціант повинен одразу запропонувати десерт.
25	Dessert must be served within 10 minutes of order being taken.	Десерт подається упродовж 10 хв. після замовлення.
26	Waiter must automatically offer coffee/tea.	Офіціант одразу пропонує каву/чай.
27	Waiter clarifies the guest's coffee/tea preference (i.e. cappuccino, espresso etc.)	Офіціант виясняє переваги гостя щодо кави/чаю (капучіно, еспресо та ін.)
28	Coffee/tea must be served within 5 minutes of order or within 5 minutes of the dessert being cleared.	Кава/чай подаються упродовж 5 хв. після замовлення або 5 хв. після прибирання десерту.
29	The waiter must offer to pour the coffee/tea.	Офіціант пропонує налити каву/чай.
30	Milk/cream must be offered with the coffee/tea.	Офіціант повинен запропонувати до кави молоко/вершки.

31	Sugar selection must include sweetener, white and/or brown as required.	Вибір цукру повинен включати – білий, коричневий і замінник цукру.
32	In the case of sugar cubes sugar tongs/spoons must be present.	Якщо цукор – рафінад, для нього повинні бути шипці/ложка.
	STANDARDS – SERVICE:	**СТАНДАРТИ – ОБСЛУГОВУВАННЯ**
33	Waiter must replace ashtray after each cigarette was extinguished.	Офіціант повинен замінити попільничку щораз як гість гасить сигарету.
34	An employee must visit the table to ascertain at any point if service was satisfactory.	Працівник повинен відвідувати стіл, щоб дізнатись чи відмінне обслуговування.
35	Employee must thank/acknowledge the guest upon leaving the restaurant.	Працівник повинен подякувати/ впізнати гостя, коли він покидає ресторан.
	ACCOUNTING – BILL PRESENTATION:	**ОБЛІК – ВИСТАВЛЕННЯ РАХУНКУ:**
36	The bill must be provided within three minutes of request .	Офіціант повинен надати рахунок упродовж 3 хв. після прохання гостя
37	The bill must be presented in a clean bill fold/tray with hotel pen.	Працівник повинен надати рахунок у чистому фолдері на підносі разом з ручкою.
38	The bill must be clearly itemized and correct.	Працівник повинен надати вірний і чітко деталізований рахунок.
39	Waiter must collect payment promptly.	Офіціант одразу бере платіж.
40	The waiter must return correct change.	Офіціант повинен правильно дати решту.
41	If cash payment, employee must automatically offer receipt (i.e. bill displays settlement by cash).	Якщо розраховуються готівкою, офіціант одразу видає квитанцію (рахунок відображає сплату готівкою.)
42	If credit payment employee must verify signature.	Якщо сплата здійснюється кредитною карткою, працівник уточнює підпис.

	THE EMPLOYEE:	ПРАЦІВНИК:
43	Employees appear organized and work as a team.	Працівники повинні бути організовані і скориговано працювати.

	THE EMPLOYEE	ПРАЦІВНИК:
44	The employee dressed in a clean, pressed and complete uniform.	Працівник повинен бути одягнений у чистий попрасований і повний комплект уніформи.
45	Employee's shoes must be of a corporate standard.	Взуття працівників повинно бути корпоративного стандарту.
46	The employee must wear a name badge (if applicable).	Всі працівники повинні використовувати ідентифікатор (якщо необхідно).
47	The employee must be well groomed.	Працівник повинен бути доглянутий.
48	The employee must maintain eye contact with the guest.	Працівник підтримує зоровий контакт із гостем.
49	The employee must smile and exhibit a friendly manner.	Працівник повинен посміхатись і проявляти доброзичливість.
50	The employee must have a good working knowledge of the English language.	Працівник повинен на необхідному рівні володіти іноземною мовою
51	Employee must respect guest's presence when interacting with other colleagues.	Під час розмови з колегою, працівник повинен з повагою відноситись до присутності гостя.
52	Employee must be attentive to the guest's needs at all times.	Працівник повинен кожного разу бути уважним до потреб гостя
	PRODUCT – MENU AND FOOD	**ПРОДУКТ – МЕНЮ ТА ЇЖА:**
53	The menu must be clean and in good repair.	Меню повинно бути чітким і добре підготовленим.

54	The menu must be varied in content.	Зміст меню повинен бути різноманітним.
55	Two vegetarian options must be available.	В меню повинні бути 2 вегетаріанські страви.
56	The food must be presented in an appealing manner.	Страва повинна бути ввічливо подана.
	PRODUCT – MENU AND FOOD:	**ПРОДУКТ – МЕНЮ ТА ЇЖА:**
57	Product must directly resemble its description from the restaurant menu.	Страви повинні повністю відповідати їхньому опису в меню ресторану.
58	The food must be fresh and of good flavor.	Їжа повинна бути свіжою і приємною на запах (смак).
59	Food must be served at the correct temperature.	Їжа повинна подаватись необхідної температури.
60	The texture and color of the food must be acceptable.	Склад та колір страви повинен бути прийнятний.
61	Portions must be of acceptable size.	Порції повинні бути прийнятного розміру.
62	The food must be cooked as request.	Їжа повинна бути приготовлена за вимогами.
63	Coffee/tea must be hot, fresh and appropriately brewed.	Кава/чай повинні бути гарячі, свіжі і відповідно подані.
	PRODUCT – TABLE LAYOUT:	**ПРОДУКТ – РОЗМІЩЕННЯ СТОЛІВ**
64	All tables must be consistently laid up in the lounge/restaurant.	Усі столи у фойє та ресторані повинні бути послідовно накриті.
65	Place mat/table cloth must be clean and free of debris.	Покриття у ресторані/скатертини повинні бути чистими, без сміття.
66	Correct cutlery must be used for its intended purpose and it must be clean and matching in pattern.	Необхідно використовувати відповідні столові прибори для їхнього прямого призначення. Вони повинні бути чисті і

		підходити по дизайну.
67	Crockery must be clean, unchipped and match in pattern.	Посуд повинен бути чистий, непошкоджений і відповідати дизайну.
68	The glassware must be clean, unchipped and matched in pattern.	Скляний посуд повинен бути чистий, непошкоджений і відповідати по дизайну.

	PRODUCT – TABLE LAYOUT:	**ПРОДУКТ – РОЗМІЩЕННЯ СТОЛІВ:**
69	The napkin must be clean, pressed and free of any stains/tears (ply napkins acceptable, paper serviettes are not).	Серветки повинні бути чисті, попрасовані без жодних плям/пошкоджень (паперові серветки не прийнятні).
70	The salt and pepper cruets must be provided. It must be clean and full (if applicable to meal).	На столі повинен бути відповідний посуд із сіллю та перцем, вони повинні бути чисті і наповнені.
	PRODUCT – PHYSICAL CONDITION OF VENUE:	**ПРОДУКТ – ФІЗИЧНИЙ СТАН ПРИМІЩЕННЯ:**
71	The carpet/tiles must be free and clean of any stains or debris.	Килим/плитка повинні бути чисті, без плям та сміття.
72	All right fixtures must be fully illuminated.	Усі освітлювальні прилади повинні бути повністю освітлені.
73	All walls must be clean and free of any chips, scuffs and marks.	Усі стіни повинні бути чисті, без жодних пошкоджень.
74	All mirrors must be polished and free of any smidges.	Усі дзеркала повинні бути протертими, без плям.
75	All windows must be clean and free of any streaks or spots.	Усі вікна повинні бути чисті, без плям.
76	All plant and floral decorations must be fresh.	Усі вазони та квіткові декорації повинні бути свіжі.

