# Роглєв Х.Й.

# Основи готельно-ресторанної справи

**Навчальний посібник. - К.: Кондор, 2005. - 408 с.**

У посібнику систематизовані і викладені теоретичні, методичні і практичні питання управління сучасним готелем. Простежено історію управління готелями, висвітлено основний понятійний апарат, докладно досліджено сучасні функції управління і системи обслуговування в готелі.  
  
У розділах посібника, присвячених функціональному менеджменту, досліджуються комплексні менеджерські функції і бізнес-процеси в готелі. Наведено велику бібліографію.  
  
Посібник призначений для студентів та аспірантів вузів, учених і фахівців з менеджменту й маркетингу, науковців і підприємців.

## зміст

[**Передмова**](https://tourlib.net/books_ukr/roglev_p.htm)[**Вступ**](https://tourlib.net/books_ukr/roglev_v.htm)[**Глава 1. Основи готельної справи**](https://tourlib.net/books_ukr/roglev01.htm)  
[Історія готельної справи. Історія найдавніших готелів](https://tourlib.net/books_ukr/roglev01-1.htm)  
[Від середніх віків до XIX століття](https://tourlib.net/books_ukr/roglev01-2.htm)  
[Розвиток готельної справи в ХІХ-ХХ століттях](https://tourlib.net/books_ukr/roglev01-3.htm)  
[Сучасні міжнародні готельні ланцюги](https://tourlib.net/books_ukr/roglev01-4.htm)  
[Типи сучасних готелів](https://tourlib.net/books_ukr/roglev01-5.htm)  
[Основи гостинності](https://tourlib.net/books_ukr/roglev01-6.htm)  
[**Глава 2. Організаційна структура управління готелем**](https://tourlib.net/books_ukr/roglev02.htm)  
[Побудова організаційної структури готелю](https://tourlib.net/books_ukr/roglev02-1.htm)  
[Типи організаційних структур готелів](https://tourlib.net/books_ukr/roglev02-2.htm)  
[Система менеджменту готелю](https://tourlib.net/books_ukr/roglev02-3.htm)  
[Функції окремих підрозділів готелю](https://tourlib.net/books_ukr/roglev02-4.htm)  
[**Глава 3. Управління обслуговуванням гостей у готелі**](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03.htm)  
[Поняття обслуговування у готелі](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03-1.htm)  
[Правила поведінки персоналу готелів](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03-2.htm)  
[Процес обслуговування гостей у готелі. Функції та обов'язки службовців і працівників готелю щодо надання послуг гостям](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03-3.htm)  
[Види послуг, що надаються в готелях. Додаткові послуги](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03-4.htm)  
[Організація побутового обслуговування](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03-5.htm)  
[Організація прибиральних робіт](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03-6.htm)  
[Підготовка покоївки до роботи](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03-7.htm)  
[Нормативи проведення прибиральних заходів](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03-8.htm)  
[Роботи, пов'язані з оборотом постільної білизни](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03-9.htm)  
[Санітарно-гігієнічні засоби](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03-10.htm)  
[**Глава 4. Служба бронювання і розміщення у готелі**](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04.htm)  
[Процес обслуговування гостей у готелі](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-1.htm)  
[Функції служби прийому і розміщення](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-2.htm)  
[Технологія бронювання місць і номерів у готелі](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-3.htm)  
[Порядок реєстрації і розміщення гостей](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-4.htm)  
[Особливості реєстрації туристських груп](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-5.htm)  
[Види розрахунків із проживаючими](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-6.htm)  
[Видача ключів](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-7.htm)  
[Контроль за ключами](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-8.htm)  
[Електронні замикаючі системи](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-9.htm)  
[Обслуговування](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-10.htm)  
[Охорона грошових коштів](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-11.htm)  
[Виписка з номера готелю й оплата рахунку](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-12.htm)  
[Процедури від'їзду. Методи оплати рахунку](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-13.htm)  
[Нічний аудит](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-14.htm)  
[**Глава 5. Сучасні принципи оформлення інтер'єру та екстер'єру готелів**](https://tourlib.net/books_ukr/roglev05.htm)  
[Будівництво та архітектура сучасних готелів](https://tourlib.net/books_ukr/roglev05-1.htm)  
[Основні блоки приміщень готелів](https://tourlib.net/books_ukr/roglev05-2.htm)  
[Блок групи приміщень громадського харчування](https://tourlib.net/books_ukr/roglev05-3.htm)  
[Блок групи приміщень адміністрації](https://tourlib.net/books_ukr/roglev05-4.htm)  
[Блок приміщень культурно-масового обслуговування](https://tourlib.net/books_ukr/roglev05-5.htm)  
[Блок підсобних і господарських приміщень](https://tourlib.net/books_ukr/roglev05-6.htm)  
[Інтер'єр і озеленення готелів](https://tourlib.net/books_ukr/roglev05-7.htm)  
[Меблі в інтер'єрі](https://tourlib.net/books_ukr/roglev05-8.htm)  
[Декоративні і меблеві тканини](https://tourlib.net/books_ukr/roglev05-9.htm)  
[Колір в інтер'єрі готелів](https://tourlib.net/books_ukr/roglev05-10.htm)  
[Прийоми кольорового вирішення](https://tourlib.net/books_ukr/roglev05-11.htm)  
[Освітлення в інтер'єрі](https://tourlib.net/books_ukr/roglev05-12.htm)  
[Озеленення готелів](https://tourlib.net/books_ukr/roglev05-13.htm)  
[**Глава 6. Інженерно-технічна служба готелю**](https://tourlib.net/books_ukr/roglev06.htm)  
[Водопостачання і теплопостачання](https://tourlib.net/books_ukr/roglev06-1.htm)  
[Каналізація](https://tourlib.net/books_ukr/roglev06-2.htm)  
[Санітарно-технічне обладнання](https://tourlib.net/books_ukr/roglev06-3.htm)  
[Центральне опалення](https://tourlib.net/books_ukr/roglev06-4.htm)  
[Системи вентиляції та кондиціонування повітря](https://tourlib.net/books_ukr/roglev06-5.htm)  
[Освітлення](https://tourlib.net/books_ukr/roglev06-6.htm)  
[Транспортні системи в готелі](https://tourlib.net/books_ukr/roglev06-7.htm)  
[Слабкострумові установки](https://tourlib.net/books_ukr/roglev06-8.htm)  
[Телефонний зв'язок](https://tourlib.net/books_ukr/roglev06-9.htm)  
[Внутрішній оперативний зв'язок](https://tourlib.net/books_ukr/roglev06-10.htm)  
[Радіотрансляційна і телевізійна мережа](https://tourlib.net/books_ukr/roglev06-11.htm)  
[Система безпеки в готелі](https://tourlib.net/books_ukr/roglev06-12.htm)  
[Функції та структура інженерно-технічної служби](https://tourlib.net/books_ukr/roglev06-13.htm)  
[**Глава 7. Сучасні інформаційні технології в управлінні готелем**](https://tourlib.net/books_ukr/roglev07.htm)  
[Вступ до інформаційних технологій в готелі](https://tourlib.net/books_ukr/roglev07-1.htm)  
[Автоматизація управління діяльністю готелю](https://tourlib.net/books_ukr/roglev07-2.htm)  
[Інформаційний центр у готелі](https://tourlib.net/books_ukr/roglev07-3.htm)  
[Інформаційні потоки в системі управління готелем](https://tourlib.net/books_ukr/roglev07-4.htm)  
[Переваги впровадження в діяльність готелю систем автоматизації управлінської діяльності](https://tourlib.net/books_ukr/roglev07-5.htm)  
[Сучасні системи Інтернет-бронювання](https://tourlib.net/books_ukr/roglev07-6.htm)  
[**Глава 8. Управління безпекою готелю**](https://tourlib.net/books_ukr/roglev08.htm)  
[Технологія забезпечення безпеки готелю](https://tourlib.net/books_ukr/roglev08-1.htm)  
[Тактико-організаційні заходи забезпечення безпеки](https://tourlib.net/books_ukr/roglev08-2.htm)  
[Комплекс технічних засобів безпеку](https://tourlib.net/books_ukr/roglev08-3.htm)  
[Пожежна безпека, охорона праці і техніка безпеки в готелях](https://tourlib.net/books_ukr/roglev08-4.htm)  
[Економічна безпека готелю](https://tourlib.net/books_ukr/roglev08-5.htm)  
[**Глава 9. Фінансовий менеджмент готелю**](https://tourlib.net/books_ukr/roglev09.htm)  
[Фінансовий менеджмент готелю](https://tourlib.net/books_ukr/roglev09-1.htm)  
[Вступ у фінансовий менеджмент готелю](https://tourlib.net/books_ukr/roglev09-2.htm)  
[Основи фінансового менеджменту готелю](https://tourlib.net/books_ukr/roglev09-3.htm)  
[Фінансова політика готелю та її найважливіші інструменти](https://tourlib.net/books_ukr/roglev09-4.htm)  
[Аналіз ефективності управління фінансовою діяльністю готелю](https://tourlib.net/books_ukr/roglev09-5.htm)  
[Витрати готелів та їхні види](https://tourlib.net/books_ukr/roglev09-6.htm)  
[**Глава 10. Управління персоналом готелю**](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10.htm)  
[Вступ в управління персоналом](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-1.htm)  
[Функції управління персоналом готелю](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-2.htm)  
[Принципи і структура управління персоналом](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-3.htm)  
[Технологія управління](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-4.htm)  
[Маркетинг персоналу](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-5.htm)  
[Роль кадрового планування в готелі](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-6.htm)  
[Організаційна структура служби управління персоналом готелю](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-7.htm)  
[Функції кадрової служби](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-8.htm)  
[Управління кар'єрою персоналу](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-9.htm)  
[Оцінка і стимулювання праці персоналу](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-10.htm)  
[Роль керівника в управлінні персоналом](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-11.htm)  
[Визначення потреби в персоналі](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-12.htm)  
[Проблема плинності кадрів у готелі](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-13.htm)  
[Методи визначення потреби в персоналі](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-14.htm)  
[Пошук і добір персоналу](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-15.htm)  
[Джерела наймання персоналу](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-16.htm)  
[Нормативно-методичне забезпечення служби управління персоналом](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-17.htm)  
[Правове забезпечення](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-18.htm)  
[Сучасна концепція кадрових служб](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-19.htm)  
[Тренінги персоналу](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-20.htm)  
[Функції навчально-тренінгового центру](https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-21.htm)  
[**Глава 11. Готельний маркетинг**](https://tourlib.net/books_ukr/roglev11.htm)  
[Сутність сучасного маркетингу і його соціально-економічне значення](https://tourlib.net/books_ukr/roglev11-1.htm)  
[Готельна послуга, її специфіка і складові елементи](https://tourlib.net/books_ukr/roglev11-2.htm)  
[Маркетинг готельних послуг](https://tourlib.net/books_ukr/roglev11-3.htm)  
[Управління маркетинговою діяльністю готелю як системою](https://tourlib.net/books_ukr/roglev11-4.htm)  
[Служби маркетингу і продажів готелю](https://tourlib.net/books_ukr/roglev11-5.htm)  
[Організація і проведення маркетингових досліджень](https://tourlib.net/books_ukr/roglev11-6.htm)  
[Сегментація ринку готельних послуг](https://tourlib.net/books_ukr/roglev11-7.htm)  
[Формування пакета готельних послуг](https://tourlib.net/books_ukr/roglev11-8.htm)  
[Нові готельні послуги, особливості їхнього впровадження на ринок](https://tourlib.net/books_ukr/roglev11-9.htm)  
[Позиціювання готельних послуг](https://tourlib.net/books_ukr/roglev11-10.htm)  
[Реклама і пропаганда в готельному бізнесі](https://tourlib.net/books_ukr/roglev11-11.htm)  
[Планування рекламної кампанії](https://tourlib.net/books_ukr/roglev11-12.htm)  
[Паблік рілейшнз(PR) у готелі](https://tourlib.net/books_ukr/roglev11-13.htm)  
[Франчайзинг у системі готельного бізнесу](https://tourlib.net/books_ukr/roglev11-14.htm)  
[**Глава 12. Управління і проектування якості надання готельних послуг**](https://tourlib.net/books_ukr/roglev12.htm)  
[Проблема якості](https://tourlib.net/books_ukr/roglev12-1.htm)  
[Поняття якості послуг](https://tourlib.net/books_ukr/roglev12-2.htm)  
[Якість як економічна категорія](https://tourlib.net/books_ukr/roglev12-3.htm)  
[Менеджмент якості готельних послуг](https://tourlib.net/books_ukr/roglev12-4.htm)  
[Теорія і практика управління якістю готельних послуг](https://tourlib.net/books_ukr/roglev12-5.htm)  
[Основні аспекти проектування і контролю якості послуг](https://tourlib.net/books_ukr/roglev12-6.htm)  
[**Глава 13. Управління товарно-матеріальними ресурсами готелю**](https://tourlib.net/books_ukr/roglev13.htm)  
[Товарно-матеріальні ресурси готелю](https://tourlib.net/books_ukr/roglev13-1.htm)  
[Розрахунок потреби в різних видах матеріальних ресурсів](https://tourlib.net/books_ukr/roglev13-2.htm)  
[Розрахунок запасів матеріальних ресурсів і методика їхнього нормування](https://tourlib.net/books_ukr/roglev13-3.htm)  
[Методика нормування запасів матеріальних ресурсів](https://tourlib.net/books_ukr/roglev13-4.htm)  
[Метод техніко-економічних розрахунків](https://tourlib.net/books_ukr/roglev13-5.htm)  
[Економіко-математичний метод](https://tourlib.net/books_ukr/roglev13-6.htm)  
[Шляхи економії і раціонального використання матеріальних ресурсів у готельному господарстві](https://tourlib.net/books_ukr/roglev13-7.htm)  
[Шляхи підвищення ефективності управління товарно-матеріальними ресурсами готелів](https://tourlib.net/books_ukr/roglev13-8.htm)  
[**Терміни і визначення, що використовються в готельній сфері**](https://tourlib.net/books_ukr/roglev_termin.htm)[**Список використаної та рекомендованої літератури**](https://tourlib.net/books_ukr/roglev_lit.htm)

## Вступ

Значення і роль туризму в наш час для розвитку економіки держав, задоволення запитів особистості, взаємозбагачення соціальних зв'язків між країнами неможливо переоцінити.  
  
Індустрія туризму займає важливе місце в економіці більшості країн. На її частку припадає до 10 % світового валового національного продукту, 11 % світових споживчих витрат. Число туристських поїздок в усьому світі наближається до 600 млн., і, за прогнозами Всесвітньої туристської організації (ВТО), до 2010 р. досягне 937 млн. При цьому слід урахувати, що все населення планети становить 6 млрд. людей. Індустрія туризму входить у число трьох найбільших експортних галузей.  
  
Розвиток індустрії туризму надає великий ринок робочих місць. На сьогодні кожна п'ятнадцята людина на планеті працює в сфері готельного і туристського бізнесу. Наприклад, у Європі майже 10% працюючих зайняті в сфері туризму. При цьому за темпами зростання число зайнятих у сфері туристського обслуговування випереджає інші галузі. У XX ст. туризм перетворився на одне з найбільш вагомих соціальних явищ. Витрати населення на туристські послуги в ряді країн займають третє місце після витрат на харчування і житло.  
  
В економіці сучасної України туризм також займає важливе місце. Одним з пріоритетних завдань Державної програми розвитку туризму в Україні на 2002-2010 pp. є становлення в Україні сучасного високоефективного і конкурентоздатного туристського комплексу.  
  
Реалізація програми передбачає: створення нормативно-правової бази, формування сучасного вітчизняного туристського ринку, поглиблення спеціалізації і кооперації в роботі туристських підприємств, забезпечення умов для розвитку різних видів внутрішнього і в'їзного туризму, інтеграцію України до системи світового туристського ринку, розвиток міжнародного співробітництва в сфері туризму, а також вирішення цілого комплексу завдань у сфері підготовки кадрів для галузі.  
  
Готельний сервіс містить у собі цілий комплекс послуг для туристів і є ключовим чинником, що визначає перспективи розвитку туризму в Україні. Туристські послуги, зокрема й у рамках готельного обслуговування, віднесені до соціально-культурних послуг. Вони будуються на принципах сучасної гостинності, що підвищує їхню роль у розвитку вітчизняного туризму, а також ставить певні завдання в системі підготовки кадрів для туристсько-готельного сервісу.  
  
Для успішного вирішення всього різноманіття завдань з обслуговування гостей персоналові готелів і туристських комплексів необхідно оволодіти професійними знаннями і постійно їх удосконалювати.  
  
Навчальний процес підготовки фахівців у сфері туризму пов'язаний з певними труднощами, серед яких недостатня кількість наукових узагальнень і систематизованих підручників з питань організації обслуговування в готелях і туристських комплексах, використання систем автоматизації обробки даних у готелях тощо.  
  
У посібнику подано відомості про розвиток готельної індустрії на сучасному етапі, наведено класифікації засобів розміщення готельного типу і структуру управління ними, охарактеризовані функції основних готельних служб.  
  
Розглянуто технологію прийому й обслуговування гостей, види і порядок оформлення документації, перераховані вимоги до підготовки номерів, послідовність виконання різних видів прибиральних робіт і правила надання додаткових послуг.  
  
У посібнику докладно розглядається комплекс функцій управління сучасним готелем (управління фінансовими доходами, інформаційними технологіями, готельним маркетингом, безпекою в готелі, товарно-матеріальними ресурсами тощо) приділяється велика увага питанням культури поведінки персоналу готелів, етиці ділового спілкування в сфері готельного сервісу, навчанню персоналу, управлінню і проектуванню якості.

## Глава 1. Основи готельної справи

### *Історія готельної справи. Історія найдавніших готелів*

Створення готелів пов'язане з історією виникнення потреби в подорожах і поїздках, які здійснювалися людьми. Люди, які опинилися далеко від місць свого постійного проживання, мали піклуватися про забезпечення себе харчуванням, притулком і відпочинком.  
  
Подорожі були пов'язані з ризиком, мандрівники йшли на нього не заради власного задоволення: купці розраховували дістати прибуток, прочан кликало в дорогу релігійне натхнення, учених-дослідників-пізнання світу, розширення свого кругозору тощо. Туризм завжди впливав на розвиток готельної справи і, навпаки, від рівня готельної справи завжди залежав розвиток туризму.  
  
У далекі часи Єгипет уже вважався не лише осередком пам'яток культури, про що свідчать виявлені численні написи на пірамідах, залишені екскурсантами і туристами античності, але і лікувальним курортом. Ці потреби спонукали влади займатися спорудженням наметових містечок, павільйонів, усіляких будинків і споруд для подорожуючих, а також організацією їхнього харчування і побутового обслуговування. Накопичені знання і досвід спорудження об'єктів розміщення, зафіксовані в історії Древнього Єгипту, з успіхом використовувалися пізніше в спорудженні подібних об'єктів греками і римлянами.  
  
Готелі в сучасному розумінні були відомі ще в часи Древньої Греції. Споруджувалися вони поблизу місць, де відбувалися громадські свята, поблизу численних храмів, як, наприклад, в Олімпії біля храму Афродіти й інших культових і курортних визначних пам'яток [71].  
  
Мобільність населення в епоху античності була напрочуд високою. Такі події, як Олімпійські ігри, збирали атлетів, глядачів, а також торговців і ремісників (тобто споживачів і постачальників товарів і послуг) з усієї Древньої Греції. В околицях Олімпу будувалися споруди, павільйони для проживання в них атлетів, а також для організації всіляких побутових послуг. Олімпійські ігри були найвідомішим, але не єдиним видовищем Древньої Греції (варто мати на увазі, що термін "ігри" в античному світі мав більш широке значення, ніж у сучасному розумінні, і включав у себе і театральну виставу, і змагання поетів, співаків, музикантів, атакож містерії для посвячених, тобто позначав поняття, аналогічне сучасним фестивалям культури і мистецтва).  
  
Притулок у готелі надавався всім - бідному і багатому, знатному і простолюдинові. Збереглася, наприклад, звістка, що посольство афінян до царя Македонії Филипа Македонського (382-336 р. до н.е.) зупинялося в такому готелі [14].  
  
Власник таверни в Древній Греції пропонував їжу, напої і нічліг. Вино було як домашнім, так і імпортним. До столу подавали сир з козячого молока, хліб з ячменя, капусту, горох, боби і сочевицю. Можна було спробувати також фіги й оливки.  
  
Результати розкопок у південній частині Іраку підтверджують, що вже у п'ятому тисячоріччі до нашої ери, тобто за 7000 років до наших днів, існували хани - місця тимчасового притулку людей. У нижніх поверхах хану частково розміщалися стійла, частину приміщень займав сам хазяїн зі своєю родиною, інші - пристосовані для постояльців. Хани були навіть триповерховими.  
  
У законодавчих актах Кодексу царя Хамураппі зустрічаються правові норми, які дозволяють стверджувати, що готельна справа в той час, - майже 4000 років тому, у Вавилонії, була досить розвинутою. Держава невсипущо наглядала за діяльністю власників таверн. Наприклад, у випадку викриття розведення ними пива водою передбачалася страта [14].  
  
У Римській імперії в зв'язку з розвинутою мережею транспортних шляхів виникали повсюдно приватні постоялі двори і заїзди. Ці дороги призначалися в першу чергу для військових загонів, а також для збирачів податків, купців, окремих верств інтелігенції (художників, архітекторів, лікарів, музикантів і акторів). Істотною приналежністю цих доріг була мережа "поштових станцій", де ті, хто подорожує з державною місією, могли змінювати коней або мулів, а також одержувати їжу і нічліг. На цих станціях можна було замовити послуги гіда, скласти маршрут, одержати карту й опис визначних пам'яток. Недалеко від Рима, у морській гавані Остії, можна було замовити морську подорож. Через низький рівень обслуговування і комфорту в притулках (готелях) для подорожуючих ("hospitium") зупинялися лише в тому випадку, коли була відсутня можливість зупинитися у знайомих або родичів. У притулках (готелях) того часу протікали дахи, але небезпечним було і саме проживання.  
  
У Римі таверни можна було пізнати по колонах, оперезаних ланцюгом фляг, і по червоних ковбасах, що висіли уздовж стін. Підлоги були прикрашені яскравою мозаїкою, а стіни оживляли розвішені картини.  
  
Цікаво, що термінологія індустрії гостинності багато чим зобов'язана римлянам. Слово "hospitality" (гостинність) походить від латинського "hospitium" (госпіції). Однокорінними словами є "host" (хазяїн), "hospice" (притулок), "hotel" (готель, отель) [68].  
  
З появою регулярного державного поштового сполучення (у часи імператора Октавіана Августа - поч. нашої ери) з'явилися і державні постоялі двори. Держава влаштовувала двори в містах і на головних шляхах, якими проїжджали кур'єри і державні службовці з Рима аж до Малої Азії або до Галлії. Створювалися державні постоялі двори, віддалені один від одного на відстань одного дня поїздки конем. По мірі завоювання нових територій і розширення Римської імперії її звичаї, господарська й організаційна структури застосовувалися також у нових провінціях і підкорених країнах. Про те, наскільки серйозно розглядалася в древності надійність закладу, що надавав мандрівникам притулок, харчування і нічліг, свідчить факт особливої зацікавленості держави. Так, у зведенні римських законів була передбачена відповідальність такого закладу за речі гостя. Навіть і сьогодні законодавство ряду держав регулює це питання, грунтуючись на наведених положеннях Римського цивільного права.  
  
В основу організації готельної справи в Римській імперії була покладена розроблена державною владою певна класифікація готелів. Існувало два типи готелів: лише для патриціїв (мансіонес), та для плебеїв (стабулярії).  
  
Римський готель являв собою певний комплекс приміщень досить широкого функціонального призначення: це не лише кімнати для розміщення подорожуючих, але і складські приміщення, стайні, крамниці, майстерні тощо. Готелі, як правило, будувалися з каменю і мали у своєму розпорядженні необхідний перелік послуг. У зимовий час обігрівалися. Деякі готелі обслуговували лише офіційних осіб за спеціальних документах, що видавалися державною владою. Ця традиція збереглася дотепер у формі спеціальних приміщень для особливо важливих персон в аеропортах, вокзалах.  
  
В міру розвитку господарських відносин у Римській імперії зростали вимоги подорожуючих до умов проживання і їхнього обслуговування постоялими дворами. Виникає багато упоряджених і багатих постоялих дворів. Як повідомляє Цицерон, у них були лазні, масажні, пральні, чищення взуття. Спостерігали за порядком, чистотою і дотриманням законності при наданні послуг державні чиновники - еділи. Постоялі двори зобов'язані були вести список гостей і бухгалтерію.  
  
Вавилонських купців можна було зустріти всюди. Відомий лист вавилонського царя до фараона Єгипту, у якому він висловлює своє невдоволення тим, що дороги в Сирії і Палестині небезпечні і його торговельні агенти піддаються грабежу з боку місцевих жителів. Для припинення нападів на купців і забезпечення безпечного проїзду дорогами створюються повсюдно в Сирії, Палестині, Єгипті, Вавилоні караван-сараї.  
  
Караван-сараї, або караванні будинки, служили тимчасовим притулком учасникам караванів. Вони стали попередниками постоялого двору для поштових карет, а пізніше мотелю, і надавали послуги караванам і іншим мандрівникам. Караван-сараї були розташовані на території сучасної Туреччини, Ірану, Афганістану і північної Індії на відстані одного дня шляху один від одного. Типовий караван-сарай складався з внутрішнього дворика для тварин і простих кімнат для мандрівників. По дорозі від сучасного Стамбула до столиці Агри Могхула в північній Індії (Палац Тадж-Махал) мандрівник міг відпочити і знайти захист від бандитів. Приміщення можна було зняти за певну плату [71].  
  
Турки-сельджуки, що побудували багато караван-сараїв, виходили із соціальних міркувань. Кожен мандрівник незалежно від національності і релігії одержував на три дні нічліг з харчуванням, медичним доглядом, а бідняки одержували і нове взуття, і все це - за рахунок держави. Після закінчення цього терміну подорожуючий мав або платити за проживання і надане йому обслуговування, або вирушати далі.  
  
З огляду на наявність великої кількості в'ючних тварин, та вантаж, що перевозився, будувалися караван-сараї у формі великих громадських будівель не лише в містах, але і на дорогах, у населених пунктах. Караван-сарай був одночасно постоялим і торговельним двором.  
  
Особливо велике поширення вони набули в IX-XVIII століттях у зв'язку із зростанням міст і посиленням транзитної караванної торгівлі. Найбільш поширені два типи караван-сараїв: зальні і з внутрішнім двором. Зальні караван-сараї (зустрічаються у Вірменії) - це прямокутні будинки, розділені на нефи. Середній неф призначався для людей і товарів, у бічних нефах знаходилися тварини.  
  
В другому типі караван-сараїв для розміщення людей і збереження товарів служили відкриті у внутрішній двір невеликі приміщення, розташовані в один або кілька ярусів, тварини знаходилися в дворі. Караван-сараї на дорогах зміцнювалися оборонними стінами або приєднувалися до ремісно-побутових передмість і культових будівель. На транзитних шляхах караван-сараї стали втрачати своє значення з розвитком залізниць і інших сучасних видів транспорту.  
  
Один зі збережених до сьогоднішнього часу караван-сараїв знаходиться в Іспанії в Гренаді. Навколо внутрішнього двору на трьох поверхах розташовані номери. Такі караван-сараї зустрічаються й у Стамбулі.  
  
У Туреччині збереглося понад сто караван-сараїв, однак вони не функціонують, хоча доступні екскурсантам як музеї.

## Глава 1. Основи готельної справи

### *Від середніх віків до XIX століття*

Масові поїздки купців, підмайстрів, духівництва, а також численних у середньовіччя пілігримів і прочан дають новий напрямок у формах надання притулку. Спочатку цей притулок був безкоштовним, заради любові до ближнього, що надавався монастирями, церковними організаціями, князівськими дворами тощо. Основним юридичним актом для наступного періоду розвитку готельної справи був едикт Карла Великого (768-814 p.), імператора Великої Римської імперії, що накладав на монастирі і церкви обов'язок утримання «госпіціїв», які надають мандрівникам нічліг, харчування, лікувальну допомогу і ванну. Особливий розвиток ці госпіції одержали у Швейцарії, яка завдяки цьому має найстаріші готельні традиції і до сьогоднішнього дня користується у світі найвищим авторитетом у цій сфері.  
  
Згодом церква стала відігравати вирішальну роль у житті суспільства і була єдиним авторитетом, який визнавали в будь-якій країні. Монастирі й інші релігійні пристановища приймали мандрівників (і вітали пожертви). Багато монастирів були раді гостям. Багатих і знатних саджали поруч з головним прелатом, у той час як бідняків розміщували і годували в окремих приміщеннях.  
  
Розцінок на кімнати не було, однак завжди очікувалися пожертви. Часто бувало, що монастирський охоронець, чиїм першорядним завданням було стояти біля воріт (воротар), також розпоряджався і приміщеннями для гостей. Слід зазначити, що вже в той час церква управляла першим «готельним ланцюгом».  
  
Згодом безкоштовний притулок починає перетворюватися в спеціальні, розраховані на отримання прибутку, підприємства. Ці установи в результаті постійного зростання вимог з боку мандрівників і по мірі технічного прогресу, який одночасно відбувався, набували усе новіших і різнобічніших форм, перетворюючись на готельні підприємства, схожі на сучасні.  
  
У християнському світі паломництво в країну, де відбувалися божественні діяння святих, увійшло в звичай у IV столітті. Уже з цього часу зустрічаються путівники по священних місцях із указаниям храмів, а також постоялих дворів або госпіціїв, у яких прочани можуть знайти тимчасовий притулок. «Госпіції - странноприймальні будинки, установи на зразок готелів з характером монастиря. Ченці, що знаходяться в них, і брати-прислужники складають невеликі окремі ордени. Госпіції влаштовувалися в населених місцях і давали притулок усім мандрівникам.  
  
Із зміцненням феодальної влади з'являється необхідність забезпечення тимчасового перебування впливових державних осіб. Біля шляхів будуються постоялі двори, призначені для державних службовців. До нашого часу збереглися руїни деяких пришляхових постоялих дворів [88].  
  
На звання найстарішого з існуючих постоялих дворів претендує постоялий двір «У півня, що б'ється,» у містечку Сент-Албанс (Англія), заснованому приблизно в 795 році. Приблизно в той самий час з'являються перші відомі правові акти, що узаконюють правовий статус постоялих дворів.  
  
Центром міжнародної торгівлі в ІХ-ХІ століттях був Константинополь, куди з'їжджалися купці з півночі і півдня - болгари, вірмени, росіяни, араби, італійці. Звідси товари поширю-валися вже по всій Європі. Для притулку прибуваючих у місто будувалися вітальні двори, деякі з них збереглися дотепер.  
  
Створенню аналогічних готельних підприємств сприяли і знамениті ярмарки у Франції (у Сен-Дені, Труа), в Італії (у Феррарі, Павії), у німецьких князівствах (у Вормсі, Кельні, Майнці, Шлейрі) тощо.  
  
У Європі світська традиція «платної гостинності» пов'язана із зростанням міст. Не випадково перші заклади такого роду за назвою taberna perpetua (цілодобова торгівля вином) з'явилися на Рейні та Мозелі (найважливіша торговельна дорога Середньовіччя). Відомості про них містяться в резолюції місцевого архієпископа VIII століття, що забороняла духовним особам відвідування цих «злачних місць». У народних піснях і баладах часто зустрічаються мотиви, пов'язані з ночівлею втомленого подорожанина (солдата, підмайстра, купця тощо) під гостин-ним (або негостинним) дахом. На постоялих дворах хазяїн часто тримав спеціальну кімнату, призначену для ночівлі гостей. Постоялі двори розташовувалися звичайно на перетині важли-вих торговельних доріг або в центрі міста на ринковій площі, де знаходилися головний собор і ратуша [95].  
  
