

Лекция №1

Тема: «Роль и место гостиничного хозяйства в национальной экономике»

Индустрия гостеприимства – неотъемлемая часть обширнейшей сферы услуг, которая является одним из важнейших и динамично развивающихся секторов современной мировой экономики. В развитых странах доля услуг в валовом внутреннем продукте (ВВП) достигает 70 %. Российские и зарубежные исследователи, изучая место сферы обслуживания в развитии мирового хозяйства, предлагают различные экономические модели. Однако большинство считают, что экономическая деятельность человека начиналась с сельского хозяйства и далее через индустриализацию двигалась в сторону экономики обслуживания. Экономике обслуживания, в свою очередь, составляют группы:

- бизнес-обслуживание (финансово-кредитное и банковское обслуживание);
- торговое обслуживание (розничная и оптовая торговля);
- транспортно-коммуникационное обслуживание (транспорт, связь, коммуникации);
- социально-персональное обслуживание (здравоохранение, общественное питание);
- общественное обслуживание (образование, культура, социальные программы).

Рассматриваемая индустрия гостеприимства охватывает разные группы организаций, образуя сложный многокомпонентный комплекс, где важнейшую роль выполняет гостиничный бизнес, широкий и разнообразный характер которого позволяет объединить воедино все элементы и секторы индустрии туризма и гостеприимства. В настоящее время растет заинтересованность в развитии индустрии гостеприимства как на международном, так и на национальном и региональном уровнях, так как туризм и гостиничный бизнес являются катализатором развития всех секторов экономики.

Роль гостиничного бизнеса в современной экономике постоянно растет и меняется, происходит его внутренняя перестройка. Страны, ранее занимавшие ведущие роли в гостиничном комплексе, уходят на вторые и третьи роли. На смену им приходят новые лидеры. При этом возникающие эндогенные изменения не могут быть объяснены действием только внутренних факторов. Гостиничное дело так или иначе оказывает воздействие на экономику практически по всем аспектам фундаментального определения этой сферы жизни общества. В экономическом отношении гостиничный бизнес рассматривается как:

- 1) определенная совокупность общественных отношений в сфере производства, обмена и распределения продукции;
- 2) часть народно-хозяйственного комплекса данной страны, включающая определенные отраслевые виды производства и экономической

деятельности;

3) экономическая наука, изучающая гостиничный бизнес как отрасль хозяйства страны или региона (экономика гостиничного дела);

4) общественная наука, изучающая поведение в сферах производства гостиничного продукта, его потребления, распределения и обмена. Экономисты анализируют процессы, происходящие в этих сферах, прогнозируют их последствия для физических лиц, организаций и общества в целом;

5) современная экономическая теория, изучающая поведение людей как хозяйствующих субъектов на всех уровнях гостиничной экономической системы в процессах производства, распределения, обмена и потребления гостиничных услуг в целях удовлетворения человеческих потребностей при ограниченных ресурсах семьи, фирмы и общества в целом.

С точки зрения фундаментальной экономики гостиничный бизнес представляет собой экономический комплекс, развитие которого в большей степени объясняется мирохозяйственными процессами и отношениями, чем внутренними причинами. Гостиничный бизнес также выступает важнейшим катализатором экономического роста многих быстро развивающихся стран, поскольку выступает каналом перераспределения валового национального продукта между странами, которое не сопровождается вывозом (импортом) товаров и услуг. Другими словами, если японцы отдыхают в гостиницах Филиппин, а украинцы – в Турции, то они не только вывозят туда часть заработанных в других производствах средств, но и создают там новые рабочие места.

Современный гостиничный бизнес как экономическое явление:

1) имеет индустриальную форму;

2) выступает в виде гостиничного продукта и услуг, которые не могут накапливаться и транспортироваться;

3) создает новые рабочие места и выступает зачастую пионером освоения новых районов и способствует ускоренному развитию национальной экономики;

4) выступает как механизм перераспределения национального дохода в пользу стран, специализирующихся в гостиничном бизнесе;

5) является мультипликатором роста национального дохода, занятости и развития местной инфраструктуры и роста уровня жизни местного населения;

6) характеризуется высоким уровнем эффективности и быстрой окупаемостью инвестиций;

7) выступает как эффективное средство охраны природы и культурного наследия, поскольку именно эти элементы составляют основу его ресурсной базы;

8) имеет совместимость практически со всеми отраслями хозяйства и видами деятельности человека, поскольку именно их дифференциация и дискретность и создают ту разность потенциалов

рекреационной среды, которая вызывает потребности людей к перемене мест и познанию.

Таким образом, гостиничный бизнес способен оказывать активное влияние на экономику региона (или страны), в котором он развивается, на его хозяйственную, социальную и гуманитарную основы. В настоящее время модели экономического воздействия гостиничного бизнеса на сферу экономики намного усложнились и базируются не на теоретических концепциях и гипотезах, а на статистических данных.

Рекомендуемая для изучения литература:

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Лекция №2

Тема: «Факторы развития индустрии гостеприимства»

Индустрия гостеприимства развивается под воздействием ряда факторов, которые можно разделить на две группы – *внешние* и *внутренние*. Внешние определяются воздействием компонентов окружающей действительности, не связанных с функционированием индустрии гостеприимства. Внутренние факторы непосредственно связаны с особенностями организации и функционирования предприятий индустрии гостеприимства. К внешним факторам относятся: политико-правовые, безопасность путешествий, экономические и финансовые, культурные, инфраструктурно-коммуникационные, демографические, развитие торговли, новые и новейшие технологии.

Политико-правовые факторы. Если государство заинтересовано в развитии туристической отрасли, это выражается в общей концепции приоритетного развития индустрии гостеприимства, принятии законодательных и нормативных актов, стимулирующих и регулирующих развитие туризма и гостиничного хозяйства, а также в финансово-экономических мерах по поддержанию и развитию инфраструктуры размещения, строительству гостиниц и развитию индустрии гостеприимства.

Фактор безопасности путешествий. По мере развития туризма вопросы безопасности занимают все большее место. Для туристов развитых стран стало нормой ожидать от правительства стран, заинтересованных в приеме гостей, осуществления надлежащих мер по обеспечению безопасности жизни и здоровья туристов в местах отдыха, средствах размещения и на транспорте. Путешественники проявляют обеспокоенность по поводу санитарного состояния средств размещения и предприятий общественного питания в посещаемых странах.

Экономико-финансовые факторы. На индустрию гостеприимства оказывают влияние как макроэкономические, так и микроэкономические факторы. Макроэкономическая нестабильность, рост безработицы и инфляции значительно беспокоят общество и это часто приводит к тому, что население предпочитает воздерживаться от туристических поездок. В странах, где доходы от туризма составляют значительную долю ВВП, инвестиции направляются на строительство новых гостиниц и улучшение инфраструктуры туризма. Уровень цен на туристические услуги рассматривается как один из важных факторов, определяющих выбор места отдыха. В вопросах финансового регулирования для туризма наибольшее значение имеют валютный курс, простота и доступность валютного обмена.

Культурные факторы. Культурная среда – один из тех ресурсов, который приводит к генерированию массовых туристических потоков. Туристы посещают определенные места, имеющие мировую культурную ценность. Туристов также интересует жизнь и быт других народов, поэтому для них представляет интерес выступление местного хора, ансамбля, элементы народного быта, фольклора, народных забав, игр, развлечений, праздников.

В связи с этим предприятия размещения часто делают ставку на организацию экскурсионных и анимационно-досуговых программ, ориентированных на соприкосновение туристов с культурным наследием дестинации.

Социально-демографические факторы оказывают большое влияние на развитие индустрии гостеприимства. В результате роста населения Земли увеличивается туристический потенциал мира, в гостиничную деятельность втягиваются новые трудовые ресурсы. К демографическим факторам также относятся: постоянно растущий взаимный интерес народов в разных странах, имеющих единый или родственный язык, либо связанных общностью истории и культуры; повышенный спрос на участие в специализированных поездках лиц одной профессии или общественной функции.

Для развития индустрии гостеприимства наибольшее значение играют возрастной, семейный и социальный состав населения. Различия в возрастном составе путешествующих привели к появлению специализированных средств размещения – для молодежи, лиц среднего и пожилого возраста. Социальный статус туристов приводит к появлению гостиниц различных ценовых категорий, ориентированных на людей самого разного достатка. Важным фактором является и семейный состав путешествующих, что вызвало появление отелей для семей с детьми, системы скидок для туристов и т. д.

Инфраструктурно-коммуникационный фактор. Важное значение для туризма имеет состояние инфраструктуры транспорта, размещения и питания. С позиций индустрии гостеприимства, для развития международного туризма первостепенное значение имеет сложившаяся в туристической дестинации система предприятий размещения и питания. У туристов и постояльцев отелей не должно возникать коммуникационных барьеров при налаживании контактов с персоналом отелей и получении необходимой для них информации.

Развитие торговли. Склонность к бессмысленной трате денег характерна почти для всех без исключения туристов, желающих увезти из региона или страны сувениры, национальные изделия, поделки, печатную продукцию, карты, спортивный инвентарь, одежду. Большинство предприятий размещения осознали выгоду от развития торговли туристическими товарами, и практически каждый уважающий себя отель предлагает услуги по приобретению товаров и выполнению туристических работ как в структуре комплексного гостиничного продукта, так и в качестве отдельных дополнительных услуг.

Технологические факторы. Достижения научно-технического прогресса широко используются в индустрии гостеприимства, и, в частности, в таких областях, как транспортные перевозки, системы дистрибуции и потребительская информация. Развитие телекоммуникационных технологий привело к созданию компьютеризованных систем бронирования, которые позволяют бронировать

места в средствах размещения в режиме онлайн. Глобальные системы дистрибуции предоставляют легкий доступ миллионам пользователей: теперь потребитель сам может составить себе турпакет, провести необходимое бронирование и отправиться в путешествие по разработанному им самим маршруту.

Большое влияние на рост туризма и расширение его социальной базы оказывают *материально-технические факторы*. Особое своеобразное место в туристской деятельности занимает индустрия размещения и питания. Уровень гостиничного и ресторанного сервиса играет немаловажную роль в обслуживании иностранных туристов. Но индустрия туризма, и в особенности индустрия размещения и питания, подвержена колебаниям спроса на туристические услуги в течение года, что, несомненно, приводит к возрастанию затрат на содержание предприятий размещения и питания и удорожанию их услуг.

Помимо внешних факторов, определяющих развитие международного туризма, необходимо выделить и конкретизировать достаточно большую группу *внутриотраслевых факторов*, к которым относятся: совершенствование гостиничного продукта; развитие сферы гостиничных услуг; создание гостиничных цепей и ассоциаций; развитие систем дистрибуции; фактор трудовых ресурсов; маркетинговые факторы.

Совершенствование гостиничного продукта. Гостиничный продукт является наиболее важным элементом турпродукта. В связи с этим большое внимание уделяется качеству и дальнейшей модернизации гостиничного продукта. Качество гостиничного продукта во многом зависит от состояния окружающей среды и инфраструктуры, в этом отношении велика роль туристических организаций: региональных туристических администраций, правительственных структур, профессиональных ассоциаций, которые могут объединить усилия для создания атмосферы гостеприимства, привлечь необходимые инвестиции.

Развитие сферы гостиничных услуг. В настоящее время гостиничный бизнес превратился в один из наиболее прибыльных сегментов туристического рынка. Гостиничные услуги все чаще предстают в виде комплексного гостиничного продукта, предоставляющего туристу максимальное количество удобств, помноженное на гостеприимство и радушие персонала. Автономное существование гостиничных предприятий уже давно сменилось процессом интеграции отелей с предприятиями транспорта, связи, туроператорами и турагентами, экскурсионными и анимационно-досуговыми организациями.

Создание гостиничных цепей и ассоциаций. В последние десятилетия, благодаря возникновению и развитию информационных технологий и коммуникаций, крупнейшие гостиничные предприятия стали объединяться в гостиничные цепи в целях регулирования развития бизнеса, а также для роста и более равномерного распределения доходов. Известные гостиничные цепи «Мариотт», «Шератон»,

«Холидей ИНН», «Аккор» и многие другие служат гарантом качества

предоставляемых туристам услуг. Широкое распространение получили и гостиничные ассоциации. Наиболее авторитетной организацией является Международная гостиничная ассоциация (МГА).

Развитие систем дистрибуции. Такие системы сводят в единую цепь поставщиков, продавцов и покупателей гостиничного продукта. Новые информационные технологии позволили значительно упростить систему дистрибуции гостиничных услуг, сделать ее более информативной и эффективной для всех участников. Современные системы дистрибуции легко адаптируются к нуждам покупателей, предоставляя им различные варианты размещения и дополнительных услуг.

Фактор трудовых ресурсов. Развитие индустрии гостеприимства способствуют повышению занятости в развитых и развивающихся странах. При этом характерно то, что развитые страны и наиболее известные туристические дестинации (Турция, ОАЭ, Египет), испытывая нехватку в рабочей силе, активно импортируют рабочую силу из других стран мира. Так, в отелях Турции и Египта можно легко встретить аниматоров из России и Украины, экскурсоводов из Польши и Беларуси, переводчиков из Германии, Словакии и Казахстана.

Особое место занимает и *фактор сезонности.* Фактор сезонности оказывает весьма значительное влияние на функционирование любого предприятия размещения, так как гостиницы зависят, прежде всего, от мощности туристических потоков в дестинацию. Выделяют три группы факторов, оказывающих влияние на сезонность обслуживания: природно-климатические; особенности вида туризма; особенности труда и отдыха потребителей.

Сезоном для того или иного туристического района принято считать период года, когда ежемесячное количество прибывающих туристов превышает их среднемесячное число за год. В случае существования двух сезонов (чаще всего летнего и зимнего) между ними протекают межсезонные периоды. При наиболее высоком в году заезде пользуются термином «горячий» сезон (красный, высокий); период почти полного отсутствия туристов принято называть «мертвым» сезоном (синим, низким). Если же рассмотреть сезонность более детально, то можно говорить о существовании в течение года пяти сезонов. Пик сезона отмечается в течение незначительного периода времени – чаще всего, одной-двух летних недель. Для него характерен максимум притока туристов в дестинацию. Пик сезона обычно выделяется в рамках «горячего» (высокого) сезона, характеризующегося значительным притоком туристов в дестинацию и продолжающегося в разных регионах мира от двух трех недель до трех четырех месяцев.