77	The lounge must be at an ambient/comfortable temperature.	Температура в фойє повинна бути комфортною (кімнатною).
78	The table must be steady.	Стіл повинен бути стійким.
79	The table/chair legs must be free of any scuffs/scratches and matching in color.	Ніжки столів/крісел повинні бути без будь яких подряпин і підходити по кольору.
80	The chairs upholstery must be clean, matching and in food repair.	Оббивка на кріслах повинна бути чиста, в доброму стані
	DRINKS SERVICE	**ОБСЛУГОВУВАННЯ НАПОЯМИ:**
	STANDARDS – SERVICE:	**СТАНДАРТИ – ОБСЛУГОВУВАННЯ:**
1	Guest must be acknowledged within 1 minute of arrival.	Гостя впізнають упродовж однієї хвилини з моменту прибуття до ресторану
2	Employee must greet guest in a pleasant and friendly manner.	Працівник ввічливо і доброзичливо вітає гостя.
3	The drinks order must be taken within 3 minutes of seating.	Офіціант повинен взяти замовлення напоїв упродовж 3 хвилин під час розмови.
4	The employee must show good product knowledge when taken the order.	Працівник повинен проявити знання продукту під час здійснення замовлення.
5	Waiter must be taken orders with ladies first.	Офіціант спершу повинен взяти замовлення у жінки.
6	The waiter must ask if guest would like ice in his drink (if applicable).	Офіціант повинен запитати гостя чи не бажає гість льоду у свій напій (якщо підходить).
7	Waiter must maintain eye contact during order taking.	Офіціант повинен підтримувати зоровий контакт під час здійснення замовлення.
8	Waiter must ascertain if guest was eating within the hotel and offer menus (if applicable).	Офіціант повинен дізнатись чи не харчувався гість у ресторані готелю і запропонувати меню (якщо потрібно)

9	The drinks must be served within 5 minutes of order.	Напої подаються упродовж 5 хв. з моменту замовлення.
10	All drinks must be served from a tray.	Усі напої подаються з підноса.
11	If wine by the glass is ordered, the waiter must present the bottle to the guest and pour directly from the bottle.	Якщо замовили вино на розлив, офіціант повинен представити гостю пляшку і налити прямо з пляшки.

	STANDARDS – SERVICE:	**СТАНДАРТИ – ОБСЛУГОВУВАННЯ**
12	Waiter must handle glass from stem or base at all times.	Офіціант завжди повинен тримати бокал за ніжку або за основу бокала.
13	Did waiter supply and place drinks on coaster.	Офіціант повинен принести випивку і розмістити її на підставці.
14	The drinks order must be correct.	Замовлення повинно бути вірним.
15	The beverage must be poured in front of the guest in the case of canned, bottled or mixed drinks (i.e. not poured.)	Офіціант повинен наливати напій напроти гостя у випадку, якщо напій подається з графина, бокала тощо.
16	The drinks must be served in the correct.	Напої повинні подаватись у відповідному скляному посуді.
17	Glasses must be clean, polished and free of any cracks or chips.	Скляний посуд повинен бути чистим, натертий, без будь-яких пошкоджень.
18	Garnishes must be fresh and appropriate.	Гарнір повинен бути свіжим і відповідним.
19	The drink must be appropriately chilled (if applicable.)	Напій повинен бути відповідно охолоджений (якщо необхідно).
20	In the case of a mixed drink, a stir stick must be provided.	У випадку змішаних напоїв необхідно додати паличку для розмішування.
21	Waiter must automatically offer snacks.	Офіціант повинен одразу запропонувати закуску.

22	The snack bowl/plate must be full.	Миска/чаша з закусками повинна бути повна.
23	Waiter must supply serviettes with the snacks/drinks.	Офіціант повинен принести серветки з закускою/напоями.
24	The snacks must be fresh.	Закуска повинна бути свіжою.
25	In the case of shelled nuts or olives, a pit bowl must be provided.	Якщо горішки із шкарлупкою або маслини на закуску, необхідно подати чашу для кісточки.

	STANDARDS — SERVICE:	СТАНДАРТИ — ОбСЛУГОВУВАННЯ:
12	Waiter must handle glass from stem or base at all times.	Офіціант завжди повинен тримати бокал за ніжку або за основу бокала.
13	Did waiter supply and place drinks on coaster?	Офіціант повинен принести випивку і розмістити її на підставці.
14	The drinks order must be correct.	Замовлення повинно бути вірним.
15	The beverage must be poured in front of the guest in the case of canned, bottled or mixed drinks (i.e. not prepoured).	Офіціант повинен наливати напій напроти гостя у випадку, якщо напій подається з графіна, бокала тощо.
16	The drinks must be served in the correct glassware.	Напої повинні подаватись у відповідному скляному посуді.
17	Glasses must be clean, polished and free of any cracks or chips.	Скляний посуд повинен бути чистим, натертий, без будь яких пошкоджень.
18	Garnishes must be fresh and appropriate.	Гарнір повинен бути свіжим і відповідним.
19	The drink must be appropriately chilled (if applicable).	Напій повинен бути відповідно охолоджений (якщо необхідно).
20	In the case of a mixed drink, a stir stick must be provided.	У випадку змішаних напоїв необхідно додати паличку для розмішування.
21	Waiter must automatically offer snacks.	Офіціант повинен одразу запропонувати закуску.
22	The snack bowl/plate must be full.	Миска/чаша з закусками повинна бути повна.
23	Waiter must supply serviettes with the snacks/drinks.	Офіціант повинен принести серветки з закускою/напоями.
24	The snacks must be fresh.	Закуска повинна бути свіжою.
25	In the case of shelled nuts or olives, a pit bowl must be provided.	Якщо горішки із шкарлупкою або маслини на закуску, необхідно подати чашу для кісточки.
	STANDARDS — SERVICE:	СТАНДАРТИ — ОБСЛУГОВУВАННЯ:
26	Vacated tables must be promptly cleared.	Вільні столики повинні бути одразу прибрані.
27	All drinks must be cleared using a tray.	Усі напої прибираються зі столу за допомогою підносу.
28	Waiter must offer an additional drink within	Після того як напій допили, офіціант

	2 minutes of glass being empty.	повинен додатково запропонувати випивку упродовж 2 хв.
29	A barman or waiter must be visible at all times.	Бармен чи офіціант повинен постійно бути на виду.
3 O	Waiter must replace ashtray after each cigarette was extinguished.	Офіціант повинен замінити попільничку після кожної погашеної сигарети.
31	The waiter must thank/acknowledge the guest upon leaving the bar.	Офіціант повинен подякувати/впізнати гостя коли він покидає бар.
	ACCOUNTING — BILL PRESENTATION:	ОБЛІК — ВИСТАВЛЕННЯ РАХУНКУ:
32	Waiter must provide the bill within three minutes of request.	Офіціант повинен принести рахунок упродовж 3 хв. після того, як гість попросив рахунок.
33	Waiter must present the bill in a clean bill fold/tray with hotel pen.	Офіціант повинен дати рахунок у чистому фолдері/на підносі з ручкою готелю.
34	The bill must be clearly itemized and correct.	Рахунок повинен бути чітко деталізований і вірним.
35	Waiter must collect payment promptly.	Офіціант повинен одразу взяти платіж.
36	The waiter must return correct change.	Офіціант повинен дати правильно решту.
37	If cash payment, waiter must automatically offer receipt (i.e. bill displays settlement by cash).	У разі сплати готівкою офіціант повинен одразу запропонувати квитанцію (рахунок відображає сплату готівкою).
	THE EMPLOYEE:	ПРАЦІВНИК:
38	Employees must appear organized and work as a team.	Працівники організовані і скори-говано працюють.
39	The employee must be dressed in a clean, pressed and complete uniform.	Працівник одягнений у чистий, попрасований і повний комплект уніформи.
40	Employee's shoes must be of a corporate standard.	Взуття працівників повинно відповідати корпоративному стандарту.
41	The employee must wear a name badge (if applicable).	Працівник повинен використовувати ідентифікатор (якщо необхідно).
42	The employee must be well groomed.	Працівник повинен бути доглянений.
43	The employee must maintain eye contact with the guest.	Працівник повинен підтримувати зоровий контакт з гостем.
44	The employee must smile and exhibit a friendly manner.	Працівник повинен посміхатись і проявляти доброзичливість.
45	The employee must have a good working knowledge of the English language.	Працівник повинен володіти на необхідному рівні іноземною мовою.
46	Employee must be attentive to the guest's needs at all times.	Працівник повинен бути уважним до потреб гостя.
	PRODUCT — PHYSICAL CONDITION OF BAR/LOUNGE:	ПРОДУКТ — ФІЗИЧНИЙ СТАН БАРУ/ФОЙЄ:
47	Tables in the bar must be consistently laid.	Столи у барі повинні бути розставлені у послідовності.
48	The carpet/tiles free and clean of any stains or debris?	Килим/плитка повинні бути чисті, без жодних плям чи сміття.
49	Were all light fixtures fully illuminated?	Усі освітлювальні прилади повинні бути повністю ілюміновані.
50	Were all walls clean and free of any chips, scuffs or marks?	Усі стіни повинні бути чисті без жодних пошкоджень.

