ТЕМА 2

ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛІВ

1. **Служби готелів та їх функції.**
2. **Служба прийому і розміщення.**
3. **Показники діяльності готельного підприємства.**
4. **Фактори, які впливають на показники роботи готельного підприємства.**
5. **Готельний продукт.**

**1. Служби готелів та їх функції**

**Головна функція готельного підприємства** – надання тимчасового житла. Практично всі сучасні готелі включають в сферу своєї діяльності надання послуг харчування. Організаційна структура готельного підприємства визначається призначенням готелю і відображає повноваження і обов’язки кожного із працівників.

Існує набір служб, обов’язкових для будь-якого готелю:

* служба управління номерним фондом;
* адміністративна служба;
* служба організації харчування;
* комерційна служба (відділ маркетингу і продаж);
* інженерно-технічна служба;
* допоміжні та додаткові служби.

**Служба управління номерним фондом займається:**

* рішення питань, пов’язаних з бронюванням кімнат відповідної категорії, прийом туристів, які прибувають до готелю, їх реєстрацією, розміщенням у кімнатах-номерах. Відповідну роботу виконує **служба прийому і розміщення (СПІР);**
* забезпечення обслуговування туристів в номерах, підтримка належного санітарно-гігієнічного стану кімнат та рівня комфорту в житлових приміщеннях займається *господарська служба.*

**Служба прийому і розміщення (СПІР)** формує гостьовий цикл (рис. 1). У функції служби входить бронювання, регістрація, розподіл номерів, надання різних інформаційних послуг, проведення розрахунків за проживання, а також ведення і підтримка в робочому стані бази даних, яка відображає стан номерного фонду.

Значна роль у забезпеченні ефективного використання номерного фонду належить **бронюванню.** Відділ бронювання (резервування) повинен постійно стежити за кон’юнктурою, збираючи замовлення і фіксуючи будь-яке підвищення попиту, яке готель міг би використати, збільшуючи вартість розміщення і отримуючи більший прибуток. Резервування – це перший контакт з індустрією гостинності для гостя або представника туристичного підприємства. Існують два види резервування: підтверджене та гарантоване. Види резервування:

**Підтверджене резервування** *–* бронювання, що підтверджене спеціальним повідомленням, яке готель висилає клієнту або туристичному підприємству, де вказується номер підтвердження, дата запланованого прибуття та виїзду гостя, тип замовленої кімнати, кількість гостей, кількість необхідних ліжок тощо.

**Гарантоване резервування** *–* це бронювання із спеціальним підтвердженням готелю про те, що він гарантує клієнту отримання замовленого ним номера завдяки запису у кредитній картці гостя, що гарантує сплату за номер, навіть якщо гість відсутній.

Готель в окремих ситуаціях (сезон відпусток) може просити перерахувати авансом вартість проживання за 1 добу, або навіть за весь термін перебування – **депозитна (авансова) оплата.**

Бронювання

Додаткові витрати при виїзді

Реєстрація при прибутті

Перевірка всіх оплат (нічний аудит)

Попередня оплата

Поселення в кімнату

Рис. 1 Гостьовий цикл

**2. Служба прийому і розміщення**

Склад структурних підрозділів служби прийому і розміщення (СПіР):

**Агент по бронюванню номерів *–*** несе відповідальність за всі аспекти бронювання номерів в готелі. Агент по бронюванню тісно спілкується з відділом маркетингу і збуту, що дуже важливо при бронюванні номерів для великих груп.

**Основні функції агента по бронюванню:**

* прийняття заказів на резервування місць в готелі, реєстрація заказу;
* підготовка і відправка підтвердження бронювання,
* реєстрація відміни або зміни заказу,
* перевірка наявних вільних місць;
* прогнозування зайнятості номерів;

**Агент по прийому та розміщенню гостей**(черговийадміністратор) ‑ є службовцем СПІР, що спілкується з гостями готелю протягом всього терміну їх проживання, підпорядкований старшому агенту або керівнику служби.