Хрестові походи, що почалися в 1096 році і продовжувалися наступних 200 років, зокрема допомогли організувати торгівлю, що призвело до підйому середнього класу. Побічно Хрес-тові походи сприяли відродженню постоялих дворів, спочатку в північній Італії. Готельна справа стала там ґрунтовним бізнесом. Гільдії власників постоялих дворів процвітали, встановлюючи правила і статути для своїх членів і для гостей. Наприклад, у Флоренції в 1282 році гільдія власників постоялих дворів контролювала цей бізнес до такої міри, що міські чиновники опитували мандрівників прямо біля міських воріт і направляли їх у гільдію, де їх розподіляли по певних готелях.  
  
Готелі існували у великих містах і на перехрестях, біля переправ. Будинки були більше схожі на притулки з мінімумом меблів. Очерет, що кидали на земляну або кам'яну підлогу, служив як килимом, так і поверхнею, на котру зручно було кидати кістки й інші залишки їжі. У головній кімнаті уздовж стін були розкладені матраци, на яких спали. Харчування було особистою справою кожного, тому що більшість гостей привозило свою власну їжу.  
  
У XV столітті в деяких готелях вже було від 20 до 30 кімнат. Георгіївський готель, один з найбільш відомих, мав винний підвал, комору, кухню, кімнату для господаря і господарки, був і спеціальний працівник, що доглядав за кіньми. Кімнати для гостей, або номери, були названі на честь відомих людей, міст або видатних чиновників. Серед них були кімнати «Граф», «Оксфорд», «Сквайр», «Лондон» тощо.  
  
Готелі і таверни можна було впізнати за вивісками із простими символами, а не словами, оскільки багато хто не вмів читати. Таким чином, було багато готелів «Лев», «Золоте Руно», «Білий заєць», «Чорний лебідь», «Дельфін» тощо [20].  
  
Наприкінці XVIII століття назви стали містити слово arms (зброя), наприклад, «King's Arms» («Зброя короля»). Виставлена напоказ зброя лорда в готелі часто означала, що готель зна-ходився на території, що належала певному знатному родові, і була під його захистом. Деякі геральдичні знаки належали споконвічним власникам землі, на якій розташовувався готель, або ж бувало, що власник готелю, що вийшов зі слуг, повинний був використовувати зброю або відзнаки свого колишнього господаря. Навіть зараз існують 400 пивних, названих «Голова короля», 300 з назвою «Голова королеви» і більше тисячі зі словом «корона» у назві.  
  
У деяких готелях були відкриті галереї, на які можна було піднятися сходами, що знаходилися зовні. Згодом ці галереї відгороджувалися від непогоди. Стійла для коней, приміщення для запрягання знаходилися у внутрішньому дворику. Спеціальне пристосування у куті слугувало для того, щоб особливо огрядні постояльці могли піднятися на коня. У більш великих готелях під стайнею було приміщення для посильних, що розносили пошту.  
  
У багатьох готелях був сад і галявина для гри в кулі. Деякі готелі мали броварні і варили своє власне пиво. Довга кімната (для зборів) з великим каміном служила місцем проведення бан-кетів і танців.  
  
Розвиткові готельної справи побічно сприяв англійський король Генріх VIII. Прочани, що йшли головними шляхами до великих соборів, могли зупинятися на два дні в приміщеннях, прибудованих до абатства або монастиря, де їх розміщували і годували відповідно до їхнього статусу. Коли Генріх VIII у 1539 році звелів, щоб церковні землі були відділені від них або продані, зникла роль монастирів як пристановища для мандрівників. Як результат, стала процвітати готельна справа. Перепис 1577 року виявив 14202 пивних, 1631 готелів і 329 таверн в Англії й Уельсі.  
  
Задовго до того, як з'явилася національна поштова система, окремі готелі повинні були мати стайні і коней для використання їх королівською поштою. Це також сприяло розвиткові готелів.  
  
У середині 1600-х років деякі готелі стали випускати неофіційні грошові знаки, які шановані власники готелів гарантували викупити за гроші королівства. Подібний дозвіл випускати монети (торговельні знаки) означав, що готелям і їх власникам у той час приділяли особливу увагу.  
  
Англійський готель був місцем різноманітних розваг. Існували різні ігри з дротиками і гральними кістьми, доміно, більярд і bagatelle (гра, схожа на більярд). Мали успіх і півнячі бої. Ті, хто віддавав перевагу активним видам розваг, використовували готелі як місця зборів для риболовлі, стрільби, полювання, зокрема соколиного. Кровожерливі могли насолоджуватися цькуванням ведмедів і биків собаками, а також киданням каменів у півнів. Собачі бої і бокс на голій землі теж були популярними. Однак головним способом проведення часу вважалося вживання пива, елю, вина, а пізніше джину.

### *Розвиток готельної справи в ХІХ-ХХ століттях*

Подальший розвиток різних форм туризму створював постійно зростаючі потреби в готелях і закладах харчування. Виникають великі готелі, розміщені в спеціально для цієї мети по-будованих будівлях типу приватних резиденцій або ж чудових державних особняках. Звідси ж походить французька назва «отель», що означає міський палац магната, місце перебування представника іноземної держави або міської влади.  
  
Необхідно відзначити, що Бурбонський палац (сьогодні - місце засідань палати депутатів Франції) у путівнику Парижа, виданому в XVIII столітті, значиться як «готель принца Конде».  
  
Таким чином, у той час назва «отель» надавалася палацам або будинкам палацового типу, передбаченим для розміщення в них важливих гостей, крім основного палацу, у якому проживав сам власник «отелю». Як правило, у такому палаці знаходилися гості, їхня прислуга тощо.  
  
Зі стародавніх готелів, яких у Парижі сотні, особливо цікавий готель Карнавалі (будівництво почато в 1544 році) і готель Клюні (побудований у XVI ст.).  
  
У XIX столітті зростають запити готельної клієнтури, переважно багатої, і все більше підвищується комфорт і рівень оснащення готелів. Виникають свого роду величезні готельні комбінати з фешенебельними ресторанами і кафе, що знаходилися при них [94].  
  
XIX століття стало переломним у розвитку готельного господарства. Разом з перенесенням назви «отель», що позначала раніше приватну міську резиденцію французького аристократа, на будинок, що служить тимчасовим місцем перебування кожного подорожуючого, що має достатню кількість грошей, почався період будівництва постоялих дворів-готелів палацового типу і підвищеної комфортності по всій Європі. Приплив заможних англійців і американців у Європу змінює традиційну культуру готельних послуг - вони набувають усе більш і більш уніфікованого і стандартизованого характеру. Саме тоді в ужиток входять англійські слова «експрес», «комфорт», «дизайн». З кінця XIX століття в Європі (насамперед у Швейцарії) починають будувати сучасні готелі з високим рівнем комфорту. На зміну традиційним готелям зі скромними назвами («Англійський двір», «Стара пошта» тощо) з'являються розкішні готелі під звучними назвами: «Брістоль», «Метрополь», «Палас», «Савой», «Ексельсіор» або просто «Гранд-Отель», позбавлені будь-яких зв'язків з місцевими традиціями.  
  
Кінець XIX століття - це час, коли співіснують старі традиції подорожей як виду дозвілля, пов'язаного з певною культурою і світовідчуттям, з одного боку, і нові форми готельного сервісу, пов'язані з цивілізацією індустріального суспільства -з іншого. Якщо в таких країнах, як Англія або США, уже сформувався спосіб життя, характерний для індустріального суспільства, то в країнах Східної і Південної Європи або, наприклад, в Іспанії багато в чому зберігалися старі, «доіндустріальні» форми побуту і культури.  
  
Відповідно, у туристів, які представляли країни, що знаходилися на «різних полюсах» технічного прогресу, були різні уявлення про комфорт. Незважаючи на критику з боку захисників культурних традицій, технічний прогрес і цивілізація з такими їхніми атрибутами, як розширення і модернізація сфери готельних послуг, були нестримні. З кінця XIX століття готельний бізнес починає діяти як самостійний фактор розвитку туризму - він формує для себе ринки збуту готельного продукту. Туризм досить швидко починає набувати ознак «масовізації». Створюються туристські бюро (за зразком Товариства Томаса Кука) і рекламні агентства, що спеціалізуються на рекламі готельних послуг.  
  
Підвищення якості та надійності транспортних перевезень у сукупності з їхнім здешевленням обумовили істотне збільшення потоків подорожуючих. Відповідно повсюдно виникали перші підприємства, що спеціалізувалися на обслуговуванні тимчасових відвідувачів. На зміну скромним пансіонам і «кімнатам для гостей» у будинках священнослужителів, монастирях і релігійних місіях відкриваються перші комфортабельні (якщо не сказати розкішні) готелі. У 1812 році в центральній Швейцарії вступає в дію готель «Риги-клес-терли», у 1832 - готель у м. Фаульхорн. У 1801 році в Німеччині відкривається першокласний готель «Бадише Хоф» у Баден-Бадені, у 1859 у Швейцарії - «Гранд-отель Швайцер-хоф» у м. Інтер-лакені. У Німеччині на межі XVIII-XIX століть виникають перші курорти мінеральних вод - у Хайлигендамі, Нордернеї, Травемюнді. У цей період становлення туризму будувалися в першу чергу розкішні готелі, що обслуговували представників аристократичних кіл, «нового дворянства», вищого офіцерства.  
  
Залежно від пори року еліта або перебувала на французькій чи італійській Рив'єрі, або відпочивала на термальних курортах Швейцарії і Німеччини, або починала тривалі подорожі в Північну Африку, Єгипет, Грецію. Багатоваріантність можливих місць відпочинку обумовлювалася обов'язковою наявністю комфортабельних готелів.  
  
З кінця XIX і початку XX століття різко збільшується кількість готелів не лише в Європі, але і на Близькому Сході, в північній частині африканського континенту та Північній Аме-риці.  
  
В Австро-Угорщині в 1913 році існувало вже 15 тис. готелів. В основному це були невеликі готелі, але поряд з ними будувалися і великі. Ці готелі мали загальну місткість номерного фонду 500 000 місць. Тобто, місткість кожного готелю складала 30-35 місць. Одне готельне місце приходилося на 80 жителів країни.  
  
У Німеччині в тому ж 1913 році було 90 тис. готелів, як правило, теж дрібних. Швейцарія та Італія починають посилено розробляти золоту жилу туризму, широко використовуючи істо-ричні й архітектурні пам'ятники. Важливою подією з'явилося відкриття в Дюссельдорфі інституту готельної справи.  
  
Загальним завданням готельного руху, створенню єдиної класифікації готелів та інших важливих питань цієї галузі повинний був служити Міжнародний Союз власників готелів, що об'єднав 1700 готелів у різних країнах світу [ 106].  
  
Готелі почали надавати масові і різноманітні послуги після закінчення Другої світової війни. Саме в цей період туризм набуває дійсно масового характеру: із предмета розкоші він стає потребою для більшості населення високорозвинених індустріальних країн. Формується могутня індустрія відпочинку зі своїми інститутами, продуктом, виробничим циклом, методами організації і управління виробництвом. У західноєвропейських країнах 50-60-і роки - це період масового будівництва готелів, мотелів, різноманітних розважальних закладів.  
  
Аналізуючи масове будівництво готелів, швейцарський професійний журнал «Hotel Revue» ще в грудні 1958 року констатував: «...готелі зростають, як гриби...»  
  
В Америці перший постоялий двір з'явився в 1607 році. Американські постоялі двори вели своє походження від англійських постоялих дворів. їхнє число збільшувалося у міру того, як європейські переселенці освоювали все нові й нові території. Це були однотипні будівлі, призначення яких можна було взнати ще здалека. Як і в Європі, постоялі двори в Америці будувалися і як житло для господарів, і як тимчасовий притулок для мандрівників, але це ще не були комерційні підприємства. Якісні зміни стали відбуватися лише наприкінці XVIII століття.  
  
У 1794 році з'явився перший комерційний готель, побудований винятково з метою обслуговування клієнтів. Відкриття готелю «Сіті Отель» у Нью-Йорку було початком будівництва дуже скромних за сьогоднішніми мірками готелів і в інших містах. Усі приміщення - як для відпочинку, так і для прийняття їжі - носили комунальний характер. У 1829 році в Бостоні відкрився готель «Тремонт», перший в країні готель першого класу, що став, по суті, детонатором готельного буму в США, який пронісся спочатку по містах Східного узбережжя, а потім по Середньому Заходу, Заходу і Півдню.  
  
До кінця XIX століття вже були розповсюдженими два типи готелів - великі і розкішні, а також маленькі і застарілі. Усі ці готелі будувалися поблизу міських транспортних вузлів, головним чином залізничних.  
  
Перші роки XX століття вважаються часом початку будівництва готелів для бізнесменів і комерсантів. Першим це зрозумів Елсворт Статлер. У 1908 році він відкриває готель у Буф-фало за назвою «Буффало Статлер». Це була принципово нова концепція в готельній справі, заснована на наданні клієнтам максимальних зручностей. Що особливо важливо, цей перший у своєму роді готель був орієнтованим винятково на бізнесменів.  
  
У роки Першої світової війни готельне будівництво в США припиняється. Багато готелів у той період ледь зводили кінці з кінцями. Подальший розвиток готельної індустрії відновився в 20-і роки. У цей період технології готельного бізнесу досягли свого найвищого рівня. Саме в цей час почав розвиватися готельний бізнес Конрада Хілтона.  
  
У 30-і роки, у середині періоду Великої депресії, цей бізнес знову занепав. Це було найбільше лихо, яке коли-небудь випадало на долю готельної індустрії США. Відродження індустрії гостинності почалося лише на початку 40-х років.  
  
Друга світова війна, на відміну від Першої, диктувала необхідність значних переїздів територією США великої кількості людей, що не могло не позначитися на готельній індустрії. Потреба в номерах у той час була настільки велика, що готелі були змушені працювати зі 100% навантаженням.  
  
Після Другої світової війни, у 50-і роки, відбулися значні зміни. Як відповідь на зміни в американському способі життя з'явилися мотелі. У 1952 році Кемонс Уілсон побудував один з перших готелів для автомобілістів «Холідей-Інн». В цей час американці почали більше подорожувати, що вимагало нових типів готелів. Виникла необхідність у приміщеннях, зручних для сімейного розміщення, але без необхідності оплати всього комплексу послуг, пропонованих готелем. Поява мотелів з обмеженим набором послуг за більш низькими цінами була найкращим рішенням.  
  
Зростання числа і популярності мотелів як нової готельної концепції створило значну напруженість у відносинах між власниками цих двох видів підприємств розміщення. Справа в тому, що перевага, яка віддавалася клієнтами мотелям, робила багато невеликих готелів більш ранньої побудови неконкурентоспроможними. Багато з них були змушені закритися назавжди. Боротьба набувала в деяких місцях драматичного характеру, не обходилося і без підпалів та вбивств. Мир настав лише в 60-х роках, коли власники традиційних готелів сприйняли нарешті цю «нову ідею», усвідомивши, що вона є необхідним доповненням до готельної індустрії США.  
  
Визнання нової готельної концепції проявилося в прийнятті власників мотелів і готелів для автотуристів до Американської Готельної Асоціації, що трохи пізніше була перейменована в Американську Асоціацію Мотелів і Готелів (ААМГ) [17].  
  
Після Другої світової війни в американському готельному бізнесі стали з'являтися нові тенденції. Найбільш вагомим став вихід на міжнародний ринок послуг.  
  
Кілька перших готелів «Інтер-Континентал» були побудовані авіакомпанією Пан-Амерікен. У 1948 році Конрад Хілтон також включився до цієї нової міжнародної справи.  
  
Незважаючи на ці кроки, американський вплив у світі був незначним аж до кінця 60-х років. Лише на початку 70-х американська готельна експансія почала набувати глобальних розмірів.  
  
До кінця 80-х років весь діловий світ з неослабною увагою стежив за розвитком таких готельних ланцюгів, як «Маріотт», «Рамада», «Шератон», «Редісон». На сьогодні процес розширення американської готельної мережі за кордоном продовжується, хоча і не настільки високими темпами.  
  
У самих Сполучених Штатах з кінця 60-х років склалася дуже сприятлива ситуація для розвитку готельної індустрії. Було створено багато ланцюгів готелів і мотелів, змінився і зовнішній вигляд готельних приміщень.  
  
У післявоєнний період у США відбулося різке, як у жодній країні світу, збільшення обсягу капіталовкладень у будівництво нових готельних комплексів. Із середини 50-х років капіта-ловкладення в створення нових видів готельних підприємств зросли більш ніж у 20 разів, склавши в 1967 році 1,7 млрд доларів. У результаті місткість номерного фонду мотелів, готелів, трейлерних парків, спортивних і рекреаційних таборів, а також усіляких спеціалізованих підприємств відпочинку і розваг (пансіонатів, туристських баз тощо) істотно збільшилася, зазнавши помітних змін, що відбивають зрушення в характері попиту й у структурі рекреаційних галузей.  
  
Статистика США свідчить, що з 1958 по 1977 рік число підприємств індустрії готельного сервісу зросло зі 180 тис. до 247,5 тис, а в розрахунку на 10 тис. чоловік приходилося чоти-ри готельних підприємства, з яких два були мотелями, а два приходилися в середньому на готелі, кемпінги, туристські табори тощо. Загальне розширення готельного фонду в 60-70-і роки минулого століття (на чверть - з 2,1 до 2,6 млн номерів) відбулося за рахунок розвитку мотелів: з 1958 по 1977 рік число номерів у мотелях збільшилося більш ніж у 2 рази - з 0,6 до 1,3 млн  
  
При спорудженні фешенебельних готелів обов'язковими стали такі спортивно-розважальні елементи, як плавальні басейни сучасних конструкцій закритого і відкритого типу, сауни, солярії, гімнастичні і спортивні зали з кабінетами для масажу, косметичні салони, бари, нічні клуби.  
  
Що стосується готельного бізнесу, то в його післявоєнному розвитку чітко виділяються два періоди: перша хвиля насичення активними елементами основного капіталу прийшлася на середину 50-х років; друга - на кінець 60-х - початок 70-х. За цей час у готельних послугах у плані їхнього технічного оснащення відбулися істотні зміни: наприклад, невід'ємними елементами готельного сервісу в готелях високого класу стали кондиціонери повітря з апаратурою для індивідуального контролю, телевізійна система в номерах з автономною демонстрацією фільмів, індивідуальна сигналізація, більш досконалі засоби зв'язку тощо.  
  
Зростання ролі сучасного готелю як місця проведення конгресів вимагало відповідного ускладнення його технічних характеристик. Так, готелі великої готельної корпорації «Шера-тон» мають конференц-зали, технічне оснащення яких включає систему синхронного перекладу, бездротові мікрофони, проектори й інше устаткування.  
  
Багато готелів США переходять в обслуговуванні клієнтури на електронну систему управління і резервування місць. Ця система, розроблена спеціально для готельного сервісу, забезпечує виконання ключових операцій - таких, як розподіл номерів, контроль за використанням телефонів, перевірка рахунків тощо. Великі корпорації «Рамада іннз», «Холідей іннз» та інші, які мають розгалужену мережу готельних підприємств, використовують єдину систему бронювання місць. У 1975 році в США була встановлена загальнонаціональна система електронного резервування місць у готелях - «Індепендент резервейшнз сістем», що зберігає дані про наявність номерів більш ніж у 1500 готелях і мотелях у кожному великому місті країни.  
  
Використання засобів малої механізації й автоматизації в готельному сервісі вимагало застосування кваліфікованої праці. Число операторів ЕОМ, програмістів на перфораторах, портьє-операторів нараховувало в 1970 році 1,8 тис. чоловік.  
  
Здешевлення ЕОМ, випуск міні- і мікрокомп'ютерів збільшили можливості їхнього використання: якщо в 60-х роках лише готельні ланцюги і великі незалежні готельні фірми застосовували ЕОМ, то через десятиліття до їх послуг звернулися і дрібні фірми готельного сервісу. Економічні вигоди від цього були досить відчутними. Слід особливо зазначити, що автоматизація ряду готельних операцій стала одним із вдалих рішень проблеми наймання обслуговуючого персоналу готелів, яка постійно в той час ускладнювалася. Це стосувалося в першу чергу працівників низької кваліфікації, нестачу яких мали тоді багато готелів США.  
  
Більш того, саме нестача обслуговуючого персоналу, що виконував фізичну працю, змусила багато готелів автоматизувати ряд операцій: ліфти без ліфтерів, прямі телефони, машини для виготовлення льоду, що розташовувалися на кожному поверсі, тощо.  
  
Підготовці кваліфікованих кадрів для галузей індустрії гостинності в США приділялася велика увага. Випускалися підручники з готельного і ресторанного господарства, видавалися спеціальні періодичні видання, наприклад журнал «Хоутеленд кетерінг рев'ю». Посадові особи і управляючі повинні були мати спеціальну підготовку в обсязі програм університетів або коледжів. У кожному штаті відкрилися готельні школи з різними програмами навчання.  
  
Найбільшими центрами професійної освіти були й залишаються спеціальні кафедри при університетах. Найбільш відома школа Управління готелями при Корнельському університеті, створена в 1922 році. Програма навчання в ній розрахована на чотири роки. Провідна готельна корпорація «Холідей іннз» має власний «Університет Холідей іннз», завдання якого - підготовка обслуговуючого персоналу для готелів цієї фірми. Цей ун-іверситет був відкритий у 1972 році, щорічно на трьох його факультетах - освіти, обслуговування і дослідницької діяльності - навчається 5 тис. готельних працівників.  
  
З огляду на розширення масштабів туризму, у деяких університетах США почали готувати фахівців відповідного профілю. Обстеження показали, що з початку 60-х років інтерес сту-дентів до курсів, пов'язаних з організацією природних парків, будівництвом рекреаційних об'єктів, обслуговуванням відпочиваючих, неухильно зростає.  
  
Насичення ринку готельних послуг призвело до необхідності здійснення більш детальної їх сегментації з метою успішного продажу певним категоріям споживачів. Знову стали по-трібними комерційні і конгресні готелі. Почалося відродження популярних раніше курортів.

### *Сучасні міжнародні готельні ланцюги*

Важливе значення в розвитку сучасного готельного бізнесу мають готельні ланцюги. Вони дозволяють просувати на світовий туристський ринок високі стандарти обслуговування, а також сприяють підтримці готельного обслуговування туристів.  
  
Готельні ланцюги сприяють поширенню і значному підвищенню рівня організації виробництва й обслуговування туристів, створенню певного образу готельного обслуговування.  
  
У таких готелях в інших незнайомих країнах турист почувається майже як удома, у знайомій і комфортній обстановці.  
  
З 1950-х pp. в організаційній структурі управління готелями у світовій готельній індустрії утвердилися різні моделі організації готельної справи.  
  
Перша модель - модель Ритца, пов'язана з ім'ям швейцарського підприємця Цезаря Ритца. Багато престижних готелів світу мають його ім'я (наприклад, готель «Ритц» у Парижі).  
  
Основна ставка в цих готелях робилася на європейські традиції вишуканості й аристократизму. На сьогодні ця модель зазнає кризи.  
  
Інша модель пов'язана з ім'ям американського підприємця Кемансі Уїльсона (готельний ланцюг «Холідей інн»). Модель відрізняється більшою гнучкістю в задоволенні потреб клієнта у поєднанні з додержанням досить високих стандартів обслуговування.  
  
Основні вимоги в готельних ланцюгах, організованих за цією моделлю, такі:  
  
- єдність стилю (архітектура, інтер'єр);  
- єдність позначень і зовнішньої інформації;  
- просторий і функціональний хол;  
- швидкість реєстрації клієнтів;  
- номери, передбачені для постійних клієнтів;  
- сніданок «шведський стіл»;  
- наявність конференц-залу;  
- гнучка система тарифів;  
- єдине управління, маркетинг і служба комунікації.  
  
Під контролем готельних ланцюгів, побудованих за другою моделлю, знаходиться понад 50% усіх готельних номерів у світі.  
  
Третя модель - незалежні готельні ланцюжки (наприклад, « Best Western»). У цьому випадку під єдиною торговельною маркою з'єднуються готелі, що дотримуються певних стандартів і надають певний набір послуг незалежно від країни розташування.  
  
Готелі - члени ланцюга - платять внески до єдиного фонду, що витрачається на спільну рекламну і маркетингову діяльність, просування продукту. При цьому цілком зберігається їх фінансово-економічна й управлінська самостійність. Можливе і поєднання другої моделі з третьою. Приклад - ланцюг готелів «Аккор». Це найбільший готельний ланцюг у Європі. Він  
  
пропонує готелі різних класів і виступає на ринку під різними марками. Марки «Пульман», «Софітель», «Новотель» - це готелі вищого класу. Марки «Алтеа/Меркур» - середнього класу.  
  
При входженні до ланцюга готель зовсім необов'язково має стати його власністю. У цьому випадку, відповідно до договору, укладеного великими готельними ланцюгами (франшизо-давцями) і незалежними готелями, що вступають у ланцюг, останнім надається право використовувати в комерційних цілях фірмовий знак ланцюга, технічну і комерційну інформацію, інформаційні системи бронювання, технічну допомогу, право на навчання персоналу тощо. Франшизне підприємство сплачує за це обумовлену в договорі компенсацію [84].  
  
У табл. 1.1 наведена перша десятка готельних ланцюгів світової готельної індустрії.

*Готельні ланцюги світової готельної індустрії*

|  |  |
| --- | --- |
| >Hospitaliti Franchise System Blanstone Part. | США |
| >Holiday Inn World wide | Англія |
| >Best Western International | США |
| >Accor | Франція |
| >Choice Hotel International | США |
| >Marriott International | США |
| >ITT Sheraton Corp. | США |
| >Promus Corp. | США |
| >Hilton Hotel Corp. |  |

### *Типи сучасних готелів*

Сучасний розвиток готельної справи у світовій практиці пропонує клієнтові (споживачеві готельних послуг) різноманітний готельний сервіс залежно від цін, що складаються на ринках цих послуг. Щороку засоби масової інформації повідомляють численну клієнтуру про нові форми діяльності в цьому виді сервісу.  
  
Велика розмаїтість підприємств готельного сервісу, а також періодична поява нових їх видів робить будь-яку систематизацію типів і характеристик підприємств розміщення досить умов-ною. Сучасні готелі відрізняються за призначенням, місткістю, поверховістю, типами конструкцій, рівнями комфорту, режимами експлуатації (цілорічні, сезонні), місцем розташування (місто, курорт тощо), функціональним призначенням, забезпеченістю харчуванням, тривалістю проживання в них, рівнями цін. Усі ці фактори враховуються при проектуванні і впливають на склад приміщень готелю, архітектурно-планувальну структуру будівлі тощо. Основні ознаки, що характеризують готелі, це: місткість, поверховість, призначення і рівень комфорту.  
  
Класифікація готельних підприємств за рівнем комфорту відіграє величезну роль у вирішенні питань управління якістю готельних послуг. Рівень комфорту - це комплексний критерій, складовими якого є:  
  
- стан номерного фонду: площа номерів (м2), частка одномісних (однокімнатних) номерів, частка багатокімнатних номерів, номерів-апартаментів, наявність комунальних зручностей тощо;  
- стан меблів, інвентарю, предметів санітарно-гігієнічного призначення тощо;  
- наявність і стан закладів харчування: ресторанів, кафе, барів тощо;  
- стан будівлі готелю, під'їзних шляхів, облаштованість прилягаючої до готелю території;  
- інформаційне забезпечення і технічне оснащення, утому числі наявність телефонного, супутникового зв'язку, телевізорів, холодильників, міні-барів, міні-сейфів тощо;  
- забезпечення можливості надання ряду додаткових платних і безкоштовних послуг.  
  
Перераховані критерії застосовуються практично у всіх наявних сьогодні у світі системах класифікації готелів. Крім того, ряд вимог висувається до персоналу і його підготовки: зовнішнього вигляду, віку, стану здоров'я, освіти, кваліфікації, знання іноземних мов.  
  
Рівень комфорту на сьогодні лежить в основі понад тридцяти відомих у світі систем класифікації готелів. Найбільш розповсюдженими серед них є такі:  
  
- європейська, або, як часто її називають, система «зірок», що базується на французькій національній системі класифікації, в основі якої лежить розподіл готелів за категоріями від 1 до 5 зірок. Така система застосовується у Франції, Австралії, Угорщині, Єгипті, Україні, Росії і ряді інших країн;  
- система букв (А, В, С, D), що використовується в Греції;  
- система «корон», що застосовується у Великобританії,  
- індійська система.  
  
Що стосується країн, що розвиваються, то тут найбільш поширена індійська система класифікації, що також включає 5 категорій:«1 зірка», «2 зірки», «З зірки», «4 зірки», «5 зірок», які надає спеціальна комісія на основі бальної оцінки. За цією системою відповідність готелів вимогам для даної категорії оцінюється в балах, при цьому по кожному пункту встановлюється максимально можлива оцінка. Для одержання тієї або іншої категорії необхідно набрати встановлену для даного класу мінімальну суму балів, причому їхня кількість по кожному пункту має складати не менше 50% максимальної оцінки.  
  
У кожній окремій державі до розуміння рівня комфорту як критерію класифікації підходять по-різному. Саме ця обставина, а також ряд факторів, обумовлених культурно-історичними і національними традиціями держав, перешкоджають введенню у світі єдиної класифікації готелів. У цьому напрямку залишається сьогодні безрезультатною діяльність Всесвітньої туристської організації (ВТО), Комітету готельної і ресторанної індустрії ЄС, Міжнародної готельної асоціації (МГА). ВТО запропонована лише стандартна класифікація засобів розмі-щення: мотелі; молодіжні готелі; пансіонати; пляжні готелі; туристські готелі; орендовані кімнати в приватних будинках; клуби з номерами; туристське село (група будинків); орендовані приміщення в приватних агентів; гостьові будинки; бунгало; підприємства соціального туризму; розміщення в родичів і знайомих; інші засоби розміщення.  
  
Слід також зауважити, що в різних країнах застосовуються два різних підходи до оцінки відповідності готелю певній категорії. При першому підході розробкою, проведенням і контролем займаються державні органи, тобто існує офіційна державна класифікація за рівнем комфорту готельних підприємств та, можливо, інших засобів розміщення. Зокрема, приклади такого підходу спостерігаються у Франції, Україні та Росії. При другому підході розробкою, проведенням і контролем займаються професійні об'єднання і союзи. Наприклад, у Німеччині ці процеси здійснює Об'єднання готельних і ресторанних господарств (EHOGA), у Швейцарії - Швейцарський союз власників готелів.  
  
За розташуванням на території певної місцевості готелі поділяються на розташовані в місті (у центрі, на окраїні) та розташовані в сільській місцевості (у тому числі і високогірній).  
  
За місцем розташування можна виділити такі види готелів:  
  
- готелі в центрі міста;  
- пришляхові, як правило, малої поверховості з відкритими автостоянками;  
- готелі в околицях міста й в аеропортах;  
- плавучі готелі-плавзасоби, обладнані під готелі, для розміщення і відпочинку туристів біля берега моря, ріки або озера. При необхідності такий готель може бути відбуксований по воді разом з туристами до іншої стоянки.  
  
Місткість готелю визначається числом постійних спальних місць. Класифікація готелів за місткістю в різних країнах різна. Наприклад, у Швейцарії й Австрії готелі, що мають менше 100 місць, вважаються малими, 100-200 місць - середніми, більше 200місць-великими; у Чехії до 120 місць - малими, до 500 місць - середніми, понад 500 місць - великими; у США до 100 номерів - малими, до 500 номерів - середніми, понад 500 - великі.  
  
В Україні діє така офіційна класифікація готелів за місткістю: до 150 місць (не більше 100 номерів) - готелі малої місткості, від 150 до 400 місць (до 300 номерів) - середньої місткості, більше 400 місць (понад 300 номерів) - великої місткості.  
  
Слід зазначити, що світовий готельний номерний фонд в основному розміщений у малих і середніх готелях.  
  