51	Were all mirrors polished and free of any smudges?	Усі дзеркала повинні бути наполі-ровані без жодних плям.
	PRODUCT — PHYSICAL CONDITION OF BAR/LOUNGE:	ПРОДУКТ — ФІЗИЧНИЙ СТАН Б АРУ/ФОЙЄ:
52	Were all windows clean and free of any streaks or spots?	Усі вікна повинні бути чисті і без жодних пошкоджень і плям.
53	Were all plant and floral decorations fresh?	Усі вазони і квіткові декорації повинні бути свіжі.
54	Were ample ashtrays available?	Попільниць повинно бути достатньо.
55	If a bar list was provided, was it clean and in good repair?	Якщо є список випивки, він повинен бути чистим і в належному стані.
56	Was the table steady?	Стіл повинен бути стійким.
57	Were the table/chair legs free of any scuffs/scratches and matching in colour	Ніжки стола/крісла повинні бути без жодних подряпин і підходити по кольору.
58	Was the chair's upholstery clean, matching and in good repair?	Оббивка крісел повинна бути чистою, підходити по дизайну і в доброму стані.
59	Was the bar counter clean, dry and free of any debris?	Барна стійка повинна бути чиста і без жодних плям.
60	Were all brand bottles prominently displayed, free of any dust with labels facing forward?	Усі марки пляшок повинні бути помітно виставлені, пляшки повинні бути без пороху і з етикеткою повернутою наперед.
61	The lounge/bar must be at an am-bient/comfortable temperature.	У фойє/барі температура навколишнього повітря повинна бути комфортною.
62	Appropriate music must play at a pleasant level.	Відповідна музика повинна створюватись на приємному тембрі.
	IN ROOM **DINING**	ОБІД **У** КІМНАТІ
	STANDARDS — ORDER TAKING:	СТАНДАРТ —-ЗДІЙСНЕННЯ ЗАМОВЛЕННЯ:
1	The telephone must be answered within 3 rings or 10 seconds.	Працівник повинен відповісти на телефонний дзвінок упродовж 3 дзвінків або 10 сек.
	STANDARDS — ORDER TAKING:	СТАНДАРТ — ЗДІЙСНЕННЯ ЗАМОВЛЕННЯ:
2	The employee must answer the phone with the appropriate greeting (good morning/afternoon) and identify the department.	Працівник повинен відповісти на телефонний дзвінок з відповідним вітанням (доброго ранку/доброго дня) і називаючи відділ.
3.	If caller was put on hold it shouldn't exceed 30 seconds.	Якщо особу, яка телефонує просять почекати, це не повинно тривати більше ЗО сек.
4	Tthe employee must ascertain the guest's name, and use it at least once during the conversation.	Працівник повинен дізнатись ім'я гостя і звертатися по імені принаймні один раз під час розмови.
5	The employee must have a good working knowledge of the English language.	Працівник повинен володіти на необхідному рівні іноземною мовою.
6	The background must be free of any noise or any disturbances.	На території бекофісу не повинно бути зайвого шуму.
7	The employee must speak in a clear and pleasant manner.	Працівник повинен говорити зрозуміло і ввічливо.
8	The employee must be able to answer any questions with regards to the menu.	Працівник повинен могти відповісти на будь-яке запитання стосовно меню.

9	The employee must obtain a full and complete order (i.e. cooking instructions, bread preference etc.).	Офіціант повинен взяти повне і завершене замовлення (інструкції з приготування, переваги стосовно хліба).
10	The employee must accommodate any off menu requests.	Працівник повинен виконати будь-яке замовлення меню.
11	If dessert ordered, the employee must offer the guest the option of serving it upon completion of the main course.	Якщо гість замовив десерт, працівник пропонує гостю на вибір сервірування відповідно до складу основної страви.
12	Tthe employee must repeat the order either during or at the end of the call.	Працівник повторює замовлення упродовж здійснення замовлення або наприкінці розмови по телефону.
	STANDARDS — ORDER TAKING:	СТАНДАРТ — ЗДІЙСНЕННЯ ЗАМОВЛЕННЯ: •
13	The employee must advise delivery time.	Працівник повинен повідомити час доставки.
14	The employee must thank the guest.	Працівник повинен подякувати гостю.
	SALES:	ПРОДАЖ:
15	Order taker must suggest starter.	Особа, яка приймає замовлення повинна запропонувати холодну закуску.
16	Order taker must suggest side orders (if applicable).	Особа, яка приймає замовлення повинна запропонувати додаткові страви (якщо підходять).
17	Order taker must automatically offer drinks with the meal.	Особа, яка приймає замовлення повинна одразу запропонувати напої до їжі.
18	Order taker must have good product knowledge with regards to wine.	Особа, яка приймає замовлення повинна добре знати вина.
19	Order taker must suggest dessert with the meal.	Особа, яка отримує замовлення повинна запропонувати десерт до їжі.
20	The order taker must suggest coffee/tea with the meal.	Особа, яка отримує замовлення повинна запропонувати каву/чай до їжі.
	STANDARDS — THE SERVICE:	СТАНДАРТИ —- СЕРВІС:
21	Was the order served in the standard times:-	Замовлення необхідно виконувати упродовж стандартного часу:
	Breakfast order card — within 5 minutes of requested time	Замовлення сніданку — упродовж 5 хв. з момента поступлення від гостя
	Breakfast — 25 minutes	Сніданок — 25 хв.
	Snack — 25 minutes	Закуска — 25 хв.
	Lunch/Dinner — 30 minutes	Обід — ЗО хв.
	STANDARDS — THE SERVICE:	СТАНДАРТИ — СЕРВІС:
22	The employee must either ring the bell or knock lightly on the door (i.e. not automatically let himself into the room).	Працівник повинен подзвонити або легко постукати у двері (ввійти у кімнату не одразу).
23	The employee must greet the guest in a polite and friendly manner.	Працівник повинен ввічливо і доброзичливо привітати гостя.
24	The employee must use the guest's name at least once during the interaction.	Працівник повинен принаймні один раз звернутись до гостя по імені під час спілкування.
25	If there is a newspaper on the door the employee must bring it in with the tray.	Якщо на дверях є газета, працівник повинен принести її до кімнати разом з підносом.
26	The employee must ask where the guest	Працівник повинен запитати гостя про

	would like the tray/trolley to be placed.	розміщення підноса/столика на колесах.
27	In the case of a trolley the employee must open leaves and secure.	Якщо страва подається на візку, офіціант повинен привезти його в робоче положення і поставити у нерухомий стан.
28	The employee must set the table.	Працівник повинен поставити стіл.
29	The employee must position the chairs accordingly.	Працівник повинен відповідно розмістити крісла.
З О	The employee must offer to remove hot food from the cabinet and if so was the flame extinguished.	При подачі гарячої страви працівник повинен запропонувати гостю відкрити страву. У випадку приготування страви на вогні, погасити полум'я.
31	Employee must remove cloches.	Працівник повинен забрати крихти.
32	The employee must advise guest that the plate is hot (if required).	Працівник повинен повідомити гостя, що тарілки гарячі.
33	The employee must offer to pour the beverages.	Працівник повинен запропонувати налити напої.
	STANDARDS — THE SERVICE:	СТАНДАРТИ — СЕРВІС:
34	The employee must explain the various condiments with the meal (if unidentifiable).	Працівник повинен пояснити про використання приправ до їжі (якщо невідомі).
35	In the case of a breakfast order, the employee must offer to open the curtains.	У випадку сніданка, працівник повинен запропонувати відкрити гардини.
36	The order must correct and complete.	Замовлення повинно бути вірним і повним.
37	The employee must inform the guest of tray/trolley collection procedures (not applicable if trolley removal card present).	Офіціанти повинні проінформувати гостя про процедуру повернення візка.
38	The employee must thank the guest.	Працівник повинен подякувати гостю.
ACCOUNTING — BILL PRESENTATION:		ОБЛІК — РАХУНОК:
39	The bill must be presented in a clean bill fold/tray with hotel pen.	Офіціант повинен принести рахунок у чистому фолдері/на підносі з ручкою готелю.
40	The bill must be clearly itemized and correct.	Рахунок повинен бути чітко деталізований і вірний.
41	The employee must ask the guest for a signature.	Працівник повинен попросити гостя поставити підпис.
	THE EMPLOYEE:	ПРАЦІВНИК:
42	The employee must be dressed in a clean, pressed and complete uniform.	Працівник повинен бути одягнений *у* чистий, попрасований і повний комплект уніформи.
43	Employee's shoes must be of a corporate standard.	Взуття працівників повинне бути корпоративного стандарту.
44	The employee must wear a name badge (if applicable).	Працівник повинен використовувати ідентифікатор особи.
45	The employee must be well groomed.	Працівник повинен бути доглянений.
	THE EMPLOYEE:	**ПРАЦІВНИК:**
46	The employee must maintain eye contact with the guest.	Працівник повинен підтримувати зоровий контакт з гостем.
47	The employee must smile and exhibit a friendly manner.	Працівник повинен посміхатись і проявляти доброзичливість.
48	The employee must have a good working knowledge of the English language.	Працівник повинен володіти на необхідному рівні іноземною мовою.