В ряде регионов мира (в том числе и в Республике Беларусь) выделяют так называемое межсезонье, которое соответствует весеннему и осеннему сезонам года. Для этого времени характерны достаточно невысокий приток туристов в дестинацию и специализация на определенных видах туристической деятельности. Так, межсезонье позволяет развивать

лечебный, спортивный, экстремальный, образовательный, деловой, научный туризм, но почти всегда исключает возможность организации пляжно-купального туризма.

В зимний сезон года отмечается значительное снижение туристического потока и наступает так называемый синий или низкий сезон. Наступает «рынок покупателя», когда производители гостиничных услуг вынуждены снижать цены до минимального уровня для привлечения дополнительного количества туристов. Вместе с тем понятие синего сезона в высшей степени относительно, так как в этот период возможно развитие зимних видов туризма: спортивного, лыжного, а также экстремального, приключенческого, лечебного.

В пределах «синего» сезона выделяется «мертвый» сезон (продолжительностью в 23 недели), характеризующийся практически полным отсутствием притока туристов в дестинацию и оборачивающийся для большинства гостиничных предприятий стран или районов, специализирующихся на туризме, простоями и убытками. И только грамотная политика отеля вкупе с турфирмами может позволить привлечь туристов в дестинацию в период «мертвого» сезона.

К негативным последствиям сезонности можно отнести тот факт, что в течение большей части года основная масса мест в гостиницах практически остается невостребованной. Для привлечения туристов вне сезона или для развития еще одного сезона (зимнего), предприятия размещения вынуждены проводить гибкую ценовую политику или осваивать новые услуги. Расширению сезона способствует и предоставление бизнес-услуг: организация конференций, семинаров, встреч и других общественных мероприятий, которые все в большей мере проводятся и в конгресс-центрах Республики Беларусь: КУП «Бизнес-центр «Столица», «Минск», «Президент Отель» (г. Минск), «Лучеса» (г. Витебск), «Эридан» (г. Брест) и др.

Рекомендуемая литература

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Лекция №3

Тема: «Основные направления развития гостиничной индустрии гостеприимства»

Развитие туризма в любой стране, регионе зависит от целого комплекса факторов, условий и ресурсов. Несмотря на то что Беларусь не располагает морями и горами, она имеет ряд преимуществ по сравнению с другими странами. Среди них:

- близость к Западной Европе, Скандинавии – туристическому рынку с очень высоким финансовым потенциалом;
- соседство со странами Балтии, Россией, Польшей, что является серьезным ресурсом, способствующим развитию трансграничного туризма;
- древняя и богатая история, самобытная культура;
- роскошный природный потенциал, самый старый в мире лес – Беловежская пуца.

Рост интереса к Беларуси со стороны иностранных туристов, выгодное географическое и транспортное положение страны, живописная природа, большое количество памятников архитектуры и других объектов экскурсионного показа, гостеприимство и доброжелательность белорусского народа, высокий уровень безопасности страны открывают широкие возможности для развития туристической отрасли.

Развитие туристической отрасли способно оказать экономическое влияние на страну, в которой она развивается, на окружающую инфраструктуру, а также на потребительский рынок и другие сферы предпринимательской деятельности.

Наличие достаточно развитой туристической индустрии позволяет решить проблему занятости населения, так как туризм является одной из самых трудозатратных отраслей, не поддающихся в большинстве случаев механизации и автоматизации.

Например, в гостиничном бизнесе средний показатель занятости составляет в среднем 3 человека обслуживающего персонала на 10 туристов (от 2 до 5 человек) в зависимости от категории гостиницы: чем выше уровень гостиницы, тем больше трудозатраты. Это достаточно высокий показатель. В гостиницах пяти-звездной категории на обслуживании 1 200 человек бывает занято свыше 600 работников. Довольно трудно автоматизировать и труд экскурсоводов, гидов, инструкторов по туризму. По статистическим данным ЮВТО, каждое 15-е рабочее место в мире сегодня дает туристическая отрасль.

Основными причинами, сдерживающими развитие туризма и отдыха в Республике Беларусь, являются:

- сильное различие городов по степени привлекательности и узнаваемости;
- низкие темпы реставрации, реконструкции или ремонта многих историко-культурных памятников;

- слабая реклама туристического продукта;
- уровень развития туристической инфраструктуры как фактор конкурентоспособности туристического комплекса Беларуси в настоящее время имеет низкую оценку. Степень износа материально-технической базы туризма, сформированной в основном в 1970–80-е гг., достигла 70–80 %. Гостиничное хозяйство Беларуси ни в количественном, ни в качественном отношении не отвечает требованиям современного туристического рынка;
- предоставление части номеров в аренду под офисы коммерческим фирмам представляет собой простейший источник получения дохода, не требующий от гостиничных предприятий усилий по повышению качества предоставляемых услуг. В республике практически отсутствуют малые частные гостиницы, а наличие 4–5* гостиниц не способствует росту их конкурентоспособности;
- износ существующей материально-технической базы;
- малое число средств размещения с современным уровнем комфорта, отсутствие как для частных, так и для государственных гостиниц классификации по уровню сервиса (абсолютное большинство из них не обладает даже статусом однозвездочного отеля).

Неразвитость транспортного сообщения, дорожного хозяйства, учреждений связи и коммуникаций, особенно в малых городах, а также отсутствие туристических обозначений и знаков ухудшают доступность туристических объектов, снижают комфортность путешествий и отдыха

Разветвленная инфраструктура включает в себя гостиницы и аналогичные средства размещения, санаторно-курортные и оздоровительные организации, различные объекты культуры, искусства и физкультурно-спортивные сооружения.

Состояние инфраструктуры туристической отрасли на территории Республики Беларусь характеризуется в основном устаревшей материальной базой, слабо развитой инфраструктурой вблизи объектов историко-культурного наследия, национальных парков, автомобильных дорог, водных систем. Имеющиеся объекты общественного питания и размещения не отвечают международным стандартам. По отдельным компонентам системы туристического обслуживания (уровень качества услуг, соотношение цена–качество, предприятия размещения и питания, состояние производства и торговли товарами для туристов, финансирование продвижения национального туристического продукта) не достигла приемлемого в соответствии с международной практикой уровня.

Так, например, одноместный номер в гостинице без категории в г. Пинске стоит в 3 раза дороже аналогичного номера в Польше или России и составляет 70 долларов США. Условия для размещения в большинстве районных центров не отвечают международным требованиям.

Средства размещения – важная составляющая, которая порой является основополагающей для туриста при принятии решения о поездке. В среднем, по европейским нормам, только в г. Минске из общего количества гостиниц не менее 30 % должны быть гостиницами высокого класса (4–5*).

Обеспеченность гостиничным фондом в г. Минске составляет 2,5 места на 1 000 жителей, что почти в три раза ниже нормативных показателей и на порядок ниже уровня крупных туристических центров Европы (около 30 мест на 1000 жителей). Многие гостиницы, рестораны, другие объекты обслуживания размещены неудобно по отношению к «фокусам» притяжения туристов.

Обеспеченность гостиничными местами в Республике Беларусь составляет, по оценкам экспертов, около 38 % (берется среднее количество средств размещения в европейских странах по территории сравнимой с территорией нашей страны).

Беларусь является одной из немногих стран Европы, не имеющих цепей отелей, сеть которых концентрирует 1/3 мирового гостиничного фонда и новейшие технологические достижения. Зарубежная практика свидетельствует, что особенно быстро гостиничный фонд увеличивается в столицах и крупных туристических центрах, где размещаются высококатегорийные отели и представлены известные международные гостиничные цепи США, стран Западной Европы. Например, в Чешской Республике 25 % гостиничного фонда находится в Праге, где размещаются такие известные международные гостиничные цепи, как *Marriot* (США), *Kempinski* (Таиланд). В России большинство цепей расположено в Москве и Санкт-Петербурге, а также в Новгороде, Сочи. Здесь наиболее широко представлены австрийская гостиничная цепь *Marco Polo*, *Kempinski* (Таиланд), *Radisson* (США), *Accor* (Франция). Рынок России в настоящее время привлекает и другие гостиничные компании, например, такие как *Hilton*, *Choice Hotels International* (США) и др.

Если посмотреть на то, как распределяется процентное соотношение гостиничного фонда по областям республики, то можно сделать вывод, что самый большой процент гостиничного фонда находится в Минской области 19,7 %, затем Гомельская область 16,5 %, Брестская 16,2 %, Витебская 14,8 %, Могилевская 13,4 %, Гродненская 9,8 %.

Большинство иностранных граждан, посещающих Беларусь, приезжают в Минск и Минскую область. На основе этого, можно судить о том, что Минская область и столица Минск, являются основными туристическими центрами. Что касается средней загрузки гостиниц республики, то оно составляет 49 %. Если проследить изменение загрузки гостиниц, то можно сказать, что в период с 1995 по 2000 г. наблюдался рост, что также влияло на увеличение койко-мест гостиничного фонда Беларуси, однако число гостиниц постоянно изменялось. Справедливости ради следует отметить, что, начиная с 2002 г., можно наблюдать рост загрузки гостиниц и увеличение числа средств размещения.

Более 60 малых городов сохранились сегодня в Беларуси, и почти в каждом из городов можно найти гостиницу. Но в большинстве случаев это будет дом, малопригодный для комфортного проживания. Между тем именно в малых городах государство видит будущее белорусского туризма. В этой связи отрадно, что стали оказывать материальную поддержку

городкам. Один из способов – проведение Дней белорусской письменности и печати, под которые республиканский и областные бюджеты выделяют деньги на реконструкцию и облагораживание. Однако и здесь возникали проблемы. К примеру, в городском поселке Мир (благодаря замку) удалось перестроить административное здание в неплохую гостиницу с мансардными номерами. А вот приграничному Мстиславлю, к примеру, из необходимых 8 млрд рублей выделили 410 млн, так что о капитальном ремонте гостиницы и всего прочего и речи быть не могло.

Пункт о реставрации гостиниц в малых городах входит в Национальную программу развития туризма. Но это обходится бюджету государства очень дорого. При реконструкции от прежнего здания должна остаться только коробка, внутри же нужно заменять коммуникации, сантехнику, отделку, расширять номера. К примеру, на реконструкцию гостиницы «Могилев» потребовалась сумма около 8 млн долларов. В связи с нехваткой денежных средств появляется вынужденная необходимость выставлять несколько гостиниц на приватизационные торги, чтобы на полученные деньги отремонтировать хотя бы одну. В малых городах гостиницы поменьше, но и бюджет у них совсем другой. А именно на местные бюджеты и собираются возложить решение улучшать свой туристический имидж. Главная формула действий по развитию инфраструктуры туризма – каждый район на своем уровне должен ввести в течение каждого года по одному двум серьезному объекту. Но как привести в порядок гостиницу, например, в г. Дисне, когда весь годовой его бюджет составляет 65 млн рублей. Инвестиции здесь необходимы. Однако один из самых острых вопросов белорусского туризма как раз в том, что в Беларусь практически не идут инвестиции (если бы они были, в стране функционировало бы множество пятизвездочных отелей). Если инвестиций нет в больших городах, то и процесс строительства новых гостиниц, и реконструкция старых в малых городах является большой проблемой.

В настоящее время, к примеру, в Хорватии, Украине государство взялось активно кредитовать реконструкцию старинных и самобытных домов, частных апартаментов под гостиницы, что спасает архитектуру и приносит доход. Старинный дух помещений пользуется неизменным спросом. Это было доказано на примере Чехии, где замки совмещались с гостиницами. В Беларуси такая идея связана с замком и дворцом Радзивиллов в Мире и Несвиже.

Классификация гостиниц по категориям проводится согласно ГОСТ 28681.4-95.

«Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц» и основана на комплексе требований к зданию и прилегающей территории, техническому оборудованию и оснащению, номерному фонду, санитарным объектам общего пользования, общественным помещениям и помещениям для предоставления услуг питания и ряда других, а также к отельному персоналу и его подготовке. Проведение сертификации с одновременной классификацией гостиниц на категории от одной до пяти звезд, а мотелей –

от одной до четырех звезд позволяет потребителям достаточно точно представлять уровень обслуживания и предоставляемых услуг в отеле. Обладателем первого сертификата и категории «три звезды» стал гостиничный комплекс «Нафтан» (г. Новополоцк), затем СП ООО «Минский международный образовательный центр», гостиница «Планета», РУП «Гостиничный комплекс "Юбилейный"», гостиница «Турист» (г. Гомель), три гостиницы ГПУ НП «Беловежская пуца», гостиница «Эридан» (г. Витебск), гостиничный комплекс "Орбита" (г. Минск), РУП «Республиканский горнолыжный центр "Силичи"». Категория «четыре звезды» присвоена РУП «Отель "Минск"», гостинице «Лучеса» (г. Витебск) и гостинице «Виктория» (г. Минск). Сертификация гостиниц в республике проходила на добровольной основе. Анализируя информацию, можно сказать, что те гостиницы, которые получили сертификат, в основном находятся в крупных городах или областных центрах.

Рекомендуемая литература

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Лекция № 5

Тема: «Учреждения лечебно-организационного отдыха»

Рост популярности здорового образа жизни, спортивные традиции, доступность использования имеющейся туристической индустрии позволит развивать спортивное направление туристической отрасли: организацию спортивных походов (водных, пеших, конных, велосипедных, лыжных) и других туристско- спортивных мероприятий, в которых туристы являются участниками; посещение крупных спортивных соревнований, где туристы являются зрителями. Для развития спортивного и экстремального туризма можно использовать возможности национальных парков, болота «Великий мох» в Витебской области, бывших военных городков, солигорских терриконов и т. д.

Эффективное и рациональное использование природных ресурсов и имеющаяся туристическая индустрия служат основой для развития рекреационного и оздоровительного (медицинского) туристического направления на базе имеющихся санаторно-курортных и оздоровительных организаций с расширением спектра предлагаемых туристических услуг; создания летних туристско-оздоровительных лагерей, кемпингов, оборудованных стоянок для отдыха; рационального использования природных ресурсов, обладающих лечебными свойствами, таких как минеральные воды, торфогрязи, сапропели и др.