За рівнем цін, що встановлюються на основні платні послуги (що надаються в номерному фонді), готелі поділяються на бюджетні; економічні, середні, першокласні, апарт-готелі, люкс-готелі[84].  
  
За тривалістю перебування клієнтури розрізняють готелі для тривалого перебування клієнтів та для короткочасного перебування.  
  
За тривалістю функціонування протягом року готелі поділяються на працюючі цілорічно та працюючі сезонно (влітку, взимку).  
  
За способом надання харчування проживаючим у готелях клієнтам вони поділяються на: ті, що забезпечують повний пансіон; ті, що пропонують лише сніданок; не пропонують харчування (як правило, через відсутність власного гастрономічного виробництва, тобто ресторану або іншого підприємства).  
  
Що стосується поверховості, то світова практика показує, що готелі будують від одного-двох до 40 поверхів і більше. Питання поверховості готелів залежать від економічних, містобудівних умов, нормативних вимог, конструкцій і будівельних матеріалів, методів зведення будинків, застосовуваних у тій або іншійкраїні.  
  
Найбільш розповсюджена поверховість сучасних готелів така: в Україні і країнах СНД -5-16 поверхів; у Чехії - 8-14 поверхів; в Угорщині в невеликих містах - 4-5 поверхів, у більш великих і на курортах - 6-11 поверхів; у Німеччині - 8-10 поверхів; в Англії -10-15 поверхів.  
  
Будинки готелів за поверховістю поділяються на такі групи: малоповерхові(1-2 поверхи); середньоїповерховості(3-5 поверхів); підвищеної поверховості (6-9 поверхів); багатоповерхової категорії -10-16 поверхів; 2 категорії- 17-25 поверхів; 3 категорії- 26-40 поверхів); висотні будинки (понад 40 поверхів).  
  
Малоповерхові будинки готелів, що мають, як правило, невелику місткість (у межах 50-ти місць), в Україні будують в основному в селищах і сільських населених пунктах. Готелі се-редньої поверховості в Україні в основному мають висоту 3 або 5 поверхів, що пов'язано з вимогами до обладнання їх ліфтами. Готелі підвищеної поверховості будують висотою 8-9 поверхів як найбільш економічні в цій групі. Багатоповерхові готелі будують з міркувань містобудівного порядку.  
  
Хоча багатоповерхові будинки готелів складніші і дорожчі в будівництві, останніх 25 років у великих містах ряду країн їх будують усе частіше. Це можна пояснити прогресом будівель-ної техніки, підвищенням щільності міської забудови і загальним ростом поверховості міст; за кордоном також високою вартістю земельних ділянок, особливо в центральних частинах міст; у ряді випадків рекламними розуміннями. Однак будівництво будинків готелів висотою більш 40-ка поверхів поки є рідкісним. Рівень комфорту готелів визначається технічним осна-щенням, складом і якістю номерного фонду, набором наданих послуг. Класифікація готелів за рівнем комфорту існує в більшості країн. У підході до цієї класифікації за кордоном на сьогодні існує 2 основних напрямки. Один віддає перевагу так званим «статичним» ознакам, тобто чітко встановленому процентному співвідношенню номерів з ванною і санвузлом, наявності таких приміщень, як, наприклад, критий басейн, сауна тощо, певному співвідношенню між місткістю готелів і чисельністю обслуговуючого персоналу та ін. Цей напрямок орієнтується на порівняно нову матеріальну базу. Інший напрямок віддає перевагу «динамічним» факторам, тобто сервісу. Його прихильники вважають, що чіткі співвідношення в засобах розміщення без належного рівня обслуговування не забезпечують правильної картини фактичної якості послуг, що надаються готелем. До цього напрямку відноситься класифікація готелів у Швейцарії.  
  
За рівнем, асортименту і вартості послуг готелі поділяються на два типи: дешеві готелі або готелі з обмеженим сервісом, що пропонують мінімум послуг (наявність підприємств харчу-вання при таких готелях не обов'язкова); готелі «люкс» - побудовані за індивідуальними проектами, що відрізняються високоякісними меблями, добре обладнаними приміщеннями й укомплектовуються, як правило, обслуговуючим персоналом більшої кількості відносно числа номерів у них.  
  
Готелі можна класифікувати за наявністю в них засобів пересування (транспорту), за формою власності (муніципальні, державні, приватні, орендовані тощо).  
  
Виходячи з потреб клієнтури, готелі бувають різного призначення: для діловихлюдей (загального типу, відомчі, для нарад тощо); готелі для відпочинку (туристські, курортні, для автотуристів, мотелі, кемпінги); спеціальні типи готелів (для транзитних пасажирів, для спортсменів тощо).  
  
В Україні найбільш поширені готелі загального типу, розраховані в основному на людей, що приїжджають з діловими цілями на відносно короткий термін, а також на громадян, що подорожують з різними цілями. Такі готелі розташовуються в центральній частині міста, поблизу суспільних, адміністративних, торгових центрів і передбачають добре транспортне сполучення з різними районами міста.  
  
Номерний фонд готелів загального типу в основному складається з одно-, дво- і часто тримісних номерів, у яких, як правило, існує місце для роботи. Число одномісних номерів у ряді готелів доходить до 40-50% від номерного фонду. У готелях передбачають відділення зв'язку, у ряді випадків - відділення банку, приміщення для проведення переговорів і нарад.  
  
Різновид готелів загального типу - відомчі готелі, розраховані в основному на проживання людей, що приїжджають з діловими цілями у певне відомство, установу або на підприємство. Такі готелі розташовуються неподалік від цього відомства або в місцях, зручно пов'язаних з ним громадським транспортом. Набір громадських приміщень у відомчому готелі часто буває обмеженим і залежить від типу підприємства, яке він обслуговує, і від складу приміщень громадського призначення в ньому.  
  
На Заході поширене будівництво спеціальних готелів для нарад, що іноді називають «конгрес-готелями» або «конференц-готелями», а також готелів для ділових людей - «бізнес-готелів». Загалом це готелі високого рівня комфорту, що мають розвинутий набір приміщень громадського призначення: зали для проведення конгресів, приміщення для нарад, конференцій, симпозіумів, різні типи ресторанів, відділення зв'язку і банків, телетайп, телекс, басейни, сауни, кегельбан.  
  
У готелях для діловихлюдей передбачають також приміщення для роботи і проведення невеликих нарад, торговельних операцій, для влаштування виставок зразків товарів, для організації представництва фірм, у ряді випадків влаштовують номери, які здатні трансформуватися, і дозволяють приймати в них відвідувачів, проводити невеликі переговори.  
  
Туристські готелі призначені для туристів, що проводять свій відпочинок активно. У нашій країні ці готелі розраховані головним чином на організований груповий туризм - екскур-сійний і спортивний.  
  
Туристські готелі будують як у місті, так і поза ним, поблизу об'єктів туристської привабливості, у місцях з добрими природними факторами, часто поблизу зелених масивів. Особливістю туристських готелів є наявність приміщень туристського обслуговування, а також туристсько-методичних кабінетів і інструкторських (для методичної роботи інструкторів з туристськими групами). Набір цих приміщень пов'язаний з типом туристського маршруту і способом пересування ним туристів. У туристсько-спортивних готелях передбачають пункти прокату туристського і спортивного інвентарю і спорядження (лиж, ковзанів, саней, мисливського і рибальського спорядження, човнів, байдарок і т.ін.). Залежно від специфіки туристсько-спортивного готелю набір цих приміщень різний. Аналогічні пункти прокату можуть бути також у мотелях і кемпінгах, розташовуваних на курортах і в зонах відпочинку.  
  
Як правило, у цих готелях добре розвинутий набір наданих послуг, більш різноманітні підприємства громадського харчування, у тому числі «розважального» (денні і нічні бари), магазини, кіоски тощо. У готелях підвищеної комфортності є також басейни, сауни, кегельбан, бари, ресторани, культурні центри.  
  
Туристські бази як традиційний тип установи туризму з регламентованим контингентом відпочиваючих, режимом завантаження, експлуатації і розпорядком роботи призначаються для приймання і обслуговування головним чином планових (частково - самодіяльних) туристичних груп, що роблять подорожі за маршрутами, прокладеними по спеціально розроблених і обладнаних піших, лижних, водних, гірських, кінних, санних, велосипедних, автобусних або комбінованих туристських трасах.  
  
Туристські бази поділяються на: гірські і гірськолижні, рівнинні і прибережні туристські бази, а також водні (аквателі, флотелі, марини тощо), розташовані безпосередньо на аквато-ріях.  
  
Туристські бази зазвичай розташовуються в приміських зонах відпочинку, у складі туристсько-оздоровчих районів або комплексів. Однак при відповідному економічному обгрунтуванні туристські бази можливо споруджувати й у малонаселеній місцевості (забезпечивши сприятливу транспортну доступність), яка має унікальні екскурсійні об'єкти і природно-кліматичні умови для активного відпочинку.  
  
Як показує закордонний досвід експлуатації туристських баз, вони можуть функціонувати за принципом туристського пансіонату, тобто приймати самодіяльних туристів у «пікові» сезони на не обмежений путівкою термін із забезпеченням їх усіма необхідними туристськими послугами. Такі туристські бази ще не знайшли поширення в Україні, але можуть сприяти вирішенню актуальної проблеми організації відпочинку величезного числа самодіяльних туристів, так званих «дикунів».  
  
На практиці широке поширення одержало розташування туристських баз (туристських готелів) безпосередньо в будинках-пам'ятниках архітектури й історично визначних місцях. З цією метою проводиться реставрація старих будинків, архітектурних ансамблів з частковим переплануванням відповідно до нового функціонального призначення. У цих випадках ту-ристські бази поєднують функції засобів розміщення, специфічного туристського обслуговування, а також об'єктів показу, що забезпечує задоволення туристських потреб екзотичного характеру. Цей вид діяльності дозволяє зберегти цінну історичну і культурну спадщину.  
  
У проміжних пунктах туристських маршрутів, переважно в малонаселених місцевостях, створюються туристські станції для надання послуг гостинності (житло, харчування), а також набору культурно-побутових послуг і спортивного обслуговування туристів. Термін перебування туристів у цих станціях складає від 3-х до 5-ти діб.  
  
Різновидом туристських станцій є туристські притулки. їхня специфіка полягає в короткочасності прийому й обслуговування туристів наприкінці окремих етапів туристського маршруту. Нетривалий час перебування туристів у притулку (до 2-х діб) дозволяє спростити обслуговування, надаючи лише найголовніші послуги. Як транзитні стоянки в особливо важкодо-ступних місцях туристського маршруту використовуються туристські хатини. Вони, як і притулки, розраховані на нетривале перебування.  
  
Курортні готелі призначаються для відносно тривалого відпочинку на одному місці, у ряді випадків з можливістю профілактичного лікування або доліковування. Для цього перед-бачаються приміщення лікувально-оздоровчого призначення відповідно до основного профілю курорту, можлива також організація дієтхарчування. Курортні готелі мають розвинутий склад приміщень культурно-масового обслуговування (зали багатофункціонального призначення, холи для відпочинку, бібліотеки, більярдні, приміщення для ігор тощо), іноді приміщення для відпочинку й ігор дітей, а також приміщення і спо-рудження спортивного призначення (плавальні і купальні басейни, спортзали, спортивні майданчики тощо).  
  
Номерний фонд курортних готелів складається в основному з одно-двомісних номерів. У ряді випадків передбачається можливість додаткового розташування в номері третього спаль-ного місця (для дитини).  
  
Готелі цілорічної експлуатації мають більш високий рівень комфорту і надають широкий набір послуг, у тому числі розвинуту мережу підприємств харчування (ресторани, бари, кафе тощо), розширений склад приміщень для проведення дозвілля (вітальні, зали ігрових автоматів, бальні зали, дискотеки, кегельбани) , у ряді випадків майданчики для відпочинку і спорту, солярії, аерарії, пляжі, причали тощо. Усе це дозволяє використовувати готелі також у період міжсезоння. При готелях високої категорії передбачаються зали для засідань, у яких у періоди міжсезоння проводять конференції і наради, успішно завантажуючи в такий спосіб номерний фонд.  
  
Створення великих готельних комплексів - один із сучасних напрямків розвитку готельної справи в курортах. У зв'язку з різними вимогами до умов відпочинку до складу курортних комплексів включають готелі різного призначення, рівня комфорту, місткості, поверховості. Одним з типів є готелі з номерами для сімейних пар. Іноді такі номери оформлюють, як неве-ликі одно-двокімнатні квартири з кухнею-нішею.  
  
Крім того, різні вимоги до умов відпочинку (комфорту, вартості тощо) призвели до будівництва кемпінгів і бунгало на території багатьох курортних комплексів.  
  
Зазвичай в курортних комплексах значна частина громадського, спортивного, побутового і медичного обслуговування розташовується в загально-курортних установах. Для цього спо-руджують загально-курортні ресторани, бари, кафе різних типів, їдальні для дорослих і дітей, зали багатофункціонального призначення, кінотеатри, підприємства торгівлі, стадіони, спортзали, тенісні корти, спортивні й ігрові майданчики, закриті і відкриті басейни, кінноспортивні центри тощо. Велику увагу приділяють пляжному обладнаню, організації човнових пристаней, спортивних розваг на воді (вітрильний спорт, водні лижі, водний велосипед); у гірських комплексах - облаштуванню канатних підвісних доріг і фунікулерів.  
  
Існує також й давйо відомий в інших країнах, але для України принципово новий і дуже перспективний напрямок -надання послуг малими (родинними) курортними готелями, що можуть успішно конкурувати з визнаними готелями, а за якістю послуг навіть і перевершувати їх.  
  
Таймшер - порівняно новий вид готельних послуг, має у своєму розпорядженні номерний фонд від 50-ти до 250-ти номерів, можливі окремі будівлі. Має номерний фонд квартирного типу, але умови й організація послуг аналогічні курортним готелям. Окремі квартири продані індивідуальним власникам, однак повна власність контролюється управляючою компанією.  
  
Ціна таймшера залежить від особливостей сезону, а також часу перебування. Проживання в менш привабливі періоди року коштує істотно менше, ніжу сезон найбільшого попиту. Влас-ник номера має можливість користуватися нерухомістю протягом певного часу, пропорційно внесеному грошовому внеску.  
  
Звичайно номер придбавається на термін від 10 років, можливе безстрокове користування. Час користування вимірюється в тижнях. Власник може відпочивати в придбаному номері у свій період часу або обміняти місце відпочинку на аналогічне, у рамках придбаного сезону.  
  
Загальний обсяг продажів таймшерів лише в Європі в 1991 році склав 3,74 млрд доларів. До 2005 року очікується збільшення продажів на суму близько 30 млрд доларів. Таймшерні ку-рорти існують у 75-ти країнах.  
  
Готелі для транзитних пасажирів орієнтовані на короткочасне перебування в зв'язку з очікуванням транспортних засобів, а також відпочинком персоналу, що обслуговує транс-порт, і розташовуються в аеропортах і аеровокзалах, залізничних, морських, річкових вокзалах.  
  
Транзитні готелі в зв'язку з коротким терміном перебування в них мають ряд особливостей, наприклад, у готелях при аеропортах, розташованих удалині від міста, є спрощений склад підприємств громадського харчування, розрахований лише на проживаючих у готелі. Номерний фонд транзитних готелів може мати менший розмір площі на людину, можлива організація спеціально обладнаних кімнат відпочинку, де пасажир, не займаючи номер, зможе відпочити протягом декількох годин.  
  
Як правило, аеровокзальні готелі не скаржаться на заповнюваність, оскільки через аеропорти проходить безліч пасажирів, як у складі груп, так і одинаків.  
  
Сучасна світова практика вимагає від аеровокзальних готелів новий вид сервісу - створення та обладнання спеціальних приміщень для нарад. Це сприяє залученню ділових людей, що, не бажаючи витрачати час на переїзд у місто і назад, воліють вирішувати всі проблеми, не залишаючи території аеровокзалу.  
  
Апартаментні готелі тривалого перебування. Головна відмінність цього виду готелів - це велика корисна площа у порівнянні зі звичайними готелями і тривалий термін проживання в них. Додаткова площа звичайно буває у вигляді вітальні зі зручними кріслами і диваном та невеликою кухнею з коморою багатофункціонального призначення. Апартаментні готелі (або просто апарт-готелі) надають майже домашні умови проживання своїм клієнтам, що змушені знаходитися в місті внаслідок тривалого службового відрядження, відвідування семінарів тощо. Більшість гостей знімають номери надовго, отримуючи досить часто знижку в залежності від терміну проживання. У таких готелях передбачені підприємства харчування, бізнес-центр, приміщення для відпочинку.  
  
У Європі існує і такий різновид апарт-готелю, як «анонімний пансіон». Суть у тому, що хтось із приватних власників квартири укладає договір з агентством або турагенством про здачу своєї житлової площі. І якщо апарт-готель - цілий багатоквартирний будинок, відданий винятково туристам, то «анонімний пансіон» розрахований на проживання в одній із квартир звичайного житлового будинку. Як «анонімний пансіон» може використовуватися і невеликий приватний будинок. Власник будинку здає кілька кімнат, а в інших кімнатах проживає родина власника.  
  
Досить широке поширення у світовій практиці одержала і така форма об'єктів розміщення, як пансіони. Проживання в них обходиться набагато дешевше, ніж проживання в звичайних  
  
готелях. Головна відмінність пансіону від готелю полягає в тому, що він не підпадає під категорію класності. Це, однак, зовсім не означає, що умови проживання в пансіоні гірші, ніж у готелі. Основна відмінність пансіону від готелю - можливість розбіжностей з діючими стандартами оснащення й обладнання готелів м'яким і твердим інвентарем. Характерною рисою пансіону вважається невеликий номерний фонд, звичайно розрахований на проживання 10-20 чоловік. Найчастіше він належить одній родині, що і обслуговує клієнтуру. У вартість проживання в пансіоні включається лише сніданок, приготовлений у домашніх умовах. Атмосфера привітніша і тепліша, ніжу звичайному готелі, що нарівні з низькими цінами залучає клієнтів.  
  
Готелі для спортсменів розташовуються при спортивних комплексах або в місцях, що за природними умовами підходять для розвитку певного виду спорту. У готелях для спортсменів звичайно є приміщення для видачі напрокат спортінвентарю, ряд громадських приміщень для проведення дозвілля, приміщення, пристрої і прилади спортивного і медичного призначення. Як правило, є підприємства громадського харчування і відпочинку.  
  
Останнім часом будинки готелів усе частіше кооперуються з установами іншого призначення: конгрес-центрами, адміністративними і торговельними установами, концертними і виставковими залами і навіть житловими квартирами, розташовуючись з ними або в одному будинку, або в складі одного комплексу.  
  
Готелі для автотуристів і мотелі (мотор-готелі) розташовуються поблизу шосейних доріг. Крім готельного будинку з комфортабельними номерами і рестораном (або кафе) та іншими приміщеннями громадського призначення, ці готелі і мотелі надають можливість паркування і технічного обслуговування автотранспортних засобів (автозаправна станція, ремонтні майстерні, станція технічного обслуговування тощо).  
  
Розташування мотелів обумовлюється призначенням, розташуванням міст і населених пунктів, наявною мережею автошляхів, під'їзних шляхів, природно-кліматичними особливос-тями тієї або іншої місцевості, наявністю лікувальних ресурсів, історичних та інших цікавих у туристичному відношенні місць. В особливому режимі будується робота транзитних мотелів, де автотурист зупиняється на мінімальний час - для відпочинку в дорозі і ночівлі. їхнє розміщення й обладнання орієнтоване також на характер траси і середню величину денного пробігу автомашини.  
  
Кемпінги являють собою готельні підприємства полегшеного типу для сезонної експлуатації і призначаються для відпочинку автотуристів і паркування їхніх автотранспортних засобів. Усі види обслуговування в кемпінгах спрощені: спальні місця розташовуються в будинках літнього типу, часто дерев'яних, без опалення, або в наметах; санітарні вузли в основному загальні. Широко розвинуті різні форми самообслуговування. Іноді при кемпінгах є автозаправні станції і майстерні дрібного ремонту автомобілів. Одержують розвиток також змішані види типу «мотель-кемпінг», що передбачають можливість літнього розширення місткості мотелю за рахунок розташованого на його території кемпінгу.  
  
Змішані види засобів розміщення одержують найнесподіваніші способи вирішення. Так, за кордоном, особливо в США, почали будувати такі типи готельних підприємств:  
  
- ротелі - для подорожуючих автомашинами із трейлером;  
- ботелі - прибережні готельні заклади, що обслуговують подорожуючих на воді, до складу яких входить житло, система культурно-побутового обслуговування, спеціалізовані будівлі і пристрої технічного обслуговування плавзасобів;  
- ботокемпінги - сезонні готельні установи типу кемпінгів;  
- наплавні сезонні флотелі і флотокемпінги, що поєднують функції готелю, а також стоянки технічного обслуговування і зимового зберігання плавзасобів;  
- флайтелі- готелі для власників особистих літаків (наприклад, флайтель-мотель поблизу м. Таласа, штат Оклахома, США) тощо.  
  
Ротель - пересувний готель, що являє собою вагон-трейлер з одно- і двомісними відсіками, у яких розташовані спальні крісла. Вони зручні, мають 3 регулятори положення. Кожен відсік обладнаний вентиляцією й індивідуальним освітленням. У ротелі існує відсік для перевдягання, умивальник і туалет. У задній частині вагона - кухня і холодильник.  
  
Флайтелі, як правило, розташовуються удалині від цивілізованих місць. До них ніяким шляхом, крім повітряного, дістатися неможливо. При флайтелі розташовуються аеродроми, ангари, елінги, майстерні, а також ресторани, бари, концертні зали, дансинг тощо.  
  
У деяких з флайтелів пропонують катання на повітряних кулях різної місткості і прогулянки на різних дирижаблях. Є при флайтелі і прив'язні аеростати для повітряних і сонячних ванн тощо.  
  
Перше таке готельне підприємство виникло поблизу міста Таласа в штаті Оклахома, США. Це підприємство пропонує посадковий майданчик для вертольотів, невеликий аеродром для літаків, радіостанцію для пілотів і безпосередній зв'язок з метеорологічною станцією. Пілоти можуть під час польоту розмовляти з керівництвом флайтелю, бронюючи для себе номер і місце для стоянки літака або вертольота.  
  
Різноманітні установи на водних маршрутах за кордоном можуть бути зведені до декількох основних типів. В основу типології покладена комплексність обслуговування, а також поділ видів обслуговування на основні і другорядні. У результаті вивчення цих закономірностей виявлено 4 види обслуговування:  
  
- технічне обслуговування плавальних засобів (причали, спуско-підйомні пристрої, зберігання і ремонт);  
- обслуговування туристів: надання спальних місць у плавучому або прибережному готелі, у літніх будиночках або наметах на березі, забезпечення харчуванням, курортно-масове і побутове обслуговування;  
- забезпечення персоналу нічлігом і харчуванням;  
- інженерне обладнання будинків.  
  
Поділ установ водного туризму на сезонні і цілорічні за кордоном є чисто умовним. Більшість комплексів у районах сприятливих кліматичних умов використовується цілорічно.  
  
Всі установи водного туризму можна віднести до наступних основних типів:  
  
- комплекси водного туризму;  
- окремі споруди й установи для обслуговування плавзасобів і туристів (марини, флотелі, плавучі готелі, готелі тощо);  
- окремі спуско-підйомні і причальні пристрої для обслуговування плавзасобів на березі водойм, біля бівуачних стоянок і наметових містечок відпочинку.  
  
Як приклад комплексів водного туризму наведемо французькі «порти задоволень» - складні рекреаційні утворення, де установи для обслуговування водних туристів і їхніх суден до-повнені закладами відпочинку. Частина подібних портів розташована по західному узбережжю Франції. їхня місткість коливається від 200 до 1000-1750 човнів. Вони характеризуються високим рівнем комфорту і технічного обслуговування.  
  
Плавучі готелі і готельні комплекси для обслуговування водних туристів проектуються і будуються в багатьох країнах: Франції, Греції, Швейцарії, Данії, Нідерландах, Швеції, Іспанії й інших. Більшість плавучих засобів обладнано причалами, пірсами, спуско-підйомними пристроями, а також спорудами для зберінання човнів, їхнього ремонту і заправлення. Слід зазначити, що споруди й обладнання для технічного обслуговування плавзасобів є невід'ємною частиною готельних комплексів, призначених для водних туристів.  
  
Особливим типом закладу водного туризму є громадська стоянка «марина». Особливе поширення «марини» одержали в США, Канаді, Західній Європі. Місткість «марин» різна і залежить від величини існуючого рекреаційного флоту, від передбачуваного прокату, від перспектив розвитку водного туризму і від площі акваторії. Для функціонування «марини» мінімальної є площа водної поверхні 100 га.  
  
«Марини» можуть бути міськими і заміськими. Міські «марини» призначені для постійного паркування рекреаційного флоту городян, а також для тимчасових стоянок суден й обслу-говування транзитних водних туристів. Такі стоянки відрізняються високим рівнем комфорту і технічного обслуговування плавзасобів.  
  
Заміські «марини» розташовуються в межах півторагодинної доступності і функціонують в основному як самостійні об'єкти. Вони призначені для обслуговування транзитних водних туристів і мають усі необхідні елементи для обслуговування туристів і їхніх плавзасобів.  
  
Заміські «марини» можуть входити також до складу аквапарків - великих громадських установ, призначених для найрізноманітнішого відпочинку на воді. На території аквапарків розташовуються всі заклади, що обслуговують відпочиваючих і туристів.  
  
В Миссіон Бей Парку (США), крім гавані зі стоянками й елінгами для збереження човнів, передбачені кафе, бари, клубні приміщення, ігрові майданчики, автостоянки і спальні корпу-си, наближені до місця стоянки човнів. У Кей-Ларго (Флорида, США) «марина» має спальні кабіни на пірсі, до якого причалюють човни і яхти.  
  
На водних трасах Великих Озер основним закладом з обслуговування туристів є «марина». Департамент туризму й інформації Канади ввів систему обслуговування, яка складається із закладів 4 категорій, що пропонують різний рівень обслуговування у всіх пунктах маршруту. Для великих акваторій планується створення водних центрів, розташованих через кожні 180 км («марини» І категорії), де надаватимуться всі види обслуговування туристів і їхніх плавзасобів. Основні заклади («марини» II категорії) розміщуватимуться через кожні 90 км. Технічне обслуговування плавзасобів передбачатиме ремонт моторів і корпусів човнів, а також буксирування ушкоджених суден. Другорядні «марини» (III категорії) розміщуватимуться через кожні 45 км. Вони забезпечуватимуть надійну стоянку і дрібний ремонт плавзасобів. І, нарешті, система портів-при-тулків надаватиме рекреаційним суднам безпечні стоянки на випадок штормів або інших непередбачених обставин («марини» IV категорії).  
  
У Великобританії подібні громадські стоянки називаються «човнові двори». До цього типу закладів можна віднести і «бази вихідного дня», розташовані в Польщі. «Човнові двори» служать в основному стоянками для індивідуальних суден і покликані забезпечити зберігання і усі види технічного обслуговування суден. Місткість «баз вихідного дня» - 3000-5000 туристів. Ці заклади характеризуються високим рівнем комфорту і являють собою комплекс культурно-масового, спортивного і видовищного обслуговування, а також громадського харчування. На території баз розташовуються пляжі, спортивні водні станції з пристанями і станціями прокату човнів і катерів.  
  
Термін «ботель» - це нове поняття (boat - човен, судно, hotel - готель). Ботелі - це сезонні або цілорічні заклади. До цієї групи відносяться «центри водного туризму» (Польща), «бази-містечка відпочинку» (Німеччина), флотелі(Іспанія і Югославія) тощо. Ці заклади характеризуються високим рівнем комфорту і призначені, насамперед, для занять літнім водним туризмом, байдарковим або вітрильним спортом, а взимку - буєрним спортом. Ці заклади є опорними пунктами на водних маршрутах і обладнані відповідно до розширеної програми технічного обслуговування плавзасобів.  
  
Ботокемпінги призначені для обслуговування водних туристів у поході. До цього типу установ відносяться «водні станції», що одержали поширення в Польщі, і «літні туристські містечка» у Німеччині. Місткість «водної станції» складає до 200 чоловік; на одну людину приходиться близько 100 м2 упорядженої території. На станції розміщені ділянки для наметів, майданчики відпочинку, адміністративні будинки, а також пляжі, причали, елінги і ремонтні майстерні зі скороченою програмою обслуговування. Це - сезонні заклади типу кемпінгу, що характеризуються невисоким рівнем комфорту.  
  
«Літні туристські містечка», що існують у Німеччині, розраховуються на 300 місць. Прикладом такого містечка може служити комплекс у долині Мекленбурзького озера з пристанню для катерів і човнів. Такі заклади розташовуються на трасах водного туризму між опорними пунктами й обладнані відповідно до скороченої програми технічного обслуговування плавзасобів.  
  
Плавучий мотель - флотель - обслуговує туристів, що подорожують по воді. Він обладнаний пунктом прокату туристського спорядження і заправною станцією для плавзасобів, які швартуються до нього.  
  
У літню пору такий флотель встановлюють у місцях масового відпочинку на достатній відстані від великого міста. Розміщення основної маси туристів передбачається в наметовому містечку на березі. Передбачається цілорічна експлуатація флотеля. У зимовий час року він встановлюється в межах міста і використовується як готель з рестораном. Флотель оснащується аварійно-рятувальним і протипожежним інвентарем і обладнанням.  
  
Центральна база (місце зимового паркування ботелей) у літню пору виконує функції перевалочного пункту. Взимку ботелі можуть забезпечити нічліг 400-500 туристам. Зала очікування з прибудовами трансформується в лижну базу і може обслуговувати близько 500 лижників у день без ночівлі.  
  
У «портах задоволення» і плавучих містах передбачається високий рівень обслуговування водних туристів і їхніх плавзасобів. В установах цих комплексів забезпечується в повному обсязі культурний відпочинок і обслуговування туристів.  
  
Як приклад такого порту задоволення наведемо голландський Гідрополіс. У цілому його вигляд складають терасовидні споруди, розташовані у виді зламів із прямими кутами, що ут-ворюють напівзамкнутий простір гавані. Така конструкція дозволяє біля кожного житлового осередку спорудити озеленену терасу. До комплексу входять магазини, театри, кіно, кафе, спортивні зали і майданчики, басейни, порт, музей, школи, вертолітна станція, внутрішні і зовнішні бульвари тощо. Вулиці, площі і переходи комплексу цілком захищені від атмосферних опадів. Незалежно від несприятливих природних впливів у закладах обслуговування створюється штучний клімат, подібно до функціонування приміщень громадського призначення на пасажирських суднах.  
  
У плані плавучий комплекс нагадує лабіринт із захищеними від хвиль гаванями. Перший поверх піднятий на 8 метрів над рівнем моря з метою захисту від припливів. Тераса для руху транспорту і паркінги спираються на стовпи. Зв'язок з континентом здійснюється через рейко-шпальний міст із пішохідною і велосипедною доріжками.  
  
У деяких туристських закладах за кордоном використовуються декоративні засоби, що надають будинкам подібності до кораблів. Наприклад, плавучий будинок готелю біля Афін увінчано трьома щоглами з поворотними кольоровими вітрилами. Завдяки цьому декоративному елементові, а також вікнам у вигляді ілюмінаторів будинок готелю нагадує вітрильне судно. Плавучий готель з незліченною безліччю круглих світлових вікон справляє враження величезного корабля. Завдяки усамітненому розташуванню на воді він різко контрастує своїм виглядом з навколишньою забудовою.  
  
Готелі при казино. В сучасній готельній справі успішно використовується й таке порівняно нове джерело залучення клієнтури, як створення готелів при казино. Особливо цікавий досвід, накопичений у США. З 1991 року найбільш швидко зростаючим сектором індустрії розваг в цій країні став ігорний бізнес, який на сьогодні офіційно узаконений у більш ніж тридцяти штатах. Символічно, що найбільший готель у світі - це «MGM Grand» у Лас-Вегасі.  
  