49	Employee must be attentive to the guest's needs at all .times.	Працівник повинен бути уважним до потреб гостя щоразу.
	PRODUCT — MENU AND FOOD:	**ПРОДУКТ — МЕНЮ ТА СТРАВИ:**
50	The room service menu must be clean and in good repair.	Меню обслуговування в номері повинно бути чисте і в належному стані.
51	Two vegetarian options must be available.	В меню повинно бути дві вегетаріанські страви.
52	Waiter must present the food in an appealing manner.	Офіціант повинен подати їжу у відповідній манері.
53	The food must directly resemble its description from the menu.	Страви повинні повністю відповідати їхньому опису в меню.
54	The food must be fresh and of good flavour.	їжа повинна бути свіжа і приємна на запах.
55	Food must be served at the correct temperature.	їжа повинна подаватись необхідної температури.
56	The texture and colour of the food must be acceptable.	їжа повинна мати прийнятний склад та колір.
57	Portions must be of acceptable size.	Порції повинні бути прийнятного розміру.
58	The food must be cooked as requested.	їжа повинна бути приготована згідно замовлення.
59	Coffee/tea must be hot and fresh.	Кава/чай повинні бути гарячі.
	PRODUCT — MENU AND FOOD:	**ПРОДУКТ — МЕНЮ ТА СТРАВИ:**
60	Waiter must offer milk/cream with the coffee/tea.	Офіціант повинен запропонувати молоко/вершки до кави.
61	Juices must be freshly squeezed.	Соки повинні бути свіжовитис-нені.
62	Fresh rolls/bread must accompany the meal (if applicable).	До їжі повинні подаватись свіжі булочки/хліб (якщо необхідно).
	PRODUCT — TRAY/TROLLEY LAYOUT:	**ПРОДУКТ — ВИСТАВЛЕННЯ** 3 **ПІДНОСА/СТОЛИКА:**
63	The room service tray/trolley must be clean and in good repair.	Піднос/столик на колесах повинні бути чисті і в доброму стані в обслуговуванні кімнат.
64	The tray/trolley cover must be clean, pressed and free of any stains/tears.	Скатертина підноса/стіл на колесах повинні бути чистими, попрасована без жодних плям/пошкоджень.
65	Correct cutlery must be used for its intended purpose and it must be clean and matching in pattern.	Повинен використовуватись відповідний посуд для його прямого призначення. Він повинен бути чистим і відповідного дизайну.
66	Silver cutlery must be used.	Повинні використовуватись срібні столові прибори.
67	Crockery/silverware must be used for its intended purpose and it must be clean, free of chips and matching in pattern.	Посуд/столове срібло повинні використовуватись для їх прямого призначення. Посуд повинен бути чистий, без жодних тріщин і підходити по дизайну.
68	The glassware must be clean, unchipped and matching in pattern.	Скляний посуд повинен бути чистий, непошкоджений і підходити по дизайну.
69	All the drinks must be covered with stancaps.	Всі напої повинні накриватись фірмовими кришечками.
70	A vase and fresh flower must accompany the meal.	Разом зі стравою повинні бути ваза і свіжі квіти.

	PRODUCT — TRAY/TROLLEY LAYOUT:	ПРОДУКТ — ВИСТАВЛЕННЯ 3 ПІДНОСА/СТОЛИКА:
71	A cloche must be used to cover hot food.	Гаряча їжа повинна бути накрита кришкою.
72	The cloche must be clean, polished and in good repair.	Кришки повинні бути чисті і в належному стані.
73	A full dish of butter must accompany the food order.	До замовленої їжі повинна бути повна посудина з маслом.
74	The butter rolled/cut must be fresh and well presented.	Масло повинне бути порізане, свіже і гарно подане.
75	Condiments must be served with the meal and decanted into the appropriate dishes or in miniature form.	До страви подаються приправи перелиті у відповідний посуд або в маленькі форми.
76	The napkin must be clean, pressed and free of any stains/tears (paper serviettes are not acceptable).	Серветки повинні бути чисті, попрасовані без жодних плям/пошкоджень (паперові серветки не використовуються).
77	The salt and pepper cruets must be provided and if so were they clean and full.	Повинні бути повні і чисті посудини із сіллю і перцем.
78	All the drinks must be appropriately garnished.	Усі напої повинні бути відповідно гарніровані.
79	All the food must be free of any plastic/paper/foil wrapping.	Уся їжа повинна бути без жодної пластикової/паперової обгортки чи фольги.
80	Sugar selection must include sweetener, white and/or brown as required.	Вибір цукру повинен включати білий, коричневий цукор і замінник цукру, відповідно до попиту.
81	In the case of sugar cubes sugar tongs/spoons must be present.	Якщо цукор-рафінад, повинні бути щипці/ложечки для цукру.
82	In the case of breakfast there must be a minimum of three different preserves available (honey is. acceptable).	На сніданок повинно бути принаймні три різні консерви (допускається мед).
	STANDARDS — ORDER TAKING:	СТАНДАРТИ — ПРИЙОМ ЗАМОВЛЕННЯ:
1	The telephone must be answered within 3 rings or 10 seconds.	Відповідь на телефонний дзвінок повинна бути упродовж 3 дзвінків або 10 сек.
2	The employee must answer the phone with the appropriate greeting (good morning/afternoon) and identify the department.	Працівник повинен відповісти на телефонний дзвінок **3** відповідним вітанням (доброго ранку/доброго дня) і називаючи відділ.
3	If caller is put on hold did it shouldn't exceed 30 seconds.	Якщо особу, яка телефонує просять почекати, це не повинно тривати більше ЗО сек.
4	The employee must ascertain the guest's name, and use it at least once during the conversation.	Працівник повинен дізнатись ім'я гостя і звертатись по імені принаймні один раз під час розмови.
5	The employee must have a good working knowledge of the English language.	Працівник повинен володіти на необхідному рівні іноземною мовою.
6	The background must be free of any noise or any disturbances.	На території бекофісу не повинно бути зайвого шуму.
7	The employee must speak in a clear and pleasant manner.	Працівник повинен розмовляти зрозуміло і ввічливо.
8	The employee must be able to answer any questions with regards to the menu.	Працівник повинен могти відповісти на будь-яке запитання щодо меню.