**Основні функції агента СПІР:**

* виконання різних підготовчих дій щодо прийому гостей,
* підбір номерів для броні;
* фіксація тривалості проживання гостей,
* перевірка документів при реєстрації,
* підбір необхідного номера, відповідно до вимог клієнта:
* визначення способу оплати і проведення необхідних кредитно-чекових процедур;
* збір необхідної інформації про номери готелю;
* координування своєї роботи із господарською та іншими службами тощо.

**Касир служби прийому і розміщення** підпорядкований головному бухгалтеру, а в адміністративному відношенні агенту по прийому і розміщенню.

**Основні обов’язки касира СПіР:**

* внесення повної суми оплати послуг на рахунок клієнта:
* отримання повної оплати від клієнта при від’їзді;
* підрахунок загальної суми виручки в кінці кожної зміни;
* персональна відповідальність за рух коштів під час зміни та інше.

**Нічний аудитор** ‑ перевіряє правильність складання бухгалтерської документації і складає денний звіт по даним комерційної діяльності готелю. Відповідний звіт складається в кінці робочого дня, під час нічної зміни. Тому перевірка правильності складання звіту отримала назву «нічної аудиторської перевірки», службовця нічного аудитора. В **обов ’язки аудитора входить:**

* перевірка правильності оплати по кредитним карткам;
* внесення в рахунок клієнтів оплати за покупки, зроблені протягом дня;
* підбиття підсумків всіх фінансових операцій, результати яких доводить на наступний день до керівництва готелю.

**Господарська служба** є самим великим підрозділом готелю.

Повсякденне підтримання в належному стані кімнат, де проживають гості потребує великої відповідальності від служби покоївок. Службу покоївок вважають найбільш функціонально значимою при наданні послуг готельного розміщення. На цю службу покладається прибирання кімнат, холів, коридорів та інших приміщень. Саме від функціонування цього підрозділу залежить враження про чистоту і порядок як складову іміджу готельного підприємства.

**Консьєрж** ‑ ця посада існує у всіх Європейських готелях і курортах, але в Україні зустрічається досить рідко. Консьєрж спеціалізується на наданні різних послуг. Зазвичай в **обов'язки консьєржа** входять;

* повідомлення гостям необхідної інформації;
* замовлення білетів на авіарейси, потяги а також на концерни, в театр та інші міста;
* організація особливих заходів (наприклад VIP ‑ прийомів);
* виконання секретарських обов’язків та інше.

При Відсутності консьєржа його обов’язки покладаються на одного із співробітників СПІР.

**Адміністративна служба** відповідає за організацію управління всіма службами готельного комплексу, вирішує фінансові питання, кадрового забезпечення, займається створенням відповідних умов праці для персоналу готелю контролює дотримання відповідних норм і правил з охорони праці, протипожежної та екологічної безпеки. Найчастіше у склад адміністративної служби входять фінансово-економічні та кадрові служби.

**Фінансово-економічна служба** виконує наступні обов’язки;

* відповідає за своєчасність складання бухгалтерської звітності;
* несе відповідальність за дотриманням фінансової і договірної дисципліни;
* проводить аналіз фінансово-господарської діяльності;
* займається складанням бізнес-планів;
* складає фінансово-господарські плани та кошториси;
* виконує роботу з обліку, та списання матеріальних цінностей у встановленому порядку тощо.

**Комерційна служба**.Основною задачею служби є забезпечення готельного підприємства матеріально-технічними і виробничими ресурсами. В ринкових умовах комерційні служби повинні формувати свої відношення з партнерами на взаємовигідних умовах, своєчасно реагувати на зміни в кон’юнктурі ринку. Для підвищення ефективності роботи комерційної служби необхідна комп’ютеризація виконання комерційних операцій, які пов’язані з управлінням товарними запасами, контролем за виконанням договорів,

В комерційний відділ входить група менеджерів, які займаються продажем номерів, рекламою.

**Служба харчування** *‑* забезпечує обслуговування гостей підприємства в ресторанах, кафе, барах, організовує обслуговування банкетів, презентацій тощо. Відповідальність за організацію харчування покладена на директора ресторану, якому підпорядковані кухня і цехи на чолі із завідуючим виробництвом. Заміснику директора підпорядковані служби, які займаються обслуговуванням гостей (метрдотелі, офіціанти, бармени, обслуговуючий персонал приміщень ресторану).