Санатории и пансионаты Минской области

Оздоровительный комплекс ОАО «БАТЭ», Минская обл., Борисовский р-н, д. Дудинка (80 км. от г. Минска).

Санаторий «Белая Русь», Минская обл., Мядельский р-н, д. Воронцы.
Санаторий-профилакторий «Белино», Минская обл., Борисовский р-н, д. Семеньковичи, п/о Черневичи.

Санаторий «Белорусочка», 223031, Минский р-н, д. Ждановичи-1.
Санаторий «Березина», Минская обл., Березинский р-н, д. Гута.

Спортивно-оздоровительный комплекс «Веста», Минская обл., автомобильная дорога М-1/Е-30, населенный пункт в 2 км от г. Дзержинска (30 км от г. Минска). Санаторий-профилакторий «Городище», 223027, Минская обл., Минский р-н, п. Городище.

Детский санаторий «Дружба», 223027, Минская обл., Минский р-н, п. Городище, д. Юхновка.

Пансионат «Журавушка», Минская обл., Мядельский р-н, п/о «Зубренок». Оздоровительный центр «Загорье», Минская обл., Минский р-н, п/о Замосточье, д. Заямочное.

Оздоровительный центр «Ислочь», Минская обл., Воложинский р-н.
Санаторий «Криница», 223028, Минская обл., Минский р-н, п/о Ждановичи.
Детский санаторий «Налибокская пуца», 222360, Минская обл., Воложинский р-н, д. Яцково.

Санаторий «Нарочь», 222395, Минская обл., Мядельский р-н, к. п.

Нарочь, ул. Зеленая, ЧУП «Санаторий Нарочь».

Санаторий-профилакторий «Политехник», Минское море, д. Приморье (15 км от г. Минска).

Санаторий «Пралеска», 223028, Минская обл., Минский р-н, п/о Ждановичи. Санаторно-оздоровительный комплекс «Приозерный», Минская обл., Мядельский р-н, к. п. Нарочь.

Оздоровительный комплекс «Ракета», Минская обл., Минский район, п. Ждановичи, 1.

Санаторий «Рассвет», 223825, Минская обл., Любанский р-н, п. о. Осовец. Оздоровительный центр «Свитанок», 223033, Минская обл., Минский р-н, п. Ждановичи-2.

Детский санаторий «Случь», 223616, Минская обл., Слуцкий р-н, д. Кирово. Детский санаторий «Солнышко», 223616, Минская обл., Слуцкий р-н, п. о. Замостье.

Санаторий «Сосновый бор», 222322, Минская обл., Молодечненский р-н, т. п. Радошковичи.

Санаторий «Сосны», 222403, Минская обл., Мядельский р-н, п/о Гатовичи. ФП «Спутник», 223033, Минская обл., Минский р-н, п. Ждановичи-3.

Санаторий «Юность», 223080, Минская обл., Минский р-н, п. о. Ратомка.

Санатории и пансионаты Брестской области

Санаторий «Магистральный», Брестская обл., Барановичский р-н, г. Барановичи, ул. Гаевая, д. 61.

Санаторий «Чабарок», 225358, Брестская обл., Барановичский р-н, п/о Павлиново.

Санатории и пансионаты Витебской области

Санаторий «Боровое», 211730, Витебская обл., Докшицкий р-н, г. п. Бегомль. Санаторий «Лесное», Витебская обл., Докшицкий р-н.

Пансионат с лечением «Лесные озера», 211481, Витебская обл., Ушачский р-н. Санаторий «Летцы», 211230, Витебская обл., Витебский р-н, д. Малые Летцы. Детский санаторий «Росинка», 211932, Витебская обл., Миорский р-н, п. о. Перебродье, д. Мурашки.

Санатории и пансионаты Гомельской области

Реабилитационно-оздоровительный центр «Кристалл», г. Гомель, ул. Жемчужная, 5.

Санаторий «Приднепровский», Гомельская обл., Рогачевский р-н.

Санатории и пансионаты Гродненской области

Детское отделение «Боровичок» санатория «Радон», 231460, Гродненская обл., Дятловский р-н, д. Боровики.

Санаторий «Поречье», 231742, Гродненская обл., Гродненский р-н, п. о. Поречье, ул. Толстого, 9.

Санаторий «Радон», 231460, Гродненская обл., Дятловский р-н, д. Боровики. Санаторий «Радуга», Гродненская обл., Лидский р-н, п/о Минойты, урочище

Докудово.

Санаторий «Свитанок», Гродненская обл., Гродненский р-н, д. Поречье (30 км. от г. Гродно, 14 км. от Литвы, 46 км. от Польши).

Санатории и пансионаты Могилевской области

Санаторий «Дубровенка», 213124, Могилевская обл., ст. Польшковские Хутора. Санаторий «им. Ленина», 213801, Могилевская обл., г. Бобруйск, ул. Чонгар-
ская, 193.

Санаторий «Родник», 213121, Могилевская обл., Могилевский р-н, д. Польшковичи.

Санаторий «Шинник», 213824, Могилевская обл., г. Бобруйск, Минское шоссе, ОАО «Белшина».

Санаторий «Энергетик», 212136, Могилевская обл., Могилевский р-н, п/о

Рекомендуемая для изучения литература:

ОСНОВНАЯ

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.

2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.

3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.

4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Нормативные правовые акты

1. Национальная система подтверждения соответствия Республики Беларусь. Порядок сертификации услуг гостиниц : ТКП 5.3.02-2007 (03220) (Взамен ТКП 5.3.02-2004 (04100)) : введ. 28.01.2008. – Минск : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2004. – 38 с.

2. Нормативы численности руководителей, специалистов, служащих, рабочих гостиничного хозяйства и работников общественного питания

[Электронный ресурс] : письмо М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 24 сент. 2004 г., № 12 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

3. О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 2 июня 2006 г., № 371 : в ред. от 11.06.2012 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

4. О туризме [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 25 нояб. 1999 г., № 326-3 : принят Палатой представителей 10 нояб. 1999 г. : одобр. Советом Респ. 18 нояб. 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 18.07.2016 г., № 410-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

5. Об утверждении правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 07 апр. 2006 г., № 471 : с изм. и доп. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 53. – 5/22163.

6. Об утверждении Правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 7 апр. 2006 г., № 471 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

7. Об утверждении Правил проживания в гостиницах Республики Беларусь [Электронный ресурс] : постановление М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 17 мая 2006 г., № 23 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

8. Перечень продукции, услуг, персонала и иных объектов оценки соответствия, подлежащих обязательному подтверждению соответствия в Республике Беларусь : утв. постановлением Комитета по стандартизации, метрологии и сертификации при Совете Министров Респ. Беларусь, 30.07.2004 г., № 35. – Минск : БелГИИС, 2004. – 65 с.

9. Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц : ГОСТ 28681.4-9 : введ. 01.07.2001. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 2000. – 18 с.

10. Услуги населению. Термины и определения : ГОСТ 30335-95 : введ. 01.03.1999. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 1999. – 8 с.

Лекция №6
Тема: «Необычные отели»

Необычные отели уже давно стали одной из ярких сторон гостиничного бизнеса. Рейтинги отелей, нашедших оригинальный способ предложить туристу вариант размещения, регулярно публикуются ведущими мировыми туристическими изданиями.

Число необычных гостиниц, которые сегодня оказывают услуги на туристическом рынке так велико, что впору говорить о формировании целой отрасли. Ледяные отели, отели-маяки, отели-замки, гостиницы на колесах – все они представлены в десятках, если не в сотнях вариантов по всему миру.

Вот некоторые из них:

1. *Kokopelli Cave Bed and Breakfast* (Фармингтон, США). Это прорубленный в скале номер площадью 158 м², где, помимо нескольких спален, нашлось место кухне и ванной с джакузи. В пещере поддерживается температура +20 – +23 °С, а из нее открывается вид на реку Ла-Плата и бескрайнюю пустыню.

2. *Seaventures Dive Resort* (остров Сипадан, Малайзия). История отеля началась с того, что некая Сузета Харрис получила в 1988 г. наследство в виде нефтяной платформы. Наследство доходов не приносило, а расходов требовало немаленьких. Сузета решила извлечь выгоду из полученного наследства и превратила платформу в отель для дайверов.

Сейчас в *Seaventures Dive Resort* съезжаются дайверы со всего мира: место, где стоит нефтяная платформа, располагает красивыми подводными пейзажами. Но не каждому нравится пребывание в отеле-платформе. Спать приходится в тесных каютах для персонала, кушать блюда местной кухни, которым далеко до ресторанных, и мешают запах нефти на всей платформе. Но это привлекает нетребовательных дайверов.

3. *Icehotel* (Юккасьярви, Швеция). В Юккасьярви (*Jukkasjarvi*) на севере Швеции, в двухстах километрах от полярного круга, каждую зиму начинается грандиозное строительство. Холод, снег, лед, искусство и, надо полагать, все-таки немного волшебства, – вот ингредиенты, из которых получается отель *Icehotel*.

Он открыт для свободного посещения как художественная выставка. Общее число гостевых комнат 65. В середине апреля отель закрывается, медленно тая под солнцем, превращаясь в развалины.

4. *Jumbo Stay* (Стокгольм, Швеция). Отель-самолет *Jumbo Stay* – *Boeing 747*, построен еще в 1976 г. В настоящее время он превратился в великолепный, изысканный отель на 27 номеров, в которых могут разместиться 76 гостей. Также здесь имеется современный бар и уютный ресторан. Можно переночевать, например, в кабине пилотов, где оборудован люкс с панорамным видом на аэропорт Стокгольм-Арланда.

5. *Sleepbox Hotel* в Москве. Это капсульный отель, который располагается рядом с Белорусским вокзалом в Москве. Капсульные отели пользуются большой популярностью в Японии, поскольку обычные отели там достаточно дорогие, а ночь в капсульном отеле обходится в 20–40

долларов США.

Sleepbox Hotel состоит из одноименных «слипбоксов» – комнат-капсул, которые команда российских архитекторов разработала специально для отеля. Они сделаны из дерева и пластика.

Один из этажей владельца отеля сделали стандартным. На нем находится пять небольших обычных номеров на двоих и один люкс на четверых. В комнатах есть собственные душевые и туалеты, гардероб и телевизор.

6. *La Villa Hamster* (Нант, Франция). Отель *La Villa Hamster* был открыт в 2009 г. в городе Нант на западе Франции. Этот отель представлен в виде вольера для хомячка.

Посетители обязаны днем носить специальные шапочки, бегать по колесу, а также пользоваться увеличенными в размерах предметами интерьера вольера человека-хомяка.

7. Отель *Edible* в Лондоне. Отель *Edible* – настоящая мечта для сладкоежек всего мира. Необычное трехэтажное сооружение отеля состояло из восьми оригинально декорированных комнат, в которых все было выполнено из съедобных материалов. Стены, мебель, предметы интерьера – все это можно было попробовать. Отель принял гостей только раз (20 марта 2013 г.), поскольку попробовать на вкус диванчик или погрызть подоконник успели не все желающие.

8. *De Vrouwe van Stavoren* в Голландии. Этот отель-ресторан находится в северном портовом городке Ставорен, Голландия. Отель построен из обычных материалов и выглядит совсем обыденно, но сами номера являются настоящими бочками, в которых раньше хранилось и выдерживалось французское вино Божоле из местной винодельни *Albada's*. Объем этих бочек составлял 14 500 литров.

Эти номера являются лучшим местом для отдыха ценителей французского вина, поскольку стены пропитаны самыми дорогими сортами.

9. Берлинский отель *Propeller Island City*. Берлинский отель *Propeller Island City Lodge* – художественный проект немецкого художника Ларса Штросхена (*Lars Stroschen*), названный в честь фантастического романа Жюль Верна «Плавучий остров». Комнаты необычной гостиницы напоминают воссозданные фантазии и мечты: постояльцы перевоплощаются в средневековых рыцарей, лесных существ, моряков, рок-идолов и даже вампиров. Пространство дополнено визуальными, световыми и звуковыми эффектами и деталями, украшающими интерьеры.

Ни один номер *Propeller Island City Lodge* не похож на другой. Здесь можно переночевать в комнате, напоминающей средневековый город, где кровать в виде замка стоит на поле для мини-гольфа; в белоснежном гробу; в окруженной мерцающими зеркалами постели и даже борделе. В одном из номеров гостиницы вся мебель прибита к потолку.

10. *Palacio de Sal* (Уюни, Боливия). Соляной отель или Паласио-де-Саль (*Palacio de sal*) – необычный отель в Боливии, который полностью построен из соляных блоков. Отель, в строительстве которого было использовано более миллиона соляных блоков, возведен в 2007 г. Проживая

в таком отеле, необходимо придерживаться нескольких правил; в частности, владельцы отеля просят туристов не облизывать стены и бережно относиться к предметам мебели.

11. Бутик-отель «Губернский» в Минске. «Губернский» позиционируется как бутик-отель. Под этим понятием, как правило, понимается небольшая гостиница со стильными и эксклюзивными интерьерами.

В «Губернском» всего 11 номеров. Оформлены они в эклектичном стиле с преобладанием классики. Владеет отелем «Белорусское товарищество инвалидов по зрению», которому также принадлежит мини-отель и ресторан «У фонтана» в Минске.

Необычные отели активно развиваются по всему миру. Они пользуются популярностью среди туристов, местного населения. В силу своей редкости стоят недешево.

Туризм в представлении большинства людей связан с отдыхом, новыми впечатлениями, удовольствием. Туристическая индустрия постоянно развивается и совершенствуется, предлагая все новые услуги туристам, особенно молодежи, которой уже недостаточно традиционных видов туризма, ей надоела пресыщенность комфортом, спокойным отдыхом в отелях. Возникает необходимость в создании условий для необычного, активного отдыха.

Рекомендуемая литература

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Лекция №7
Тема: «Агроусадьбы»

В последние десятилетия арсенал средств размещения гостиничного типа значительно пополнился за счет агроусадеб. Дачные поселки, садово-огородные кооперативы, дома в деревне служат попыткой развить эту идею.