Серед факторів, що змусили влади штатів піти на офіційний дозвіл цього бізнесу і не опиратися його розвиткові, варто вказати насамперед на економічні: потреба вишукування нових джерел доходів, необхідність працевлаштування людей і стимулювання туризму (слід зазначити, що, наприклад, у 1991 році казино в Атлантик-Сіті принесли 3,4 млрд доларів чистого прибутку і надали працю 49 тис. чол.).  
  
У порівнянні зі звичайними, готелі при казино гарантують могутній приплив готівки і високий рівень прибутковості. Завдяки своїй специфіці вони також характеризуються високою заповнюваністю. Наприклад, у Лас-Вегасі середньорічна заповнюваність міських готелів становить більше 84%.  
  
Ще в 1970 році Конрад Хілтон відчув, що казино має стати найбільш прибутковим сегментом готельного бізнесу. Він придбав контрольний пакет акцій «Flamingo» і «International Hotel», тепер відомого як «Las Vegas Hilton». В ті роки це було найбільше у світі казино загальною площею ігрових залів 3716 м2. Корпорація «Hilton Hotels», що є тепер однією з провідних готельних компаній світу, отримує 2/3 свого доходу від казино, серед яких «Flamingo», «Hiltons» і «Las Vegas Hilton» у Лас-Вегасі, «Flamingo Hotel» у Логлині, 2 готелі в Рено, а також 2 плавучих казино на Середньому Заході. Через свої відділення вона управляє казино в Квінсленді (Австралія) і ще в 12 країнах, включаючи Туреччину, Індонезію, Єгипет, Гонконг, Грецію, Бельгію, Великобританію, Малайзію, Уругвай [105].  
  
На сьогодні, щоб вижити в конкурентній боротьбі, готелям при казино замало розраховувати лише на тих, хто грає в рулетку. Лас-Вегас, наприклад, пропагує себе у свідомості широкої публіки як центр сімейного дозвілля. Завдяки доходам з ігор-ного столу готелі Лас-Вегаса можуть надавати своїм гостям послуги відчутно вищої якості та за нижчу ціну, ніж конкуруючі з ними готелі-здравниці таких міст, як Орландо з «Диснейлендом». Казино Лас-Вегаса по-курортному шикарні і по-домашньому затишні. Реклама казино «MGM» гласить: «Немає місця кращого за дім». Щоб виправдати таке гасло, казино, крім ігор-них столів, пропонує дитячі розважальні центри, тематичні й екстравагантні шоу за участю популярних артистів тощо.  
  
Готель «MGM Hotel Casino» відкрився в грудні 1993 року. У ньому 5505 номерів, з них 744 - апартаменти. Загальна площа ігрових залів 175000 кв. футів. Там 8 тематичних ресторанів розважальний комплекс (включаючи театр на 1700 місць), казино і зал площею 15475 кв. футів з атракціонами, а також за; для особливих заходів (концертів, спортивних змагань, виста вок і зборів) на 14050 місць.  
  
Компанія «Circus Circus» славиться своїм умінням залучити середнього відвідувача Лас-Вегаса, Рено і Логлина. Чотирі тисячі номерів готелю «Excalibur» майже завжди на 100% запов нені завдяки скромним цінам за проживання і харчування в ре сторані. Інший великий готель «Luxor» з 2526-и номерами, зна ходиться неподалік від «Excalibur». Його обриси нагадують піра міду, серед атракціонів - подорож у часі з Древнього Єгипту д( наших днів, Долиною Царів, прогулянка Нілом. Лазерна тех нологія дозволяє трансформувати видиме зображення у вірту альну реальність

### *Основи гостинності*

Продуктом підприємств індустрії гостинності є комплек фізичних, соціальних і емоційних компонентів. Готельна послуп значно ширша, ніж просто проживання. Сюди потрібно включити фізичну атмосферу, чистоту і відчуття компетентності турботи з боку обслуговуючого персоналу. Сучасний готель має бути святилищем спокою, домом удалині від дому.  
  
Кожен сегмент індустрії гостинності надає продукт, що сприймається в комплексі з різними елементами. Гостинність - це турбота, виявлена по відношенню до гостя, і здатність по чувати потреби клієнтів - невловимі, але настільки очевидн риси в поведінці службовців; це саме той елемент, що зробит: спогади клієнтів приємнішими, а враження запам'ятовувати муться надовше. Людина, яка переступила поріг готелю, без відчуття, що про неї піклуються, скоріше є споживачем, НІЖ гостем, прохачем, ніж постійним покупцем, неживим предме том, ніж людиною.  
  
Опитування громадської думки, що проводилися в кінці 60-: років, вказували на поширення серед керівників, обслугову ючого персоналу і клієнтів думки про те, що добре обслугову вання - це елемент минулого і що зниження задоволеносі клієнтів наданим обслуговуванням - це лише плата за дос тупність і економічну ефективність.  
  
Гостинність у відносинах із клієнтами була забута багатьма і стала одним із втрачених мистецтв. Пояснення цьому шукають у поведінці службовців, ігноруванні потреб клієнтів і/або надмірній зацікавленості керівництва в отриманні прибутку. Перелік подібних «причин» нескінченний. Зовнішня очевидність такої омани призвела до скорочення до мінімуму всіх контактів клієнтів зі службовцями. Захопленість технологічними нововведеннями призвела до переконання, що всі контакти між клієнтами й обслуговуючим персоналом варто було б звести до мінімуму, оскільки це раз і назавжди вирішило б і проблему ввічливості та гостинності. Так почалася ера самообслуговування, покликана до життя тенденцією заміни службовців машинами. Завдяки новим технологіям з'явилася можливість швидко нагодувати тисячі людей, у лічені хвилини одержати статистичні дані про ціну продуктів і рівень завантаження, у найкоротший термін зробити бронювання в будь-якому готелі світу тощо. Однак клієнти не прийняли цю тенденцію, і на даний час існує багато доказів того, що індустрія гостинності переглядає свої позиції з цього питання. Гостинність не лише не вмерла, але, навпаки, стає новим символом [ 106].  
  
Важко дати повне і точне визначення гостинної поведінки. Гостинність важко виміряти або включити в навчальні програми. Це якість обслуговування, а не рівень підготовки або досвід, якому вчаться. Однак належне навчання дає службовцю навички, необхідні для створення умов, при яких може проявитися гостинність. Наприклад, поінформованість працівників у всіх питаннях, що стосуються самого підприємства, його найближчого оточення навіть без явних проявів гостинності створюють у гостя відчуття домашньої обстановки.  
  
Навчання службовця гостинності має включати вивчення особливостей гостей, що користуються послугами даного готелю. Службовець напевно виявить до них більше турботи, якщо буде знати, що гості, що прибувають сьогодні ввечері, знаходяться в дорозі тривалий час. І що вони до такого ступеня будуть стомлені дорогою, що їм неодмінно буде потрібно уважне і турботливе обслуговування, оскільки вони будуть просто не в змозі витримати тривале оформлення.  
  
Очевидно, що в цих умовах краще відразу усіх розмістити, а формальностями зайнятися після того, як гості відпочинуть.  
  
Тим більше, що в такому втомленому стані вони не зможуть належно оцінити ту гостинність, яку службовці за інших обставин готові були б їм відразу продемонструвати.  
  
Взаємозв'язок між навчанням і гостинністю, можливо, найкраще може бути продемонстрований при спілкуванні працівника й іноземного гостя. Спілкування, у якому була б можливість виявити гостинність і повагу, не може відбутися доти, поки службовець не буде мати хоча б загальної уяви про мову народу, культурні особливості та традиції країни гостя. Одного щирого бажання службовця бути корисним і гостинним ще не-достатньо.  
  
Розвиток почуття привітності залежить і від форми навчання службовця. Добре підготовлені службовці можуть керуватися власним досвідом та відчуттями і легко усувати виникаючі проблеми.  
  
Можна сказати, що гостинність - це більш ніж запам'ятовування фактів і виконання кваліфікованої роботи. Гостинність вимагає часу і має потребу в колективному співробітництві.  
  
На прояв гостинності потрібен час, оскільки гість, як правило, має свої власні уявлення про те, де і коли службовці повинні виявляти його.  
  
Розуміючи з першого слова або навіть натяку, коли необхідно надати якусь додаткову послугу, працівник повинний мати достатньо професіоналізму і наданих йому прав, щоб са-мостійно змінювати традиційний хід подій, тобто бути здатним відреагувати на створену ситуацію таким чином, щоб це було розцінено гостем як гостинність.  
  
Чіткий розподіл обов'язків між службовцями нормальний і необхідний. Без чіткого поділу праці нормальне функціонування готелю буде неможливим. Проте, керівництву і службовцям варто розуміти, що розумне прохання гостя є законом, який необхідно неухильно виконувати. Обов'язок і уміння передчувати, розпізнавати і задовольняти законні потреби гостей настільки фундаментальні для індустрії гостинності, що не можуть розглядатися лише як службовий обов'язок будь-кого з працівників. Гостинність має забезпечуватися в усьому готелі цілодобово і обов'язково кожним працівником без винятку.  
  
Будь-яка спроба обмежити прояв привітності або покласти його як постійний обов'язок на одного службовця свідомо приречена на провал. Гостинність вимагає загальної турботи щодо гостя з боку всіх службовців. В умовах протидії важко організувати навіть елементарне обслуговування, не кажучи вже про гостинний прийом. Слід зазначити, що механічне, елект-ричне та інше обладнання, що створює зручності без участі людини, також може впливати на створення в готелі атмосфери гостинності. Погано працююче обладнання, будь це підтікаю-чий водопровідний кран і скрипуче ліжко, тріщина на шибці, помилки у виставленому рахунку або брудні фіранки - усе є видимим і очевидним проявом байдужого ставлення до гостя. Гірше того, подібні умови руйнують здатність персоналу до проявлення гостинності. Працівник, який знає, що наступний ранок не принесе йому нічого, крім нових скарг гостей, не в змозі працювати з повною віддачею.  
  
Вимагає уваги з погляду прояву гостинності і різна продукція, що розповсюджується в готелі. Гості досить схвально відносяться до будь-якої настільної інформації, брошур, різних по-кажчиків. Атмосфера гостинності піддається серйозному випробуванню, якщо гість змушений запитувати про те, де знаходиться туалет, у працівника, обличчя якого явно виражає, що йому вже набридло кожній людині багато разів відповідати на подібні запитання. Аналогічно цьому, атмосфера гостинності може виявитися цілком зруйнованою, якщо гості, проходячи коридором, бачитимуть на дверях одного з номерів розпорядження супервайзера: «Покоївко, негайно приберіть цей номер». Фальш і лицемірство адміністратора, що не жалкує посмішок для гостей, але спілкується з персоналом в нестриманій формі, відразу будуть побачені.  
  
Отже, роль керівництва також є важливою у створенні атмосфери гостинності. Будіу-яка дія керівництва, від ухвалення рішення про звільнення того або іншого співробітника до вве-дення і підтримки тих чи інших стандартів якості, справляє опосередковано через персонал той або інший вплив на рівень гостинності. Тому керівники несуть пряму відповідальність за створення в колективі тієї атмосфери, яка б сприяла проявові гостинності по відношенню до гостей.  
  
Однак не лише керівники несуть відповідальність за створення цієї атмосфери. Відповідальність за створення сприятливого клімату в готелі повинна бути розділена нарівно між усіма службовцями. Очевидний той факт, що кожен службовець, вільний у проявах своїх почуттів, впливає на атмосферу, в якій відбувається робота всього персоналу, і може створити умови, за яких клімат гостинності виникає або, навпаки, зникає.  
  
Великий негативний вплив на гостя роблять почуття роздратування і недоброзичливості, виявлені стосовно нього цілком чітко, навіть якщо службовець намагався приховати їх. Вирішення проблеми взаємин лежить у зміні поведінки, а не в додатковому підвищенні кваліфікації. Існує багато програм, спрямованих на зміну поведінки працівників шляхом підвищення особистої зацікавленості в прояві гостинності. Ці програми спрямовані також на виявлення і зниження стресових ситуацій, у які потрапляють службовці на своєму робочому місці. Стрес вбиває гостинність, а працівники готелю гостинності знаходяться саме в епіцентрі стресу.

#### Питання та завдання для самоперевірки

1. Дайте визначення поняття гостинності. Назвіть її основні завдання та функції.  
2. Які основні віхи історії готельної справи ?  
3. Що таке індустрія гостинності? Назвіть її основні поняття і складові елементи.  
4. Охарактеризуйте місце індустрії гостинності в туристській сфері.  
5. Дайте класифікацію і характеристику сучасних засобів розміщення.  
6. Що таке готельні ланцюги ? Яка їхня роль і значення у світовому господарстві?  
7. Які перспективи розвитку індустрії гостинності?

### *Основи гостинності*

Продуктом підприємств індустрії гостинності є комплек фізичних, соціальних і емоційних компонентів. Готельна послуп значно ширша, ніж просто проживання. Сюди потрібно включити фізичну атмосферу, чистоту і відчуття компетентності турботи з боку обслуговуючого персоналу. Сучасний готель має бути святилищем спокою, домом удалині від дому.  
  
Кожен сегмент індустрії гостинності надає продукт, що сприймається в комплексі з різними елементами. Гостинність - це турбота, виявлена по відношенню до гостя, і здатність по чувати потреби клієнтів - невловимі, але настільки очевидн риси в поведінці службовців; це саме той елемент, що зробит: спогади клієнтів приємнішими, а враження запам'ятовувати муться надовше. Людина, яка переступила поріг готелю, без відчуття, що про неї піклуються, скоріше є споживачем, НІЖ гостем, прохачем, ніж постійним покупцем, неживим предме том, ніж людиною.  
  
Опитування громадської думки, що проводилися в кінці 60-: років, вказували на поширення серед керівників, обслугову ючого персоналу і клієнтів думки про те, що добре обслугову вання - це елемент минулого і що зниження задоволеносі клієнтів наданим обслуговуванням - це лише плата за дос тупність і економічну ефективність.  
  
Гостинність у відносинах із клієнтами була забута багатьма і стала одним із втрачених мистецтв. Пояснення цьому шукають у поведінці службовців, ігноруванні потреб клієнтів і/або надмірній зацікавленості керівництва в отриманні прибутку. Перелік подібних «причин» нескінченний. Зовнішня очевидність такої омани призвела до скорочення до мінімуму всіх контактів клієнтів зі службовцями. Захопленість технологічними нововведеннями призвела до переконання, що всі контакти між клієнтами й обслуговуючим персоналом варто було б звести до мінімуму, оскільки це раз і назавжди вирішило б і проблему ввічливості та гостинності. Так почалася ера самообслуговування, покликана до життя тенденцією заміни службовців машинами. Завдяки новим технологіям з'явилася можливість швидко нагодувати тисячі людей, у лічені хвилини одержати статистичні дані про ціну продуктів і рівень завантаження, у найкоротший термін зробити бронювання в будь-якому готелі світу тощо. Однак клієнти не прийняли цю тенденцію, і на даний час існує багато доказів того, що індустрія гостинності переглядає свої позиції з цього питання. Гостинність не лише не вмерла, але, навпаки, стає новим символом [ 106].  
  
Важко дати повне і точне визначення гостинної поведінки. Гостинність важко виміряти або включити в навчальні програми. Це якість обслуговування, а не рівень підготовки або досвід, якому вчаться. Однак належне навчання дає службовцю навички, необхідні для створення умов, при яких може проявитися гостинність. Наприклад, поінформованість працівників у всіх питаннях, що стосуються самого підприємства, його найближчого оточення навіть без явних проявів гостинності створюють у гостя відчуття домашньої обстановки.  
  
Навчання службовця гостинності має включати вивчення особливостей гостей, що користуються послугами даного готелю. Службовець напевно виявить до них більше турботи, якщо буде знати, що гості, що прибувають сьогодні ввечері, знаходяться в дорозі тривалий час. І що вони до такого ступеня будуть стомлені дорогою, що їм неодмінно буде потрібно уважне і турботливе обслуговування, оскільки вони будуть просто не в змозі витримати тривале оформлення.  
  
Очевидно, що в цих умовах краще відразу усіх розмістити, а формальностями зайнятися після того, як гості відпочинуть.  
  
Тим більше, що в такому втомленому стані вони не зможуть належно оцінити ту гостинність, яку службовці за інших обставин готові були б їм відразу продемонструвати.  
  
Взаємозв'язок між навчанням і гостинністю, можливо, найкраще може бути продемонстрований при спілкуванні працівника й іноземного гостя. Спілкування, у якому була б можливість виявити гостинність і повагу, не може відбутися доти, поки службовець не буде мати хоча б загальної уяви про мову народу, культурні особливості та традиції країни гостя. Одного щирого бажання службовця бути корисним і гостинним ще не-достатньо.  
  
Розвиток почуття привітності залежить і від форми навчання службовця. Добре підготовлені службовці можуть керуватися власним досвідом та відчуттями і легко усувати виникаючі проблеми.  
  
Можна сказати, що гостинність - це більш ніж запам'ятовування фактів і виконання кваліфікованої роботи. Гостинність вимагає часу і має потребу в колективному співробітництві.  
  
На прояв гостинності потрібен час, оскільки гість, як правило, має свої власні уявлення про те, де і коли службовці повинні виявляти його.  
  
Розуміючи з першого слова або навіть натяку, коли необхідно надати якусь додаткову послугу, працівник повинний мати достатньо професіоналізму і наданих йому прав, щоб са-мостійно змінювати традиційний хід подій, тобто бути здатним відреагувати на створену ситуацію таким чином, щоб це було розцінено гостем як гостинність.  
  
Чіткий розподіл обов'язків між службовцями нормальний і необхідний. Без чіткого поділу праці нормальне функціонування готелю буде неможливим. Проте, керівництву і службовцям варто розуміти, що розумне прохання гостя є законом, який необхідно неухильно виконувати. Обов'язок і уміння передчувати, розпізнавати і задовольняти законні потреби гостей настільки фундаментальні для індустрії гостинності, що не можуть розглядатися лише як службовий обов'язок будь-кого з працівників. Гостинність має забезпечуватися в усьому готелі цілодобово і обов'язково кожним працівником без винятку.  
  
Будь-яка спроба обмежити прояв привітності або покласти його як постійний обов'язок на одного службовця свідомо приречена на провал. Гостинність вимагає загальної турботи щодо гостя з боку всіх службовців. В умовах протидії важко організувати навіть елементарне обслуговування, не кажучи вже про гостинний прийом. Слід зазначити, що механічне, елект-ричне та інше обладнання, що створює зручності без участі людини, також може впливати на створення в готелі атмосфери гостинності. Погано працююче обладнання, будь це підтікаю-чий водопровідний кран і скрипуче ліжко, тріщина на шибці, помилки у виставленому рахунку або брудні фіранки - усе є видимим і очевидним проявом байдужого ставлення до гостя. Гірше того, подібні умови руйнують здатність персоналу до проявлення гостинності. Працівник, який знає, що наступний ранок не принесе йому нічого, крім нових скарг гостей, не в змозі працювати з повною віддачею.  
  
Вимагає уваги з погляду прояву гостинності і різна продукція, що розповсюджується в готелі. Гості досить схвально відносяться до будь-якої настільної інформації, брошур, різних по-кажчиків. Атмосфера гостинності піддається серйозному випробуванню, якщо гість змушений запитувати про те, де знаходиться туалет, у працівника, обличчя якого явно виражає, що йому вже набридло кожній людині багато разів відповідати на подібні запитання. Аналогічно цьому, атмосфера гостинності може виявитися цілком зруйнованою, якщо гості, проходячи коридором, бачитимуть на дверях одного з номерів розпорядження супервайзера: «Покоївко, негайно приберіть цей номер». Фальш і лицемірство адміністратора, що не жалкує посмішок для гостей, але спілкується з персоналом в нестриманій формі, відразу будуть побачені.  
  
Отже, роль керівництва також є важливою у створенні атмосфери гостинності. Будіу-яка дія керівництва, від ухвалення рішення про звільнення того або іншого співробітника до вве-дення і підтримки тих чи інших стандартів якості, справляє опосередковано через персонал той або інший вплив на рівень гостинності. Тому керівники несуть пряму відповідальність за створення в колективі тієї атмосфери, яка б сприяла проявові гостинності по відношенню до гостей.  
  
Однак не лише керівники несуть відповідальність за створення цієї атмосфери. Відповідальність за створення сприятливого клімату в готелі повинна бути розділена нарівно між усіма службовцями. Очевидний той факт, що кожен службовець, вільний у проявах своїх почуттів, впливає на атмосферу, в якій відбувається робота всього персоналу, і може створити умови, за яких клімат гостинності виникає або, навпаки, зникає.  
  
Великий негативний вплив на гостя роблять почуття роздратування і недоброзичливості, виявлені стосовно нього цілком чітко, навіть якщо службовець намагався приховати їх. Вирішення проблеми взаємин лежить у зміні поведінки, а не в додатковому підвищенні кваліфікації. Існує багато програм, спрямованих на зміну поведінки працівників шляхом підвищення особистої зацікавленості в прояві гостинності. Ці програми спрямовані також на виявлення і зниження стресових ситуацій, у які потрапляють службовці на своєму робочому місці. Стрес вбиває гостинність, а працівники готелю гостинності знаходяться саме в епіцентрі стресу.

#### Питання та завдання для самоперевірки

1. Дайте визначення поняття гостинності. Назвіть її основні завдання та функції.  
2. Які основні віхи історії готельної справи ?  
3. Що таке індустрія гостинності? Назвіть її основні поняття і складові елементи.  
4. Охарактеризуйте місце індустрії гостинності в туристській сфері.  
5. Дайте класифікацію і характеристику сучасних засобів розміщення.  
6. Що таке готельні ланцюги ? Яка їхня роль і значення у світовому господарстві?  
7. Які перспективи розвитку індустрії гостинності?

## Глава 2. Організаційна структура управління готелем

[Побудова організаційної структури готелю](https://tourlib.net/books_ukr/roglev02-1.htm)  
[Типи організаційних структур готелів](https://tourlib.net/books_ukr/roglev02-2.htm)  
[Система менеджменту готелю](https://tourlib.net/books_ukr/roglev02-3.htm)  
[Функції окремих підрозділів готелю](https://tourlib.net/books_ukr/roglev02-4.htm)

### *Побудова організаційної структури готелю*

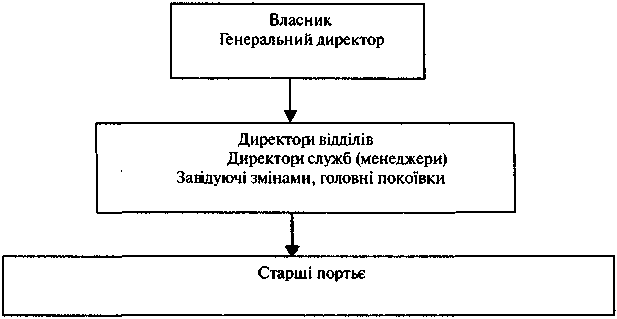
Для ефективної роботи будь-якому готелю необхідна функціональна організаційна структура. Загальний метод подання структури готелю - це організаційна схема, тобто схема взаємин підрозділів. Вона показує розташування кожної служби і посади в загальній організації готелю та ілюструє розподіл повноважень і обов'язків.  
  
Організаційна схема може змінюватися. її варто періодично переглядати, особливо при значних змінах в структурі управління готелю. Обов'язки різних працівників можуть зміню-ватися залежно від їхньої кваліфікації і чисельного складу.  
  
Організаційна структура готелю загалом будується таким чином. До ланок управління належать керівники, їхні заступники, що управляють декількома структурними підрозділами, самі структурні підрозділи і провідні спеціалісти, що виконують окремі функції або частину функцій. їм підпорядковуються безпосередні виконавці (обслуговуючий персонал). На вер-шині структури управління готелю стоять власник та генеральний директор.  
  
Розподіл завдань, визначення повноважень і обов'язків, а також взаємини між співробітниками готелю можна побудувати на персональній і неформальній основі. Але більшість готелів вимагають певної структури, за допомогою якої розподіляються і координуються міжособистісні відносини. У великих готелях існує необхідність в акуратно складеній і цілеспрямованій організаційній структурі.  
  
Організаційна структура готелю визначається насамперед його призначенням, місцем розташування, специфікою додаткових послуг, що надаються, та іншими факторами. Вона є відображенням повноважень і обов'язків, покладених на кожного працівника [ 1 ].  
  
Організаційна структура потрібна для ефективного виконання ключових функцій працівників, визначення їх підзвітності, забезпечення належних зусиль з боку персоналу. За характером виконання трудових функцій персонал готелю поділяється на робітників та службовців. Робітники безпосередньо надають послуги. До робітників відноситься і молодший обслуговуючий персонал готелю - двірники, прибиральниці тощо. Службовці здійснюють організацію діяльності людей, управління підрозділами готелю, фінансово-бухгалтерські, по-стачальницькі, юридичні й інші функції. Вони відносяться до осіб, зайнятих переважно розумовою, інтелектуальною працею, і поєднуються у декілька підгруп.

### *ипи організаційних структур готелів*

В управлінській практиці готелів найбільш поширені такі типи організаційних структур:  
  
- лінійна;  
- функціональна;  
- лінійно-функціональна.  
  
Лінійна організаційна структура управління. Лінійні зв'язки в готелі відбивають рух управлінських рішень та інформації, що виходять від так званого лінійного менеджера, тобто особи, яка цілком відповідає за діяльність готелю (як правило, невеликого) або його структурних підрозділів (у великому). Це одна з найпростіших організаційних структур управління. Вона характеризується тим, що на чолі кожного структурного підрозділу знаходиться керівник, наділений усіма повноваженнями, що здійснює усі функції управління. При лінійному управлінні кожна ланка і кожен підлеглий мають одного керівника, через якого одним каналом проходять усі управлінські команди. У цьому випадку управлінські ланки несуть відповідальність за результати всієї діяльності об'єктів, що ними управляються. Мова йде про пооб'єктне виділення керівників, кожен з яких виконує усі види робіт і приймає рішення, пов'язані з управлінням даним об'єктом. Оскільки в лінійній структурі управління рішення передаються ланцюжком «зверху донизу», а сам керівник нижньої ланки управління підпорядковується керівникові більш високого рівня, формується свого роду ієрархія керів-ників. У даному випадку діє принцип єдиноначальності, суть якого полягає в тому, що підлеглі виконують волю лише свого безпосереднього керівника. Вищий орган управління не має права віддавати розпорядження будь-яким виконавцям, минаючи їх безпосереднього начальника [3].  
  
Лінійна структура управління є найбільш логічною, стрункою і формально визначеною, але разом з тим і найменш гнучкою. Кожен з керівників має всю повноту влади, але відносно невеликі можливості для вирішення проблем, що вимагають вузьких, спеціальних знань.  
  
Функціональна організаційна структура управління. Функціональне управління здійснюється певною сукупністю підрозділів, що спеціалізуються на виконанні конкретних видів робіт, необхідних для прийняття рішень у системі лінійного управління. Ідея полягає в тому, що виконання окремих функцій покладається на фахівців. В організації, як правило, фахівці одного профілю поєднуються в структурні підрозділи (відділи), наприклад відділ маркетингу, відділ прийому і розміщення, плановий відділ тощо. Таким чином, загальне завдання управління організацією розподіляється, починаючи із середнього рівня, за функціональним критерієм. Звідси і назва -функціональна структура управління. Функціональне управління існує поряд з лінійним, що створює подвійне підпорядкування для виконавців. Замість універсальних менеджерів, що повинні розумітися на справі і виконувати всі функції управління, з'являється штат фахівців, що мають високу компетенцію у своїй сфері і відповідають за певний напрямок (наприклад, планування і прогнозування). Така функціональна спеціалізація апарату управління значно підвищує результативність діяльності готелю.  
  
Лінійно-функціональна (штабна) структура управління готелем. За такої структури управління всю повноту влади бере на себе лінійний керівник, що очолює колектив. При розробці конкретних питань і підготовці відповідних рішень, програм, планів йому допомагає спеціальний апарат, що складається з функціональних підрозділів (управлінь, відділів, бюро тощо).  
  
У цьому разі функціональні структури підрозділу перебувають у підпорядкуванні головного лінійного керівника. Свої рішення вони втілюють або через головного керівника, або (у межах своїх повноважень) безпосередньо через відповідних керівників служб-виконавців. Таким чином, лінійно-функціональна структура передбачає спеціальні підрозділи при лінійних керівниках.

### *Система менеджменту готелю*

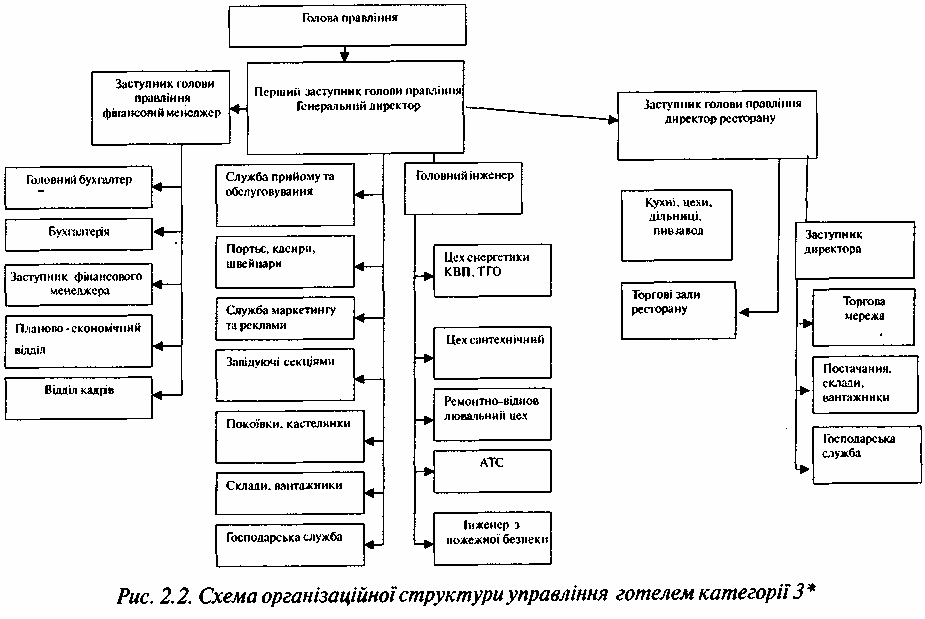
Незважаючи на те, що всі керівники готелю виконують управлінські функції, не можна сказати, що вони займаються однаковим видом діяльності. Окремим керівникам доводиться витрачати час на координування роботи інших керівників, що, у свою чергу, координують роботу менеджерів більш низького рівня, і так до рівня керівника, що координує роботу неуправ-лінського персоналу-людей, що надають послуги. Форма піраміди на малюнку вказує на те, що на кожному наступному рівні управління, починаючи з нижнього, знаходиться менше людей, ніж на попередньому. Керівники всіх рівнів управління виконують також виконавські функції. Питома вага виконавських функцій знижується з підвищенням рівня керівництва. Розрахунки показують, що на вищому рівні вони займають близько 10%, на середньому - 50%, на нижчому - близько 70% загального часу менеджерів.  
  
Вищий рівень управління готельним підприємством представлений власником готелю і генеральним директором, що приймають загальні рішення стратегічного характеру. Подібні рішення відносяться до категорії загальних, від яких залежать розмір готелю і вибір місця для його будівництва, архітектура й інтер'єр, обладнання, підбір персоналу. Власником готелю може бути як приватна особа, так і ціла корпорація.

  
Рис. 2.1. Типова пірамідальна структура управління готелем

Оперативне управління готелем здійснюється управляючим (директором), який може бути як з числа власників, так і найманим співробітником. Управляючому або директору підпо-рядковуються всі служби готелю, він направляє, контролює і координує їхню діяльність з метою одержання максимально можливого ефекту на кожній ділянці. Контроль за роботою персоналу всіх рівнів є однією з головних функцій керівника готелю.  
  