**Інженерно-технічні** **служби** створюють умови для функціонування санітарно-технічного обладнання, електротехнічних установ, служб ремонту і будівництва, систем-телебачення і зв’язку, систем кондиціонування, теплопостачання.

***Склад служби:***

* головний інженер;
* служба поточного ремонту;
* служба благоустрою території;
* служба зв’язку тощо.

**Допоміжні служби** забезпечують процес роботи готельного комплексу, пропонуючи послуги прання, кравецької служби, прибирання приміщень.

**Додаткові служби** надають платні послуги. До них відносять перукарні, басейн, сауну, солярій, аерарій, спортивні заклади та інше.

Чим більший за розмірами готель, тим більш розгалужену структуру він має, оскільки збільшується кількість проміжних ланок, на які покладається функція виконання тих чи інших завдань в роботі підрозділів.

**Управління готелем** покладається на керівника або правління (групу керівників), наділених владою, які представляють інтереси власників готелю. В обов’язки правліннявходить керівництво справами готельного бізнесу: організація панування, підбір і розстановка кадрів, оцінка виконання поставлених цілей. Виконання цих обов’язків потребує координації роботи різних служб і відділів.

**3. Показники діяльності готельного підприємства**

Діяльність готельних підприємств вимірюється економічними показниками, які можна поділити на:

- **вартісні** і **натуральні** (в залежності від одиниць виміру);

- **кількісні** та **якісні**;

- **об'ємні** (виражені в абсолютних величинах) або **питомі** (виражені в питомій вазі показника в загальному обсязі).

Всі **показники, які використовуються для маркетингового аналізу діяльності готельного підприємства**, можна звести в систему:

- показники, що характеризують чисельність та структуру і динаміку витрат готельного підприємства (середня ціна проданих номерів на добу, середня ціна наявних номерів, темпи приросту доходу і ін);

- показники, що характеризують величину, структуру і динаміку витрат готельного підприємства (середня собівартість різних видів послуг з номера в добу, середня заробітна плата персоналу, співвідношення постійних і змінних витрат, загальна собівартість і ін);

- показники, що характеризують ділову активність готельного підприємства (середній коефіцієнт завантаження номерів, середня кількість щодня готових до здачі номерів, середня кількість реалізованих за добу номерів, середній добовий тариф проживання, середній коефіцієнт завантаження ліжок та ін);

- показники, що характеризують попит на послуги готельного підприємства (еластичність попиту, детермінанти попиту та ін.);

- показники, що характеризують цінову політику готельного підприємства (середній добовий тариф номера, середній добовий тариф в середньому по галузі, рівень цін у порівнянні з конкурентами та ін.);

- показники, які характеризують конкурентоспроможність послуг (одиничні показники конкурентоспроможності, інтегральний показник конкурентоспроможності (наприклад, рейтингова оцінка);

- показники характеризують ефективність діяльності готельного підприємства з надання послуг (рентабельність продажів, собівартість, капиталоотдача, дохід на одного співробітника, отриманий дохід до планованого і ін.);

- показники, які характеризують результати фінансової діяльності різних підрозділів (середня вартість покупки одного клієнта ресторану, оборотність місць у ресторані, обсяг продажів підприємств харчування, обсяг продажів додаткових послуг та ін.).

**4. Фактори, які впливають на показники роботи готельного підприємства**

На ефективність роботи готельного господарства впливають такі чинники:

- **економічні** – загальний стан економіки, середній дохід на душу населення, рівень безробіття, обмінний курс валюти, рівень оподаткування, банківський відсоток на кредити, державна підтримка та ін.;

- **соціально-економічні** – розподіл населення за рівнем доходів, рівень освіти, спосіб життя, вікова структура, співвідношення міського і сільського населення, інфраструктура, рівень злочинності, розвиток туризму тощо;

- **законодавство** – податкове та трудове законодавство, правила ліцензування, санітарно-гігієнічні вимоги, правила пожежної безпеки, закони про права споживачів та ін.