Неожиданно агротуризм начал привлекать миллионы европейцев с весьма устойчивым достатком. Австрия, Словакия, Германия, Чехия, Польша интенсивно наращивают свои мощности по приему агроэкотуристов. Достаточно сказать, что в одной Австрии до 10 % крестьянских усадеб предоставляют услуги по размещению и питанию туристов.

Беларусь выделяется среди стран Восточной Европы своим природным и культурным богатством и необыкновенным людским потенциалом. Ее живописные деревеньки с традиционной архитектурой, старинные маленькие города, исторические места, уголки, овеянные легендами и поэзией, традиционная народная культура, вкусная и разнообразная кухня, но более всего гостеприимность и открытость белорусов. Все это создает хорошие предпосылки для развития сети белорусских агроусадеб, играющим все более существенную роль в становлении агроэкотуризма.

Получивший признание общественности в большинстве европейских стран во второй половине прошлого столетия, в Беларуси этот вид отдыха находится в стадии развития. Однако уже сейчас становится понятно, что отпуск в белорусской деревне вызывает интерес как у жителей нашей страны, так и у иностранных граждан.

Агроэкотуризм характеризуется как временное пребывание граждан Республики Беларусь, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее – агроэкотуристы) в сельской местности на основании договоров, заключенных с субъектами агроэкотуризма в целях отдыха, оздоровления, ознакомления с природным потенциалом республики, национальными культурными традициями без занятия трудовой, предпринимательской, иной деятельностью, оплачиваемой и (или) приносящей прибыль (доход) из источника в месте пребывания.

Надо отметить, что агроэкотуризм получил развитие еще в довоенный период в Западной Беларуси, которая в те времена входила в состав Польши. Издавался даже ежегодный гид-справочник «Лето в усадьбах Восточных земель». Как правило, туристам сдавались поместья мелкой шляхты, одна из таких усадеб – «Святск». Аграрный туризм определял во многом занятость местного населения и формировал определенную долю прибыли хозяйств.

В условиях Республики Беларусь привлекательность развития агроэкотуризма обусловлена высокой сохранностью природно-территориальных комплексов, что выгодно отличает Беларусь от стран-соседей. Страны Западной Европы, находящиеся на одной широте с Беларусью, лишены первозданных природно-территориальных комплексов

равнинного типа. В данном аспекте конкурентом Республики Беларусь является Россия, но Беларусь выглядит более предпочтительной в силу более близкого расположения к ареалам высокого спроса.

Белорусские сельские усадьбы уникальны и неповторимы. Они не всегда совершенны, но всегда индивидуальны. Они отражают вкус и характер хозяина. Около 120 белорусских усадеб уже принимают туристов. Они все разные – старинные, современные, комфортные и спартанские. Тому несколько примеров. Так, агротуристическое хозяйство «Лебединое» находится в 47 км от Гродно в д. Обруб Щучинского р-на (хозяин этого предприятия Куц Иван Александрович). Сегодня на территории хозяйства есть озеро, русская баня, два бассейна, площадка для волейбола, несколько стационарных мангалов. Есть и фруктовый сад. В доме семь уютных комнат. В прошлом году в гостях в этой агроусадьбе побывали туристы из Германии, Польши, России, Англии, Франции, Италии, Японии. На следующий сезон 2014 г. заявлено более 300 человек. К услугам гостей русская баня на берегу озера, рыбалка, охота, пляжный волейбол, бильярд, настольный теннис, конференц-зал.

На территории усадьбы «Лолуа» (д. Понизовье, в 10 км от г. Логойска, на берегу р. Гайна) есть двухэтажный дом, гостевой дом с баней и каминным залом, огород, хозяйственные постройки. Есть домашняя птица, по желанию отдыхающих организуют уху, шашлыки у костра. В р. Гайне водится рыба, живут бобры. Сразу за рекой начинается лес, богатый грибами и ягодами. Зимой можно организовать лыжную прогулку или на санях в лошадиной упряжке. В доме есть настольный теннис, можно поиграть в шахматы, шашки, нарды. В саду и огороде выращивают разнообразные овощи, зелень, ягоды, фрукты. Хозяйка (агроном с высшим образованием) квалифицированно объяснит и покажет технологию и агротехнику выращивания экологически чистых продуктов питания и, по желанию, каждый сможет принять в этом непосредственное участие.

Усадьба «Дом художника» расположена в 65 км от г. Минска в Воложинском р-не Минской обл. на территории государственного заказника «Налибокская пуца». Пуца – это благородные олени, косули, дикие кабаны, енотовидные собаки, соколы, это незабываемый трубный зов лосей в сентябре, и, конечно, стадо зубров (более 50 особей). Живописная и очень чистая р. Исlochь поражает первозданный красотой.

Большой деревянный дом из 6 комнат сохраняет прохладу в жаркие дни. В доме организован семейный этнографический музей: вышивки, плетение, ткачество, национальный белорусский костюм «Пробабушкин сундук», фотографии, документы, старинная домашняя утварь, предметы интерьера, орудия труда плотницкого и бондарного дела и т. д. В огороде выращиваются все основные овощные культуры, богатое разнообразие пряной зелени. В лесу можно собирать ягоды, грибы.

Хозяева усадьбы предлагают интересную программу:

– для любителей искусства – уроки живописи, скульптуры, декоративно-прикладного творчества;

- геологические экспедиции по р. Исlochь;
- для самых смелых – поход по звериным тропам в самое сердце пуши;
- домашний театр творческой моды с тематическими театрализованными представлениями: «Налибоцкие пани приехали на фэст» (бал); изобразительное искусство и мода; ретроспективный показ (классика, этно, милитари, ретро, панк, фэнтази);
- экскурсии по историческим местам края:
 - м. Гольшаны. Замок и монастырский комплекс ордена францисканцев, памятник дворцово-замковой архитектуры XVI в. Резиденция Богдана Сапеги; Крево. Замок оборонительной архитектуры XIV в., костел XVI в., историческое событие 1385 г. (Кревская уния);

Десятники. Каплица, выполненная в духе архитектуры романтической архаики памяти жертвам Первой мировой войны;

д. Богданово. Фамильное захоронение Фердинанта Рушица, выдающегося Белорусского просветителя, художника, ученика великих русских художников Шишкина и Куинджи;

Боруны. Костел – памятник архитектуры Виленского барокко и стиля рококо XVII в.;

Новогрудок. Замок X–XVII вв., являвшийся историческим центром и резиденцией русских и литовских князей.

Культурная программа хозяев усадьбы «Конный фальварок» (Минская обл., Червенский р-н, г. п. Смиловичи) включает в себя:

– поход в детский Дом творчества, где можно увидеть, вещи, которые делают дети своими руками, и приобрести понравившиеся. Для любителей рыбалки есть хорошая возможность половить карпов в пруду рыбхоза. Но главная изюминка хозяйства – лошади. На них можно ездить верхом или в бричке, можно гладить или просто любоваться. В течение всего отдыха они будут сопровождать отдыхающих на каждом шагу. Ведь в усадьбе «Конный фальварок» все передвижения осуществляются только на лошадях.

Усадьба «Елочки» расположена в километре от дороги из Витебска в Минск, в уникальной экологически чистой местности, окруженной сосновыми лесами, на берегу о. Круглое.

Бревенчатый дом со вторым мансардным этажом расположен в 40 м от берега озера и располагает четырьмя обустроенными комнатами для проживания и отдельной кухней, большое крыльцо под навесом. Спальные места на 16 человек.

Внутренняя отделка дома выполнена натуральными материалами с использованием резьбы по дереву и предметов старины.

Из вышесказанного следует, что в Беларуси созданы и функционируют различные формы обслуживания агроэкотуристов. Сельские усадьбы, музеи, фермерские хозяйства, рыболовные хозяйства и клубы предлагают гостям широкий ассортимент услуг и проводят большую работу для развития сельского туризма в Беларуси.

По состоянию 1 января 2018 г. в Республике Беларусь имеются следующие агроусадьбы.

Агроусадьбы Минской области	
Вилейский район	Таямніца; Белорусско-немецкое предприятие «Надежда – XXI век»
Воложинский район	Василевских; Бобровая хатка; Ганка; Михалово; Постоялый двор; Равновесие; Солнышко; Терраски
Дзержинский район	Крестьянское фермерское хозяйство Саковец В. И.; Александра; У Ирины; Шале
Клецкий район	Лебединое озеро
Копыльский район	На озере Богуши
Логойский район	Гаенские истоки; Лесные дали; Лолуа; Три соловья; Хмеля
Минский район	Амбер; Цна; Алекс; Аронова слобода; Банька на выбор; Берзинская; В прилесье; Запрашаем на вячоркі; Камелот; Каханая; На Родниковой; Настенька; Прилучки; Рябинушка; Сосновый бор; Сябрына; Сядзіба Грыня; У дубочка; У Ильича; У Серафимовича; Хатежино; Музей в деревне Озерцо
Молодечненский район	Вязынка; Панский куток; Родовое гнездо; Таежный ту-пик; У Ивановича; Цветень. Фермерское хозяйство
Мядельский район	Буслы; Заповедный куток; Миколава карчма; Местечко у Баторыно; На Рыбацкой; Нарочанка; Нарочанский берег; Родничок; София; Три скрипки; У Михалыча; У озера; Хуторок
Пуховичский район	Балочанка; Заречаны; Лапушка; Ситники; Тешково; У Надюши; Хата бобра
Смолевичский район	Шпаковщина; Гуленково; На ростанях; Пелека
Солигорский район	Родны кут; Титенкофф
Стародорожский район	Барберовка
Столбцовский район	Ив-ле; Сверино; Зарачанскія яніны; Машин хутор
Узденский район	У Нічыпараў
г. Вилейка	Вилия

г. Узда	<i>Sun-House</i>
Агроусадьбы Брестской области	
Ляховичский район	Над озером
Малоритский район	Домашний очаг
Пружанский район	У царского тракта
Барановичский рай- он	Гречихи; Замковая гора; Панские пруды; Пруды
Березовский район	Споровская; Щедрый заяц
Брестский район	Белый лесок; Березовая роща; Дарина; Домик в саду; Дубрава; Калинка; Паутинка; Пескари; Сядзіба Рынькаўка
г. Пружаны	Пружанская; Цветочная
Дрогичинский район	Бусянка; Соловьиный рай; Хуторок у Званца
Жабинковский район	Зеленая; Олизаров став; Речная; Сады радости
Ивановский район	Дом охотника; Домик на окраине; Зарянка; Лявониha на Ясельде
Ивацевичский район	Алексейки; Бобровичи; Гортоль; Домановская жемчу- жина; Радуга; Сомино
Каменецкий район	Лесная; Млынок; Неруш; Польскі маёнтак; Шестаково
Кобринский район	На Заречной улице; Полесские традиции
Лунинецкий район	Валута; Жемчужина полесья; Припятский плес
Пинский район	Дубое над Пиной; Избушка на берегу Припяти; Озерная жемчужина
Столинский район	С.О.М.
Агроусадьбы Витебской области	
Бешенковичский район	Садовая; Елочки- <i>Holiday</i> ; Родник белых озер
Браславский район	Приволье; Струсто; Бальсан; Богино; Браславчанка; Видзы- Ловчинские; Гусаровщина; Ореховое; Петухов- щина; Почта Абабье; Розета; Сельская усадьба; У Ива- на; У Павла; Хуторок
Верхнедвинский район	Солнечная; Ноев ковчег; Освейский хуторок; Фортуна
Витебский район	Задвинье; Чистые ключи

Глубокский район	Агроусадьба в Лавриновке; Живица; Каля возера; Лы- сенок; Родны кут; Саннички; Хуторок у пруда; База отдыха «Чечели»
Городокский район	Поозерье
Докшицкий район	Сахоновка; Дедаминая
Лепельский район	Приозерная
Лиозненский район	У Нинель
Миорский район	Озерная; Белые росы; Кленная; Лазурный берег; Спиркович; Удача; Язынка
Оршанский район	Млыны Войшы; Козловичи; Сябры и К
Полоцкий район	Загорани; Кентавр; Любаша; Хутор у Крыніцы; Яново
Поставский район	Акарына; Буслінае гняздо; Вечарыны у мястэчку; Залесье; Золотая нивка; Липники; Ля выспы; Прибрежная; Райский уголок; Трабутишки; У озера; Хуторок
Россонский район	Бобровая хата; Виноградная; Гусарская; Демех; Крол-лова хата; Лидия; Мечта рыбака; Озерная; Родник здорovia; Услада; Хата пчаляра; Хорень
Сенненский район	На Оболянке; Рыбное
Ушачский район	Зеленый берег
Шарковщинский район	Картея
г. Браслав	На Дривятах
г. Верхнедвинск	Вера; Набережная
г. Глубокое	Уют
Агроусадьбы Гомельской области	
Ветковский район	Хальч
Гомельский район	Дом рыбака; Любезный сердцу уголок
Добрушский район	Бобров ручей
Житковичский район	Азяранскі падворак; Затерянный рай; Туровская селица; Туровские легенды
Калинковичский район	Литвин

Лельчицкий район	Свидное
Лоевский район	Рыбацкое счастье
Мозырский район	Мельник; Панский сад
Петриковский район	Королев стан; Хуторок
Речицкий район	Березина; Сергея Милоградского
Рогачевский район	Дом рыбака; Золотой рог; Спатканне; У Валентины
Светлогорский район	Искра; Уютная
г. Мозырь	Отдых на Припяти (Мозырский клуб рыболовов)
г. Петриков	Деда Талаша
Агроусадьбы Гродненской области	
Берестовицкий район	Тихие пруды
Вороновский район	Ивушка; Соловьиная песня
Гродненский район	Поречье; В Богушевке; Домашний очаг; Мельники; Русская баня у Вайса; С легким паром; У озера; Хата магната
Дятловский район	Боровики; Каля дуба; Мястэчка ля радона; Сокола
Зельвенский район	Верес; Лавриновичи
Ивьевский район	Над Гавьей
Кореличский район	Белый аист; Замковое предместье; Лесная поляна; Свистязанка; У Вована; У Сан Саныча; Хуторок
Лидский район	Мытнянский гостинец; Бурносы; Два буслы; Докудово; Домик в деревне; Крупово; Мой родны кут; Над Немамом; Петры; У Лукоморья; У парома
Мостовский район	Новоселки; Старые липы
Новогрудский район	Вольный хутор; Виктория; Золотая подкова; Новый сад; Черешля
Островецкий район	Коледа; Мини-Швейцария; Сваяки
Ошмянский район	Гальшанская сядзіба; Лилия; Садок; Сторожка; Конноспортивный центр «Гиппика»
Свислочский район	Колоная; Лявонаў хуторок
Слонимский район	Левада

Сморгонский район	Вита; Вишневское озеро; Горанских; Канашова хата; Кревская усадьба; Мечта; Панскі фальварак; Просток-вашино; Спадчына
Щучинский район	Бобровая долина; Лебединое; Лебедка; Марчукова хата
Агроусадьбы Могилевской области	
Мстиславский район	Блакiтны Сож
Быховский район	Большая пуня; Затока
Шкловский район	Днепровская
Костюковичский район	Дом охотника
Бобруйский район	Дяди Федора
Чаусский район	У Хлиманкова

Рекомендуемая литература

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Лекция №8

Тема: «Объекты придорожного сервиса»

Под объектами придорожного сервиса понимаются капитальные строения (здания, сооружения), расположенные на придорожной полосе республиканских автомобильных дорог и предназначенные для обслуживания участников дорожного движения в пути следования (мотели, гостиницы, кемпинги, станции технического обслуживания, объекты торговли и общественного питания, мойки).