Управлінська структура великих готелів може включати посади 5-6 директорів відділів, що підпорядковуються генеральному директору. Серед них: директор з розміщення, фінансовий, технічний, комерційний директори. Вони представляють середній рівень управління і забезпечують реалізацію політики готелю, що розроблена вищим керівництвом, відповідають за доведення більш детальних завдань до підрозділів і відділів, а також за їхнє виконання. Директори відділів, як правило, мають широке коло обов'язків і мають велику свободу щодо прийняття рішень. Крім виконання функцій втілення загальних постановочних завдань у конкретні управлінські рішення, вони також вирішують ряд завдань, спрямованих на задоволення потреб гостей [86].  
  
У прямому підпорядкуванні директора з розміщення знаходяться менеджери основних готельних служб: бронювання, обслуговування, прийому і розрахункової частини, експлуатації номерного фонду.  
  
Фінансовому директору підпорядковуються головний бухгалтер, менеджер господарської служби, контролер ЕОМ, завідувач відділом заробітної плати.  
  
Технічний директор очолює інженерно-експлуатаційний відділ. У різних готелях посада технічного директора називається по-різному: головний інженер, директор з експлуатації, го-ловний технік. Йому підпорядковуються старший майстер, завідувачі майстернями з ремонту меблів, обладнання, систем опалення, холодильних установок тощо.  
  
У прямому підпорядкуванні директора з розміщення знаходяться менеджери основних готельних служб: бронювання, обслуговування, прийому і розрахункової частини, експлуатації номерного фонду.  
  
Для виконання функцій комерційної служби в готелях передбачаються різні посади. Як правило, комерційному директорові підпорядковуються менеджер служби конгресового об-слуговування, менеджер рекламної служби тощо.  
  
У деяких випадках, коли потрібно прийняти важливе рішення (вибір цільового ринку, вибір турфірм-контрагентів, придбання нового обладнання), створюється спеціальна рада, до якої входять вище керівництво і всі начальники відділів.  
  
Система організації готелю має відповідати також принципу забезпечення контролю. Обов'язковими елементами тут мають бути внутрішній і зовнішній аудити. Підрозділи внутрішнього і зовнішнього аудиту покликані контролювати законність виконуваних заходів, їхню відповідність нормам та інструкціям.  
  
Внутрішня упорядкованість, узгодженість внутрішніх підрозділів готелю забезпечуються також за допомогою підпорядкування працівників правилам діяльності. Для реалізації даного принципу готелі розробляють певні розпорядження (статут, положення про відділи і служби, кваліфікаційні характеристики, посадові інструкції). Кожен співробітник повинний знати свої обов'язки, мати певні знання й уміння, виконувати правила, наведені в цих та інших документах.  
  
Забезпечення готелю оперативною і достатньою інформацією, що необхідна для того, щоб учасно приймати необхідні організаційні й економічні заходи, в організаційному відношенні реалізується шляхом створення в готелі особливих підрозділів (групи людей), що займаються збором і обробкою відповідної інформації.  
  
Як приклад на рис.2.2. наведена схема організаційної структури управління готелем категорії

### *Функції окремих підрозділів готелю*

В організаційній структурі сучасних готелів виділяється основний операційний підрозділ - служба розміщення. Це пов'язане з тим, що готелі пропонують своїм гостям головну послугу - безпечне і комфортне проживання. Іншим підрозділам надається допоміжна роль підтримки основної діяльності готелю.  
  
Отже, розглянемо докладно служби готелю.  
  
Служба прийому і розміщення (СШР)  
  
До функцій служби прийому і розміщення входить бронювання, реєстрація, розподіл номерів, надання гостям



різних інформаційних послуг, стягування плати за проживання, ведення необхідної документації. До обов'язків цієї служби входить також ведення і підтримка в робочому стані бази даних, що містить інформацію про гостей і стан номерного фонду. У великих готелях служба прийому і розміщення часто поділяється на відділи, що спеціалізуються на певних операціях.  
  
У службі прийому і розміщення є декілька посад:  
  
- службовець з прийому і розміщення гостей (черговий адміністратор), що оформляє гостей на проживання;  
- касир, що приймає оплату і виписує рахунок клієнтові;  
- портьє, що відповідає за надання інформації гостям і функціональним службам готелю, а також за збір, підшивку і збереження документації;  
- телефонний оператор, що підтримує зв'язок з міжміською і міжнародною телефонними станціями, фіксує наявність телефонних розмов клієнтів з номерів, контролює їхню оплату, а також надає послуги з ранкового будіння на прохання клієнта;  
- службовець з бронювання місць у готелі з веденням відповідної документації;  
- портьє з видачі ключів.  
  
Якщо готель комп'ютеризований, кожен співробітник СПіР має право на доступ лише до тих комп'ютерних даних, до яких він має безпосереднє відношення.  
  
У невеликих готелях СПіР виконує ті самі обов'язки, але має менше число співробітників, що часто виконують декілька обов'язків. Наприклад, адміністратор, крім своїх функцій, виконує обов'язки касира і портьє з бронювання місць або обов'язки телефонного оператора.  
  
Останнім часом, у зв'язку з низькою заповнюваністю готелів, з'явилася нова тенденція скорочення співробітників у нічний час, коли потік тих, хто поселяється, значно обмежений. У СПіР можна також частково скоротити присутність на робочому місці деяких співробітників у нічний час. У таких випадках часто застосовується змінний графік, що дозволяє службовцям обирати час початку і закінчення робіт. Однак у певний час робочого дня необхідна присутність більшості службовців. Наприклад, один службовець може працювати з 6-00 до 14-00, оскільки найчастіше гості просять розбудити їх і від'їжджають о 7-00. Другий службовець може приходити на 10-00 і працювати до 18-00.  
  
У зв'язку з усе більшою комп'ютеризацією готелів усі дані, включені до бази даних комп'ютера, і будь-яка необхідна інформація легко витягається з пам'яті комп'ютера. Це значно спрощує роботу СПіР.  
  
Службовець з прийому гостей (черговий адміністратор) є представником готелю, що спілкується з гостями протягом усього терміну їхнього проживання в готелі. Він підпорядковується старшому адміністратору або керівнику служби, має пройти професійну підготовку, володіти практичними знаннями щодо забезпечення безпеки в готелі, знати 2-3 іноземні мови, знати нормативну документацію щодо прийому й обслуговування гостей.  
  
До основних його функцій належать: виконання різних підготовчих дій щодо прийому гостей; підбір номерів для броні; фіксація тривалості проживання гостей; перевірка документів при реєстрації, виявлення терміну їхньої дії; вибір необхідного номера клієнту відповідно до його вимог; визначення вартості номера, включаючи знижки і пільги; визначення способу оплати і проведення необхідних кредитно-чекових процедур; збір і класифікація необхідної інформації про гостей і номери готелю; координування своєї роботи з господарською службою й іншими підрозділами готелю; відповідальність за рух і збереження ключів від номерів; відповідальність за обладнання, що встановлене в СПіР, включаючи сейф; забезпечення доставки пошти і посилок проживаючих [73].  
  
У нічні і ранкові години під час відсутності керівника підприємства він зобов'язаний вирішувати всі питання, пов'язані з експлуатацією готелю, включаючи режим економії енер-горесурсів, дотримання персоналом виконання своїх службових обов'язків, вживати заходи щодо ліквідації різних конфліктних ситуацій.  
  
У нього повинна зберігатися „Книга відгуків та пропозицій». Видавати її він має на першу вимогу клієнтів. Під час чергування йому підпорядковуються всі працівники вестибюль-ної групи: швейцари, гардеробники, працівники камери схову, паспортист, касири, портьє і весь черговий персонал інших служб готелю. Після закінчення чергування службовець повинний здати чергування з оцінкою в спеціальному журналі.  
  
Докладно роботу служби прийому і розміщення представлено в наступних главах.  
  
Службовець з бронювання номерів-несе відповідальність за всі аспекти бронювання номерів у готелі. Здійснює тісне співробітництво з відділом маркетингу і збуту, що дуже важливо при бронюванні місць для великих організованих груп.  
  
До його обов'язків входять: прийняття замовлень на резервування місцьу готелі поштою, телефоном, факсом, телеграмою або особисто; реєстрація замовлення, його дати, дати прибуття і прізвища прибуваючих за алфавітом; підготовка і відправлення листів-підтверджень; реєстрація скасування або зміни замовлення; перевірка наявності вільних місць; прогнозування зайнятості номерів; повідомлення необхідної інформації про заброньовані номери службі прийому і розміщення; підготовка необхідних документів до приїзду гостей і передача їх.  
  
Касир служби прийому і розміщення підпорядковується головному бухгалтеру, а в адміністративному відношенні службовцю з прийому і розміщення. Як і всі працівники бухгалтерії, повинний мати кваліфікаційні знання, має бути гранично уважний у веденні всієї документації, особливо рахунків. Має добре знати правила прийому й обслуговування громадян, знати прейскуранти цін на номери і місця, систему розрахунків при бронюванні й оплаті проживання, наданих додаткових послуг. Він має зберігати в картотеці рахунок і при виїзді гостя здійснювати остаточний розрахунок з ним. До його обов'язків входить отримання грошей по актах за заподіяний збиток майну готелю. Він здійснює операції з прийому, збереження і здачі за касовим звітом грошей до бухгалтерії, а також здійснює повернення грошей особам, що виїжджають з готелю раніше встановленого терміну. Він має знати і дотримуватись правил експлуатації і технічної безпеки при роботі на ЕОМ. Основні обов'язки касира можна узагальнити таким чином: внесення повної суми до рахунку клієнта; отримання оплати повною мірою від клієнта при виїзді; узгодження оплати рахунків кредитними картками і чеками з бухгалтерією; підрахунок усіх рахунків і загальної суми виторгу в кінці кожної зміни; несення персональної відповідальності за всі гроші, що існують в обігу під час зміни.  
  
У багатьох готелях касир відповідає також за безпеку сейфів замість інших співробітників. Касирові також можуть поставити в обов'язок виконувати деякі банківські операції, видавати готівку за чеками тощо.  
  
Нічний аудитор перевіряє правильність складання бухгалтерської документації і складає денний звіт за даними комерційної діяльності готелю. Зазвичай цей звіт складається на-прикінці робочого дня, під час нічної зміни, і тому ця перевірка називається нічною аудиторською перевіркою, а службовець нічним аудитором. До його обов'язків входять: перевірка правильності складання рахунків; перевірка правильності оплати по кредитних картках; внесення до рахунків клієнтів оплати за покупки, здійснені протягом дня; перевірка талонів, що дають право на надання знижок; підбиття результатів усіх фінансових операцій.  
  
Аудитор перевіряє отриманий дохід від проживання в готелі, відсоток фактичної зайнятості й інші дані, отримані від СПіР, здійснює касове зведення, включаючи оплату чеками і кредитними картками.  
  
У багатьох готелях функції нічного аудитора виконує один з бухгалтерів. Однак практика показує, що нічний аудитор себе завжди виправдовує. Докладніше про роботу нічного аудитора подано в главі щодо бронювання і розміщення.  
  
Консьєрж. Ця посада існує в усіх європейських готелях і курортах, але в українських готелях це рідкісний випадок. Ця посада необхідна внаслідок того, що співробітники СПіР бувають занадто зайнятими, щоб надавати обслуговування гостям.  
  
Консьєрж повинний мати достатню інформацію як про готель, так і про найближчі визначні пам'ятки. Консьєрж має виконувати прохання гостей, незважаючи на те, відносяться вони до компетенції служб готелю чи ні. Зазвичай до обов'язків консьєржа входить: повідомлення гостям необхідної інформації; замовлення квитків на літаки, потяги, видовищні заходи або інші місця; організація особливих заходів, таких, наприклад, як VIP-прийоми; виконання секретарських обов'язків тощо.  
  
Консьєрж також може обдзвонювати гостей після того як вони поселилися в номери, щоб дізнатися, чи не мають вони потреби в якій-небудь допомозі. У деяких готелях консьєрж відповідає на скарги відвідувачів. Під час відсутності консьєржа в багатьох готелях його функції виконує один зі співробітників СПіР.  
  
Інженерно-технічна служба. Значення цієї служби в готелі по мірі насичення їх сучасним високотехнологічним обладнанням все більше й більше зростає.  
  
Службу очолює головний інженер (у деяких готелях - технічний директор). Досить докладно структуру цієї служби зображено на рис 2.2.  
  
Служба з роботи з персоналом. Основними функціями цієї служби є: формування кадрів організації (планування, добір і наймання, вивільнення, аналіз плинності тощо); навчання пра-цівників (перепідготовка, атестація й оцінка персоналу, організація просування по службі, проведення виховної роботи); удосконалювання організації праці, її стимулювання, створення безпечних умов праці.  
  
Господарська служба. Це - найбільший підрозділ готелю. Повсякденна підтримка в належному стані великої кількості номерів вимагає великої відповідальності і пунктуальності. Від керівника цієї служби потрібна організаторська здатність, вимогливість, прагнення відповідати найвищим стандартам.  
  
Бухгалтерія (фінансово-економічна служба). Ця служба відповідає за своєчасне складання бухгалтерської звітності в суворій відповідності з нормативними документами; несе відпо-відальність за дотримання фінансової і договірної дисципліни; проводить аналіз фінансово-господарської діяльності; організовує складання бізнес-планів; складає фінансово-господарські плани і кошториси за встановленими формами; несе відповідальність за своєчасність складання звітів, балансів і рахунків, прибутків і збитків; виконує роботу з обліку, введення в експлуатацію і списання матеріальних цінностей і обліку коштів у встановленому порядку; несе відповідальність за дотримання ціноутворення і правильності складання тарифів; здійснює облік надходження і вибуття виробничих запасів відповідно до Положення (стандартів) бухгалтерського обліку; організовує роботу з одержання ліцензій.  
  
Комерційний відділ. Основним завданням цього відділу є забезпечення готельного комплексу матеріально-технічними і виробничими ресурсами. Комерційна служба готелю повинна формувати свої відносини з партнерами на взаємовигідній основі, залучаючи до товарообігу продукцію підприємств виготовлювачів та інших постачальників різних форм власності, у тому числі й фізичних осіб, а також закордонних постачальників.  
  
З цією метою необхідно вчасно реагувати на зміни, що відбуваються на ринку. При цьому важливу роль відіграє комп'ютеризація виконання комерційних операцій, а також операцій, пов'язаних з управлінням товарними запасами, контролем виконання договорів тощо. З цією метою повинні створюватися автоматизовані робочі місця виконавців.  
  
Працівникам комерційного відділу необхідно добре знати закони й інші нормативні акти, що регламентують комерційну діяльність, уміти приймати правильні рішення, вигідні для го-телю, виявляти ініціативу.  
  
У комерційний відділ доцільно включати і групу менеджерів, що займаються маркетингом, продажем номерів, організацією банкетів, рекламою.  
  
Керівництво готелю. Керівництво готелю - це одна людина або група людей, наділених владою, які представляють інтереси власників готелів. До обов'язків керівництва входить уп-равління справами готелю і регулярна доповідь про його стан власникам готелю.  
  
До головних обов'язків керівництва готелю належать: планування, організація, координування всієї діяльності готелю, а також підбір і розміщення кадрів, оцінювання виконання по-ставлених цілей. Ці обов'язки вимагають координування роботи різних служб і відділів.  
  
Виконавчий глава готелю звичайно називається генеральним директором. До складу Правління входять керівники провідних структурних підрозділів, і їхні обов'язки випливають з функцій служб і відділів, якими вони керують і про які йшла мова вище.  
  
У готелях, які є акціонерними товариствами, на генерального директора готелю, що обирається загальними зборами акціонерів, мають бути покладені такі обов'язки і надаватися права: здійснення управління всією господарською діяльністю готелю; користування всіма видами банківських послуг, у тому числі кредитами, відкриття і закриття розрахункових, поточних й інших рахунків і розпоряджання ними, підписування чеків на отримання готівки, цінностей тощо; право позову і відповіді на суді, у тому числі й в арбітражі, а також право представлення у всіх адміністративних установах свого підприємства особисто або через інших осіб, уповноважених на те спеціальними дорученнями; підписання договорів, зобов'язань і доручень.  
  
Не існує ідеальної і єдиної моделі управління готелем. Але всі рішення, обумовлені необхідністю задоволення потреб клієнтів, спираються на строго зафіксовану управлінську ієрархію.  
  
Чим крупніший готель, тим більш розгалужену структуру управління він має, оскільки у ньому існують проміжні ланки, основною функцією яких є контроль.  
  
Загальні рішення стратегічного характеру приймаються власниками готелю або генеральним директором. Стратегічною метою готелю може бути, наприклад, орієнтація на курортне обслуговування або на прийом і обслуговування бізнес-туристів.  
  
Генеральний директор є посередником між власниками підприємства й управлінським персоналом, з одного боку, і гостями підприємства - з іншого. Ця функція може бути охарактеризована як функція втілення загальних завдань у конкретні управлінські рішення.  
  
Крім того, на генеральному директорі лежить необхідність вирішення задач, пов'язаних із загальними напрямками діяльності готелю, у тому числі - проведенням фінансової політики, до якої можна віднести визначення лімітів витрат на утримання персоналу, граничних асигнувань на адміністративні і господарські витрати, питання закупівельної політики тощо. Керівництво вищої ланки також приймає рішення щодо того, яку систему розрахунків із клієнтами використовувати в готелі. Але частина цих питань може бути передана на розгляд нижче-стоящим ланкам управління, якщо на генерального директора покладено занадто багато повноважень і обов'язків.  
  
Через те, що готелі працюють цілодобово, їхня діяльність вимагає постійного контролю з боку адміністрації, у зв'язку з чим у великих готелях існує посада виконавчого директора, що практично постійно знаходиться на підприємстві.  
  
Також у великих готелях, на додаток до керівництва вищої ланки, використовують таку організаційну форму, як виконавчий комітет. Це характерно для спільних з іноземними партнерами готелів, подібну форму можна зустріти досить часто.  
  
Виконавчий комітет складається, як правило, із представників головних функціональних підрозділів (служб). До нього входять керівники таких напрямків, як розміщення, маркетинг (комерційна служба), адміністративно-господарська робота. Кожний з керівників, які відповідають за ці напрямки, несе відповідальність за вирішення завдань, що стоять перед ним.  
  
Керівники середньої ланки (керівники структурних підрозділів) мають повноваження прийняття оперативних рішень у рамках своїх підрозділів.

#### Питання та завдання для самоперевірки

1. Перелічіть види і дайте характеристику основних типів організаційних структур готелів.  
2. Охарактеризуйте систему менеджменту сучасних готелів.  
3. Як здійснюється організаційна побудова служб готелю?  
4. Охарактеризуйте лінійно-функціональну структуру управління готелем.  
5. Опишіть основні функції підрозділів готелю.  
6. Розкрийте функції та вимоги до служб готелю.

## Глава 3. Управління обслуговуванням гостей у готелі

[Поняття обслуговування у готелі](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03-1.htm)  
[Правила поведінки персоналу готелів](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03-2.htm)  
[Процес обслуговування гостей у готелі. Функції та обов'язки службовців і працівників готелю щодо надання послуг гостям](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03-3.htm)  
[Види послуг, що надаються в готелях. Додаткові послуги](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03-4.htm)  
[Організація побутового обслуговування](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03-5.htm)  
[Організація прибиральних робіт](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03-6.htm)  
[Підготовка покоївки до роботи](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03-7.htm)  
[Нормативи проведення прибиральних заходів](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03-8.htm)  
[Роботи, пов'язані з оборотом постільної білизни](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03-9.htm)  
[Санітарно-гігієнічні засоби](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03-10.htm)

### *Поняття обслуговування у готелі*

Обслуговування у готелі - це система заходів, що забезпечують високий рівень комфорту та задовольняють найрізноманітніші побутові, господарські і культурні запити гостей. З кожним роком ці запити і вимоги до послуг підвищуються. Причому, чим вища культура і якість обслуговування гостей, тим вищий імідж готелю, тим привабливіший він для клієнтів і тим успішніша його діяльність.  
  
Висока якість обслуговування туристів забезпечується колективними зусиллями працівників усіх служб готелю, постійним і ефективним контролем з боку адміністрації, проведенням роботи з удосконалювання форм і методів обслуговування, вивчення і впровадження передового досвіду, нової техніки і технологій, розширення асортименту та вдосконалення якості наданих послуг.  
  
Послуги проживаючим може надавати персонал готелю (сервісне і номерне обслуговування) і персонал інших підприємств (підприємства торгівлі, перукарня, медпункт тощо), розташованих у готелі.

### *Правила поведінки персоналу готелів*

Готель надає послуги вітчизняним та іноземним гостям. Тому неухильним правилом для персоналу є поважне відношення до будь-яких культурних традицій і способу мислення, а та-кож готовність до спілкування без перешкод. Гордістю будь-якого готелю є персонал, здатний говорити різними мовами і справляти добре враження на гостя рівнем своїх знань і гнучкістю спілкування.  
  
Метою обслуговуючого персоналу є створення відкритої, дружньої атмосфери, тому, звертаючись до гостя по імені, будь-який працівник готелю зможе домогтися його прихильності. Гості і співробітники повинні будувати свої відносини на взаємній повазі, стаючи рівноправними діловими партнерами. Необхідно, щоб кожен гість міг звернутися до будь-якого співробітника готелю зі своїми проблемами й турботами і його очікування виправдалися. Саме такий рівень обслуговування є гарантією успіху і конкурентоздатності на ринку готельних послуг. Необхідно постійно виявляти турботу про гостя. Кожен член колективу готелю стає єдиним цілим з тими послугами, що надає готель.  
  
Культура поведінки готельного працівника містить у собі всі складові зовнішньої і внутрішньої культури людини, а саме: правила стосунків і звертання, уміння правильно виражати свої думки, дотримуватися мовного етикету. Ввічливість свідчить про культуру людини, її ставлення до роботи і до колективу. Для готельного працівника дуже важливо бути тактовним у взаєминах з гостями, постійно пам'ятати про повагу до людини [73].  
  
Тактовна поведінка готельних працівників складається з ряду факторів. Головний з них - це уміння не помічати помилок і недоліків у поведінці гостей, не акцентувати на них увагу, не виявляти зайвої зацікавленості до їх одягу, звичаїв, традицій. Не можна задавати непотрібних запитань, розповідати про свої справи, виявляти настирливість. Не можна показувати гостеві, подобається він тобі чи ні, робити непотрібні зауваження, читати моралі, висловлювати різні претензії, розпитувати гостей про їхнє особисте життя. Працівникам необхідно вести себе тактовно і відносно відвідувачів гостей - не можна розпитувати їх про мету візиту, а також заходити в номер без дозволу проживаючого.  
  
Тактовність виявляється і в увазі до гостя. Якщо гість занедужав, потрібно допомогти йому дістати ліки, зателефонувати. Особливо уважним і тактовними треба бути до людей похилого віку, прощати їхні вади - адже вони часто неуважні, забудькуваті і уразливі.  
  
Гідність і скромність - обов'язкові для готельного працівника риси характеру.  
  
Культура поведінки і спілкування пов'язані і з поняттям культури мови. Готельному працівникові необхідно вміти грамотно, чітко викладати свої думки. За культурою мови, як і за тоном, потрібно стежити постійно. Культура мовного етикету припускає не лише уміння говорити, але й уміння слухати. Уважно вислухати співрозмовника, не перебиваючи його, і виявити при цьому щире співчуття - мистецтво.  
  
У вестибюлі готелю повинні бути створені необхідні умови для зустрічей і відпочинку туристів. Готелі повинні мати широку інформацію про наявність, розташування і режим роботи служб, у тому числі перукарні, ремонту годинників, проявлення і друкування фотоматеріалів, прокату предметів культурно-побутового призначення, кіосків з продажу газет, сувенірів, книг, тощо, а також рекламно-інформаційні матеріали (буклети, проспекти, довідники) мовами основних гостей готелю. Усі пункти і служби обслуговування повинні бути забезпечені засобами візуальної інформації (вивіски, таблички, написи) із вказанням найменування служб і часу їхньої роботи місцевою та англійською мовами.  
  
Номери готелів повинні бути забезпечені буклетами готелю, фірмовим поштовим папером, конвертами, переліком додаткових послуг, довідником телефонів служб, пам'яткою про-типожежної безпеки мовами основних гостей готелю і англійською мовою.  
  
Якість підготовки номерів, справність та комплектність обладнання, наявність рекламно-інформаційного матеріалу, туалетних засобів повинні неодмінно перевірятися адміністра-цією. Заселення гостей у непідготовлені номери є неприпустимим.

### *Процес обслуговування гостей у готелі. Функції та обов'язки службовців і працівників готелю щодо надання послуг гостям*

Процес обслуговування гостя в готелі можна подати так.  
  
Перший службовець, з яким гості часто стикаються в готелі - швейцар. Він вітає гостей, що під'їжджають, відкриває двері автомобіля, може допомогти з розміщенням багажу на візку і відповідає за безпеку гостей. Швейцари є не у всіх готелях. Штатна одиниця швейцара не приносить доходу готелю та її дорого укомплектовувати. Тому лише найбільші готелі можуть дозволити собі мати службу швейцарів.  
  
Далі гість підходить до реєстраційної стійки, де на нього чекає портьє. Від служби портьє залежить, наскільки швидко відбувається прибуття гостя - один з основних показників якості обслуговування в готелі.  
  
Коли реєстрація гостя завершується, підходить посильний, щоб провести гостя до номера. Служба посильних виконує ряд важливих функцій. Посильний пояснює розташування відділів готелю, подробиці роботи готелю, проводить заключну перевірку номера при заселенні гостя.  
  
Посильні - невід'ємна частина великого готелю.  
  
Гаражна служба, швейцари, служба безпеки готелю і служба посильних відіграють ключову роль у створенні образу готелю. Ніякий інший персонал готелю не має такої кількості часу, проведеного з гостем, як обслуговуючий персонал. Виявляючи доброзичливість і гостинність по відношенню до гостя, професійно навчений персонал успішно просуває ряд послуг готелю. Здатність переконувати, терпіння і ненав'язливість - неоціненні навички, якими повинний володіти обслуговуючий персонал готелю.  
  
Служба покоївок у більшості випадків є найбільш функціонально значимим підрозділом, оскільки цей підрозділ відповідає за прибирання номерів, холів, коридорів та внутрішніх при-міщень, у яких здійснюється прийом і обслуговування клієнтів.  
  
Покоївки і старші покоївки повинні швидко і високоякісно прибирати місця загального користування, житлові номери, туалет, ванну, щоб, гість, потрапляючи у свій номер після переїзду і тривалої стомлюючої дороги, відразу відчув турботу про нього персоналу і створений затишок.  
  
Способи і методи прибирання в готелях постійно удосконалюються і розвиваються, але головним критерієм оцінки роботи персоналу є бездоганна чистота номерів і готелю в цілому, охайність самого персоналу при виконанні прибиральних робіт, правильне і вміле використання прибирального матеріалу і інвентарю.  
  
Не менш важливе завдання персоналу цієї служби полягає в тому, щоб уміти маневрувати часом при виконанні прибиральних робіт, щоб якнайменше ці роботи виконувалися в присут-ності гостя. Чим менше гість буде свідком робочої обстановки на поверхах, чим рідше обслуговуючий персонал буде йому «потрапляти на очі» з прибиральним матеріалом та інвентарем, чим менше покоївки під час роботи з прибирання приміщень будуть залишати «сліди» своєї роботи в коридорах (ганчірки, щітки, відра), тим вищою буде культура обслуговування.  
  
Додаткові послуги надаються і з метою створення максимальних зручностей для гостей, що проживають у готелі, більш повного задоволення їхніх вимог. Технологія надання додаткових послуг повинна передбачати раціональне розміщення служб у готелі з метою спрощення і скорочення до мінімуму процедури оформлення замовлень на послуги.  
  
Служби готелю, які беруть участь у наданні послуг, повинні працювати в тісній взаємодії, що виключає випадки повторного звертання гостей з того самого питання. У випадку неможливості надання послуг повинні бути пояснені причини і по можливості запропоновані замість них рівноцінні послуги.  
  
Персонал усіх категорій готелю повинний уміти створювати атмосферу гостинності, повинний бути готовим доброзичливо виконувати прохання проживаючих та виявляти до них терпіння і стриманість.  
  
Однією з найважливіших якостей, необхідних для працівників готелів, що свідчать про високу культуру людини, є ввічливість, коректність, тактовність, гарні манери, стриманість.  
  
Специфіка роботи в готелі полягає в тому, що її працівникам доводиться постійно спілкуватися з новими і незнайомими людьми, з величезною розмаїтістю характерів гостей.  
  
Працівник готелю повинний уміти відволікти себе від дрібних неприємностей, зберегти доброзичливість і привітність у спілкуванні з людьми. Він повинний володіти достатньою си-лою волі, щоб не виявити негативних настроїв у відношенні до гостя або відвідувача, навіть у тому випадку, якщо вони поводяться неправильно.  
  
Позитивні якості працівників повинні виявлятися в зовнішньому вигляді, в умінні вести бесіду, ясно і коректно відповідати на запитання, умінні попереджати побутові безладдя, конфліктні ситуації. Вони також виявляються в шанобливому ставленні до звичаїв, традицій і національних особливостей інших народів.  
  
Абсолютно неприпустимі в поведінці обслуговуючого персоналу готелю розв'язність, вульгарність, фамільярність тощо у відносинах із проживаючими.  
  
Специфіка професії готельного працівника вимагає також високої культури мови. Це уміння вести бесіду, уміння висловлювати свої думки ясно, коротко, точно, граматично правильно, без зайвих слів, у ввічливій формі і належному тоні.  
  
Персонал усіх категорій готелів, що вступають у контакт із проживаючими, повинний носити формений одяг, який у ряді випадків включає особистий значок, де вказані ім'я і прізвище. Працівники готелів зобов'язані суворо дотримуватися правил носіння форменого одягу при обслуговуванні клієнтів. Формений одяг допомагає приїжджому або проживаючому легко знайти представника готелю, звернутися з питанням або з проханням про надання послуги, про сприяння і надання якої-небудь допомоги.  
  
Далі розглянемо власне функціональні обов'язки службовців операційної ланки.  
  
Старший адміністратор готелю повинний вести постійний контроль за роботою і трудовою дисципліною обслуговуючого персоналу, контроль за своєчасним обслуговуванням гостей і розрахунків з ними. Він стежить за своєчасною підготовкою місць по броні і правильністю розрахунків. Він повинний знати посадові інструкції всього персоналу, інструкції з ведення експлуатаційної документації, прейскуранти цін на номери і надані послуги.  
  
Старший адміністратор розглядає скарги з боку клієнтів і вживає заходів для усунення проблем, конфліктів. Він організовує рекламно-інформаційну діяльність. Старший адміністратор має право займатися кадровими питаннями, давати подання на звільнення від займаної посади або прийом на роботу адміністраторів, покоївок. Він повинний стежити за чітким, своєчасним і якісним виконанням службових обов'язків адміністраторів, касирів-розраховувачів, портьє та ін.  
  
Адміністратор служби розміщення контролює надання номерів, приймає заявки на бронювання і розміщує гостей, узгоджуючи це зі старшим адміністратором готелю. Він також повинен знати категорії і прейскурант на номери, місця та інші послуги, що надаються готелем. Він стежить за своєчасною оплатою номерів, не допускаючи утворення заборгованості тощо.  
  
Адміністратори безпосередньо спілкуються з гостями, вони приймають оперативні рішення на місцях, обговорюють з гостями такі питання, як ціна за номер, терміни розміщення, форма і порядок оплати. Таким чином, одне з головних завдань адміністраторів усіх рівнів - контролювати весь процес прийому і розміщення гостей, професійно вирішуючи конфлікти, від яких може постраждати престиж готелю.  
  