9	The employee must obtain a full and complete order (i.e. cooking instructions, bread preference etc.).	Працівник повинен отримати повне і завершене меню (інструкції з приготування, переваги щодо хліба).
10	The employee must accommodate any off menu requests.	Працівник повинен виконати будь-яке замовлення меню.
11	If dessert ordered, the employee must offer the guest the option of serving it upon completion of the main course.	Якщо гість замовив десерт, працівник пропонує гостю варіант подачі цього десерту після головної страви або перед головною стравою.
	STANDARDS — ORDER TAKING:	СТАНДАРТИ— ПРИЙОМ ЗАМОВЛЕННЯ:
12	The employee must repeat the order either during or at the end of the call.	Працівник повинен повторити замовлення під час здійснення замовлення, або наприкінці телефонної розмови
13	The employee must advise delivery time.	Працівник повинен повідомити час доставки.
14	The employee must thank the guest.	Працівник повинен подякувати гостю.
	SALES:	ПРОДАЖ:
15	Order taker must suggest starter.	Особі, яка отримує замовлення необхідно запропонувати холодну закуску.
16	Order taker must suggest side orders (if applicable).	Особі, яка отримує замовлення необхідно запропонувати додаткове замовлення (якщо підходить).
17	Order taker must automatically offer drinks with the meal.	Особі, яка отримує замовлення необхідно одразу запропонувати напої до їжі.
18	Order taker must have good product knowledge with regards to wine.	Особі, яка отримує замовлення необхідно добре знати продукти, зокрема вина.
19	Order taker must suggest dessert with the meal.	Особі, яка отримує замовлення необхідно запропонувати десерт до їжі.
21 0	Did the order taker suggest coffee/tea with the meal?	Особі, яка отримує замовлення пропонується кава/чай до їжі.
	STANDARDS — THE SERVICE:	СТАНДАРТИ — ОБСЛУГОВУВАННЯ:
21	Was the order served in the standard times:-	Замовлення повинно виконуватись упродовж стандартного часу:
	Breakfast order card — within 5 minutes of requested time	*Замовлення сніданку — упродовж 5 хв. з момента поступлення від гостя*
	Breakfast — 25 minutes	*Сніданок - 25 хв.*
	Snack — 25 minutes	*Закуска — 25 хв.*
	Lunch/Dinner — 30 minutes	*Обід - 30 хв.*
22	The employee must either ring the bell or knock lightly on the door (i.e. not automatically let himself into the room).	Працівник повинен подзвонити у дзвінок або легко постукати у двері (ввійти у кімнату не одразу).
23	The employee must greet the guest in a polite and friendly manner.	Працівник повинен ввічливо і доброзичливо привітати гостя.
24	The employee must use the guest's name at least once during the interaction.	Працівник повинен принаймні один раз звертатися до гостя по імені під час обслуговування.
25	If there is a newspaper on the door the employee must bring it in with the tray.	Якщо на дверях є газета, працівник повинен принести її до кімнати разом з підносом.
26	The employee must ask where the guest	Працівник повинен запитати гостя, де б він

	would like the tray/trolley to be placed.	хотів розмістити піднос/столик на колесах.
27	In the case of a trolley the employee must open leaves and secure.	Якщо страви подаються на візку працівник повинен привести візок у робочий стан і поставити у нерухоме положення.
28	The employee must set the table.	Працівник повинен поставити стіл.
29	The employee must position the chairs accordingly.	Працівник повинен відповідно розмістити крісла.
30	The employee must offer remove hot food from the cabinet and if so the flame must be extinguished.	При подачі гарячої страви працівник повинен запропонувати гостю відкрити страву. У випадку приготування страви на вогні, погасити полум'я.
31	Employee must remove cloches.	Працівник повинен забрати крихти.
	STANDARDS — THE SERVICE:	СТАНДАРТИ — ОБСЛУГОВУВАННЯ:
32	The employee must advise guest that the plate is hot (f required).	Працівник повинен попередити гостя, що тарілки гарячі (якщо необхідно).
33	The employee must offer to pour the beverages.	Працівник пропонує налити напої.
34	The employee must explain the various condiments with the meal (if unidentifiable).	Працівник повинен пояснити використання приправ до їжі (якщо невідомі).
35	In the case of a breakfast order, the employee must offer to open the curtains.	Якщо замовлено сніданок, працівник повинен запропонувати відкрити гардини.
36	The order must be correct and complete.	Замовлення повинно бути вірним і повним.
37	The employee must inform the guest of tray/trolley collection procedures (not applicable if trolley removal card present).	Працівник повинен повідомити гостя про процедуру повернення візка.
38	The employee thank the guest.	Працівник повинен подякувати гостю.
	ACCOUNTING — BILL PRESENTATION:	ОБЛІК — ВИСТАВЛЕННЯ РАХУНКУ:
39	The bill must be presented in a clean bill fold/tray with hotel pen.	Рахунок надається у чистому фол-дері/на підносі з ручкою готелю.
40	The bill must be clearly itemized and correct.	Рахунок повинен бути чітко деталізованим і вірним.
41	The employee must ask the guest for a signature.	Працівник повинен попросити гостя поставити підпис.
	THE EMPLOYEE:	ПРАЦІВНИК:
42	The employee must be dressed in a clean, pressed and complete uniform.	Працівник повинен бути одягнений у чистий, попрасований і повний комплект уніформи.
	THE EMPLOYEE:	ПРАЦІВНИК:
43	Employee's shoes must be of a corporate standard.	Взуття працівників повинно бути корпоративного стандарту.
44	The employee must wear a name badge (if applicable).	Працівник повинен носити ідентифікатор особи (якщо необхідно).
45	The employee must be well groomed.	Працівник повинен бути доглянений.
46	The employee must maintain eye contact with the guest.	Працівник повинен підтримувати зоровий контакт з гостем.
47	The employee must smile and exhibit a friendly manner.	Працівник повинен посміхатись і проявляти доброзичливість.
48	The employee must have a good working	Працівник повинен володіти на необхідному

	knowledge of the English language.	рівні іноземною мовою.
49	Employee must be attentive to the guest's needs at all times.	Працівник повинен бути уважним до потреб гостя щоразу.
	PRODUCT — MENU AND FOOD:	ПРОДУКТ — МЕНЮ ТА СТРАВИ:
50	Was the room service menu clean and in good repair?	Меню обслуговування в кімнаті повинно бути чистим і у доброму стані.
51	Were two vegetarian options available?	В меню повинно бути дві вегетаріанські страви.
52	Was the food presented in an appealing manner?	Працівник приносить їжу у відповідній манері.
53	Did the food directly resemble its description from the menu?	їжа повинна повністю відповідати її опису в меню.
54	Was the food fresh and of good flavour?	їжа повинна бути свіжа і приємна на запах.
55	Was food served at the correct temperature?	їжа подається відповідної температури.
56	Was the texture and colour of the food acceptable?	Склад і колір їжі повинен буги згідно норм сервірування.
	PRODUCT — MENU AND FOOD:	ПРОДУКТ — МЕНЮ ТА СТРАВИ:
57	Were portions of acceptable size?	Порції повинні бути прийнятного розміру.
58	Was the food cooked as requested?	їжа повинна бути приготовлена згідно замовлення.
59	Was coffee/tea hot and fresh?	Кава/чай повинні бути гарячі і свіжі.
60	Was milk/cream offered with the coffee/tea?	Офіціант повинен запропонувати молоко/вершки до кави.
61	Were juices freshly squeezed?	Соки повинні бути свіжовитиснуті.
62	Did fresh rolls/bread accompany the meal (if applicable)?	До їжі повинні подаватись свіжі булочки/хліб (якщо необхідно).
	PRODUCT — TRAY/TROLLEY LAYOUT:	ПРОДУКТ — РОЗМІЩЕННЯ ПІДНОСУ/СТОЛИКА НА КОЛЕСАХ:
63	The room service tray/trolley must be clean and in good repair.	Піднос/стіл на колесах повинні бути чисті і в доброму стані в процесі обслуговування кімнат.
64	The tray/trolley must cover clean, pressed and free of any stains/tears.	На підносі/столику на колесах повинна бути чиста, попрасована скатертина без жодних плям/пошкоджень.
65	Correct cutlery must be used for its intended purpose and was it clean and matching in pattern.	Відповідні столові прибори повинні використовуватись згідно їхнього прямого призначенням. Прибори повинні бути чисті і відповідати дизайну.
66	Silver cutlery must be used.	Необхідно використовувати срібні столові прибори.
67	Crockery/silverware must be used for its intended purpose and it must be clean, free of chips and matching in pattern.	Посуд/столове срібло повинні використовуватись для їхнього прямого призначення. Посуд повинен бути чистий, без жодних пошкоджень і підходити по дизайну.
68	The glassware must be clean, unchipped and matching in pattern.	Скляний посуд повинен бути чистий, без пошкоджень і відповідати по дизайну.
	PRODUCT — TRAY/TROLLEY LAYOUT:	ПРОДУКТ — РОЗМІЩЕННЯ ПІДНОСУ/СТОЛИКА НА КОЛЕСАХ:

69	All the drinks must be covered with stancaps.	Усі напої повинні накриватись фірмовими кришками.
70	A vase and fresh flower must accompany the meal.	Разом з їжею повинна бути ваза і свіжі квіти.
71	A cloche must be used to cover hot food.	Гаряча їжа повинна накриватись кришкою.
72	The cloche must be clean, polished and in good repair.	Кришки повинні бути чисті, натерті і в доброму стані.
73	A full dish of butter must accompany the food order.	До замовленої їжі повинен бути повна посудина з маслом.
74	The butter must be rolled/cut, fresh and well presented.	Масло повинно бути порізане, свіже і гарно подане.
75	Condiments must be served with the meal and decanted into the appropriate dishes or in miniature form.	До їжі повинні подаватись приправи, перелиті у відповідний посуд або в'мініатюрні форми.
76	The napkin must be clean, pressed and free of any stains/tears (paper serviettes are not acceptable).	Серветки повинні бути чисті, попрасовані без жодних плям/пошкоджень (паперові серветки не використовуються).
77	The salt and pepper cruets must be provided and they must be clean and full.	Повинні бути повні і чисті графі-ни із сіллю та перцем.
78	All the drinks must be appropriately garnished.	Усі напої повинні бути відповідно гарніровані.
79	All the food must be free of any plastic/paper/foil wrapping.	Уся їжа не повинна бути у плас-тиковій/паперовій обгортці або у фользі.
80	Sugar selection must include sweetener, white and/or brown as required.	Асортимент цукру повинен включати білий, коричневий цукор і замінник цукру, відповідно до замовлення.
	PRODUCT — TRAY/TROLLEY LAYOUT:	ПРОДУКТ — РОЗМІЩЕННЯ ПІДНОСУ/СТОЛИКА НА КОЛЕСАХ:
81	Sugar tongs/spoons must be present in the case of sugar cubes.	Якщо цукор-рафінад, повинні бути щипці/ложки для цукру.
82	In the case of breakfast there must be a minimum of three different preserves available (honey is acceptable).	На сніданок повинно бути принаймні три різні консерви (допускається мед).
	STANDARDS ON ARRIVAL	СТАНДАРТИ НА МОМЕНТ ПРИБУТТЯ
1	Carpet/tiles must be freshly vac-uumed/mopped and free of stains	Килим/плитка повинні бути почищені порохотягом / вимиті та без плям.
2	Room must be at a comfortable temperature on arrival and free of odour	В кімнаті повинна бути створена комфортна температура на момент прибуття, сторонні запахи відсутні.
3	Bed valance/skirting must be neatly arranged and clean	Обрамлення (окантовка) ліжка повинно бути чистою та акуратно розправленою.
4	Head board must be clean and in good repair	Підголівник повинен бути чистим та у належному стані.
5	Bed must be made with clean linen, free of stains or tears	Ліжко має бути застелене чистою білизною без плям та пошкоджень.
6	Bedspread/duvet/blankets must be clean	Постільна/пухова/шерстяна ковдра повинна бути чистою.
7	All upholstered furniture must be clean and free of stains	Всі меблі з оббивкою повинні бути чистими та без плям.

8	All furniture surfaces must be clean and dust/smear free	Поверхня меблів повинна бути чиста, без пилу та плям.
9	All picture/door/mirror frames must be clean and dust free	Усі рамки, каркаси картин, дверей, дзеркал повинні бути чисті, без пилу.
10	All windows must be clean and free of smears	Усі вікна повинні бути без пилу та плям.
	STANDARDS ON ARRIVAL	СТАНДАРТИ НА МОМЕНТ ПРИБУТТЯ
11	Curtains must be clean and properly fitted	Усі гардини повинні бути чистими та відповідним чином заправлені
12	Ceilings and vents must be clean and free of any dust	Стелі та всі отвори повинні бути чистими, без плям.
13	All walls must be clean and free of scuffs	Стіни мають бути чисті, без пошкоджень.
14	All light fixtures and fittings must be clean and dust free	Вся освітлювальна апаратура та обладнання мають бути чисті, без пилу. _
15	Waste paper basket must be clean and in good condition	Кошик для сміття повинен бути чистим та в належному стані.
16	Balcony must be swept and clean (if there is one)	Балкони повинні бути прибрані та чистими.
17	Do Not Disturb/Please make up my rooms sign must be presented in each room and easily located	Інформатор «Не турбувати» / «приберіть мою кімнату» повинен бути у кожному номері та легко доступний.
18	A clean ashtray and matches must be places into a smoking room	Чиста попільничка та сірники повинні бути поставлені в номері для курців.
19	A mirror glass must be clean and smear free	Дзеркало повинно бути чистим та без плям.
20	Wardrobes must be clean and free of any scuffs, dust or debris	Шафи повинні бути чисті та без пошкоджень, пилу.
21	A telephone and note pad/pen must be available next to a telephone in a room	Телефонний довідник, записник та ручка повинні бути розміщені біля телефона.
22	All drawers must be clean and free of any dust or debris	Всі шухляди повинні бути чисті.
23	Television must be clean and correctly tuned in	Телевізор має бути чистим та настроєний.
	TURNDOWN	**ВЕЧІРНІЙ СЕРВІС**
24	Employee must replace any bathroom amenities as required	Працівник повинен замінити засоби гігієни.
25	Employee must tidy quests personal toiletries	Працівник повинен акуратно поскладати туалетні засоби клієнта.
26	Employee must rinse out a sink	Працівник повинен начисто вимити умивальник.
27	Employee must ensure a toilet is clean	Працівник повинен впевнитись у чистоті туалету.
28	Employee must clean a bathroom floor	Працівник повинен вимити підлогу у ванній кімнаті.
29	Employee must clean a bath/shower	Працівник повинен вимити ванну/душ.
	STANDARDS SERVICING QUEST'S ROOM	**СТАНДАРТНЕ ПРИБИРАННЯ НОМЕРІВ**
1	Servicing must be completed by 14h00 each day	Прибирання повинно бути закінчене до 14.00 год. щоденно.

2	Employee must wear a full uniform, be pleasant and professional in manner	Працівник повинен носити уніформу, бути ввічливим та професійним у манерах.
3	If employee is asked to come back at a certain time — it has to be done	Якщо працівника попросили повернутись у визначений час — це повинно виконуватись.
4	In case of do not disturb sign put on the door employee is not allowed to enter the room	У випадку ДНД картки працівник не має права заходити у номер.
5	Carpet/tiles must be freshly vac-uumed/mopped and free of any debris	Килим/плитка повинні бути почищені порохотягом/ вимиті, бути без сміття.
6	Room must be generally tidied and all amenities returned to their original position	Кімната повинна бути прибрана та всі елементи дизайну розміщені на своїх місцях.
7	Bed must be neatly made with clean linen which is free of stains and tears	Ліжко повинно бути акуратно застелене з чистою постіллю, без плям та пошкоджень.
	STANDARDS SERVICING QUEST'S ROOM	**СТАНДАРТНЕ ПРИБИРАННЯ НОМЕРІВ**
8	Curtains must be neatly drawn	Штори повинні бути акуратно заправлені.
9	Waste bin must be emptied and clean	Смітник повинен бути порожнім та чистим.
10	The balcony must be clean	Балкони повинні бути прибрані.
11	Any used stationery must be replaced	Будь-які використані канцелярські товари повинні бути замінені.
12	Any used laundry bags/lists must be replaced (if necessary).	Будь-які використані канцелярські товари повинні бути замінені.
13	All ashtrays must be empty	Всі попільнички повинні бути порожніми та чистими.
14	In case of any blown light bulbs it must be replaced	Лампочки, що перегоріли — повинні бути заміненими.
15	Quest clothes must be folded and arranged neatly	Одяг гостей повинен бути акуратно складений.
16	All change and jewelery must be left untouched	Гроші та коштовності залишаються недоторканими.
17	All newspapers and magazines must be neatly arranged	Всі журнали та газети повинні бути акуратно поскладані.
18	Any used glasses or room service soiled plates and cutlery must be removed from a room	Будь-які використані стакани, тарілки, ложки чи виделки повинні бути забрані з номера.
19	Any door knob signs must be placed to original position	Будь-які картки (напр. ДНД) повинні бути повернуті на їхнє місце.
20	Any used towels must be replaced	Будь-які використані рушники повинні бути замінені.
21	All fresh towels must be clean and in good condition	Всі свіжі рушники повинні бути чистими та в належному стані.
22	Bathrobes must re-hung	Халати потрібно перевішати.
23	All partially used amenities must be replaced (if required)	Всі частково вжиті подарунки потрібно замінити (якщо вимагається).
	STANDARDS SERVICING QUEST'S ROOM	**СТАНДАРТНЕ ПРИБИРАННЯ НОМЕРІВ**
24	Bathroom water glasses must be cleaned and replaced	Стакани у ванній кімнаті потрібно вимити та замінити.
25	All toilet/facial tissue must be replenished	Туалетний папір потрібно поновити (якщо