Крім перерахованих факторів на економіку готельного підприємства сильно впливає і ряд специфічних факторів. Найнебезпечнішим сьогодні є тероризм, який негайно викликає різке зниження завантаження готелів в регіоні, який зазнав нападу терористів.

До зменшення числа бізнес-туристів в готелях призводять економічні кризи, що знижують потік іноземних інвестицій та експорт товарів в країну.

На завантаження готелів в курортних регіонах впливають також швидко змінюється мода на відпочинок, труднощі отримання візи, умови роботи транспортних компаній.

На економічні показники готелів впливають і внутрішні чинники: система управління і контролю (особливо система контролю за витратами), рівень послуг, що надаються, неправильно обрана система тарифів, трудові відносини в колективі і деякі інші фактори.

Тому керівництво готелів повинно приділяти увагу поліпшенню умов праці персоналу, скорочення плинності робочої сили та поліпшення загальної атмосфери в трудовому колективі.

Вплив будь-якого з перерахованих факторів позначається насамперед на коефіцієнті завантаження готелю. Це найважливіший показник роботи готелю, що визначає її рентабельність. В даний час в світі спостерігається поступове зниження цього коефіцієнта. Це викликано будівництвом нових готелів, завдяки чому пропозиція готельних послуг в цілому перевищує попит на них.

Коефіцієнт завантаження змінюється: в сезон він вище, в несезон – нижче; в суботу та неділю – менше, ніж в будні дні; в свята – менше, ніж в звичайні дні і т.д. У кожного готелю коефіцієнт завантаження змінюється в часі по – різному, і адміністрація повинна застосовувати відповідні заходи для вирівнювання коливань цього коефіцієнта.

**5. Готельний продукт**

Термін **«готельний продукт»** широко використовується в практиці індустрії гостинності. Використання цього терміну дозволяє підкреслити комплексний характер готельного обслуговування.

Щоб скористатися послугами готельної індустрії, турист повинен прибути в готель. Тому діяльність готельних підприємств в значній мірі залежить від місця їх розташування.

У свою чергу, від цього залежить розмір витрат на оплату праці та на можливості збуту готельних послуг. Як правило, до вибору місця розташування готелю пред'являються такі вимоги, як досяжність і близькість.

При розгляді готельних послуг як продукту зазвичай виділяють три рівні:

- окремі послуги і групи послуг;

- готельний продукт, як комплекс послуг;

- розширений продукт.

Окремі послуги складають перший рівень. Готельний продукт складається з безлічі окремих послуг: послуг покоївок, кухні, портьє і т.д., які складають другий рівень. Готельний продукт в поєднанні з компонентами місцевості становить розширений продукт – третій рівень.

Розроблена така модель готельного продукту – у вигляді ядра, оточеного трьома кільцями (рис. 2).

**Родовий продукт**

**Очікуваний продукт**

**Розширений продукт**

**Потенційний продукт**

Рис. 2. Модель готельного продукту

Ядро – родовий продукт, що включає базові вміння та ресурси, необхідні для участі в ринковому процесі. В якості ядра виступають окремі послуги. Перше коло навколо ядра називається «очікуваним продуктом».

**Очікуваний продукт** – це послуги, що задовольняють мінімальним очікуванням клієнтів: час і умови обслуговування, інтер'єр номерів, холів та інших приміщень, зовнішній вигляд персоналу, ціни.

Наступне коло позначений як «**розширений продукт**». Його складають ті додаткові переваги, що пов'язані з його придбанням і споживанням, які відрізняють даний продукт від ринкових аналогів. Для готельного продукту в якості додаткових переваг найчастіше виступають компоненти місця розташування, які з часом перестають розглядатися як додаткові і стають частиною очікуваного продукту.

Останнє коло називається «**потенційним продуктом**». На відміну від розширеного продукту, який фіксує тільки те, що вже зроблено, він містить все, що потенційно можна досягти та реалізувати в перспективі для залучення і утримання туристів. Тому готельні підприємства повинні знаходиться в постійному пошуку нових послуг.