В настоящее время на республиканских автомобильных дорогах функционирует 331 автозаправочная станция, 151 газозаправочный пункт, 54 гостиницы, 47 моек, 79 охраняемых стоянок, 335 предприятий торговли, 444 пункта питания и 97 пунктов технического обслуживания.

Достижению таких параметров способствует существенная нормативная база, основу которой составляют следующие основополагающие документы:

1. Закон Республики Беларусь от 2 декабря 1994 г. № 3434–XII «Об автомобильных дорогах и дорожной деятельности».

2. Положение о порядке размещения, архитектурного оформления и оборудования объектов придорожного сервиса на автомобильных дорогах общего пользования, утвержденное Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 10 сентября 2008 г. № 1326 «О некоторых вопросах размещения объектов придорожного сервиса» (в ред. Постановления Совмина от 16.03.2011 № 321).

3. Указ Президента Республики Беларусь от 15 мая 2008 г. № 270 «О мерах по развитию придорожного сервиса» (в ред. Указа Президента Республики Беларусь от 23.01.2009 г. № 53).

4. Генеральная схема развития придорожного сервиса на республиканских автомобильных дорогах до 2015 года, утвержденная постановлением Министерства транспорта и коммуникаций Республики Беларусь от 25 октября 2011 г. № 66

«О внесении изменений в постановление Министерства транспорта и коммуникаций Республики Беларусь от 31 декабря 2010 г. № 106».

Созданная нормативная правовая база соответствует современным требованиям рынка туристических услуг и способствует количественному и качественному развитию придорожного сервиса в республике.

Достаточно вспомнить, что в СССР придорожная инфраструктура практически не развивалась. Во-первых, количество автомобилей было значительно меньшим по сравнению с сегодняшним днем, во-вторых, ремонтные мастерские даже в городах считались огромным дефицитом, а качественный мотель на дороге и вовсе считался нереальным.

Конечно, существовали государственные АЗС, но без каких-либо пунктов торговли. Немногочисленные муниципальные кемпинги, автостоянки, редкие объекты общественного питания да стихийные точки торговли в мелких населенных пунктах трудно было отнести к

качественному и необходимому сервису. Первые упоминания о придорожном сервисе в белорусском законодательстве датированы далеким 1994 г. Это Закон Республики Беларусь «Об автомобильных дорогах и дорожной деятельности». Но документ этот не стал действенной программой по созданию реального и полноценного дорожного сервиса.

Между тем страна, которая расположена на перекрестке европейских дорог, не может иметь плохой придорожный сервис. Это аксиома. И сегодня в Беларуси вопросу развития этой сферы уделяется существенное внимание. Более того, улучшение качества сервисного обслуживания пользователей автодорог является объективной необходимостью в условиях развития туризма, масштабной автомобилизации страны, роста транспортных перевозок грузов в транзитном сообщении по территории республики. Поэтому к объектам придорожного сервиса сегодня предъявляются повышенные требования как по безопасности, так и по качеству обслуживания, комфорта отдыха.

Национальная программа развития придорожного сервиса предусматривала, что к открытию чемпионата мира по хоккею 2014 г. придорожная инфраструктура Беларуси должна соответствовать лучшим континентальным стандартам. И можно констатировать, что в настоящее время придорожный сервис Беларуси в определенной мере отвечает этому по насыщенности инфраструктуры и спектру предоставляемых услуг.

Но это в целом. Если же рассматривать предметно по областям, то здесь имеются значительные недоработки. Европейские стандарты предполагают, что на каждые 40 км автотрассы приходится не менее одного объекта придорожного сервиса с ожидаемым комплексом услуг (АЗС, автосервис, стоянка, розничная торговля, кафе, санитарные комнаты или мотель). Что же касается типичного белорусского объекта придорожного сервиса, то чаще всего он представляет собой АЗС с небольшим магазинчиком. А если судить по такому критерию, как комплексность предлагаемых услуг и распределение объектов по территории страны, мы отстаем не только от Европы, но и от своих соседей – Украины и России. Так, сегодня в Беларуси насчитывается около 500 объектов придорожного сервиса. Среднестатистическая насыщенность автотрасс республики выглядит удовлетворительно, но, к примеру, на участке Кобрин – Барановичи, протяженностью 70 км, нет ни одного подобного объекта.

Основными операторами придорожного сервиса в Беларуси являются «Белнефтехим», Белкоопсоюз, предприятия коммунальной собственности, находящиеся в ведении облисполкомов. Всем им предложено искать инвестиции для развития придорожной инфраструктуры. Оптимальным решением считается привлечение в республику крупного сетевого оператора из Европы.

Улучшение придорожного сервиса является фактором, необходимым для развития туризма в нашей стране. Однако проблема может быть решена только координированными действиями сразу нескольких ведомств.

В настоящее время ведется строительство и реконструкция еще почти

70 объектов, а перед ответственными исполнителями в лице «Белнефтехим», облисполкомов, Минторга и Белкоопсоюза поставлена задача ввести 48 объектов АЗС, моек, СТО, гостиниц, охраняемых стоянок и пунктов питания. Но главная проблема, которую необходимо решить, – это привлечение инвесторов, заинтересованных во вложении средств в это важное направление.

Существенным импульсом для достижения поставленной цели служит целый ряд льгот, определенных Указом Президента № 270 от 15 мая 2008 г. «О мерах по развитию придорожного сервиса», а также особенной частью Налогового кодекса Республики Беларусь:

- прибыль, полученная от реализации товаров (работ, услуг) на объектах придорожного сервиса, в течение пяти лет с даты ввода в эксплуатацию таких объектов освобождается от налогообложения налогом на прибыль;

- земельные участки, предоставляемые для строительства объектов придорожного сервиса и инженерной инфраструктуры к ним, в течение периода проведения проектных работ и осуществляемых в пределах нормативных сроков, определенных в проектной документации, строительных работ, а также земельные участки, занятые объектами придорожного сервиса, в течение двух лет после ввода таких объектов в эксплуатацию освобождаются от земельного налога;

- организации, осуществляющие строительные работы по строительству объектов придорожного сервиса и инженерной инфраструктуры к ним, в части себестоимости указанных строительных работ освобождаются от обязательных отчислений в инновационные фонды, образуемые в соответствии с законодательством;

- строительство объектов придорожного сервиса и инженерной инфраструктуры к ним осуществляется без возмещения потерь сельскохозяйственного и (или) лесохозяйственного производства, вызванных изъятием сельскохозяйственных земель и земель лесного фонда для целей, не связанных с ведением сельского и лесного хозяйства.

Кроме того, банкам, уполномоченным обслуживать государственные программы, предложено предоставлять кредиты организациям и индивидуальным предпринимателям для строительства и (или) реконструкции объектов придорожного сервиса и инженерной инфраструктуры к ним на срок до пяти лет по следующим ставкам: по кредитам в белорусских рублях – в размере 2/3 ставки рефинансирования Национального банка Республики Беларусь; по кредитам в иностранной валюте – в размере 8 % годовых. Компенсация банкам потерь от предоставления таких кредитов производится путем уменьшения суммы подлежащего уплате банками налога на прибыль.

Безусловно, данные льготы и преференции позволят привлечь в данный вид деятельности как предпринимателей, так и зарубежных инвесторов.

В настоящее время планируется решить один из самых наиболее

вопросов – санитарный. В первую очередь будет проведена инспекция магистральных автодорог, входящих в международные транспортные коридоры. По ее результатам будут определены места установки и строительства малых благоустроенных туалетов и больших туалетов для обслуживания туристических групп, их необходимое количество и график строительства. Решение данного вопроса не только благоприятно отразится на имидже нашей страны, но и разрешит проблемы антисанитарии.

Существенная деталь – при строительстве новых объектов придорожного сервиса на дорогах с разделительной полосой барьерное ограждение в пределах переходно-скоростных полос будет построено за счет республиканского бюджета. Ранее это должен был обеспечить владелец объекта сервиса.

В Минтрансе признают, что нежелание предпринимателей идти в «придорожный» бизнес не в последнюю очередь связано с бюрократическими проволочками: в различных инстанциях необходимо согласовывать документацию, касающуюся места размещения объекта сервиса, его архитектурно-дизайнерского оформления. На выдачу технических условий на разработку проектно-сметной документации иногда уходят месяцы, а то и годы. Такое выдерживают не все. После многочисленных хождений в согласующие органы потенциальные организаторы придорожного сервиса отказываются заниматься этим бизнесом. Но, как бы там ни было, планируется, что к концу 2015 г. на автодорогах Беларуси будет введено в эксплуатацию более 100 новых объектов питания.

Лекция №9

Тема: «Понятие об этической культуре обслуживания в сфере индустрии гостеприимства»

Профессиональная этика – правила поведения, которые определяют конкретный тип нравственных взаимоотношений в той или иной сфере деятельности. Профессиональная этика работников индустрии гостеприимства связана в первую очередь с культурой обслуживания. Целым спектром положительных качеств должны обладать работники сферы гостеприимства. Назовем некоторые из них.

Деловитость – умение эффективно построить свой график работы и повышать ее качества; важнейшая часть культуры труда.

Единство слова и дела и дисциплинированность - соответствие слов персонала и их конкретных дел, пунктуальность, соблюдение трудовой дисциплины и распорядка.

Сознательность – осознанность действий и навыков, добросовестное выполнение обязанностей.

Честность – верность принятым обязательствам, убежденность в правоте своего дела, искренность перед другими и самим собой.

Организованность - четкое выполнение своей работы.

Уважение – признание достоинства личности, возможно более полное удовлетворение интересов людей, внимательное отношение к чужим убеждениям, чуткость, деликатность, скромность.

Вежливость – внимательность, внешнее проявление доброжелательности ко всем, готовность оказать услугу тому, кто в ней нуждается, деликатность, такт.

Приличные манеры - точная мера во внешних формах поведения.

Выдержка – умение контролировать эмоции, подавлять в себе раздражительность.

Корректность – уравновешенность, приветливость; в напряженной ситуации, если гость высказывает недовольство, отвечать ему спокойно, четко, не повышая голоса; корректность непременно охладит пыл любого слишком эмоционального человека.

Тактичность – необходимость учета конкретной моральной ситуации. Лучшее выражение тактичности персонала - умение быть незаметным, скрыть в присутствии гостя свое плохое настроение или занятость. Нетактично при посторонних делать замечания или давать указания подчиненным.

Терпимость – стремление достичь взаимного понимания и согласования разнородных интересов и точек зрения методами разъяснения и убеждения.

Благородство – способность жертвовать личными интересами в пользу других, действовать честно, открыто, смело, не унижаться ради личных выгод. Благородство - это когда добро делается незаметно, не ради признания и наград. Каждому человеку хочется, чтобы с ним считались, к

его мнению прислушивались, советовались. Все это признаки уважения, которое испытывают к нему окружающие.

Уважение – чувство почтения, основанное на признании достоинств, высоких качеств кого-либо. Об этом нужно постоянно помнить работникам сферы услуг. Людей уважают не только за особый дар или талант, но и за умение работать, за правдивость, за те нравственные качества, которые можно в себе выработать, самим заслужить уважение окружающих.

Большое значение имеет забота о порядке, тишине, соблюдении правил, установленных в гостинице. Работник гостиницы должен уметь в вежливой форме предупредить гостя о недопустимости нарушения порядка, пресечь различные проявления таких нарушений. Уезжая из гостиницы, гости прощаются с персоналом, благодарят за гостеприимство, желают всего доброго. Работники, в свою очередь, обязаны поблагодарить гостя за посещение их гостиницы, пожелать ему доброго пути.

Работнику сферы гостиничного сервиса должна быть свойственна и такая важная черта, как корректность. Как одна из форм взаимоотношений между людьми корректность предполагает умение при любых ситуациях держать себя в соответствии с общепринятыми правилами приличия.

Основные правила этикета являются универсальными, то есть правила вежливости используются не только у себя дома, но и приняты в международном общении. Порой случается и так, что хорошо воспитанный человек попадает в затруднительное положение. Как правило, это происходит, когда необходимо знание международного этикета. Каждый представитель своего государства является носителем политических взглядов своей страны, религиозных воззрений, обрядов и национальных традиций, уклада жизни, психологии и культуры.

Корпоративные особенности в коллективе и деловой этикет – особенности не врожденные, в средствах размещения этому постоянно обучают.

Обучение персонала гостиниц – это одно из основных направлений управленческой деятельности компании. Обучение персонала открывает огромные перспективы для развития гостиниц. Процесс обучения персонала – это планомерная систематическая работа компании. Формами обучения могут стать: семинары, тренинги, лекции, деловые игры. Выбор того или иного метода обучения персонала зависит от особенностей организации.