Швейцари першими зустрічають гостей на неофіційному рівні. Одягнені в примітну уніформу, вони стоять у дверей, вітають гостей, допомагають їм вийти з машини, викликають для них таксі, чемно відповідаючи на всі їхні запитання про готель та його околиці. Також до їхніх обов'язків входить контроль за чистотою і порядком у вестибюлі; чищення дверей, ручок дверей, сходинок при виході; контроль за збереженням майна у вестибюлі; контроль за своєчасним включенням освітлювальних приладів у вестибюлі і світлових реклам; контроль за роботою світлових завіс, їхнє вимикання.  
  
Посильні супроводжують гостей, доставляють багаж у їхні номери. їм теж корисно знати дещо про околиці готелю й усе про сам готель і його різні служби. Постійно контактуючи з гостями, вони повинні бути послужливими, приємними в спілкуванні. Допомагаючи гостям розміститися в номері, вони мають пояснити, що і як працює (освітлення, TV, кондиціонер, телефон, пральня, чищення і прасування одягу, обслуговування в номерах, ресторан, плавальний басейн; цілющі ванни тощо).  
  
Служба портьє є основною підсистемою усієї системи управління готелю. Це те перше місце, куди гість звертається кожного разу, коли в нього виникають проблеми. Саме від служби портьє залежить те перше враження, що отримує гість від готелю.  
  
Основним заданиям служби портьє є прийом і реєстрація прибулих гостей, розміщення в заброньовані й підготовлені до заселення номери. Портьє підпорядковується безпосередньо черговому адміністратору.  
  
Портьє несе відповідальність за правильну видачу і зберігання ключів від номерів, стежить за порядком у вестибюлі. Портьє повинний знати правила внутрішнього розпорядку в готелях, бронювання місць і розрахунків за проживання, прейскуранти на усі види послуг, приймати замовлення на додаткові послуги і здійснювати нагляд за їхнім своєчасним ви-конанням.  
  
Під час чергування він звіряє з адміністратором рух номерного фонду, стежить за наявністю вільних місць і номерів. У готелях, де існує служба портьє, кореспонденцію на ім'я про-живаючих одержує і вручає портьє.  
  
Служба покоївок.  
  
Завідувач службою покоївок несе відповідальність за роботу персоналу з підтримки чистоти і порядку в житлових і у службових приміщеннях готелю.  
  
До житлових приміщень відносяться номери, коридори, фойє, переходи і всі громадські вбиральні. Службові приміщення включають зони обслуговування і переходи між ними, а та-кожусі службові кабінети. Обов'язок служби покоївок полягає у підтриманні в цих приміщеннях чистоти і порядку.  
  
Старша покоївка отримує завдання, яке розподіляє серед підлеглих. До її компетенції входить розподіл роботи з урахуванням штатного розкладу, а також виконання всіх адміністративних функцій, покладених на неї керівництвом. Старша покоївка здійснює контроль за справністю санітарно-технічного й іншого обладнання в закріплених за нею номерах і службових приміщеннях, утримання їх у чистоті й порядку; забезпечення схоронності інвентарю та обладнання; організацію прибирання номерів; прийняття номерів від проживаючих при від'їзді; прийом замовлень на додаткові платні послуги; контроль за схоронністю майна та інвентарю, що знаходиться на поверсі; звітність за схоронність білизни; виклик чергового персоналу технічної служби для усунення можливих технічних по-шкоджень.  
  
Покоївка безпосередньо підкоряється старшій покоївці. Здійснює прибирання і провітрювання номерів, незалежно від того, зайняті вони або вільні. Постійно утримує у чистоті житлові номери, санвузли та інші приміщення, замінює постільну білизну і рушники. Прибирання вона зобов'язана здійснювати в суворій відповідності з технологією прибирання, дотримую-чись інструкцій і встановленого порядку заміни білизни. При виклику до проживаючого потрібно негайно з'явитися в номер, прийняти доручення і забезпечити його виконання відповідно  
  
до переліку послуг, що надаються. Покоївка повинна вміти користуватися технічним обладнанням і приладами, що застосовуються для прибирання приміщень. Форма організації діяльності служби покоївок може бути як індивідуальною, так і бригадною. Індивідуальна організація роботи передбачає замкнутий технологічний цикл, виконання всіх операцій у но-мері однією покоївкою. Бригадна організація роботи передбачає розімкнутий технологічний цикл, тобто розподіл технологічних операцій за їхньою однотипністю (здійснення лише однієї операції).  
  
До обов'язків прибиральниці входить утримання у належному санітарному стані коридорів, сходових площадок і маршів, санвузлів, ванн і душових загального користування, вестибулів і холів, а також інших приміщень загального користування, що знаходяться на закріпленій ділянці. Такождо її обов'язків входить миття стін і підлоги, дверей, вікон, меблів, килимових виробів, що знаходяться в службових приміщеннях і місцях загального користування; чищення і дезінфекція обладнання санітарних вузлів загального користування тощо. Прибиральниця підпорядковується старшій покоївці, черговому по поверху.  
  
Завідуюча білизняною відповідає за зберігання білизни та іншого м'якого інвентарю, веде облік майна, що знаходиться в білизняній, видає чисту білизну покоївкам і приймає від них брудну, стежить за своєчасним ремонтом білизни, перевіряє її стан, готує до списання те, що прийшло в непридатність, здає білизну до пральні і приймає її після прання. Підпорядковуєть-ся директору готелю і його заступнику.  
  
Кастелянка готує брудну білизну до прання, зважує і підраховує білизну при здачі й отриманні з пральні, веде чіткий облік білизни по видах і якості. Підпорядковується безпосередньо завідуючій білизняною.  
  
Швачка-штопальниця здійснює ремонт, штопання і маркування білизни. При необхідності швачка-штопальниця допомагає кастелянці в підготовці і відправленні білизни до пральні, а також у прийманні чистої. Підпорядковується завідуючій білизняною.  
  
Забезпечення високої якості обслуговування туристів у готелі для найбільш повного задоволення їхніх запитів - запорука успіху готельного підприємства.  
  
Показники якості послуг і обслуговування гостей є однією з головних сторін діяльності готелю. Ці показники можна умовно розділити на три основні групи.  
  
До першої групи відносяться якісні показники, пов'язані з наданням готельних місць і їх обслуговуванням: час чекання номера, число заповнюваних документів при одержанні номера або місця в готелі, стан номера і його благоустрій, стан постільної білизни, наявність усіх необхідних предметів побуту в номері.  
  
До другої групи відносяться показники якості додаткових безкоштовних і платних послуг. Це наявність у номерах телевізорів, радіоприймачів, холодильників, фенів тощо. А також замовлення квитків на транспорт, у театри, музеї, екскурсії.  
  
Склад платних і безкоштовних додаткових послуг, що надаються готелем, необхідно широко рекламувати і, що дуже важливо, не повинно бути відмов у їхньому наданні.  
  
До третьої групи показників відноситься культура обслуговування. У процесі аналізу цього показника необхідно установити, наскільки обладнання номерів та інших приміщень готелю відповідає встановленим нормативам, чи не перевантажені приміщення непотрібними предметами, чи доцільно оформлені інтер'єри і наскільки вони відповідають вимогам експлуатації та сучасної естетики. Одним з важливих елементів, що визначають культуру обслуговування, є готельний етикет-зовнішній вигляд працівників готелю, уміння розмовляти, дотримання правил гостинності, акуратність, дисциплінованість.

### *Процес обслуговування гостей у готелі. Функції та обов'язки службовців і працівників готелю щодо надання послуг гостям*

Процес обслуговування гостя в готелі можна подати так.  
  
Перший службовець, з яким гості часто стикаються в готелі - швейцар. Він вітає гостей, що під'їжджають, відкриває двері автомобіля, може допомогти з розміщенням багажу на візку і відповідає за безпеку гостей. Швейцари є не у всіх готелях. Штатна одиниця швейцара не приносить доходу готелю та її дорого укомплектовувати. Тому лише найбільші готелі можуть дозволити собі мати службу швейцарів.  
  
Далі гість підходить до реєстраційної стійки, де на нього чекає портьє. Від служби портьє залежить, наскільки швидко відбувається прибуття гостя - один з основних показників якості обслуговування в готелі.  
  
Коли реєстрація гостя завершується, підходить посильний, щоб провести гостя до номера. Служба посильних виконує ряд важливих функцій. Посильний пояснює розташування відділів готелю, подробиці роботи готелю, проводить заключну перевірку номера при заселенні гостя.  
  
Посильні - невід'ємна частина великого готелю.  
  
Гаражна служба, швейцари, служба безпеки готелю і служба посильних відіграють ключову роль у створенні образу готелю. Ніякий інший персонал готелю не має такої кількості часу, проведеного з гостем, як обслуговуючий персонал. Виявляючи доброзичливість і гостинність по відношенню до гостя, професійно навчений персонал успішно просуває ряд послуг готелю. Здатність переконувати, терпіння і ненав'язливість - неоціненні навички, якими повинний володіти обслуговуючий персонал готелю.  
  
Служба покоївок у більшості випадків є найбільш функціонально значимим підрозділом, оскільки цей підрозділ відповідає за прибирання номерів, холів, коридорів та внутрішніх при-міщень, у яких здійснюється прийом і обслуговування клієнтів.  
  
Покоївки і старші покоївки повинні швидко і високоякісно прибирати місця загального користування, житлові номери, туалет, ванну, щоб, гість, потрапляючи у свій номер після переїзду і тривалої стомлюючої дороги, відразу відчув турботу про нього персоналу і створений затишок.  
  
Способи і методи прибирання в готелях постійно удосконалюються і розвиваються, але головним критерієм оцінки роботи персоналу є бездоганна чистота номерів і готелю в цілому, охайність самого персоналу при виконанні прибиральних робіт, правильне і вміле використання прибирального матеріалу і інвентарю.  
  
Не менш важливе завдання персоналу цієї служби полягає в тому, щоб уміти маневрувати часом при виконанні прибиральних робіт, щоб якнайменше ці роботи виконувалися в присут-ності гостя. Чим менше гість буде свідком робочої обстановки на поверхах, чим рідше обслуговуючий персонал буде йому «потрапляти на очі» з прибиральним матеріалом та інвентарем, чим менше покоївки під час роботи з прибирання приміщень будуть залишати «сліди» своєї роботи в коридорах (ганчірки, щітки, відра), тим вищою буде культура обслуговування.  
  
Додаткові послуги надаються і з метою створення максимальних зручностей для гостей, що проживають у готелі, більш повного задоволення їхніх вимог. Технологія надання додаткових послуг повинна передбачати раціональне розміщення служб у готелі з метою спрощення і скорочення до мінімуму процедури оформлення замовлень на послуги.  
  
Служби готелю, які беруть участь у наданні послуг, повинні працювати в тісній взаємодії, що виключає випадки повторного звертання гостей з того самого питання. У випадку неможливості надання послуг повинні бути пояснені причини і по можливості запропоновані замість них рівноцінні послуги.  
  
Персонал усіх категорій готелю повинний уміти створювати атмосферу гостинності, повинний бути готовим доброзичливо виконувати прохання проживаючих та виявляти до них терпіння і стриманість.  
  
Однією з найважливіших якостей, необхідних для працівників готелів, що свідчать про високу культуру людини, є ввічливість, коректність, тактовність, гарні манери, стриманість.  
  
Специфіка роботи в готелі полягає в тому, що її працівникам доводиться постійно спілкуватися з новими і незнайомими людьми, з величезною розмаїтістю характерів гостей.  
  
Працівник готелю повинний уміти відволікти себе від дрібних неприємностей, зберегти доброзичливість і привітність у спілкуванні з людьми. Він повинний володіти достатньою си-лою волі, щоб не виявити негативних настроїв у відношенні до гостя або відвідувача, навіть у тому випадку, якщо вони поводяться неправильно.  
  
Позитивні якості працівників повинні виявлятися в зовнішньому вигляді, в умінні вести бесіду, ясно і коректно відповідати на запитання, умінні попереджати побутові безладдя, конфліктні ситуації. Вони також виявляються в шанобливому ставленні до звичаїв, традицій і національних особливостей інших народів.  
  
Абсолютно неприпустимі в поведінці обслуговуючого персоналу готелю розв'язність, вульгарність, фамільярність тощо у відносинах із проживаючими.  
  
Специфіка професії готельного працівника вимагає також високої культури мови. Це уміння вести бесіду, уміння висловлювати свої думки ясно, коротко, точно, граматично правильно, без зайвих слів, у ввічливій формі і належному тоні.  
  
Персонал усіх категорій готелів, що вступають у контакт із проживаючими, повинний носити формений одяг, який у ряді випадків включає особистий значок, де вказані ім'я і прізвище. Працівники готелів зобов'язані суворо дотримуватися правил носіння форменого одягу при обслуговуванні клієнтів. Формений одяг допомагає приїжджому або проживаючому легко знайти представника готелю, звернутися з питанням або з проханням про надання послуги, про сприяння і надання якої-небудь допомоги.  
  
Далі розглянемо власне функціональні обов'язки службовців операційної ланки.  
  
Старший адміністратор готелю повинний вести постійний контроль за роботою і трудовою дисципліною обслуговуючого персоналу, контроль за своєчасним обслуговуванням гостей і розрахунків з ними. Він стежить за своєчасною підготовкою місць по броні і правильністю розрахунків. Він повинний знати посадові інструкції всього персоналу, інструкції з ведення експлуатаційної документації, прейскуранти цін на номери і надані послуги.  
  
Старший адміністратор розглядає скарги з боку клієнтів і вживає заходів для усунення проблем, конфліктів. Він організовує рекламно-інформаційну діяльність. Старший адміністратор має право займатися кадровими питаннями, давати подання на звільнення від займаної посади або прийом на роботу адміністраторів, покоївок. Він повинний стежити за чітким, своєчасним і якісним виконанням службових обов'язків адміністраторів, касирів-розраховувачів, портьє та ін.  
  
Адміністратор служби розміщення контролює надання номерів, приймає заявки на бронювання і розміщує гостей, узгоджуючи це зі старшим адміністратором готелю. Він також повинен знати категорії і прейскурант на номери, місця та інші послуги, що надаються готелем. Він стежить за своєчасною оплатою номерів, не допускаючи утворення заборгованості тощо.  
  
Адміністратори безпосередньо спілкуються з гостями, вони приймають оперативні рішення на місцях, обговорюють з гостями такі питання, як ціна за номер, терміни розміщення, форма і порядок оплати. Таким чином, одне з головних завдань адміністраторів усіх рівнів - контролювати весь процес прийому і розміщення гостей, професійно вирішуючи конфлікти, від яких може постраждати престиж готелю.  
  
Швейцари першими зустрічають гостей на неофіційному рівні. Одягнені в примітну уніформу, вони стоять у дверей, вітають гостей, допомагають їм вийти з машини, викликають для них таксі, чемно відповідаючи на всі їхні запитання про готель та його околиці. Також до їхніх обов'язків входить контроль за чистотою і порядком у вестибюлі; чищення дверей, ручок дверей, сходинок при виході; контроль за збереженням майна у вестибюлі; контроль за своєчасним включенням освітлювальних приладів у вестибюлі і світлових реклам; контроль за роботою світлових завіс, їхнє вимикання.  
  
Посильні супроводжують гостей, доставляють багаж у їхні номери. їм теж корисно знати дещо про околиці готелю й усе про сам готель і його різні служби. Постійно контактуючи з гостями, вони повинні бути послужливими, приємними в спілкуванні. Допомагаючи гостям розміститися в номері, вони мають пояснити, що і як працює (освітлення, TV, кондиціонер, телефон, пральня, чищення і прасування одягу, обслуговування в номерах, ресторан, плавальний басейн; цілющі ванни тощо).  
  
Служба портьє є основною підсистемою усієї системи управління готелю. Це те перше місце, куди гість звертається кожного разу, коли в нього виникають проблеми. Саме від служби портьє залежить те перше враження, що отримує гість від готелю.  
  
Основним заданиям служби портьє є прийом і реєстрація прибулих гостей, розміщення в заброньовані й підготовлені до заселення номери. Портьє підпорядковується безпосередньо черговому адміністратору.  
  
Портьє несе відповідальність за правильну видачу і зберігання ключів від номерів, стежить за порядком у вестибюлі. Портьє повинний знати правила внутрішнього розпорядку в готелях, бронювання місць і розрахунків за проживання, прейскуранти на усі види послуг, приймати замовлення на додаткові послуги і здійснювати нагляд за їхнім своєчасним ви-конанням.  
  
Під час чергування він звіряє з адміністратором рух номерного фонду, стежить за наявністю вільних місць і номерів. У готелях, де існує служба портьє, кореспонденцію на ім'я про-живаючих одержує і вручає портьє.  
  
Служба покоївок.  
  
Завідувач службою покоївок несе відповідальність за роботу персоналу з підтримки чистоти і порядку в житлових і у службових приміщеннях готелю.  
  
До житлових приміщень відносяться номери, коридори, фойє, переходи і всі громадські вбиральні. Службові приміщення включають зони обслуговування і переходи між ними, а та-кожусі службові кабінети. Обов'язок служби покоївок полягає у підтриманні в цих приміщеннях чистоти і порядку.  
  
Старша покоївка отримує завдання, яке розподіляє серед підлеглих. До її компетенції входить розподіл роботи з урахуванням штатного розкладу, а також виконання всіх адміністративних функцій, покладених на неї керівництвом. Старша покоївка здійснює контроль за справністю санітарно-технічного й іншого обладнання в закріплених за нею номерах і службових приміщеннях, утримання їх у чистоті й порядку; забезпечення схоронності інвентарю та обладнання; організацію прибирання номерів; прийняття номерів від проживаючих при від'їзді; прийом замовлень на додаткові платні послуги; контроль за схоронністю майна та інвентарю, що знаходиться на поверсі; звітність за схоронність білизни; виклик чергового персоналу технічної служби для усунення можливих технічних по-шкоджень.  
  
Покоївка безпосередньо підкоряється старшій покоївці. Здійснює прибирання і провітрювання номерів, незалежно від того, зайняті вони або вільні. Постійно утримує у чистоті житлові номери, санвузли та інші приміщення, замінює постільну білизну і рушники. Прибирання вона зобов'язана здійснювати в суворій відповідності з технологією прибирання, дотримую-чись інструкцій і встановленого порядку заміни білизни. При виклику до проживаючого потрібно негайно з'явитися в номер, прийняти доручення і забезпечити його виконання відповідно  
  
до переліку послуг, що надаються. Покоївка повинна вміти користуватися технічним обладнанням і приладами, що застосовуються для прибирання приміщень. Форма організації діяльності служби покоївок може бути як індивідуальною, так і бригадною. Індивідуальна організація роботи передбачає замкнутий технологічний цикл, виконання всіх операцій у но-мері однією покоївкою. Бригадна організація роботи передбачає розімкнутий технологічний цикл, тобто розподіл технологічних операцій за їхньою однотипністю (здійснення лише однієї операції).  
  
До обов'язків прибиральниці входить утримання у належному санітарному стані коридорів, сходових площадок і маршів, санвузлів, ванн і душових загального користування, вестибулів і холів, а також інших приміщень загального користування, що знаходяться на закріпленій ділянці. Такождо її обов'язків входить миття стін і підлоги, дверей, вікон, меблів, килимових виробів, що знаходяться в службових приміщеннях і місцях загального користування; чищення і дезінфекція обладнання санітарних вузлів загального користування тощо. Прибиральниця підпорядковується старшій покоївці, черговому по поверху.  
  
Завідуюча білизняною відповідає за зберігання білизни та іншого м'якого інвентарю, веде облік майна, що знаходиться в білизняній, видає чисту білизну покоївкам і приймає від них брудну, стежить за своєчасним ремонтом білизни, перевіряє її стан, готує до списання те, що прийшло в непридатність, здає білизну до пральні і приймає її після прання. Підпорядковуєть-ся директору готелю і його заступнику.  
  
Кастелянка готує брудну білизну до прання, зважує і підраховує білизну при здачі й отриманні з пральні, веде чіткий облік білизни по видах і якості. Підпорядковується безпосередньо завідуючій білизняною.  
  
Швачка-штопальниця здійснює ремонт, штопання і маркування білизни. При необхідності швачка-штопальниця допомагає кастелянці в підготовці і відправленні білизни до пральні, а також у прийманні чистої. Підпорядковується завідуючій білизняною.  
  
Забезпечення високої якості обслуговування туристів у готелі для найбільш повного задоволення їхніх запитів - запорука успіху готельного підприємства.  
  
Показники якості послуг і обслуговування гостей є однією з головних сторін діяльності готелю. Ці показники можна умовно розділити на три основні групи.  
  
До першої групи відносяться якісні показники, пов'язані з наданням готельних місць і їх обслуговуванням: час чекання номера, число заповнюваних документів при одержанні номера або місця в готелі, стан номера і його благоустрій, стан постільної білизни, наявність усіх необхідних предметів побуту в номері.  
  
До другої групи відносяться показники якості додаткових безкоштовних і платних послуг. Це наявність у номерах телевізорів, радіоприймачів, холодильників, фенів тощо. А також замовлення квитків на транспорт, у театри, музеї, екскурсії.  
  
Склад платних і безкоштовних додаткових послуг, що надаються готелем, необхідно широко рекламувати і, що дуже важливо, не повинно бути відмов у їхньому наданні.  
  
До третьої групи показників відноситься культура обслуговування. У процесі аналізу цього показника необхідно установити, наскільки обладнання номерів та інших приміщень готелю відповідає встановленим нормативам, чи не перевантажені приміщення непотрібними предметами, чи доцільно оформлені інтер'єри і наскільки вони відповідають вимогам експлуатації та сучасної естетики. Одним з важливих елементів, що визначають культуру обслуговування, є готельний етикет-зовнішній вигляд працівників готелю, уміння розмовляти, дотримання правил гостинності, акуратність, дисциплінованість.

### *Види послуг, що надаються в готелях. Додаткові послуги*

Послуги, що надаються в готелях, поділяються на основні і додаткові. Вони можуть бути безкоштовними і платними. До основної послуги готелю відноситься проживання. Без додат-кової оплати гостям можуть бути надані такі види послуг:  
  
- виклик швидкої допомоги;  
- користування медичною аптечкою;  
- доставка в номер кореспонденції по її одержанні;  
- будіння до певного часу;  
- надання окропу, голок, ниток, одного комплекту посуду і столових приладів.  
  
Перелік і якість надання платних додаткових послуг повинні відповідати вимогам присвоєній готелю категорії. Так, наприклад, у 3\* готелях надають такі платні послуги:  
  
- екскурсійне обслуговування;  
- замовлення послуг гідів-перекладачів;  
- організація продажу квитків у театри, у цирк, на концерти тощо;  
- організація продажу квитків на всі види транспорту;  
- замовлення автотранспорту за замовленням гостей;  
- виклик таксі;  
- прокат автомобілів;  
- замовлення місць у ресторанах міста;  
- покупка і доставка квітів;  
- продаж сувенірів, листівок та іншої друкованої продукції;  
- ремонт взуття;  
- ремонт і прасування одягу;  
- прання і хімчистка одягу;  
- користування сауною;  
- послуги перукарні;  
- оренда конференц-залу, залів переговорів;  
- послуги бізнес-центру.

### *Організація побутового обслуговування*

Побутове обслуговування спрямоване на задоволення потреб гостей, що виникають під час їхнього проживання в готелі. Перелік цих послуг залежить від категорії готелю. Не у всіх го-телях є можливість організовувати побутове обслуговування гостей і надавати їм повний перелік послуг. Але в готелі необхідно прагнути до того, щоб набір послуг цілком відповідав запитам гостей.  
  
Підприємства, що надають послуги, повинні розміщуватися в доступному місці (найчастіше на першому поверсі). У вестибулі, на поверхах, у номерах повинна бути інформація про те, як і де одержати послуги, години роботи повинні бути зручними для гостей.  
  
До складу послуг з побутового обслуговування входять:  
  
1. Термінове прання і хімчистка, ремонт і прасування особистих речей (у номері в папці з рекламою мають бути бланки замовлень на прання і чищення одягу. Там же мають бути й па-м'ятки про те, як здати одяг у прання. Таку послугу можуть надати в готелі, де є пральня. У готелях більш низької категорії можна взяти праску напрокат. Гість сам прасує у номері або в спеціальній кімнаті, де є гладильна дошка.  
  
2. Терміновий ремонт і чищення взуття. У багатьох готелях є майстерні з ремонту взуття. У холах висококласних готелів стоять апарати для чищення взуття. У номерах є щітки для чи-щення взуття й одягу.  
  
3. Збереження речей і цінностей (камера схову і сейфи в номерах і в адміністратора).  
  
4. Розвантаження, завантаження і доставка багажу в номер (оплачуються чайовими - у готелі організується черговість посильних, з метою отримання однакових чайових).  
  
5. Прокат предметів культурно-побутового призначення (телевізори, посуд, спортивний інвентар тощо).  
  
6. Дрібний ремонт годинників, електробритв, радіо-, кіно-та фотоапаратури; фотопослуги.  
  
7. Послуги перукарського, манікюрного і масажного кабінетів. Ці послуги можуть надаватися й у номерах, але мають націнку.  
  
8. Доставка харчування в номер.  
  
Зазвичай у кожному номері в папці з рекламою є папір для листів, конверти, спеціальні таблички, які можна вивісити на двері, якщо гість просить випрати, прибрати номер або просто не хоче, щоб його турбували.  
  
Розмаїтість наданих додаткових послуг визначається як рівнем комфорту готелю, так і його спеціалізацією. Вони надаються в номері й у спеціалізованих приміщеннях або інших при-міщеннях готелю: наприклад, фотосервіс, більярд, обмін валют, конференц-зал, бізнес-центр, казино, паркування, пральня, хімчистка, перукарня, фітнес-центр, пункт першої медичної допомоги, сауна, обслуговування в номерах, бронювання авіаквитків, бронювання залізничних квитків, нічний клуб, казино, магазин і торговельні кіоски, кредитні картки, басейн.  
  
У номері люкс категорії А надається такий сервіс: доступ до Інтернет, супутникове TV, міні-сейф, радіо, міні-бар, кондиціонер, телефон, телевізор, фен, душ, ванна.  
  
У додаткові послуги входить зустріч і проведення на вокзал/аеропорт транспортом готелю, кондиціонер, Інтернет, сніданок, перенесення багажу, басейн, сауна, фітнес-центр, доставка в номер факсів та іншої кореспонденції, автостоянка, інформаційна карта міста тощо.  
  
У номері категорії одномісний апартамент надається: кондиціонер, Інтернет, сніданок, перенесення багажу, басейн, сауна, фітнес-центр, доставка в номер факсів та іншої кореспон-денції, автостоянка, інформаційна карта по Києву. В номері є кабельне та супутникове ТБ, кондиціонер, шумозахисне скло, міні-бар, сейф, фен, гладильна дошка, кавоварка.  
  
В усіх готелях найбільш розповсюдженими додатковими послугами в номері є прання, чищення, прасування одягу; чищення взуття; замовлення обіду або вечері, газет, квітів; виклик швидкої допомоги.  
  
Додаткові послуги в готелях визначаються наявністю пралень, швейних та ремонтних майстерень, ремонтних майстерень; перукарні, аптечного кіоску і кіоску обміну валют; сауни, тренажерного залу, басейну, фітнес-клубу; майданчика для гольфу, тенісних кортів; бізнес-центра, приміщення для переговорів, аудіо-, відеообладнання; прокату автомобілів, стоянок у гаражі.  
  
Додаткові послуги можна замовити з номера за телефоном.

### *Організація прибиральних робіт*

Готель працює в безперервному режимі обслуговування, а отже, до нього висуваються високі санітарно-гігієнічні вимоги. До якої б категорії не відносився готель, він постійно повинен бути чистим, так само, як і прилегла до нього територія. Це вимагає величезної повсякденної праці персоналу готелів з прибирання території, подвір'я, житлових і адміністративно-гос-подарських приміщень. Тому важливо знати, як краще організовувати і проводити роботи з благоустрою і прибирання, забезпечення чистоти в готельному господарстві.  
  
Для здійснення швидкого і високоякісного прибирання з дотриманням усіх санітарно-епідеміологічних норм готель повинний мати:  
  
- висококваліфікований професійно підготовлений персонал;  
- повноцінний інвентар, сучасні прибиральні матеріали;  
- сучасні види прибиральних машин і механізмів. Важливим є правильний розподіл часу, що витрачається на прибиральні роботи. Необхідно, щоб прибирання здійснювалось швидко і без зайвих витрат часу і зусиль з боку обслуговуючого персоналу.  
  
При виконанні прибиральних робіт існує кілька важливих принципів:  
  
- поверховий персонал повинний якнайменше потрапляти на очі гостеві;  
- прибиральний інвентар і прибиральні інструменти не повинні залишатися в місцях загального користування;  
- покоївки, прибиральниці не повинні відволікатися на особисті справи під час виконання прибиральних робіт.  
  
Виконання цих принципів є критерієм рівня культури обслуговування в даному готелі.  
  
Виділяють такі категорії прибиральних робіт:  
  
- прибирання території, що прилягає до готелю;  
- прибирання площі центрального входу, вестибюля та деяких приміщень вестибюльної групи (гардероб);  
- прибирання місць загального користування: сходів, коридорів, холів, адміністративних, службових і допоміжних приміщень;  
- прибирання номерного фонду (житлових номерів + вузлів індивідуального користування).  
  
Усі види прибиральних робіт здійснюються працівниками служби обслуговування номерного фонду. Заміна працівників різних категорій один одним може здійснюватися лише за роз-порядженням керівництва при необхідності. Заступник директора служби обслуговування номерного фонду організує роботу всього обслуговуючого персоналу готелю.  
  
Для виконання прибиральних робіт існують такі категорії персоналу:  
  
- покоївки, що прибирають житлові номери;  
- прибиральники, що займаються прибиранням коридорів, холів, сходів, вестибюлю;  
- прибиральники виробничих і службових приміщень, майстерень і технічних служб.  
  
Прибиральні роботи всіх готельних приміщень поділяються за видом і призначенням на кілька груп: прибирання внутрішніх приміщень і місць загального користування; прибирання санвузлів загального користування; прибирання житлових номерів.  
  
Крім того, виділяються такі види прибирання житлових номерів: прибирання після виїзду гостя; щоденне поточне прибирання; генеральне прибирання; прибирання заброньованих номерів; проміжне або експрес-прибирання.  
  
Для правильного забезпечення прибирання і максимальної чистоти приміщень, а також предметів та обладнання, що знаходяться в них, при мінімальних витратах сил і часу необхі-дно дотримуватися певної послідовності у роботі.  
  
Підготовка номерів до заселення  
  
Підготовка номерного фонду до заселення є складним і відповідальним етапом, що вимагає доброї організації роботи різних служб і департаментів. Для чіткого і своєчасного розмі-щення й обслуговування гостей персонал повинний бути професійно підготовленим і мати відповідні навички обслуговування гостей.  
  
Прибирання заброньованих номерів  
  
Метою проведення прибиральних робіт є забезпечення повної готовності номера до приїзду гостя, що його забронював. У ланцюзі послідовності проведення усіх видів прибиральних робіт на день прибирання заброньованих номерів здійснюється в першу чергу.  
  
Цей вид прибирання здійснюється напередодні дня приїзду ввечері або вночі, удень приїзду гостя рано-вранці, щодня 1 раз у добу, за певне число днів перед приїздом гостя.  
  
До обсягу прибиральних робіт заброньованих номерів входить сухе протирання; вологе протирання; вологе прибирання підлоги.  
  
Експрес-прибирання. Цей вид прибирання здійснюється на прохання проживаючих за окрему плату. До обсягу робіт входить видалення сміття з номера; прибирання і миття посуду; протирання обіднього столу; перестилання постільної білизни; зміна постільної білизни; прибирання в санвузлі індивідуального користування; готування ванни; зміна рушників; миття підлоги або механізоване прибирання підлоги.  
  
Усі види прибиральних робіт, що проводяться у номерах готелю, здійснюються з обов'язковим застосуванням приби-рального інвентарю і прибиральних матеріалів. Правильне використання прибирального інвентарю і матеріалів, а також збереження і догляд за ними є важливим заходом у дотриманні норм санітарно-епідеміологічного режиму.  
  