	(if required)	необхідно).
26	Guest's personal toiletries must be tidied	Індивідуальні засоби гостя потрібно замінити.
27	Shower curtain/door must be clean	Шторка/дверцята душу повинні 'бути чистими.
28	Bath/shower/sink must be clean	Ванна/душ/умивальник повинні бути чистими.
29	Floor must be clean and free of any debris	Підлога повинна бути чиста, без сміття.
30	Toilet and toilet seat must be clean	Унітаз повинен бути чистим.
31 -	Bathroom counter must be clean, dry and free of any debris	Стійка у ванній кімнаті повинна бути чиста, без сміття.
32	All bath/shower and sink controls must be polished	Всі ручки ванни/душу та умивальника повинні бути відполіровані.
33	All mirrors must be clean and free of smears	Всі дзеркала повинні бути чистими, без плям.
	HOUSEKEEPING — LAUNDRY	**ПРАННЯ**
1	Laundry list must include hours of service	Картка замовлення повинна відображати години сервісу.
2	Laundry list must include collec-tion/delivery instructions	Картка замовлення повинна відображати деталі прийому/замовлення послуги.
3	Laundry list must include collection telephone numbers	Картка замовлення повинна відображати телефони для забезпечення замовлення.
4	Laundry list must clearly state applicable prices	Картка замовлення повинна чітко вказувати ціни.
	HOUSEKEEPING — LAUNDRY	**ПРАННЯ**
5	Laundry list must have option for folded or hung shirts	Картка замовлення повинна мати опцію для складених і повітаних сорочок.
6	Valet amenity tray must include laundry bags	В кімнаті повинні бути пакети для білизни.
	STANDARDS — COLLECTION	**СТАНДАРТИ — ПРИЙОМ**
1	Laundry/pressing must be collected within ten minutes of request .	Прання/прасування повинне забиратись упродовж десяти хвилин після прохання.
2	Employee must knock lightly on the door	Працівник повинен легко постукати у двері.
′i	Employee must greet the quest in a polite and friendly manner	Працівник повинен привітати гостя у ввічливій та люб'язній манері.
4	Employee must use the quest's name at least one time during the interaction	Працівник повинен вживати ім'я гостя принаймні один раз упродовж розмови.
5	Employee must confirm with the quest that the laundry list is in the bag	Працівник повинен перевірити разом з гостем чи картка замовлення є в пакеті для прання.
6	Employee must thank the guest	Працівник повинен подякувати гостю.
	STANDARDS — DELIVERY AND PRESENTATION	**СТАНДАРТИ — ДОСТАВКА ТА ПРЕДСТАВЛЕННЯ**
1	All laundry must be delivered within specified time	Все прання повинно бути доставлене у визначений час.
2	In case of any delays the guest must be informed immediately	У випадку будь-яких змін гість повинен бути проінформований негайно.
3	With pressing, all garments must be returned within 1 hour of them being collected	У випадку прасування всі речі повинні бути повернені упродовж години після замовлення послуги.
4	All collected items must be returned + returned in the requested way (folded, on a	Всі речі повинні повертатись у визначений спосіб (складені, на вішаку тощо).

	hunger etc.)	
	STANDARDS — DELIVERY AND PRESENTATION	**СТАНДАРТИ — ДОСТАВКА ТА ПРЕДСТАВЛЕННЯ**
5	In case of a bill accompanied the laundry it must be clearly itemized and totalled	У випадку представлення рахунку, він повинен бути чітким переліку та кінцевій сумі.
6	All items must be appropriately cleaned	Всі речі повинні бути належним чином чистими.
7	All items must be appropriately pressed	Всі речі повинні бути належним чином попрасовані.
8	If stain can not be removed from the garment the quest must be informed	Якщо пляму неможливо вивести з речей — необхідно повідомити гостя.
9	All hanging garments must be returned on a good quality hangers	Усі «повішані» речі повинні бути повернуті на вішаках належної якості.
10	Articles on hungers must covered in plastic	Одяг на вішаках повинен бути покритий поліетиленовим пакетом.
11	All articles must be free of odor	Весь одяг повинен бути без стороннього запаху.
12	All folded garments must be delivered in a box/basket/tray	Весь складений одяг повинен бути доставлений в пакеті.
13	All buttons must be replaced if fallen or loose	Всі ґудзики повинні бути перешиті, якщо відірвалися або відриваються.
14	Garments must be free of any staples or pins	Весь одяг повинен бути без кнопок чи булавок.
15	Laundry tags must be removed from all items	Бірки від прання повинні бути забрані зі всіх речей.
16	Socks must be in pairs and folded	Шкарпетки повинні бути складені парою.
17	In case of Do Not Disturb sign on the door a calling card must be placed under the door	У випадку **ДНД** на дверях, повідомлення повинно бути залишене під дверима.
18	If shoes are left out to be cleaned it must be returned polished to a high standart	Якщо взуття було залишене для чистки, воно повинно бути повернуто наполірованим згідно стандартів.
	IN ROOM BAR	БАР У НОМЕРІ
	STANDARDS — ORDER OF SERVICE:	СТАНДАРТИ — ЗАМОВЛЕННЯ ПОСЛУГИ:
1	The in room bar must be checked daily.	Бар у номері необхідно кожного дня перевіряти.
2	If employee was observed, he/she must wear a complete uniform and must be well presented.	Працівник повинен носити повний комплект уніформи і мати належний вигляд.
3	The employee must be pleasant and professional in manner.	Працівник повинен поводитись люб'язно і професійно.
4	All used mini bar items must be replaced.	Усі використані напої з міні бару повинні бути замінені.
5	All dirty glasses must be replaced with clean glasses.	Усі брудні келихи повинні бути замінені.
6	The ice bucket/tray must be filled daily (if applicable).	Посуд/лоток з льодом повинні бути наповнені кожного дня (якщо необхідно).
	PRODUCT:	ПРОДУКТ:
7	In room bar cabinet must be clean and dust	Поличка бара у номері повинна бути чиста і

	free.	без пилу.
8	Mini bar fridge must be steady.	Холодильник мінібара повинен бути стійким.
9	Mini bar fridge must be easily accessible.	Доступ до холодильника мінібара повинен бути легкий.
10	The mini bar fridge must be clean and free of any odour.	Холодильник мінібара повинен бути чистий без будь-якого запаху.
11	The mini bar fridge must be in good working order.	Холодильник мінібара повинен бути в належному робочому стані.
12	The mini bar fridge must be free of any ice build up.	В холодильнику мінібара не повинно бути напливу льоду.
13	The in room bar must contain a good selection of drinks.	Мінібар у номері повинен містити достатній вибір напоїв.
14	There must be a minimum of 2 bottles of mineral water available.	В мінібарі повинно бути принаймні 2 пляшки мінеральної води.
	PRODUCT:	ПРОДУКТ:
15	Food items must be available.'	В мінібарі повинна бути їжа.
16	An in room bar price list must be available (i.e. either a printed list or in the directory of services).	В номері повинен бути список цін мінібара (видрукований список або в інфопапці).
17	The in room bar beverages/food items must correspond to the printed list.	Напої/Їжа мінібара повинні відповідати видрукованому списку.
18	Fridge contents must be neatly arranged with all labels facing outwards.	Вміст холодильника повинен бути охайно складений усіма етикетками повернутими для належного огляду.
19	All canned drinks must be free of any rust.	Усі розлиті напої не повинні бути зіпсуті.
20	All stock must not exceed expiry date.	Весь перелік не повинен перевищувати термін придатності.
21	Two of each type of glass must correspond to drinks offered.	Два келихи з кожного типу повинні відповідати запропонованим напоям.
22	All glassware must be clean, polished, unchipped and matching.	Усі келихи повинні бути чисті, на-поліровані, без пошкоджень і відповідати дизайну.
23	Glassware must be placed on coasters/liner.	Келихи повинні знаходитись на підставці.
24	There both a corkscrew and bottle opener must be available (if needed).	Штопор для пляшок повинен бути доступний (якщо необхідно).
25	There must be stir sticks and coasters available.	Повинні бути палички для розмішування і штопор.
26	Linen/paper serviettes must be available.	Повинні бути серветки з тканини/паперові.
27	An ice bucket and tongs must be available.	Повинні бути посуд і щипці для льоду.