Быстро меняющиеся условия рыночной среды определяют гибкий подход к выбору методов и методик обучения персонала. Поэтому система обучения сотрудников может использовать как внешние, так и внутренние возможности: с привлечением опытных специалистов и руководителей разного уровня, работающих на самом предприятии, или же профессиональных преподавателей, тренеров и консультантов. Можно комбинировать внутренние и внешние источники профессиональных знаний. Программа и методы обучения должны учитывать как профессиональную квалификацию, так и опыт работы в компании.

Чтобы сотрудник мог приносить пользу его надо обучить. Работники гостиничной сферы особенно нуждаются в постоянном обучении и переобучении, так как им, в ходе выполнения своих должностных обязанностей приходится разрешать сложные ситуации, возникающие из-за особенностей характера людей. Помимо профессионализма индустрия гостеприимства требует внимательного отношения к клиентам. Умение правильно и эффективно строить отношения важно не только в повседневном общении, но и в работе. Здесь важны такие качества, как коммуникабельность, выдержка, высокий уровень культуры, опрятность, аккуратность, обаяние, хорошая дикция. Важно знание иностранных языков.

В качестве примера приведем особенности методов обучения персонала в гостинице «Славянская», г. Минск.

Первое – это обучение на рабочем месте:

А) «Копирование» - работник прикрепляется к специалисту, учится, копируя действия этого человека.

Б) Наставничество – занятия менеджера со своим персоналом в ходе ежедневной работы;

В) Делегирование – передача сотрудникам четко очерченной области задач с полномочиями принятия решения по оговоренному кругу вопросов. При этом менеджер обучает подчиненных в ходе выполнения работы.

Г) Метод усложняющих заданий – специальная программа рабочих действий, выстроенная по степени их важности, расширения объема задания и повышения сложности. Заключительная ступень – самостоятельное выполнение задания.

Д) Ротация – работник переводится на новую работу или должность для получения дополнительной профессиональной квалификации и расширения опыта. Обычно на срок от нескольких дней до нескольких месяцев.

Второе – это обучение вне рабочего места:

А) Деловые игры – коллективная игра (обычно с компьютером), включающая разбор учебного примера, в ходе которого участники игры получают роли в игровой деловой ситуации и рассматривают последствия принятых решений.

Б) Учебные ситуации – реальная или выдуманная управленческая ситуация с вопросами для анализа. При этом устраняются жесткие рамки времени, которые сковывают мысль в производственной обстановке.

В) Моделирование – воспроизведение реальных условий работы (например, использование тренажеров, макетов и др.).

Г) Ролевые игры (моделирование ролевого поведения) – работник ставит себя на чье-то место с целью получения практического опыта (обычно в межличностном общении) и получает подтверждение правильности своего поведения (обычно через фильмы).

Каждый метод имеет свои преимущества и недостатки. И главным критерием при выборе того или иного метода является его эффективность

для достижения целей обучения каждого конкретного работника.

В отеле «Беларусь» также проводятся корпоративные тренинги, обязательные для всех сотрудников. В основном они направлены на изучение стандартов обслуживания, навыков общения с клиентами, особенностей протокола и этикета и др.

Рекомендуемая литература

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Нормативные правовые акты

1. Национальная система подтверждения соответствия Республики Беларусь. Порядок сертификации услуг гостиниц : ТКП 5.3.02-2007 (03220) (Взамен ТКП 5.3.02-2004 (04100)) : введ. 28.01.2008. – Минск : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2004. – 38 с.
2. Нормативы численности руководителей, специалистов, служащих, рабочих гостиничного хозяйства и работников общественного питания [Электронный ресурс] : письмо М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 24 сент. 2004 г., № 12 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
3. О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 2 июня 2006 г., № 371 : в ред. от 11.06.2012 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
4. О туризме [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 25 нояб. 1999 г., № 326-3 : принят Палатой представителей 10 нояб. 1999 г. : одобр. Советом Респ. 18 нояб. 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 18.07.2016 г., № 410-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
5. Об утверждении правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 07 апр. 2006 г., № 471 : с изм. и доп. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 53. – 5/22163.

6. Об утверждении Правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 7 апр. 2006 г., № 471 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

7. Об утверждении Правил проживания в гостиницах Республики Беларусь [Электронный ресурс] : постановление М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 17 мая 2006 г., № 23 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

8. Перечень продукции, услуг, персонала и иных объектов оценки соответствия, подлежащих обязательному подтверждению соответствия в Республике Беларусь : утв. постановлением Комитета по стандартизации, метрологии и сертификации при Совете Министров Респ. Беларусь, 30.07.2004 г., № 35. – Минск : БелГИИС, 2004. – 65 с.

9. Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц : ГОСТ 28681.4-9 : введ. 01.07.2001. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 2000. – 18 с.

10. Услуги населению. Термины и определения : ГОСТ 30335-95 : введ. 01.03.1999. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 1999. – 8 с.

Лекция №10

Тема: «Жалобы гостей и их разрешение в сфере индустрии гостеприимства»

Жалобы – это всегда разрывы нормальных органичных связей между подсистемами (аспектами) культуры обслуживания. Данные разрывы вызваны сбоями, браком в работе предприятия сервиса и его партнеров-смежников.

Основные причины жалоб клиентов – несоблюдение сроков выполнения заказа, низкое качество его выполнения, грубость обслуживающего персонала.

Рассмотрение жалоб и заявлений клиентов должно осуществляться в соответствии с нормативными документами. Несвоевременное рассмотрение жалоб, отсылка заявителям наспех и неряшливо составленных ответов вызовут у них лишь раздражение и недовольство, зачастую это может спровоцировать конфликт.

Конфликт – это взаимодействие людей, имеющих несовместимые цели или способы достижения этих целей. В переводе с латинского «конфликт» означает «противоречие». Конфликт характеризуется тем, что в нем люди противодействуют друг другу.

Обычно конфликт между людьми не возникает произвольно. Для конфликтов между работниками сервиса и клиентами характерны следующие причины:

- производственные: необеспеченность материалами, запасными частями, оборудованием; неудобный режим работы предприятий; малый ассортимент услуг; длительное время ожидания обслуживания; низкое качество изготавливаемых изделий (услуг); несвоевременность выполнения заказов;

- личностные, среди которых особо можно выделить взаимные претензии между работником и клиентом. К примеру, клиент неправильно понял приемщика и обиделся. В ответ он произносит фразу, содержащую бестактность в адрес работника. Приемщик, болезненно прореагировав на нее, отвечает неприкрытой грубостью, считая, что в противном случае потеряет уважение в глазах присутствующих. Поэтому «обиженный» приемщик и «восстанавливает» свое достоинство за счет ответного унижения клиента. Теперь уже оскорбленным становится клиент, который также не остается в долгу. И напряжение ситуации разрастается, как снежная лавина;

- психологическая непереносимость (несовместимость) вызывается предубежденным отношением к личностным особенностям другого человека.

С целью снижения напряженности, при рассмотрении жалоб необходимо соблюдать несколько достаточно простых правил:

- гостя необходимо слушать участливо, с подчеркнутым вниманием;
- по возможности необходимо изолировать недовольного гостя, чтобы другие не могли слышать его претензий;

- часто называйте гостя по имени и отчеству; психологи утверждают, что собственное имя — одна из главных ценностей для человека;
- если гость разъярен, персоналу не следует входить в номер в одиночку;
- гостиничному персоналу не следует давать обещаний, превышающих его полномочия;
- выслушивая гостя, необходимо делать записи; фиксируя ключевые факты, работник может решить, кто еще может подключиться к разрешению проблемы, а также продемонстрирует внимание и аккуратность в обслуживании гостя.

Стандартные процедуры работы с жалобами:

1. Сохраняйте спокойствие.
 2. Поставьте себя на место гостя. Испытайте его переживания.
 3. Сосредоточьтесь на госте - отложите на время свои дела.
 4. Внимательно выслушайте.
 5. Отреагируйте – извинитесь.
 6. Будьте предупредительны и сдержанны – используйте имя гостя, старайтесь улаживать деликатные или шумные проблемы с каждым по отдельности.
 7. Найдите решение:
 - предложите несколько вариантов решения в том числе альтернативный, и/или спросите гостя, которому из них он отдает предпочтение;
 - никогда не забывайте гостя - ищите способ сделать больше, чем просто решить проблему. Добавьте приятный сюрприз;
 8. При невозможности решить проблему самому либо переадресуйте ее тому, кто лучше и быстрее с ней справится (например, свяжитесь с сотрудником другой службы), либо поставьте в известность и обратитесь за помощью к старшему менеджеру. Но не «отфутболивайте» гостя и дождитесь полного разрешения ситуации.
 9. Проконтролируйте. Для этого объясните, к каким действиям прибегнете:
 - укажите, какие конкретно действия вы предпримете при решении проблем гостя;
 - объясните гостю, сколько для этого потребуется времени;
 - поблагодарите гостя;
 - спустя некоторое время убедитесь, что гость полностью или вполне удовлетворен;
 - поищите способ, как доставить ему приятный сюрприз;
 - поблагодарите еще раз за доведение проблемы до вашего сведения.
- Запишите отчет о ситуации в «Журнал учета инцидентов», т. к. она может получить дальнейшее развитие. Сообщите о случившемся вашему менеджеру, если не сделали это ранее.
- Несвоевременное рассмотрение жалоб, ответы-отписки вызовут у клиента вторую «волну» недовольства, раздражения и претензий.

Содержание политики реагирования на жалобы:

- позитивное отношение к жалобам;
- просьба подавать жалобы и простота их подачи;
- быстрое и объективное реагирование на жалобы;
- регистрация, измерение и анализ жалоб;
- просьба подавать жалобы и простота их подачи;
- быстрое и объективное реагирование на жалобы;
- регистрация, измерение и анализ жалоб;
- простота регистрации жалоб (при помощи программного обеспечения с «дружественным» интерфейсом пользователя);
- обучение сотрудников методам работы с жалобами;
- ответственный подход и компетентность работников, отвечающих за реагирование на жалобы;
- поощрение сотрудников, правильно реагирующих на жалобы;
- компания и ее специалисты должны помнить, что клиент вправе пожаловаться;
- несмотря на это, человек остается клиентом компании;
- клиенты еще не утратили доверия;
- как измерять жалобы (журнал учета инцидентов);
- кто жалуется (гость или сотрудник);
- объект жалобы;
- кто виноват;
- причина;
- кто принял жалобу;
- кто работает с жалобой;
- кто, с кем, как и когда связался
- сколько это стоит и кто будет платить (собственник, гость и др.);
- состояние проблемы (в процессе – принято решение – завершено);
- описание проблемы.

Если все-таки не удалось сгладить конфликт, необходимо обеспечить его разрешение. Это является одной из самых сложных задач, с которыми сталкиваются сотрудники в сфере услуг.

Представим рекомендации по разрешению конфликтов с гостями, которые помогут предотвратить появление негативных отзывов и оставить положительное впечатление об отеле.

1. Оправдывайте ожидания

Гости прибывают в ваш отель с определенными ожиданиями в отношении качества, стоимости и сервиса, предоставляемых в этом отеле. Если их ожидания не оправдываются, это может привести к конфликту.

Жалобы в отзывах чаще касаются не самой проблемы, а того, как сотрудники отеля справились с ее решением, когда она была доведена до их сведения. Чем более эмоциональным становится гость, тем сложнее будет договориться с ним.

2. Сохраняйте позитивное отношение

Если гость говорит что-то обидное или не соответствующее действительности, работник отеля может стать раздраженным и менее готовым ему помогать. Нужно напомнить себе, что угождать клиентам это ваша работа, и иногда это означает, что нужно отбросить в сторону свои собственные чувства.

3. Понимайте, чего хотят расстроенные гости

Большинство людей разумны в своих требованиях. Они не ожидают совершенства, и они понимают, что ошибки случаются. Поставьте себя на место гостя. Путешествие может быть утомительным и напряженным, а гостиницы могут пугать и приводить в замешательство. Успокойте гостей, заверив их, что вы все понимаете и всегда готовы помочь. Искренних извинений иногда достаточно, чтобы успокоить недовольного клиента. Люди хотят понимания, когда они чувствуют, что их обидели. Это может быть и не ваша вина, но это не должно помешать вам выразить сожаление о том, что они расстроены, и показать желание исправить положение.

Чем больше времени потребуется, чтобы решить проблему, тем более огорченным, вероятно, станет гость. Если гостей отправляют от одного человека к другому, заставляя повторять свой рассказ, это только усилит чувство того, что с ними несправедливо обошлись. Вместо того, чтобы навязывать решение, которые может быть неподходящим, предложите несколько вариантов и обсудите их с гостем, чтобы найти взаимоприемлемое решение.

Руководство должно предоставить сотрудникам рекомендации, обучение и полномочия для быстрого и эффективного решения проблем. Если сотрудники отеля знают, насколько далеко они могут зайти, чтобы успокоить расстроенных гостей, и что руководство поддержит их решения, они будут действовать с большей уверенностью.

Не ждите отъезда гостей, чтобы спросить, понравилось ли им пребывание в вашем отеле, так как может быть уже слишком поздно исправлять проблемы, вместо этого выполняйте проверки настроения гостей во время пребывания. Показывая подлинную заботу и прилагая дополнительные усилия, чтобы изменить мнение расстроенных гостей, вы не только предотвратите появление негативных отзывов, вы можете даже генерировать положительные. При правильном обращении, расстроенные гости могут стать вашими величайшими сторонниками. Поставьте перед собой цель изменить историю «У нас была проблема» на «Персонал проделал потрясающую работу для решения нашей проблемы, и мы обязательно вернемся сюда».

Рекомендуемая литература

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.

2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.

3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.