Якщо гість залишив білизну для прання, покоївка передає білизну в спеціальному пакеті бригадирові, бригадир відносить його в пральню; оформляє квитанцію з переліком білизни і зазначенням вартості прання; кладе на стіл (тумбочку) чистий бланк-замовлення на прання; вішає новий пакет для білизни в санітарному вузлі.  
  
У випадку виявлення несправностей: сантехнічного обладнання, електрообладнання, джерела води, несправності телевізора, телефону, холодильника потрібно дати заявку в диспетчерський пункт, записати в журналі і простежити за виконанням заявки.  
  
Проміжне прибирання виконують, як правило, у другій половині дня, якщо цей вид прибирання зазначений в рознарядці, або на прохання гостя.  
  
Проміжне прибирання номерів передбачає виконання таких робіт: видалення сміття з кошика та з підлоги, упорядкування столу; прибирання постелі; миття ванни; миття склянок.  
  
При прибиранні номерів після виїзду гостя покоївка має: перевірити, чи немає забутих гостями речей; перевірити цілість майна готелю; зняти з ліжка ковдру, простирадло, перевернути перину  
  
.  
  
Технологія прибирання приміщень загального користування  
  
До місць загального користування відносяться: вестибюлі, холи, коридори, гардероб, адміністративні, службові і допоміжні приміщення, сходи і місця для відпочинку та проведення масових заходів.  
  
Основна особливість цієї групи приміщень полягає у численному потоці відвідувачів. Основне прибирання місць загального користування здійснюється рано-вранці, пізно ввечері або вночі. Протягом дня місця загального користування прибираються в міру забруднення.  
  
Обсяг прибиральних робіт місць загального користування містить у собі: миття підлог миючими засобами; механізоване прибирання підлог; натирання металевих деталей і обладнання спеціальними засобами; чищення скла, дверей, підніжних щіток, ґрат, підвіконь і дзеркал; видалення сміття зі сміттєвих кошиків, урн і бачків; видалення сміття і миття попільниць; видалення пилу й обробка столів, стійок.  
  
Прибирання приміщень загального користування здійснюється в такій послідовності: провітрювання приміщень; видалення пилу з крісел, диванів, журнальних столиків, підквіткарок, дзеркал тощо; видалення пилу за допомогою пилососа (вологим віником) з паркетних підлог, тафтингових покриттів у холах і вітальнях; миття всіх інших підлог і у вестибюлі в міру необхідності.  
  
Через день протирається електроарматура, що попередньо відключається від мережі. Щотижня протираються насухо віджатою ганчіркою паркетні підлоги, обробляється пилососом м'яка частина меблів, протираються вологим способом віконні блоки з підвіконнями. Не рідше одного разу на місяць миють двері, батареї, протираються естампи, літографії, картини і т.д., стельові і настінні світильники. Кожні два місяці необхідно про-тирати поверхню стін, обмітати стелі, змінювати штори, протирати карнизи. Не менше двох разів на рік миються вікна (навесні і восени). Паркетні підлоги натираються в міру необхід-ності. У денний час доби прибиральники і швейцари стежать за чистотою вестибюлю, вхідних дверей, вікон, станом шибок, а також за нагромадженням сміття в кошиках, попільницях, чистотою стійок тощо.

### *Підготовка покоївки до роботи*

Для того, щоб покоївка могла почати свій робочий день, вона повинна набути відповідного вигляду і зробити ряд необхідних дій: надягти формений одяг (його вид залежить від готелю), взуття; одержати від старшої покоївки список-завдання на прибирання із зазначенням номерів і видів прибиральних робіт; одержати ключі від номерів; перевірити наявність і стан інвен-тарю; одержати чисту білизну; одержати рекламні матеріали; укомплектувати візок покоївки.  
  
Укомплектований візок покоївки повинен містити в собі прибиральні матеріали: миючі засоби; дезинфікуючі засоби; засоби для відмивання усіх видів поверхонь; засіб для підлог з будь-яким видом покриття; восковмісні засоби для натирання; жиророзчинні засоби; засоби для чищення пластикових поверхонь; засіб для обробки дерев'яних меблів; засоби, що дезодорують; пристрій для миття вікон; знімні насадки для миття і дезінфекції; бавовняні знімні насадки для прибирання; прогумований фартух; набір засобів індивідуального користування: туалетний папір; набір гігієнічних серветок; паперові рушники; рідке мило; туалетне мило; чиста білизна; набір рекламних матеріалів; прибиральний інвентар: пилосос, швабру, совок; 2 відер; мішок для брудної білизни; мішок для сміття; щітки; ганчір'я; гумові рукавички.  
  
Покоївка повинна знати тимчасові нормативи здійснення усіх видів прибиральних робіт. Це допоможе їй виконати необхідний обсяг робіт з мінімальними витратами сил і часу.  
  
Покоївка повинна чітко знати правила поведінки в номері. Культура поведінки покоївки і взагалі персоналу є важливим критерієм для визначення рівня культури обслуговування в да-ному закладі. Порушення цих правил карається аж до звільнення.  
  
Покоївці, що працює в номері, забороняється: закриватися в номері; дивитися телевізор, слухати музику; користуватися туалетом, ванною, обладнанням цього номера; курити в но-мері; сидіти в номері без справи; сидіти з гостем; залишати візок у коридорі перед дверима номера; торкатися особистих речей проживаючого, викидати з письмового столу папери (самостійно).  
  
Покоївка повинна вміти правильно ввійти в номер, грамотно і чітко відповісти на питання проживаючих (у тому числі іноземною мовою).

### *Нормативи проведення прибиральних заходів*

Для того, щоб покоївка могла почати свій робочий день, вона повинна набути відповідного вигляду і зробити ряд необхідних дій: надягти формений одяг (його вид залежить від готелю), взуття; одержати від старшої покоївки список-завдання на прибирання із зазначенням номерів і видів прибиральних робіт; одержати ключі від номерів; перевірити наявність і стан інвен-тарю; одержати чисту білизну; одержати рекламні матеріали; укомплектувати візок покоївки.  
  
Укомплектований візок покоївки повинен містити в собі прибиральні матеріали: миючі засоби; дезинфікуючі засоби; засоби для відмивання усіх видів поверхонь; засіб для підлог з будь-яким видом покриття; восковмісні засоби для натирання; жиророзчинні засоби; засоби для чищення пластикових поверхонь; засіб для обробки дерев'яних меблів; засоби, що дезодорують; пристрій для миття вікон; знімні насадки для миття і дезінфекції; бавовняні знімні насадки для прибирання; прогумований фартух; набір засобів індивідуального користування: туалетний папір; набір гігієнічних серветок; паперові рушники; рідке мило; туалетне мило; чиста білизна; набір рекламних матеріалів; прибиральний інвентар: пилосос, швабру, совок; 2 відер; мішок для брудної білизни; мішок для сміття; щітки; ганчір'я; гумові рукавички.  
  
Покоївка повинна знати тимчасові нормативи здійснення усіх видів прибиральних робіт. Це допоможе їй виконати необхідний обсяг робіт з мінімальними витратами сил і часу.  
  
Покоївка повинна чітко знати правила поведінки в номері. Культура поведінки покоївки і взагалі персоналу є важливим критерієм для визначення рівня культури обслуговування в да-ному закладі. Порушення цих правил карається аж до звільнення.  
  
Покоївці, що працює в номері, забороняється: закриватися в номері; дивитися телевізор, слухати музику; користуватися туалетом, ванною, обладнанням цього номера; курити в но-мері; сидіти в номері без справи; сидіти з гостем; залишати візок у коридорі перед дверима номера; торкатися особистих речей проживаючого, викидати з письмового столу папери (самостійно).  
  
Покоївка повинна вміти правильно ввійти в номер, грамотно і чітко відповісти на питання проживаючих (у тому числі іноземною мовою).

### *Роботи, пов'язані з оборотом постільної білизни*

Білизняне господарство готельного комплексу є важливою і складною складовою сервісного обслуговування готелю.  
  
Білизна готелю враховується на балансі готелю і категорії персоналу, що працюють з білизною, є матеріально відповідальними особами. Постільна білизна і рушники відносяться до групи м'якого інвентарю.  
  
До категорій персоналу, що працює з постільною білизною, відносяться такі посадові особи: завідувач білизняним складом; завідуючий білизняною; кастелянка; швачки, штопальниці; пралі; працівники гладильних; покоївки.  
  
Білизняне господарство готельного комплексу зосереджено в центральній білизняній, у поверхових білизняних, на складах чистої білизни, у білизняних для брудної білизни. Відділення зберігання постільної білизни розділяються на «чисте» і «брудне».  
  
Розміри білизняних залежать від числа ліжко-місць готелю. Приміщення для збереження білизни повинні мати певний інтер'єр: правильний підбір кольору олійної фарби, певне підлогове покриття, освітлення й обладнання. Стіни білизняних, плінтуси повинні бути пофарбовані олійною фарбою світлого тону. Підлогове покриття повинне бути з кахельної плитки, лінолеуму, пластику. Для зберігання білизни в «чистій» білизняній використовуються стелажі, полки і шафи, що повинні бути пофарбовані такою ж світлою фарбою, покриті клейонкою, оргсклом, пластиком для зручності й ефективності проведення прибиральних робіт у білизняних.  
  
Для збереження білизни в «брудних» білизняних використовуються скрині з дерева, пофарбовані світлою олійною фарбою, поліетиленові мішки для брудної білизни.  
  
Для виготовлення постільної білизни і рушників адміністрація готелю повинна використовувати лише високоякісні чисті і естетично привабливі тканини таких видів: бавовняні (ситець, бязь); віскоза; льон; бавовна + синтетичні волокна; шовкові; махрові.  
  
Постільна білизна повинна відповідати встановленим нормам державних стандартів і категорії номера.  
  
Розміри постільної білизни складають: підодіяльник - 215 х 143 см; простирадло - 214x150 см; наволочка - 70 х 70 см; рушник (лазневий) - 120 х 143 см.  
  
Нова білизна надходить зі складу в білизняні по накладних, з білизняних для брудної білизни в пральню - також по накладних. Якщо білизна зберігається в поверхових білизняних, кас-телянка, чергова покоївка або чергова по поверху при передачі зміни також заповнюють документацію (журнал приходу і витрати білизни на кожному поверсі).  
  
При зберіганні білизни не повинне бути її пересортування, заміни (при псуванні або втраті гостем готельної білизни він не повинний замінювати її власною, а зобов'язаний відшкодувати збиток грошовою сумою, визначеною прейскурантом цін) і білизни, не придатної до подальшого використання.  
  
До дефектів, неприпустимих для використання білизни, відносяться плями різних видів, що не піддаються відпиранню або виведенню; дірки різного виду, що не піддаються ремонту або роботам (штопанню, латкам, відстрочці по швах і т. і.); необроблені краї білизни; старі плями на білизні.  
  
Ремонтними роботами білизни займаються швачка, штопальниця або працівник білизняної - кастелянка.  
  
Ведення білизняного господарства на поверсі визначається наявністю або відсутністю додаткової служби - пральні. При наявності пральні даний технологічний цикл має замкнутий характер. Якщо пральні немає, розімкнутий технологічний цикл доповнюється технологічними операціями: доставка-відправлення, розвантаження-навантаження, маркування білизни. Крім того, технологічний цикл залежить від категорії готелю, наявності спеціального персоналу (завідувач пральні, розносник білизни або коридорний), оснащеності приміщень обладнанням та інвентарем для чистої і брудної білизни (білизнопровід і білизнопідйомник, вантажопасажирскі ліфти, візки для перевезення білизни).

### *Санітарно-гігієнічні засоби*

До набору санітарно-гігієнічних засобів у готельному сервісі відносяться всі предмети індивідуального користування особистої гігієни. їхній перелік залежить від категорії готелю.  
  
Отже, до предметів особистої гігієни належать: туалетний папір; серветки паперові, рушники; рідке мило; туалетне мило; шампунь; лосьйон для тіла; гель для душу; гель для волосся; «до-рожній» набір швейного приладдя (голка, наперсток, 2 ґудзики, нитки різних кольорів тощо).  
  
Санітарно-гігієнічні засоби надходять до готелю централізовано. Вони розподіляються старшою покоївкою по поверхах. На поверсі облік, розподіл і розкладання здійснюються покоївками, а в санвузлах загального користування - прибиральницею.  
  
У номерах, санвузлах індивідуального користування зміна санітарно-гігієнічних засобів здійснюється після кожного виїзду гостя, а в готелях 4-х і 5-зіркових щодня (якщо шампунь або інші предмети не розкриті і не використовуються, зміна не здійснюється).  
  
Санітарно-гігієнічні засоби зберігаються в кімнатах для персоналу, побутових, інвентарних, поверхових коморах, у спеціальному відділенні санітарного вузла для персоналу.  
  
На кожному предметі санітарно-гігієнічних засобів повинний бути фірмовий знак даного готелю. Місце розташування знаку може бути різним, а сам знак може містити в собі абреві-атуру - скорочену назву готелю, повну назву готелю тощо. Усі предмети також мають бути (по можливості) витримані в одній кольоровій гамі.  
  
Питання та завдання для самоперевірки  
  
1. Дайте визначення поняття «обслуговування в готелі».  
  
2. Які існують правила поведінки персоналу готелів ?  
  
3. Охарактеризуйте процес обслуговування гостей у готелі.  
  
4. Назвіть функції та обов 'язки службовців і працівників готелю щодо надання послуг гостям.  
  
5. У чому складається сутність готельної послуги? Назвіть види послуг, що надаються в готелях. Перелічіть їхні види і дайте їхню характерист ику.  
  
6. Як організовується побутове обслуговування в готелі?

## Глава 4. Служба бронювання і розміщення у готелі

[Процес обслуговування гостей у готелі](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-1.htm)  
[Функції служби прийому і розміщення](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-2.htm)  
[Технологія бронювання місць і номерів у готелі](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-3.htm)  
[Порядок реєстрації і розміщення гостей](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-4.htm)  
[Особливості реєстрації туристських груп](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-5.htm)  
[Види розрахунків із проживаючими](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-6.htm)  
[Видача ключів](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-7.htm)  
[Контроль за ключами](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-8.htm)  
[Електронні замикаючі системи](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-9.htm)  
[Обслуговування](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-10.htm)  
[Охорона грошових коштів](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-11.htm)  
[Виписка з номера готелю й оплата рахунку](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-12.htm)  
[Процедури від'їзду. Методи оплати рахунку](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-13.htm)  
[Нічний аудит](https://tourlib.net/books_ukr/roglev04-14.htm)

### *Процес обслуговування гостей у готелі*

Процес обслуговування гостей у готелях усіх категорій можна подати у вигляді таких етапів:  
  
- попереднє замовлення місць у готелі (бронювання);  
- прийом, реєстрація і розміщення гостей;  
- надання послуг проживання і харчування;  
- надання додаткових послуг проживаючим;  
- остаточний розрахунок і оформлення виїзду. Попереднє замовлення місць, реєстрація при поселенні,  
  
розрахунок за проживання і надані послуги, оформлення виїзду здійснює служба прийому і розміщення. До складу цієї служби входять черговий адміністратор, портьє, касир і паспортистка. У багатьох готелях України ця служба має англійську назву «Reception» [73].  
  
Служба прийому і розміщення є першим підрозділом, з яким знайомиться гість, прибуваючи у готель. Враження, отримані від цього знайомства, багато в чому формують відгуки гостей про якість обслуговування в готелі у цілому.  
  
Відповідно до встановлених правил надання готельних послуг в Україні, готель має забезпечити цілодобове оформлення споживачів, що прибувають у готель і виїжджають з нього. Саме тому робота служби прийому і розміщення має змінний характер.

### *Функції служби прийому і розміщення*

Основними функціями служби прийому вважаються:  
  
- бронювання місць у готелі;  
- реєстрація і розміщення туристів;  
- оформлення розрахунків при виїзді гостя, надання різної інформації.  
  
Посадові обов'язки працівників служби прийому, а також навички і знання, необхідні для їх виконання, визначаються професійними стандартами.  
  
Служба прийому і розміщення повинна забезпечувати максимальне завантаження готелю, запобігаючи простоям. При реєстрації й оформленні виїзду працівники служби здійснюють розрахунок за проживання в готелі і додаткові послуги. При виписці перевіряють рахунок гостя, уточнюють усі його витрати за час проживання і приймають оплату. Велику важливість має контроль за виїздом, щоб не допустити від'їзду гостей, що не сплатили за рахунком.  
  
Черговий адміністратор, починаючи роботу, має переглянути журнал із записами попередньої зміни. В ньому фіксується інформація про те, що відбулося за зміну, про потреби гостей , що звернулися до служби в цей проміжок часу, але не задоволених за якихось причин. Перед початком роботи необхідно також переглянути інформацію про наявність вільних місць і заявки на поточну добу. До обов'язків адміністратора входить також і облік використання номерного фонду.  
  
До обов'язків портьє відноситься збереження і видача ключів від номерів проживаючих за карткою гостя, а також відповідь на запитання гостей щодо якої-небудь інформації або отримання послуги.  
  
Касир контролює своєчасну оплату всіх видів послуг, одержує оплату за проживання при розрахунку готівкою і складає касові звіти для бухгалтерії.  
  
Паспортист перевіряє паспортні дані, правильність їхнього занесення до реєстраційної картки, контролює терміни дії віз.

### *ехнологія бронювання місць і номерів у готелі*

Бронювання - це попереднє замовлення місць і номерів у готелі. З цього процесу починається обслуговування гостей в готелі. Бронюванням номерів займаються менеджери відділу бронювання або служби прийому і розміщення. Саме до цих підрозділів надходять заявки на бронювання від клієнтів. Крім формального збору заявок, відділ бронювання має вивчати попит на готельні місця. Вивчаючи багаторічний досвід роботи готелю, з огляду на план заходів, що проходитимуть в даному регіоні, прогнозуючи попит на місця та аналізуючи завантаження номерів у минулі і поточний періоди, відділ бронювання разом зі службою маркетингу планує діяльність готелю [74].  
  
Під час проведення масових заходів попит на готельні місця в кілька разів збільшується. Для готелів вигідно бронювати місця для заходів з великим числом учасників, тому що в цьому ви-  
  
падку попереднє замовлення здійснюється задовго до події і ризик його ануляції (тобто відмовлення від заздалегідь замовленого місця) невеликий.  
  
Завантаження готелю залежить від сезону, ділової активності в даному регіоні, економічної і політичної ситуації. В часи політичної нестабільності інтерес туристів до даної місцевості знижується через неможливість забезпечити безпеку перебування. У пік сезону готель може йти на подвійне бронювання.  
  
Подвійне бронювання - це підтвердження майбутнього надання місць у готелі одночасно двом клієнтам на ту саму дату. Йдучи на це, готель іде на ризик, оскільки можуть одночасно приїхати обидва клієнти. Цей ризик виправдовується тоді, коли він ретельно вираховується на основі багаторічного досвіду роботи готелю, на основі знання того, яку кількість в середньому складають анульовані заявки. Але якщо обидва клієнти приїхали в готель, то місце одержує той, хто приїхав раніше. Для розташування клієнта готель має зв'язок з фірмами, що здають в оренду житло, або з поруч розташованими готелями, куди можна переадресувати клієнта. Іноді відділ бронювання пересилає заявку на бронь в інший готель, що і підтверджує клієнтові, що йому буде надане місце, але в іншому готелі. У цьому випадку необхідно одержати згоду клієнта на зміну готелю.  
  
І для готелю, і для гостя бажано, щоб номери були заброньовані заздалегідь, і чим раніше, тим краще. За правилами надання готельних послуг, готелі мають право укласти договір на бронювання місць, шляхом складання документа, підписаного двома сторонами, а також шляхом прийняття заявки на бронювання за допомогою поштового, телефонного та іншого зв'язку, що дозволяє достовірно встановити, що заявка виходить від споживача.  
  
Якщо організація регулярно користується послугами готелю, то їй вигідніше укласти договір на певний термін. Тоді готель надає місця для проживання туристам, направленим цією організацією. Для організацій, що регулярно постачають клієнтів, готель встановлює знижки на оплату проживання і деякі послуги.  
  
У договорі між готелем і такою організацією зазначається, в які терміни має бути подана заявка на розміщення туристів, коли і яким чином здійснюється сплата.  
  
Є кілька способів забронювати номер або місце в готелі: письмовий, усний і через Інтернет.  
  
Поштою або за допомогою факсу клієнт надсилає до готелю лист-заявку. Таку саму заявку можна оформити й у готелі у відділі бронювання. Робота із заявками вимагає великої уваги.  
  
Кожна заявка на бронювання й ануляція замовлення повинні бути зареєстровані.  
  
Якщо менеджери з бронювання не скасували вчасно замовлення, то номер може залишитися непроданим доти, поки не виявиться помилка. Лише заявка на фірмовому бланку може служити підтвердженням на оплату замовленого номера.  
  
На заявці організації, що бронює номер, обов'язково повинні бути наведені реквізити цієї організації (назва, адреса, телефон, факс, номер рахунку в банку).  
  
У будь-якому випадку заявка повинна містити такі відомості:  
  
- кількість і категорії номерів;  
- терміни проживання в готелі;  
- прізвища приїжджаючих;  
- форма оплати (безготівковий або готівковий розрахунок, реквізити організації, що оплачує).  
  
Заявку реєструють і підтверджують, або відмовляють тим же чином, яким вона була отримана. При телефонному бронюванні дуже важливе уважне ставлення до клієнта, оскільки враження від цієї розмови визначить його відношення до готелю в цілому. Для клієнта важливо, як довго він буде чекати відповіді, оскільки за нормами слухавку мають зняти максимум через п'ять гудків.  
  
Знімати трубку повинен співробітник, що володіє інформацією про завантаження готелю. У готелях, що приймають замовлення на номери по телефону, розроблені спеціальні бланки. У них необхідно лише робити відмітки в потрібних графах, а не записувати цілком заявку.  
  
Такі самі бланки можуть бути й у спеціальному розділі комп'ютера відділу бронювання. При телефонному бронюванні потрібне підтвердження в письмовому вигляді.  
  
Спосіб бронювання через мережу Інтернет відкриває широкі можливості для готелів і клієнтів. При бронюванні через мережу Інтернет замовлення місць може бути здійснене у готелі, розташованому в іншому місті або навіть у іншій країні. Перевагою автоматизованої мережі є те, що бронювання може бути переадресоване в будь-який інший готель певного ланцюга, що знаходиться в цьому місті.  
  
Замовити місце в готелі через комп'ютерну мережу можна по телефону. Диспетчер по комп'ютерній мережі зв'язується з готелем і з'ясовує можливість бронювання. Цей спосіб не дуже зручний, оскільки потрібно багато часу для з'ясування умов бронювання і розміщення.  
  
Є ще два варіанти бронювання за допомогою комп'ютера: готель має власну Інтернет-сторінку або є членом однієї із систем Інтернет-бронювання (Академсервіс, WEB International, Nota Bene тощо). Системи стають все більш популярними через дуже широкі пропоновані можливості при досить невеликих витратах. Ефективність цього способу залучення клієнтів тим вища, чим менший час відповіді на отримане замовлення. Швидкість відправлення підтвердження багато в чому залежить від ступеня автоматизації процесу обробки заявок, що надходять, і від чіткості взаємодії готелю й агента.  
  
Грамотна організація обміну інформацією між двома цими ланками дозволяє скоротити час одержання клієнтом підтвердження до мінімуму (в ідеалі так званий on-line має займати не більше 7 секунд).  
  
З'єднавши готельну АСУ і систему Інтернет-бронювання, готель і агент одержують можливість оперативного обміну інформацією про вільний номерний фонд, про пропоновані готелем категорії номерів і послуги, а також про поточні тарифи, знижки, спеціальні програми для гостей тощо. Одержавши можливість як завгодно частого відновлення тарифів, готель у свою чергу зможе вести більш гнучку цінову політику й адекватно реагувати на попит.  
  
У даній системі бронювання відбувається таким чином. Клієнт заходить на WEB-сайт системи Інтернет-бронювання і знайомиться з правилами бронювання. Далі він вибирає готель. Переконавшись в наявності вільних номерів, заповнивши необхідні інформаційні поля, він відправляє замовлення в систему електронною поштою.  
  
Система автоматично обробляє замовлення (за винятком нестандартних випадків) і відправляє попереднє підтвердження з умовами внесення передоплати, а клієнт заноситься до листа очікування. Після одержання відповідних гарантій (передоплати, гарантійного листа тощо) від клієнта останній одержує від агента остаточне підтвердження броні. Копія остаточ-ного підтвердження відправляється в готель. Тут бронь заноситься до графіку завантаження з наступною автоматичною зміною.  
  
Якщо готель має свою власну сторінку, реакція на заявки, що надходять, є функцією служби резервування самого готелю. Інтернет дає можливість, не виходячи з дому, без посередників отримати необхідну інформацію про готель, побачити, як оформлені номери.  
  
При телефонному або комп'ютерному бронюванні існує небезпека раптового припинення резервування, і тоді клієнт, шо не одержав підтвердження, може прибути для реєстрації і не одержати номер, оскільки може не виявитися вільних місць. За заявками відділ бронювання може скласти перспективний план завантаження готелю на певний період (рік, місяць, тиждень) і план завантаження на поточний день.  
  
Відділ бронювання повинний постійно взаємодіяти зі службою прийому і розміщення, що подає інформацію про завантаження номерів у поточний час. Якщо ж звіт про завантаження складений неправильно, то менеджери можуть винести неправильне рішення, що стосується прогнозів завантаження. А коли номер залишається непроданим, це знижує доходи готелю.  
  
Бронювання, підтверджене спеціальним повідомленням, що висилається готелем клієнтові, називається підтвердженим. Для одержання підтвердження про резервування потрібно якийсь час, щоб повідомлення про резервування надійшло до клієнта поштою або факсом. Звичайно в підтвердженні вказуються номер реєстрації заявки, дата передбачуваного прибуття і вибуття гостя, тип замовленого номера, число гостей, число ліжок, що вимагаються, а також будь-які вимоги гостя, що спеціально обумовлюються. Клієнт бере із собою в готель це підтвердження на випадок будь-яких непередбачених ситуацій. Але таке підтвердження не завжди є гарантією для клієнта, оскільки існує правило: якщо гість не приїхав до 18 години, бронь знімається в тому випадку, коли в цьому є необхідність для готелю.  
  
Гарантоване бронювання - це бронювання зі спеціальним підтвердженням готелю про те, що він гарантує клієнтові одержання їм замовленого номера. Таке підтвердження необхідне, якщо є ймовірність, що гість може прибути в готель із запізненням. На таких умовах номер залишається вільним до прибуття гостя. Зручність гарантованого резервування полягає в тому, що гість намагатиметься анулювати замовлення, якщо побачить, що не зможе ним скористатися. При такому підтвердженні готель матиме точну картину наявності вільних номерів.  
  
Іншою формою гарантованого бронювання може бути депозитна (авансова) оплата. У деяких ситуаціях (наприклад, у пік сезону відпусток) для того, щоб уникнути простою номерів через неявку очікуваного гостя, готель може попросити переказати авансом вартість проживання протягом одного дня або навіть усього терміну. Передоплата потрібна і при розміщенні туристської групи. Це теж спосіб боротьби з «неявками» [78].  
  
Відповідно до правил надання готельних послуг у випадку запізнення споживача з нього стягується, крім плати за бронювання, також плата за фактичний простій номера (місця в но-мері), але не більш ніж за добу. При запізненні більш ніж на добу бронь анулюється. У випадку відмови споживача сплатити бронь його розміщення в готелі здійснюється в порядку загальної черги.  
  
Адміністрація готелю встановлює обумовлений розмір сплати за бронь. Звичайно з індивідуальних туристів беруть 50 % від тарифу номера або місця в номері. Для туристських груп передбачені знижки за бронювання, проживання і навіть деякі послуги. Обсяг знижки залежить від числа людей у групі, терміну проживання. У середньому за бронювання місць для туристської групи береться оплата в розмірі 25 - 35% від тарифу.

### *Порядок реєстрації і розміщення гостей*

Наступна частина операційного процесу - розселення -складається у свою чергу з зустрічі, реєстрації, вручення ключа і супроводу до номера.  
  
Можливі два види зустрічі: в аеропорту або на вокзалі (на далеких підступах), а також перед входом до готелю або у вестибюлі (на ближніх підступах).  
  
Зустріч на далеких підступах дозволяє до прибуття в готель познайомитися з гостем, скласти або скорегувати програму обслуговування, розповісти про готель і послуги, що надаються. Про таку зустріч домовляються при бронюванні. У готелях високого класу гостей зустрічає швейцар, що вітає їх біля входу.  
  
У невеликих готелях гість підходить до стійки служби прийому і розміщення, де його вітає адміністратор. Якщо клієнт приїжджає до готелю не перший раз, то бажано звернутися до нього по імені. Це справить на нього позитивне враження. Також у багатьох готелях адміністратор стоїть за стійкою, а не сидить. Цим він підкреслює свою повагу до гостя.  
  
Процес реєстрації відрізняється в готелях різної категорії за часом і якістю обслуговування, але інформація про гостя скрізь однакова. У готелях, що мають автоматизовану систему, реєстрація проходить дуже швидко.  
  
Розрізняють два типи клієнтів, що прибувають для реєстрації. Одні з них заздалегідь забронювали місця в готелі, інші ні. Поселення в готель клієнтів по броні в автоматизованих готелях займає кілька хвилин. До речі в одному з японських готелів час від вітання до одержання ключа займає 45 с  
  
При попередньому замовленні дані про клієнта уже відомі із заявки на бронювання. Адміністратор уточнює номер заявки, вибирає необхідний модуль у комп'ютерній системі і здійснює реєстрацію. Від гостя потрібно лише підписати реєстраційну картку.  
  
Процес реєстрації гостей без попереднього бронювання займає більше часу, іноді до 5 хв. У даному випадку адміністратор враховує характер розміщення, необхідного гостю.  
  
Крім того, у процесі спілкування з гостем потрібно обговорити такі питання, як вартість номера, терміни розміщення, порядок оплати. Під час цього обговорення працівник готелю має задати питання, що дозволять судити про платоспроможність гостя. Нормальним для більшості готелів є прохання до гостя показати його кредитну картку, що є свого роду гаран-тією його платоспроможності.  
  
При цьому готель зобов'язаний укласти з гостем договір на надання послуг. Договір на надання послуг укладається при пред'явленні гостем паспорта, або іншого документа, що підтверджує його особу.  
  
Якщо підтвердження на розміщення отримано, гість заповнює реєстраційну картку (анкету), що є договором між Виконавцем і Споживачем. В анкеті гість вказує адресу свого постійного місця проживання, адресу організації, що оплачує проживання (якщо оплата здійснюється третьою особою), і вид платежу (готівка, кредитна картка або чек).  
  
Варто дуже ретельно заповнювати анкету, оскільки дані про клієнта можуть бути використані для запрошення його знову відвідати готель під час відпустки, для участі в діловій зустрічі тощо. Неправильно записана адреса може зробити марним розсилання рекламних матеріалів або стати причиною інших неприємностей.  
  
Анкета-документ, що дає право на заняття номера або місця в номері, тобто надає дозвіл на поселення, має бути заповнена в двох екземплярах (для касира і портьє або чергового по по-верху і в картотеку для контролю виїзду).  
  
Неправильно заповнена реєстраційна картка (анкета) проживаючого робить неможливим повернення забутої в номері речі гостя. Крім того, правильно заповнена адреса гарантує одержання оплати, навіть якщо гість виїхав, не заплативши за надані послуги. Помилкова дата від'їзду в анкеті приводить до того, що номер може простояти непроданим добу, якщо гість виїжджає раніше. А у випадку, коли гість планував залишитися довше, номер може бути проданий ще раз. Неправильно записаний номер кредитної картки може призвести до несплати послуг, якщо гість виїхав, не заплативши готівкою.  
  