ВИСНОВОК

Основою для розвитку готельного сервісу є створення для споживачів усіх необхідних умов для проживання та відпочинку, забезпечення високого рівня їх обслуговування. Сучасний рівень сервісу потребує від підприємств готельного господарства наявності додаткових супутніх послуг, об’єктами яких є автостоянки, заклади ресторанного господарства та торгівлі, сауни (басейни), пральні тощо.

Необхідність інтеграції у світове господарство вимагає, у свою чергу, наближення якості послуг у готельному господарстві до міжнародних вимог. Готельне господарство є найважливішою складовою туристичної діяльності, тому що саме готельні підприємства виконують одну з основних функцій у сфері обслуговування туристів: забезпечують їх сучасним житлом і побутовими послугами. Готелі України повинні мати сучасні системи якості, що відповідають світовому рівню, які є могутнім засобом конкурентної боротьби.

Розвиток готельного господарства країни нерозривно пов'язаний з розвитком матеріально-технічної бази, впровадженням прогресивних технологій обслуговування, залученням висококваліфікованих кадрів, що становить основу якості послуг.

Актуальність. Сьогодні галузь готельного господарства набуває швидких темпів розвитку. Щоб встояти на ринку та втримати існуючі позиції, потрібно шукати нових шляхів поліпшення фінансово-економічного стану. Постійно виникає необхідність знаходити нові варіанти вдосконалення процесу обслуговування споживачів готельних підприємств і надання послуг для успішного існування на ринку готельних послуг та підвищення прибутку.

Сьогодні заклади готельного господарства, що лідирують по світовим міркам, приділяють особливу увагу якості обслуговування, адже, як вище сказано, якість одна з головних умов успішного і ефективного розвитку

готелю. На сьогодні існує багато методів виявлення недоліків у роботі обслуговуючого персоналу. І виходячи з цього менеджмент закладів готельного господарства розробляє методи боротьби з виявленими недоліками.

Сучасний стан господарювання вітчизняних підприємств готельного господарства характеризується нестійкими тенденціями розвитку, що в основному обумовлюється сезонними коливаннями попиту і неможливістю створення запасів специфічного продукту - готельної послуги, зростанням цін на послуги та недостатнім рівнем якості обслуговування при невисокій еластичності попиту за ціною, організаційним консерватизмом процесу управління.

За останні роки завантаження підприємств готельного господарства України не перевищувало 25 % пропускної спроможності; питома вага збиткових підприємств у загальній кількості готельних підприємств складала близько 30%, майже 80% потребують модернізації, автоматизації та комп’ютеризації. Ситуація також ускладнюється нестабільністю зовнішнього середовища, неузгодженістю процесів, які відбуваються всередині підприємств, не адекватному ринковим вимогам управлінню господарською діяльністю.

Постійно підтримувати гідний рівень сервісу в закладі готельного господарства – задача досить складна. Її рішення можливо розділити на два етапу. Перший – введення єдиних стандартів, по – друге, переконати співробітників дотримувати затверджених корпоративних правил.

В умовах жорстокої конкуренції заклади готелього господарства постійно проводять роботу по підвищенню якості надання послуг споживачам.

Водночас, важливим джерелом мінливості якості надання послуг є споживач. Особистість потреб кожного клієнта, його унікальність, зумовлює необхідність високого ступеня індивідуалізації послуг, унеможливлює масовий характер виробництва послуг. Індивідуалізація послуг породжує

проблему управління поведінкою споживачів, дослідження факторів впливу на їхню поведінку в процесі обслуговування. Для зниження неоднорідності виробничої якості послуг у багатьох готельних підприємствах розроблені стандарти обслуговування.

Стандарт обслуговування — це комплекс обов'язкових для виконання правил обслуговування клієнтів, що повинні гарантувати встановлений рівень якості всіх виробничих операцій. Стандарт обслуговування визначає формальні критерії оцінювання якісного рівня обслуговування клієнтів та діяльності будь-якого співробітника готельного підприємства.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Господарський кодекс України

2. Цивільний кодекс України.

3. Закон України «Про підприємництво в Україні» від 27 березня 1991 року № 887-XII.(зі змінами та доповненнями).

4. Закон України «Про захист прав споживачів» (у редакції Закону України від 01.12 2005 р. №3161 – IУ).

5. Закон України "Про внесення змін до Закону України "Про туризм" від 18 листопада 2003 р. № 1282-IV".

6. ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів». : від 01.07.2004 р.

7. ДСТУ 4268:2003 "Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги" від 01.07.2004р.

8.ДСТУ 4527:2006 "Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення" від 01.10.2006р.

9. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг. Затверджено наказом Державної туристичної адміністрації України від 16 березня 2004 року №19.

10. Збірник нормативних документів державного регулювання у сфері ресторанного бізнесу. / Черевко О.І., Малюк Л.П., Дейниченко Г.В., – Харків: ПКФ "Фавор ЛТД", 2003. – 440 с.

11. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2007-344 с.

12. Головко О.М. Організація готельного господарства: Навч. посібник. – К.: Кондор,2011. – 338 с.

13. Круль Г.Я. Основи готельної справи. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 368 с.

14. Лук'янов В.О., Мунін Г.Б. Організація готельно – ресторанного обслуговування. Навчальний посібник/ К.: Кондор,2012. – 346 с.

15. Мальська М.П., Пандяк І.Г., Занько Ю.С. Організація готельного обслуговування: підручник .- К.: Знання, 2009.- 472 с.

26. Мальська М.П., Пандяк І.Г., Занько Ю.С. Організація готельного обслуговування: підручник .- К.: Знання, 2011.- 366 с.

16. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство 2-е изд., перераб. и доп. – К.: Дакор , 2009.–368 с.

17. Сокол Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах: Підручник. – К.: Альтерпрес, 2013. - 447 с.

18. Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту: Навч. Посиб. К.: Кондор, 2014. – 408 с.

19. Нечаюк Л.И., Телеш Н.О. Готельно – ресторанний бізнес.: Менеджмент: Навч. Посиб.. К.: Центр Навчальної літератури, 2008. – 348 с.

20. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание. Учеб. Пособие: 2 – е узд., перераб. и доп. – К.: Дакор, 2006. – 288 с.

Інформаційні ресурси

http://www. wold-tourism.org.

http://www.all-hotels.cjm.ua.

http://www.hotel-bristol.com.

http://www.hotels.net.

http://www.lhw.com.

http://www.mfa.gov.ua.

http://www.premier-hotels.com.ua.

http://www.rada.kiev.ua.

http://www.tourism.gov.ua.

http://www.utis.com.ua.

http://www.worldhotel.com.

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Кафедра готельного, ресторанного бізнесу та туризму
(назва кафедри)

Витяг з протоколу засідання кафедри
02 грудня 2020 року № 7
м. Харків

про затвердження заключного звіту кафедри з НДР за 2020 рік

Голова – зав. кафедрою, д. т. н., професор О.Г.Терешкін
Секретар – канд. екон. наук, доцент К.В.Каленік

Присутні: Терешкін О.Г., Малюк Л.П., Кононенко Т.П., Полстяна Н.В., Давидова О.Ю., Балацька Н.Ю., Варипаєва Л.М., Калєнік К.В., Брикова Т.М., Дуб В.В.

Запрошені: немає

Порядок денний:
2. Затвердження заключного звіту з бюджетної тематики – Тема № 03-19-20Б «Рекомендації щодо розробки стандартів обслуговування споживачів в засобах розміщення», *розділ: «Рекомендації щодо розробки основних послуг в засобах розміщення»*.

СЛУХАЛИ: к. т. н., проф. Кононенко Т.П з інформацією щодо заключного звіту з бюджетної тематики – Тема № 03-19-20Б «Рекомендації щодо розробки стандартів обслуговування споживачів в засобах розміщення», *розділ: ««Рекомендації щодо розробки основних послуг в засобах розміщення»* (Звіт додається).

ПОСТАНОВИЛИ: заключний звіт з бюджетної тематики Тема № 03-19-20Б «Рекомендації щодо розробки стандартів обслуговування споживачів в засобах розміщення», *розділ: «Рекомендації щодо розробки основних послуг в засобах розміщення»*.

Зав. кафедрою, д. т. н., професор О.Г. Терешкін

Секретар канд. екон. наук, доцент К.В. Каленік