4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Лекция №11

Тема: «Профессиональная этика работника индустрии гостеприимства»

Существуют определенные нормы поведения в средствах размещения:

- стоять нужно прямо, но не напряженно;
- походка человека с прямой осанкой, гибкими и размеренными движениями является красивой и здоровой. Руки движутся в ритме с шагами. Ступни при ходьбе почти параллельны, пальцы немного развернуты наружу;

- при поклоне корпус должен оставаться прямым, руки опущены по бокам и пятки соединены. Легкий поклон представляет собой плавный наклон головы. Глубокий поклон также начинается с опускания головы и затем переходит в поклон верхней части тела. Кланяться принято медленно, плавно и спокойно;

- на стуле нужно сидеть прямо и свободно, не горбясь и не облакачиваясь. Не следует раскачиваться на стуле, сидеть на краешке либо верхом. Сидеть нужно, держа колени вместе, ступни по возможности – одна возле другой;

- считается некрасивым подпирать щеку рукой или класть голову на руки;

- незанятые руки нужно держать спокойно, некрасиво выглядит привычка теревить что – либо, стучать пальцами по столу или стулу;

- пальцы необходимо всегда по возможности держать вместе. Отставленный мизинец выглядит манерно;

- кашлять, чихать и сморкаться следует бесшумно и незаметно и непременно пользоваться носовым платком;

- нельзя смеяться с широко открытым ртом.

Работникам гостиниц необходимо соблюдать принцип – сидеть в холлах, вестибюлях, коридорах, местах отдыха, проживающих не положено. Важно понимать – для этого персонал имеет служебные комнаты.

Гость с первого шага при входе в гостиницу и до самого отъезда из нее должен чувствовать уважение к себе.

Из общих правил для персонала можно выделить самые важные:

1. Работник отеля должен быть всегда готов оказать клиенту услугу;

2. Работник должен демонстрировать позитивное отношение к клиенту: показывать уважение, вежливо вести беседу, дружелюбным тоном, не повышая голоса, не выказывая своего недовольства, сохранять выдержку со вздорными, агрессивными, пьяными клиентами, демонстрировать клиенту, что сотрудник озабочен его проблемой;

3. Работник отеля должен улыбаться клиенту, поддерживать позитивный контакт глазами;

4. Нужно уметь тактично информировать клиента и сообщать ему даже неприятные новости, например, о том, что клиент должен заплатить некоторую сумму;

5. Ни один работник отеля не имеет права спорить с гостем, даже по пустякам;

6. Проблемы клиента нужно решать быстро и безотлагательно. Работник гостиницы должен сделать все возможное чтобы успокоить гостя;

7. Каждый работник должен демонстрировать уверенность и компетентность и соответствовать ожиданиям клиента;

8. Следует практиковать обслуживание типа «на расстоянии трех шагов»;

9. Работники гостиницы должны нести ответственность за максимальный уровень чистоты.

Эффективность функционирования любой гостиницы тесно связана с обучением предоставлению гостиничных услуг. К примеру, с целью совершенствования работы персонала в гостинице «Виктория» (г. Минск), предлагается разработка и внедрение системы тренингов для повышения культуры общения и качества работы сотрудников различных служб, а также обучающие тренинги, семинары, инструктажи, практические ситуации, которые позволят повысить качество и профессионализм работы.

Огромное значение при приеме клиентов в гостиницу имеет соблюдение определенного стиля обслуживания, то есть совокупности определенных правил и норм поведения персонала при обслуживании гостей гостиницы.

Гостиница является предприятием, деятельность которого направлена на обслуживание отечественных и иностранных гостей. Поэтому неукоснительным правилом для персонала является уважительное отношение к любым культурным традициям и образу мышления, а также готовность к общению без предрассудков со всеми. Гордость любой гостиницы – это персонал, который может говорить на разных языках и производить хорошее впечатление на гостей уровнем своих знаний и гибкостью общения.

Стиль обслуживания обязывает персонал отеля следующие действия:

– Работники, постоянно обслуживающие гостей, особенно из категории постоянных клиентов, должны быть в курсе их привычек и особых пожеланий, предвосхищать и быстро выполнять просьбы.

– Гостям необходимо доносить все сведения о наличии услуг и исполнять просьбы до удовлетворения клиентов.

– Персонал в любую минуту должен быть готов к оказанию помощи гостей и выполнению их просьб. Все требования должны быть рассмотрены сразу же, и выполнены до момента прощания с гостями.

– Как бы ни был занят работник гостиницы, он обязан переключать все внимание на гостя при его появлении. Гость должен знать, что он замечен, и его просьба в ближайшие минуты будет выполнена.

– Улыбка для каждого посетителя и зрительный контакт с гостями, находящимися в радиусе 8 метров от работника гостиницы – первое проявление вежливости.

– Сотрудник отеля должен первым начать разговор с гостем при приближении его до 2 метров. Вежливый и ровный тон беседы, культура речи, умение выслушивать не перебивая – вот критерии вежливости.

Рекомендуемая литература

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.

2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.

3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.

4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Лекция №12

Тема: «Техническая эстетика и дизайн предприятий гостеприимства»

Эстетическую культуру гостиничного сервиса (гостинично-туристического комплекса) составляют:

- техническая эстетика и дизайн;
- эстетика оформления внешнего вида, интерьера и мест обслуживающего персонала;
- эстетика внешнего вида работника.

Союзники («мелочи») эстетической культуры гостиничного сервиса:

- цвет, звук, свет;
- красота и целесообразность распределения рабочих зон;
- правильность выбора форм и деталей интерьера.

Они используются с применением знаний по эргономике, инженерной психологии, технологии производства, экономике, социологии, искусствознанию и др.

Техническая эстетика гостиничного сервиса (производственной среды предприятия) создана:

- а) по законам красоты и дизайна;
- б) по законам рационального использования территории;
- в) по законам эффективного воздействия на гостя.

Техническая эстетика – наука, занимающаяся изучением технических и эстетических проблем создания гармоничной предметной среды, в том числе в гостинице. Она возникла как результат взаимодействия таких наук, как эстетика, эргономика, инженерная психология, технология производства, экономика, социология, искусствознание и др. Техническая эстетика составляет основу дизайна.

Отели должны быть возведены по законам красоты и стать украшением города, что обязывает дизайнера искать выразительный образ здания отеля. При его возведении по типовому проекту дизайнер должен заниматься проектированием оригинальных деталей внутренней отделки с учетом региональных особенностей и национальных традиций.

Большое внимание следует уделять и такому средству эстетического оформления, как озеленение и благоустройство территории около здания ресторана.

Еще один элемент технической эстетики – это реклама. К рекламе гостиничного бизнеса предъявляют следующие основные эстетические требования: выразительность, броскость, оригинальность:

1. Выразительность рекламы состоит в достоверном и впечатляющем создании образа блюда с целью вызова желания его попробовать;
2. Броскость рекламы помогает привлечь внимание потребителя к вкусовым качествам блюд, чтобы стимулировать принятие им решения о приобретении данного блюда;

3. Оригинальность рекламы позволяет представить рекламируемое блюдо под неожиданным углом зрения, в необычном ракурсе для привлечения внимания клиента.

Самая распространенная реклама в гостиничном бизнесе – реклама в поисковых системах. С течением времени она становится все более актуальной. Во-первых, такая реклама дешевле традиционной наружной рекламы, во-вторых, на порядок эффективнее.

Отличительные черты рекламы в гостиничном бизнесе определяются спецификой рекламы и особенностями гостиничной индустрии.

Эстетика рекламы (печатной, кино, радио и др., а именно: листовок, буклетов, справочников, объявлений, лаконичных текстов на витринах, стендах и т.п.) подчинена правилам: - выразительности; - броскости; - оригинальности; - динамичности; - насыщенности; - свежести.

Эстетика рабочего места работника гостиницы (стойка приема и размещения, стойка администратора, портье, ресепшн) это неотъемлемый фактор в целостной эстетике гостиничного предприятия. Эстетическое оформление рабочего места должно вызывать положительные эмоции у работников ресторана, повышать интерес к обслуживающей деятельности. Тем самым уменьшается утомляемость и повышается производительность их труда.

В качестве примера приведем дизайн гостиницы «Green City Hotel» г. Минск.

В 2015 году в Каменной горке открылся один из крупнейших торгово-развлекательных центров Минска. С первых дней строительства объект позиционировался как зеленый оазис в большом городе. Кроме того, проект был разработан для поддержания недостаточного озеленения Каменной Горки. Главным декоративным элементом в зеленой тематике стали выющиеся лианы на остекленной высотной 22-этажной части. На первом этаже высотного бизнес-центра гостей встречают ресепшн, зона отдыха и ресторан. Повсюду прослеживается экостиль – деревянные элементы и живые растения в вазонах. Green City Hotel, занимает со 2-го по 4-й этажи. 58 стильных и просторных номеров категорий Single, Twin, Double, Studio, Studio Comfort и Suite в том числе номер для маломобильных граждан. Стоимость номеров приемлемая – от €50 до €142. Зеленая тематика отражена и в коридорах гостиницы – на стенах изображены ветви деревьев. Все номера выполнены в «природной» цветовой гамме и выполнены в едином европейском стиле. Мебель изготовлена под заказ литовскими производителями. На всей территории гостиницы, а также ресторана и лобби работает бесплатный Wi-Fi. Из панорамных окон комфортабельных номеров открывается вид на оживленный город. Приветливый и профессионально обученный персонал готов предоставить информацию об услугах, оказываемых в гостинице.

Рекомендуемая литература

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Лекция №13

Тема: «Эстетика внешнего облика работника индустрии гостеприимства»

Внешний вид работника сферы индустрии гостеприимства важная составляющая сервиса, предоставляемого это важная составляющая сервиса, предоставляемого гостям, а также знак уважения к коллегам. Приятный, аккуратный вид сотрудника вызывает доверие, и предрасположенность к общению.

Персонал в униформе воздействует на восприятие гостем отеля. От благоприятного восприятия персонала гостем зависит, воспользуется ли гость ещё раз услугами гостиницы, и станет ли его постоянным клиентом.

Униформа – вещь обязательная и необходимая для всех сотрудников гостиницы. Униформа сотрудников устанавливается руководством гостиницы, и не может быть изменена без соответствующих разрешений руководства гостиницы.

В форменной одежде гостиницы должны ходить не только сотрудники контактной зоны- портье, швейцары, менеджеры и администраторы, но и сотрудники хозяйственной и ремонтной служб. Также в форменной одежде могут быть и сотрудники ресторанной зоны. Во время рабочей смены каждый сотрудник должен быть одет в полный комплект форменной одежды.

Набор униформы может быть разнообразным: это может быть костюм тройка, состоящий из брюк, рубашки, пиджака и жилетки. Это может быть деловой костюм в разных сочетаниях: например, юбка и блузка; жакет и юбка; блузка и брюки; брюки, блузка и жилет; жакет и брюки; юбка, блузка и жилет и т.д. В последнее время на смену деловому костюму часто приходят элегантные платья. Основная деталь, отличающая администраторов – аксессуары, выполненные в фирменной цветовой гамме – платочки, галстуки, косынки.

Самый важный атрибут униформы значок name tab- на нем должны быть написаны фамилия, имя и должность сотрудника. Его носят на левой стороне пиджака или рубашки.

Каждая гостиница разрабатывает свои аксессуары для сотрудников: ремни, галстуки, платочки, заколки, наручные часы, и многое другое и все это обладает фирменным знаком гостиницы.

Форменная обувь должна быть в хорошем состоянии, не стоптанной и хорошо начищенной. Женщинам обязательно ношение закрытых туфель с каблуком не выше пяти сантиметров. Обувь должна быть классического фасона, спортивная обувь запрещается.

Работники, контактирующие с гостями, должны носить черную закрытую обувь без украшений, каблук женской обуви не должен превышать 5 см.

Ювелирные украшения должны быть сведены к минимуму. Они должны быть небольшого размера и неброскими.

Макияж женщин должен быть неярким. Ногти – чистыми, короткими, с маникюром.

Для всех категорий женского персонала по общепринятым правилам рекомендуются модели платьев, блузок с небольшим шейным вырезом. Декольтированные модели недопустимы. Платья и юбки должны быть не короче верхнего уровня коленной чашечки, что обусловлено характером работы. Также форма подразумевает у женщин чулки нейтрального или черного цвета, у мужчин – носки черного цвета.

Существует еще масса правил, которых нужно придерживаться персоналу гостиницы, общаясь с гостем, и ряд обязательных и рекомендуемых требований, поскольку внешний вид персонала создает для гостя первое впечатление о гостинице.

Поэтому все сотрудники гостиницы должны позаботиться о том, чтобы выглядеть нарядными и ухоженными, опрятными. Если у девушки волосы длиннее плеч, они не должны падать на лицо, их нужно закреплять лентой или заколкой.

Лица мужчин должны быть чисто выбриты, усы и бороды – ухожены и подстрижены.

В обязательном порядке предусматривается пользование дезодорантами и антиперспирантами, а при работах, связанных с физическими нагрузками, принятие душа. Средства личной гигиены должны применяться в меру и не раздражать. Дыхание сотрудников должно быть всегда свежим и не раздражающим.

Внешний вид персонала, его манеры и умение со вкусом одеваться, делать прически, правильно ходить или сидеть, вести беседу или слушать – все это вместе взятое имеет социальный, общественный характер и, в конечном счете, отражает его внутренний мир, уровень культуры, эстетические взгляды и вкусы. Внешний вид персонала далеко не личное дело. Он должен отвечать нормам и правилам, установленным в гостиницах, в соответствии с международными стандартами обслуживания.

Рекомендуемая литература

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Нормативные правовые акты

1. Национальная система подтверждения соответствия Республики Беларусь. Порядок сертификации услуг гостиниц : ТКП 5.3.02-2007 (03220) (Взамен ТКП 5.3.02-2004 (04100)) : введ. 28.01.2008. – Минск : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2004. – 38 с.
2. Нормативы численности руководителей, специалистов, служащих, рабочих гостиничного хозяйства и работников общественного питания [Электронный ресурс] : письмо М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 24 сент. 2004 г., № 12 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
3. О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 2 июня 2006 г., № 371 : в ред. от 11.06.2012 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
4. О туризме [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 25 нояб. 1999 г., № 326-З : принят Палатой представителей 10 нояб. 1999 г. : одобр. Советом Респ. 18 нояб. 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 18.07.2016 г., № 410-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
5. Об утверждении правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 07 апр. 2006 г., № 471 : с изм. и доп. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 53. – 5/22163.
6. Об утверждении Правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 7 апр. 2006 г., № 471 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
7. Об утверждении Правил проживания в гостиницах Республики Беларусь [Электронный ресурс] : постановление М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 17 мая 2006 г., № 23 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
8. Перечень продукции, услуг, персонала и иных объектов оценки соответствия, подлежащих обязательному подтверждению соответствия в Республике Беларусь : утв. постановлением Комитета по стандартизации, метрологии и сертификации при Совете Министров Респ. Беларусь, 30.07.2004 г., № 35. – Минск : БелГИИС, 2004. – 65 с.
9. Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц : ГОСТ 28681.4-9 : введ. 01.07.2001. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 2000. – 18 с.
10. Услуги населению. Термины и определения : ГОСТ 30335-95 : введ. 01.03.1999. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 1999. – 8 с.