Заповнивши картку, гість підписує її, тим самим укладаючи з готелем договір, що підтверджує вид розміщення, тривалість проживання і вартість номера.  
  
Після того, як гість заповнив анкету, адміністратор звіряє дані анкети і паспорти гостя, вписує в анкету номер кімнати, у якій буде жити гість, дату та час прибуття і підписує її. Далі ад-міністратор виписує дозвіл на поселення.  
  
Після оплати гість одержує 2-й екземпляр рахунку. При реєстрації гостеві виписується рахунок за проживання. Він містить у собі тариф номера (або місця), помножений на число діб, оплату бронювання, оплату додаткових послуг, що гість замовляє при реєстрації і різні готельні збори.  
  
Адміністратор заповнює візитну картку (картку гостя)-документ на право входу в готель і одержання ключа від номера. Картка гостя завжди виписується в одному екземплярі і повин-на містити такі дані: прізвище гостя, номер кімнати і термін проживання.  
  
Візитна картка містить дані, куди підношувачі багажу повинні заносити речі гостей. Для ідентифікації багажу зручно користуватися талонами, на яких записане прізвище власника, а після реєстрації вписується номер кімнати. Такий талон видає швейцар або підношувач багажу при вході гостя в готель. У такий спосіб спрощується робота підношувачів багажу. Якщо талона немає, то гість вказує на свій багаж, показує дозвіл на поселення, де записаний номер кімнати, і підношувач відносить багаж до номера. У номері він показує гостеві, як користуватися обладнанням і інформує про правила безпеки.

### *Особливості реєстрації туристських груп*

Попереднє замовлення місць дає можливість заздалегідь підготувати номери до заселення, спланувати роботу адміністраторів і підношувачів багажу. Напередодні заїзду групи адмі-ністратор заповнює картку підготовки і заселення номерів (картку бронювання).  
  
При поселенні туристської групи до готелю її керівник пред'являє адміністраторові направлення туристської фірми (документ, що підтверджує право проживання даної групи в готелі і гарантуючий, що оплата зроблена) і список групи, оформлений відповідно до вимог паспортного режиму.  
  
Адміністратор повідомляє номери кімнат, що заброньовані для даної групи. Туристи з групи розміщаються звичайно у двомісних номерах. Усі туристи приносять ваучер. Адміністратор заповнює груповий дозвіл на поселення за безготівковим розрахунком, де вказуються номери кімнат, у яких будуть жити туристи.  
  
Кожному гостеві адміністратор виписує візитну карту. Рахунок за проживання при реєстрації групи не виписують, тому що оплата здійснюється за безготівковим розрахунком.  
  
Дуже часто в туристських фірмах разом з путівкою туристам видають ярлики з номерами для багажу. Номер на ярлику відповідає порядковому номерові туриста в списку групи, що  
  
знаходиться у керівника групи. Порівнявши номери на багажі й у списку групи, підношувач визначає номер кімнати і доставляє туди багаж.  
  
Часто для того, щоб не сплачувати ще за добу проживання, туристи звільняють номери, а багаж здають до камери схову. Але за групою залишається один номер для відпочинку туристів.

### *Види розрахунків із проживаючими*

У готелях використовують два види розрахунків - готівковий і безготівковий (переведення грошей на рахунок готелю). У готелях високого класу як безготівковий розрахунок прий-маються кредитні картки. Ними розплачуються індивідуальні туристи. У заявці на бронь вказується номер кредитної картки, назва платіжної системи і термін дії картки. Для розрахунків за допомогою пластикових карток у готелі повинне бути спеціальне обладнання: імпринтер або електронний термінал.  
  
Існують також електронні ключі, що одночасно є і платіжним засобом у всіх торговельних точках готелю.  
  
Кредитна картка - це пластикова картка або пластина, застосовувана клієнтом банку або іншої кредитно-фінансової установи в рамках установленого ліміту для запозичення готівки для покупки товарів і одержання послуг у кредит. На ній зазначені ім'я власника, зразок його підпису, привласнений йому номер і термін дії картки. Звичайно інформація про клієнта і номер його рахунку закодована на магнітному носії або у вигляді отворів, вибитих у певному порядку на пластині. При розрахунку за кредитною карткою касир готелю перевіряє прина-лежність картки, а також наявність на рахунку необхідних коштів. Картки можуть бути дисконтними, тобто надавати суттєві знижки користувачам.  
  
Для оплати за безготівковим розрахунком можуть використатися дорожні та іменні чеки.  
  
Дорожні чеки виписуються на певну суму, тому клієнт вибирає послуги в готелі. Одержувач чека, тобто готель, повинний визначити лише дійсність чека, тому що чекова компанія, що виписала дорожній чек, гарантує оплату по ньому, оскільки він уже оплачений клієнтом. Дорожній чек не може бути переданий іншій особі, але його можна обміняти на готівку в будь-якому банку.  
  
Іменні чеки виписує гість на необхідну до оплати суму кожного разу, коли це необхідно. Для зарахування платежу за таким чеком на рахунок готелю потрібен певний час.  
  
Слід зазначити, що за даними світових досліджень перше місце займає розрахунок за кредитними картами; на другомі місці -розрахунок за чеками; на третьому - розрахунок готівкою.  
  
У західних готелях розрахунок готівкою використовується дуже рідко: у випадку виробничої необхідності і на короткий час. В Україні на першому ж місці - саме розрахунок готівкою і переведення на розрахунковий рахунок готелю. Кредитні картки та чеки приймаються до оплати лише в готелях високого класу. Оплата готівкою рятує готель від неприємностей, якщо чек за якимись причинами не може бути оплачений банком. Система оплати на базі пластикових карток підвищує престиж готелю, наближає його до світових стандартів і тим самим сприяє залученню кредитоспроможних клієнтів.

### *Видача ключів*

Видача ключа від номера завершує процедуру реєстрації. У деяких готелях гостю просто вручають карту готелю і ключ. Для обопільної безпеки гостя і готелю готельні ключі повинні ретельно контролюватися. Крадіжки і втрати ключів, незаконне використання дублікатів являє загрозу для безпеки готелю. Готелю необхідно скласти правила, що регулюють контроль за ключами. У них повинно бути встановлено, кому видаються ключі і як вони зберігаються.  
  
Якщо готель надає розсильних, то черговий адміністратор повинний у першу чергу запитати гостя, чи потребує він послуг розсильного. Якщо так, то черговий адміністратор дає ключ від номера розсильному і просить його провести гостя до номера. Дорогою і вже в номері розсильний може пояснити гостю особливі характеристики номера і поінформувати з таких питань, як розташування ресторану, години розрахункових операцій, розташування торговельних автоматів. Розсильний повинний створити гостю комфорт, відповісти на всі цікавлячі його запитання та вручити ключ від номера. Якщо гість не вдоволений номером, розсильному варто уважно вислухати і пообіцяти передати суть питання адміністраторові для вжиття негайних заходів.

### *Контроль за ключами*

У багатьох готелях використовуються, принаймні, 3 види ключів від номерів: аварійні (запасні) ключі, ключі-відмички й індивідуальні ключі від номерів.  
  
Запасний аварійний ключ відкриває всі двері номерів, навіть якщо вони двічі замкнені. Аварійні ключі повинні бути дуже добре захищені. їх використання слід суворо контролю-вати і фіксувати (записувати). Цей ключ ніколи не можна забирати у відповідальної особи.  
  
Відмичка відкриває всі номери, що не закриті двічі (у т.ч. зсередини). Коли її не використовують, вона зберігається в призначеному місці в сейфі. її видають лише певному персоналу залежно від необхідності використання та просто від займаної посади. Обов'язково робиться запис про те, кому був виданий цей ключ.  
  
Ключ від номера відкриває двері, якщо вони не закриті зсередини.  
  
Черговому адміністратору варто нагадувати гостям здавати ключі при виїзді. Добре охоронювана стійка для ключів у вестибюлі при виході з готелю і нагадування у ввічливій формі гостям допоможуть уникнути втрати ключів.  
  
Деякі власники намагаються уникнути втрати ключа, вимагаючи з кожного гостя при реєстрації заставу за ключ. Використання застави за ключ є додатковою допомогою в тому, щоб гість повернувся до адміністратора перед від'їздом, а також допомагає переконатися, що всі гості цілком розрахувалися.  
  
Деякі власники не пишуть назви готелю, адреси або номеру кімнати на ключах від номерів. Таким чином, якщо ключ загублений або потрапив у чужі руки, його неможливо використати в злочинних цілях. Замість номера кімнати звичайно на ключі вибивають кодовий номер, а загальний список кодів знаходиться в адміністратора.  
  
Готельні ключі не слід брати з готелю працівникам, не дивлячись на їхні обов'язки або службове становище. Багато організацій вимагають, щоб усі ключі були повернуті в службу безпеки і розміщалися в кабінеті, що зачиняється, у безпечній зоні готелю. Ключі, видані в тимчасове користування, варто реєструвати в журналі. Журнал повинний відмічати причину видачі, дату видачі, час одержання і повернення, їм я того, хто видав і хто одержав.  
  
Кожного разу, коли відбулася будь-яка неприємність із ключем, невиправдана його видача, втрата або крадіжка, замок повинний бути замінений або переставлений в іншу частину будинку готелю.

### *Електронні замикаючі системи*

Електронна замикаюча система замінює механічні замки. Централізована електронна замикаюча система управляється через головну контролюючу консоль в адміністраторській, котра з'єднана з дверима кожного номера. Ключ-картка, що видається гостю, є єдиним діючим ключем від номера.  
  
Електронні замикаючі системи управляються як окремі одиниці. Кожні двері мають свій власний мікропроцесор, що містить заздалегідь установлену послідовність кодів. Головна консоль містить запис усіх кодів, що відповідають кожним дверям. При реєстрації черговий адміністратор кодує ключ-карт-ку кодом відповідно до призначеного гостю номеру. Консоль і кожен мікропроцесор повинні відповідати кожному кодові в тій послідовності, що використовується [72].  
  
Більшість електронних замикаючих систем забезпечують кілька чітких рівнів безпеки, паралельно з рівнями ключів у традиційних системах. Системи можуть включати різні інші безпечні та зручні для гостей якості, як, наприклад, такий сигнал «Прошу не турбувати». Одна з форм електронних замикаючих систем не вимагає ключів або карток зовсім; гості встановлюють на замикаючому механізмі шляхом програмування свій власний чотиризначний код.  
  
Централізовані електронні замикаючі системи надають додаткову можливість забезпечити безпеку. Багато цих систем стежать за ключами або картками, що відкривають кожні двері по датах або за часом. Якщо готельний персонал знає цей аспект можливості системи, крадіжок персоналу можна уникнути, оскільки працівники, які здатні на крадіжку, знають, що введений запис може їх викрити. Ведення звіту й інші функції системи контролюються за допомогою ідентифікації оператора і паролем безпеки кодів.

### *Обслуговування*

Готельні зручності хоча й відкриті для публіки, усе-таки є чиєюсь власністю. Обов'язком власника готелю є спостереження, і він змушений контролювати діяльність людей у приміщеннях. Усі працівники мають спостерігати за підозрілими особами і ситуаціями. Ефективність охорони залежить від спостережливості працівників.  
  
У вестибюлі черговий адміністратор повинний мати можливість спостерігати за входами в готель, ліфтами, ескалаторами і сходами. Спостереження за ліфтами і сходами вирішує відразу два завдання: безпеку і збереження; персонал повинний бути проінструктований, як зупинити ліфт в екстреному випадку. У багатьох готелях хто-небудь знаходиться увесь час. У маленьких готелях черговий адміністратор може бути єдиним представником персоналу в пізні нічні години. З огляду на ці обставини, у деяких готелях обмежений доступ у вестибюль і зону прийому, і рішення впустити кого-небудь приймає черговий адміністратор.

### *Охорона грошових коштів*

За охорону коштів переважно несе відповідальність працівник розрахункового відділу. Однак, інші служби теж відіграють важливу роль в охороні грошових активів.  
  
Розрахункова функція є вирішальним аспектом у цілості грошей. Суму грошей у касі та касовому апараті варто обмежувати за допомогою встановлення грошового ліміту для кожного зі служби прийому і розміщення згідно з правилами готелю. На початку кожної зміни будинку касирові дається найменша сума грошей, що дозволяє йому нормально виконувати роботу. Касир приймає відповідальність за ці гроші і за всі гроші, що надходять протягом зміни. Ідеально, щоб лише одна людина мала доступ до виписування кожного грошового рахунка.

### *Виписка з номера готелю й оплата рахунку*

За стадією перебування гостя йде оформлення розрахунків і виїзд із готелю. У день від'їзду гість одержує повний розрахунок, його просять оплатити заборгованість і повернути ключі від номера, перш ніж залишити готель.  
  
Для оформлення розрахунків з гостями передбачені бланки суворої звітності. Це рахунок (форма №4г), що виписується касиром у трьох екземплярах (у випадку автоматизованої об-робки даних - у двох екземплярах): перший видається гостеві; інший разом з «Касовим звітом» (форма №9-г) протягом доби здається в бухгалтерію, третій екземпляр залишається в касира і зберігається до виїзду гостя з готелю.  
  
Існують ще бланки суворої звітності, що використовуються для взаєморозрахунків із клієнтом. Це квитанція за використання автостоянки готелю (форма № 10-г), що виписується на підставі техпаспорта автотранспортного засобу і документа, що засвідчує особистість гостя, при прийомі і видачі автотранспортних засобів. Вона виписується в двох екземплярах: перший екземпляр видається платникові, а другий - здається в бухгалтерію.  
  
Крім того, існує ще один документ - це корінець квитанції на прийом речей до камери схову (форма №13-г). Він заповнюється комірником камери схову в двох екземплярах: один залишається в комірника, інший видається гостю, що здав речі до камери схову і пред'являється комірникові тоді, коли необхідно їх забрати.  
  
Розрахунок оплати за бронювання номерів (місць) проживання за безготівковим розрахунком здійснюється заповненням бланка форми №8-г. Титульний лист форми спочатку запов-нюється агентом з бронювання (адміністратором або портьє) і передається в бухгалтерію для передоплати.  
  
Після того, як гроші надійшли на рахунок готелю від юридичних осіб, що подали заявку на бронь, бухгалтерія передає форму №8-г, яка у кінцевому підсумку підраховується після від'їзду гостя та є підставою для оплати рахунку за фактом виконання замовлення.  
  
  
  
Функції виписки та оплати рахунку  
  
Процес виписки і розрахунку покликаний нести три основні функції:  
  
- регулювання балансу гостьового рахунка;  
- своєчасне виявлення даних про наявність номерів, що звільнилися;  
- контроль і ведення відповідних записів про перебування гостей.  
  
У світовій практиці існують такі методи розрахунку клієнтів з готелями:  
  
- оплата рахунків готівкою;  
- запис суми рахунка на кредитну картку;  
- відстрочка платежу шляхом прямого виписування рахунка;  
- використання комбінації перерахованих варіантів.  
  
У більшості готелів персоналу потрібно ознайомити гостя з можливими варіантами оплати при реєстрації. Таким чином, кредитні картки або інформація про прямо виписувані рахунки повинні бути надані гостеві заздалегідь, до виписування з номера. Це завчасне повідомлення дозволяє одержати підтвердження на дозвіл щодо використання кредитної картки або прямого банківського переказування. Це скорочує час з оформлення виїзду і дозволяє скоротити до мінімуму заборгованість готелю.  
  
Агент служби прийому і розміщення після виписки гостя переводить номер у статус вільного і повідомляє відділ покоївок про від'їзд клієнта. Покоївка прибирає номер і готує його для контролю і подальшого збуту.  
  
Служба прийому і розміщення повинна виявляти оперативність у питаннях інформації про номери, що звільнилися, у точній і доцільній формі.  
  
Файл, що містить інформацію про гостя - це набір особистих його реквізитів і відомості щодо фінансового стану. Наявність такої інформації дозволяє працівникам готелю краще зрозуміти свою клієнтуру і забезпечити міцну базу для стратегічного маркетингу.  
  
Файли, що містять інформацію про гостя, можуть отримати її з анкет реєстраційних карток або створені на основі точних комп'ютерних систем, що автоматично направляють відомості при вибутті гостя до файлу даних про гостя.  
  
Відповідний аналіз даних історії гостя може забезпечити готель цінною конкурентоздатною інформацією на ринку готельних послуг.

### *Процедури від'їзду. Методи оплати рахунку*

Під час оформлення виписки і сплати рахунків добре підготовлений і організований персонал служби прийому і розміщення може забезпечити ритмічну, ефективну і сприятливу атмос-феру у всіх відношеннях. Процес оплати рахунків залежить від ефективності системи обліку і поінформованості клієнтів, починаючи зі стадії бронювання і закінчуючи оформленням виїз-ду. Важливу роль у цьому грає аудит [76].  
  
Для того, щоб розрахунок клієнта пройшов «гладко», він має бути цілком закритий.  
  
Існує кілька способів, згідно з якими особовий рахунок може бути зведений до нуля. Коли гість підходить до стійки, щоб виписатися, касир повинний точно перевірити, який рахунок був уже оплачений, незалежно від того, який метод розрахунку був використаний гостем під час реєстрації.  
  
Звичайно в готелях з розвинутою інфраструктурою відпочинку, найактивніше життя вирує у вечірній і нічний час, тобто тоді, коли відсутні його керівництво і службовці, що є курато-рами тих виробничих підрозділів, які працюють цілодобово. Тому в багатьох готелях Західної Європи, а потім і Америки була введена посада нічного аудитора.

### *Нічний аудит*

У залежності від технічної оснащеності готелю, аудит може бути неавтоматизованим, напівавтоматизованим або автоматизованим. Цілком автоматизований процес аудиту на Заході називають system update.  
  
Аудитор (від латинського auditor - слухач) - ревізор, що перевіряє, контролює і аналізує фінансово-господарську діяльність підприємства.  
  
Основною метою нічного аудиту є доказ правильності і повноти обліку гостьових і негостьових рахунків по готелю у порівнянні з внутрішніми доповідями. Робота аудитора полягає у:  
  
- перевірці внесених записів;  
- складанні балансу рахунків;  
- вирішенні протиріч;  
- моніторингу кредитних організацій;  
- підготовці оперативних доповідей.  
  
Аудитор повинний відрізнятися чесністю, уважністю, гарною професійною підготовкою, гарним знанням специфіки надання готельних послуг.  
  
Аудитор повинний бути ознайомлений із сутністю розрахунків готівкою, чеками або кредитними картками. Уся ця інформація відбиває фінансовий стан готелю на поточний день. Нічний аудитор резюмує результати операцій усіх точок, що  
  
приносять доход для доповіді керівництву. Плановий відділ готелю може також використовувати інформацію аудиту при підготовці статистичного звіту за більш тривалий період для керівництва.  
  
Сама посада - нічний аудитор говорить про те, що в цей час він збирає дані і підводить баланс минулого дня. Кожен готель повинний вирішити, який час варто вважати кінцем ро-бочого дня. Наприклад, якщо нічний аудит почався в 00:00, то це значить кінець ділового дня. Період з 00:00 доти, поки закінчиться аудит, називається робочим часом аудита. Звичай-но операції, які впливають на рахунки, що відбуваються протягом робочого дня аудиту, не враховуються доти, поки аудит не довершений. Ці операції вважаються частиною наступного умовного дня.  
  
Готелям притаманна велика кількість документації по операціях. Операційна документація показує сутність і обсяг операцій і є основою для формування звітності, що вводиться в системі. Для кожної операції враховується тип операції (готівка, ціна, виплати) та її грошова вартість. Працівники бухгалтерії заносять дані у відповідні документи залежно від отриманої інформації. Для цілей внутрішнього контролю облікова система повинна забезпечувати додаткову, незалежну документацію для перевірки кожної операції. У ручній або на-півавтоматичній операції, що підтверджують документи, створені будь-якими методами, служать джерелами перехресних посилань.  
  
Аудитор, одержавши інформацію про зайнятість готельних номерів і маючи дані щодо їхніх розцінок, порівнює усе зі звітом служби прийому і розміщення.  
  
Основні функції нічного аудитора полягають у тому, щоб проконтролювати, що готель одержав плату за надані блага і послуги клієнтам. Аудиторські процеси вважаються заверше-ними, коли доведена правильність підсумків обліку бухгалтерії і підрозділів готелю. Доти, поки аудиторські процеси не знаходяться в стані балансу, аудит вважається незавершеним.  
  
У багатьох готелях, особливо західних, послуги гостям надаються в кредит. Однак, щоб уникнути зайвого ризику, готелі часто встановлюють ліміти для такого обслуговування. Аудитор повинний знати про ці обмеження. Про всі рахунки, що перевищили встановлені ліміти, аудитор повинний доповісти керівникові готелю для вжиття відповідних заходів [86].  
  
  
  
Процес аудиту  
  
Облікова система бухгалтерії готелю багато в чому залежить від операційної документації, що дозволяє забезпечити точні записи і зберегти ефективні операційні дії. Знаходження й усу-нення помилок - це сутність процесу нічного аудиту. Він розроблений так, щоб забезпечити інтеграцію рахунків за допомогою перехресних посилань. Рахунки бухгалтерської книги порівнюються з первинними документами, щоб довести правильність окремих записів і загальні підсумки. Розбіжності, знайдені під час аудиту, повинні бути виправлені.  
  
Нічний аудит, із введенням комп'ютерів, це - необов'язково нічна діяльність. Багато комп'ютерних систем здатні надати в будь-який час безпосередньо інформацію і забезпечити підсумкові звіти за вимогою.  
  
  
  
Комп'ютерний звіт. Щоденний звіт  
  
Ступінь перевірки, яку має провести аудитор, залежить від частоти появи помилок і обсягу операцій, які необхідно перевірити.  
  
Перший з цих факторів залежить від професійної підготовки рахункових працівників, другий - від розмірів і розгалуженості інфраструктури готелю. Великі готелі звичайно вимагають більш ретельної перевірки завдяки великому обсягу.  
  
До компетенції нічного аудитора звичайно входять: завершення незакінчених записів; правильність заповнення рахунків; узгодження розбіжностей у статусі номерів; складання балансів усіх підрозділів; перевірка розцінок на номери і місця; перевірка заздалегідь замовлених номерів; підготовка звітів; депозит готівки; підтримка системи; розподіл звітів.  
  
Розглянемо ці функції окремо.  
  
Завершення незакінчених записів  
  
Головною функцією аудита є переконання в тому, що всі операції, які впливають на звітність, записані у відповідні рахунки. Перший крок у цьому напрямку - завершення незакінчених записів. Хоча більшість працівників намагаються записувати операції в потрібні рахунки в міру їхнього отримання, нічний аудитор повинний підтвердити, що всі операції були записані перед початком аудиту. Незавершені записи приведуть до помилок у балансі і нічній звітності.  
  
Аудитор ретельно стежить, щоб записи по всіх документах операцій були довершені. Якщо, наприклад, готельне використовує комп'ютеризовану телефонну облікову систему, незакі-нчені телефонні витрати повинні бути враховані в повному обсязі. Аудитор також може записувати не враховані раніше операції з готівкою.  
  
Узгодження розбіжностей у статусі номерів  
  
Розбіжності в статусі номерів повинні бути вирішені якнайшвидше. Помилки в статусі номера можуть привести до втрат доходу від недостатньої повноти і помилок у записах. Наприклад, якщо гість виписаний, а агент забув правильно оформити процедуру виїзду, то номер буде вважатися зайнятим, хоча насправді він вільний.  
  
Нічний аудитор має право упевнитися, що розбіжності між денним звітом поверхової служби і системи статусу номерів були погоджені до кінця дня. Щоб мінімізувати помилки, поверхові служби повинні звітувати про передбачуваний статус номерів, які вони обслуговують. Нічний аудитор повинний переглянути звіт і поверхових служб, щоб погодити статус усіх номерів готелю.  
  
Якщо вважає, що номер зайнятий, а в звіті поверхової служби він числиться вільним, то аудитор повинний вияснити істину. У цьому випадку може бути таке: гість, кваплячись, міг виїхати, але забув виписатися; гість міг виїхати, не збираючись виписуватися; агент або касир могли не закрити лист.  
  
Аудитор, перевіривши всі обставини, пред'являє лист для закриття і визначає статус номера. У комп'ютеризованій системі процес аудиту автоматично змінює статус номера.  
  
Баланс усіх відділень (торговельних точок)  
  
Нічний аудитор зводить баланс усіх відділень, використовуючи всі первинні документи. Аудитор підводить баланс усіх рахунків і інформації з операцій інших підрозділів. Документи, одержувані бухгалтером, та інші первинні документи резюмуються і порівнюються. Навіть цілком автоматизовані готелі, звичайно зберігають первинні документи для вирішення можливих розбіжностей.  
  
Детальний аудит окремого підрозділу передбачає перевірку всіх записів доти, поки помилка не буде знайдена. Процес аудиту може бути заплутаним з цього погляду. Звичайно вважається більш ефективним спочатку звести баланс по усіх відділеннях, а потім шукати окремі помилки в записах.  
  
Однак з балансу у рахунках і підсумках підрозділів ще не випливає, що правильні рахунки були обрані для запису. Запис правильної суми в неправильні рахунки також приведе до не-правильного підсумку. Цей тип помилок буває непоміченим доти, поки не виникають проблеми з рахунками клієнтів.  
  
Перевірка розцінок на номери (місця)  
  
Нічний аудитор може зажадати отримати дати звіт про доход від номерів. Цей звіт показує розцінки за кожен номер і фактичні розцінки, за якими номери здані, що дає можливість мінімізувати доход від номерів. Якщо розцінки і фактичні розцінки не збігаються, виникає кілька питань, які аудитор повинний вирішити:  
  
- якщо номер зайнятий членом туристської групи, який є корпоративним клієнтом, що має пільги, чи правильно застосовані знижки до розцінок?  
  
- якщо в номері лише один гість, а фактичні розцінки рівні приблизно половині, чи є гість одним із зареєстрованих? Якщо так, то чи зареєструвався другий гість? Правильне використання інформації про дохід і облік номерів може стати основою для аналізу доходів від номерного фонду, копія цього звіту може бути підготовлена для головного менеджера готелю.  
  
Підтримка системи  
  
Цей крок застосовується лише до комп'ютерних систем. Комп'ютер усуває необхідність ведення всіляких облікових документів з бронювання номерів, їх статусу тощо, але стає дуже залежним від правильно функціонуючої комп'ютерної системи.  
  
Підтримка звіту повинна пред'являтися періодично для перевірки налагодженої роботи готелю на випадок поломки комп'ютерної системи. Звіти наприкінці дня розробляються і друкуються комп'ютером. Принаймні друкуються два гостьових списки: одна копія для бухгалтера, а інша - для управління готелю. Звіт про статус номерів дозволяє агентам визначити вільні і готові номери.  
  
Підготовка звіту  
  
Нічний аудитор звичайно несе відповідальність за підготовку звітів, що показують ефективність діяльності. Кінцевий детальний і сумарний звіти по підрозділах, балансовий звіт і спеціальні звіти можуть бути підготовлені для огляду керівництвом готелю.  
  
Кінцевий детальний і сумарний звіти по підрозділах підготовляються і зберігаються з первинними документами в бухгалтерії.  
  
Балансовий звіт показує кількість гостей, що підійшли до обмеження кредиту. У комп'ютеризованій системі комп'ютер повинний бути запрограмований так, щоб міг складати такий звіт за вимогою.  
  
Депозитна готівка  
  
Часто нічний аудитор є відповідальним за підготовку наявного депозиту як частини процесу аудиту. Оскільки баланс підрозділів часто включає операції з готівкою, депозит готівки може залежати від вдалого аудиту. Якщо прихід готівки не був покладений на депозит, аудитор порівнює записи одержаної готівки і виплат з фактичною готівкою на руках. Копія звіту може бути включена в конверт депозитної готівки для підтримки будь-якого перебору або недобору.  
  
Гостьовий звіт містить кінцевий звіт балансів усіх зареєстрованих гостей. Вихідні дані комп'ютера повинні бути записані на магнітних дисках.  
  
Розподіл звітів  
  
Нічний аудитор повинний організувати складання звітів у зручному вигляді, їх своєчасну доставку в потрібне місце. Розподіл звітів - це заключний крок у роботі аудиту і є дуже важ-ливим для оперативної роботи готелю. Якщо всі звіти складені точно і достовірно, і доставлені вчасно, то буде прийнято більше правильних оперативних рішень.  
  
Автоматизована система аудита (system update)  
  
Оскільки автоматизована система працює цілодобово, вона уможливлює функціонування систем реорганізації файлів, системи обслуговування, складання звітів і забезпечує підведен-ня підсумків наприкінці дня. Відтоді, як комп'ютерна система виконує поточний аудит операційних записів, у міру їхньої появи потреба в аудиті, що робить записи по рахунках, практично зникає. Облікова система може бути пов'язана з плановими доходами автоматизованих записів із системи обліку відвідувань точок продажів, внутрішньокімнатних пересувань, барів тощо.  
  
Аудитор повинний перевіряти процедуру взаємодії, щоб бути впевненим у тому, що зареєстровані вихідні операції ретельно управляються. У разі, коли гарантовані замовлення не відображаються, записи можуть бути запрограмовані так, щоб автоматично переноситися у файл рахунків. Якщо операція повинна бути зареєстрована незалежно, електронне відображення можна обмежити монітором комп'ютера для обробки.  
  
Протиріччя в стані номерів цілком нетипові в автоматизованих системах.  
  
Покоївки звичайно звітують про поточну зайнятість номерів по внутрішньому телефону, перед тим, як вийти з номера. Ця своєчасна швидка інформація автоматично узгоджується з електронним станом номера, і звіт про зміну статусу номера автоматично роздруковується.  
  
Комп'ютер може визначити проблему досить швидко, щоб дати можливість готелю підготувати номери до передачі в продаж з мінімальною втратою доходу.  
  
Звітний баланс підтримується протягом усього часу. Як тільки ціна замовлення введена до списку, вона негайно вноситься до гостьової карти й до контрольної карти. Контрольна карта - бухгалтерський документ для внутрішнього використання, для підтвердження всіх бухгалтерських записів. Для збалансування підрозділів готелю комп'ютер порівнює всі конт-рольовані карти, що надходять, з контрольними картами. Неспівпадіння балансів також підходить для знаходження проблеми в техніці автоматичних записів.  
  
Деталізовані звіти підрозділами можуть бути зібрані і пов'язані з записами для підтвердження рахункових надходжень у будь-який час протягом дня. Комп'ютерна система може бути запрограмована на складання різних звітів різних обсягів і змісту. Оскільки S.U. торкається реорганізації комп'ютерних файлів так само, як і деталей підрахунку, велика частина вихідної інформації (документів) відрізняється від їхнього некомп'ютеризованого дубліката.  
  
Підтверджені замовлення, підрахунок прибутку, списки очікуваних прибуттів і від'їздів, картки гостей, що вибувають, щоденний звіт про операції, рахунки-фактури для негостьових рахунків - звичайні наслідки автоматизованої системи сучасної рутини. Обладнання може також роздруковувати копії  
  
змісту файлів, щоб уникнути помилок у системі. Звіт про діяльність, список гостей, звіт про стан номерів і бухгалтерських звітів також можуть бути роздруковані. Оскільки з інфор-мацією працює комп'ютер, бажано застосовувати процедуру внесення готівки по комп'ютеризованому майну. Однак після того, як комп'ютерна система може підтримати (підтвердити) відображення продажів, контроль касира, отриманий дохід також може підпадати під сучасний контроль.  
  
  
  
Питання та завдання для самоперевірки  
  
1. Охарактеризуйте процес обслуговування гостей у готелі.  
  
2. Назвіть функції служби прийому і розміщення.  
  
3. Охарактеризуйте технологію бронювання місць і номерів у готелі.  
  
4. Який порядок та які особливості реєстрації і розміщення гостей у готелі?  
  
5. Що таке нічний аудит ? Назвіть функції та обоє язки нічного аудитора.