До **особливостей готельних послуг** відносяться:

- неодночасність процесів виробництва і споживання;

- обмежена можливість зберігання;

- терміновий характер;

- широка участь персоналу у виробничому процесі;

- сезонний характер попиту;

- взаємозалежність готельних послуг і мети подорожі (поїздки).

**Неодночасність процесів виробництва і споживання** характерна для готельних послуг, не пов'язаних з присутністю клієнта: прибирання та підготовка номера до продажу, приготування страв харчування. Винятком є сервіровка і подача блюд, які частково здійснюються в присутності клієнта. Для готельного підприємства такий поділ процесів є необхідністю. Безпосереднього обслуговування тут має передувати виконання підготовчих послуг, призначених для того, щоб в певний момент задовольнити попит, що виник.

**Обмежена можливість зберігання** пов'язана з тим, що комплекс готельних послуг в цілому не може бути збережений для подальшого продажу. Якщо на поточну добу готельний номер залишається непроданими, то його неможливо продати додатково за цю добу. Це ж і відноситься до послуг харчування.

**Терміновий характер готельних послуг** поряд з місцем розташування є найбільш значущим при виборі готелю. Специфіка готельних підприємств полягає в тому, щоб проблеми стосується обслуговування, повинні вирішуватися швидко. Наприклад, на оформлення проживання туриста, оплату номера, отримання ключів відводиться 10-15 хвилин.

**Широка участь персоналу у виробничому процесі** – важлива особливість готельних послуг. На багатьох готельних підприємствах розробляються **стандарти обслуговування** – комплекс обов'язкових для виконання правил обслуговування клієнтів, які покликані гарантувати встановлений рівень якості всіх вироблюваних операцій.

Такими **стандартами визначаються** наступні **критерії**:

- час відповіді на дзвінок про отримання інформації або бронюванні (15,20,30 секунд);

- час оформлення в службі розміщення (5,10,15 хвилин);

- час, що витрачається на надання конкретної послуги;

- зовнішній вигляд і наявність уніформи;

- знання персоналом іноземних мов.

Сезонний характер попиту на готельні послуги в значній мірі впливає на завантаження готелів. Для ринку готельних послуг характерні значні коливання попиту в залежності від пори року (більшість туристів відпочивають у літні місяці), а також днів тижня (ділові туристи розміщуються в готелі в будні).

**Матеріальні послуги (номерний фонд, меблі, обладнання, харчування, напої, басейн, стоянки для машин і т.п)**

**Нематеріальні послуги (сервіс, атмосфера, співучасть дружелюбність, ініціатива і т.п.)**

Рис. 3 Складові готельного продукту

**Взаємозалежність готельних послуг і мети подорожування (поїздки)** обумовлюється тим, що ухвалення рішення щодо відвідання певного місця є первинним для більшості туристів. Звичайні такі рішення приймаються з наступних причин: можливість розважитися, відпочити, зайнятися спортом, прийняти лікувальні процедури. Тільки після цього турист задумається про вибір відповідної готелю або іншого засобу розміщення. Однак, якщо турист знайомий з певною готелем раніше, процес вибору може відбуватися і в зворотному порядку.

Володіючи рядом особливостей, готельний продукт багато в чому оцінюється з точки зору реалізує його персоналу. Тому персонал готелів повинен бути в достатній мірі навчений, мотивований і орієнтований на реалізацію головної мети-задоволення клієнта якістю послуг, що надаються. Такий підхід до персоналу як до частини реалізованого готельного продукту виділяє його в одну з найважливіших складових цього продукту.

Таким чином, готельний продукт можна визначити як результат людської праці, його господарської діяльності, представленої в матеріально-речовій (матеріальні послуги), духовної інформаційної формі і у вигляді інтелектуальних послуг (нематеріальні послуги). Все це дозволяє розглядати персонал як один з найважливіших факторів, які складають продукт, пропонований готельним підприємством (рис. 3).

**Запитання для самоперевірки**

1. Назвати основні показники діяльності готельного підприємства та фактори, які на них впливають.

2. Які фактори впливають на рівень роботи готелів?

3. В чому полягає сутність готельного продукту?

4. Охарактеризуйте модель готельного продукту.