Лекция №14

Тема: «Эстетика развлекательных программ»

Развлекательные программы сегодня – это обязательный атрибут любой хорошей гостиницы.

Они с самого первого дня вовлекают гостей в жизнь гостиницы. Эти программы различны, так, уже с утра у всех есть возможность размяться под зажигательную музыку и разучить тропические танцы, днём – научиться стрельбе из лука, а после обеда расслабиться и заняться йогой. Вечером родители могут прогуляться или посидеть в баре, ведь их дети находятся под присмотром у аниматоров мини-клуба, которые устраивают детскую дискотеку и конкурсы для самых маленьких. Вечернюю шоу-программу организует анимационная команда. Это может быть постановка, мюзикл, лотерея или конкурс (например, «Мисс отель»).

Таким образом развлечения для туристов занимают почти всё свободное время. Внимательное отношение, умение найти общий язык, жизнерадостность и активность – вот качества, присущие работникам подобных программ.

Это своеобразная услуга, целью которой является повышение качества обслуживания, вовлечение туристов в разнообразные досуговые мероприятия отеля. Благодаря этому туристы получают положительные эмоции и стремятся вновь и вновь посетить именно это тур. предприятие. Поэтому можно сказать, что развлекательные программы – форма рекламы, повторного привлечения гостей в один и тот же курорт и тот же отель.

Развлечения, досуг и спорт играют важную роль в общей инфраструктуре индустрии гостеприимства и решает разнообразные задачи (прежде всего, воспитание, формирование оптимистического настроения, образование, отдых, развитие культуры людей). Заполняя развлечениями и спортом свой досуг, человек отдыхает и восстанавливает силы. К предприятиям и организациям развлечений относят цирки, зоопарки, аттракционы, игротеки, парки отдыха, а также разнообразные зрелищные предприятия – театры, кинотеатры, концертные залы, филармонии и многое другое.

Предприятия индустрии развлечения и спорта выступают как самостоятельные и обособленные звенья, привлекая значительные материальные, финансовые и трудовые ресурсы, что реализуется с помощью программ развлечений.

Гостиничные предприятия устанавливают хозяйственные связи и деловые контакты с предприятиями, предоставляющими услуги развлечения, досуга, отдыха и спорта. В гостиницах формируются службы, организующие досуг и отдых гостей, кроме того, многие гостиничные предприятия имеют собственную спортивную базу (бассейны, площадки для тенниса, гольфа, водные аттракционы и другое), а также киноконцертные залы, дискотеки, различные клубы, игровые заведения. Это побуждает туристов приезжать на

прежнее место отдыха во 2-й и 3-й раз, что обеспечивает постоянное развитие и постоянную прибыль.

Развлечения – своеобразная услуга, цель которой - повышение качества обслуживания (не только в гостиницах, но и в ресторанах), а также это своеобразная форма рекламы, повторного привлечения гостей, тоже преследующая цель - продвижение турпродукта на рынке для повышения доходности турбизнеса, это одно из эффективных средств привлечения гостей в отель; влияет на позитивную оценку работы отеля в целом (5).

Это дополнительные услуги клиенту, пробуждающие в нем положительные эмоции. Такая программа – это туристическая услуга, при оказании которой турист вовлекается в активное действие. Основано на личном контакте аниматора с туристами, на их совместном участии в развлечениях, предлагаемых анимационной программой. Эта услуга осуществляется в тур. комплексе, отеле, круизном теплоходе, она вовлекает туристов в разнообразные мероприятия. Туристическая анимация - важнейшая часть деятельности тур. предприятия, выражение высокой степени ее профессионализма, важная составная часть тур. продукта.

Программа направлена на удовлетворение специфических потребностей в движении, культуре, творчестве, общении, развлечении. Программы, связанные с движением – удовлетворяет потребность человека в активном перемещении, связанным с удовольствием и приятными переживаниями. Эстетичность программ – придает ощущению нового, неизвестного, неожиданного при общении, открытиях, а также при преодолении трудностей;

Это также удовлетворяет потребность молодежи в духовном развитии личности через приобщение к культурно-историческим памятникам и современным образцам культуры страны, региона, народа, нации;

Развлекательные программы повышают качество, разнообразия и привлекательность тур. продукта, увеличивает количество постоянных клиентов и спроса на продукт, эффективно использует материальную базу

Развлекаясь, человек или группа людей удовлетворяет свои духовные потребности, оценивает собственную личность, анализирует свою роль в масштабах различных подсистем. Процессы развлечения осуществляются как в естественной, так и в искусственно созданной обстановке.

Подготовка и разработка развлекательных программ - особая деятельность отрасли. Они включают спортивные игры и состязания, танцевальные вечера, карнавалы, игры, занятия, входящие в сферу духовных интересов и т.д.

Программа отдыха - это объединенный общей целью или замыслом план проведения туристских, физкультурно-оздоровительных, культурно-массовых, познавательных и любительских занятий.

Функции данных программ – это также организация и руководство культурными, оздоровительными и спортивными мероприятиями, их дальнейшее распространение среди туристов, гостей и постояльцев отеля.

В период формирования развлекательной программы ее организаторам следует ответить на вопросы:

А) Для кого делается программа, где определяется:

– возраст и пол будущих участников (если это семейный отель, какой его контингент, будут ли воспринимать нашу программу дети, люди старшего поколения и т.д.);

– социальное положение и профессиональная занятость (является ли наш отель закрытым клубом для аристократов и избранной части бизнесменов или это молодежный лагерь для студентов)

– национальность (особенности культур и традиций);

– стиль жизни в отеле людей (классический, экстремальный, «домострой», и т.д.);

– состояние здоровья (особенно это важно в разработке спортивно-оздоровительной программы);

Б) Что заложено в основу программы (главная идея и цели ее достижения);

В) Как построить подобное событие.

На каждый день недели (по часам) составляется точное расписание мероприятий, и на каждого члена команды возлагаются определенные обязанности по их проведению.

Из этого следует, что общая программа готовится таким образом, чтобы развлекательные и спортивные элементы были разнообразны по своей форме, интересны туристам и чтобы в проводимых мероприятиях было задействовано как можно больше участников.

Вечерние шоу должны повторяться не чаще, чем один раз в две недели, из расчета обычно двухнедельного пребывания гостей в отеле. Сценарий, музыка, свет, хореография, костюмы – все четко продумывается и организуется.

Во время обеда и перед ужином аниматоры встречают гостей у входа в ресторан, желают приятного аппетита, знакомятся с новоприбывшими гостями, общаются с теми, с кем сегодня играли, подсаживаются за столики, и стараясь не допускать паузы в разговоре, развлекают гостей и приглашают принять участие в играх и развлекательных шоу после обеда.

Все аниматоры, не занятые в спектакле, принимают участие в подготовке вечерних шоу и развлекательных программ: готовят декорации, костюмы, другой реквизит, гримируют актеров, помогают им одеться и т.д.

В зарубежной практике принято выделять услуги отдыха и развлечений в отдельную группу, входящую в потребительские услуги. Существует 3 группы досуговых услуг:

Первая группа: театры и студии, кинотеатры всех видов и рангов, музыкальное обслуживание и оркестры, танцевальные залы, музыкальные автоматы в местах общественного пользования, - все это, как дополнительные услуги.

Вторая группа: активный отдых – плавательный бассейн, роликовые и ледяные карты, школы верховой езды, клубы для гольфа, бейсбольные и

футбольные клубы, парки отдыха, прокатные станции лодок, пляжи, стадионы, легкоатлетические манежи, и т.д.

Третья группа – всякого рода азартные игры.

Таким образом, существуют виды развлекательных программ, подходящих разным категориям туристов. Это позволяет уделить внимание всем отдыхающим, независимо от возраста, пола, национальности и интересам.

Рекомендуемая литература

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Лекция №15
Тема: «Служба бронирования»

В гостинице процесс обслуживания гостей начинается именно с бронирования, под которым понимается предварительный заказ мест и номеров. Функции бронирования осуществляют либо менеджеры отдела бронирования гостиницы, либо непосредственно служба приема и размещения гостей. Как правило, турист или бизнесмен, нежелающий сталкиваться с трудностями найма временного жилья, обязательно свяжется с такой службой и подаст заявку на бронирование места или номера.

Программный модуль, созданный для выполнения функции бронирования гостиничных мест, работает в режиме «подтверждение / отказ» с привязкой ко времени в рамках общей системы бронирования гостиничной цепи или автономной работы.

К функциям службы бронирования относятся:

1. Прием заявок и их обработка.
2. Составление необходимой документации: графиков заезда на каждый день (неделю, месяц, квартал, год), карты движения номерного фонда.

Прием заявок осуществляется по телефону, факсу, телексу, по почте (письмо или телеграмма), с помощью компьютерных систем бронирования. Каждая заявка должна содержать следующую информацию:

- дату и время заезда;
- примерную дату и время отъезда;
- количество гостей;
- категорию номера (люкс, апартамент, экономический класс, бизнес-класс);
- услуги в номере (наличие ванны, душа, телевизора, холодильника, сейфа, мини-бара и т. д.);
- услуги питания (только завтрак, полупансион, полный пансион);
- цену (при указании цены следует точно определить, за что платит гость);
- фамилию и инициалы того, кто будет оплачивать счет (или название фирмы);
- вид оплаты (наличный, безналичный, с использованием кредитной карточки);
- особые пожелания (заранее забронировать стол в ресторане, трансфер, возможность иметь в номере животное и т. д.).

После соответствующей обработки заявки сотрудником службы бронирования гостю направляется подтверждение или отказ.

В своей деятельности гостиничные предприятия очень часто прибегают к гарантированному подтверждению заявок. Это означает, что они подтверждают бронирование только после получения от клиента соответствующих гарантий оплаты на случай, если клиент прибудет с опозданием или вообще не прибудет. Такими гарантиями, прежде всего,

являются предоплата в размере 50 % или 100 % стоимости суточного размещения или размещения в течение всего срока, а также информация о номере кредитной карточки клиента.

Мнение некоторых менеджеров сводится к тому, что лучше оставить номера незанятыми, чем потом не выполнить заказ. Как правило, эти менеджеры ограничивают бронирование только наличием свободных мест. Однако они часто оказываются в ситуации, когда номера остаются незанятыми. Факты свидетельствуют, что около 20 % гостей, сделавших негарантируемое бронирование, и около 5 %, сделавших гарантируемый заказ, не воспользуются своей бронью.

Широкое развитие гостиничных цепей с их сетью собственных и франчайзингов членов породило новую систему централизованного бронирования, в результате которой 60–70 % номерного фонда находится под контролем централизованной системы бронирования компаний. Остающееся число может бронироваться непосредственно гостиницей. Такая система предоставляет большие преимущества гостиницам, так как в значительной степени уменьшаются их усилия по привлечению клиентов.

Рекомендуемая литература

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Нормативные правовые акты

1. Национальная система подтверждения соответствия Республики Беларусь. Порядок сертификации услуг гостиниц : ТКП 5.3.02-2007 (03220) (Взамен ТКП 5.3.02-2004 (04100)) : введ. 28.01.2008. – Минск : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2004. – 38 с.
2. Нормативы численности руководителей, специалистов, служащих, рабочих гостиничного хозяйства и работников общественного питания [Электронный ресурс] : письмо М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 24 сент. 2004 г., № 12 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
3. О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 2 июня 2006 г., № 371 : в ред. от 11.06.2012 г. // КонсультантПлюс.

Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

4. О туризме [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 25 нояб. 1999 г., № 326-З : принят Палатой представителей 10 нояб. 1999 г. : одобр. Советом Респ. 18 нояб. 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 18.07.2016 г., № 410-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

5. Об утверждении правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 07 апр. 2006 г., № 471 : с изм. и доп. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 53. – 5/22163.

6. Об утверждении Правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 7 апр. 2006 г., № 471 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

7. Об утверждении Правил проживания в гостиницах Республики Беларусь [Электронный ресурс] : постановление М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 17 мая 2006 г., № 23 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

8. Перечень продукции, услуг, персонала и иных объектов оценки соответствия, подлежащих обязательному подтверждению соответствия в Республике Беларусь : утв. постановлением Комитета по стандартизации, метрологии и сертификации при Совете Министров Респ. Беларусь, 30.07.2004 г., № 35. – Минск : БелГИИС, 2004. – 65 с.

9. Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц : ГОСТ 28681.4-9 : введ. 01.07.2001. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 2000. – 18 с.

10. Услуги населению. Термины и определения : ГОСТ 30335-95 : введ. 01.03.1999. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 1999. – 8 с.

Лекция №16

Тема: «Служба приема и размещения»

Службу приема часто называют «сердцем» или «нервным центром» отеля. С этой службой гость контактирует больше всего, сюда же он обращается за информацией и услугами во время своего пребывания в гостинице.

К важнейшим функциям службы приема относятся приветствие гостя и выполнение необходимых формальностей при его размещении. Сотрудник службы приема (портъе) является после швейцара, стоящего у входа, практически первым сотрудником гостиницы, с которым контактирует гость.

Менеджер службы приема должен обладать всей возможной информацией о гостинице, уметь четко планировать всю работу, осуществлять постоянный контроль за работой своего отдела. Все вопросы, проблемы и недоразумения гостей должны разрешаться также с его помощью.

Данная служба обеспечивает прием клиентов, прибывающих в гостиницу, регистрацию и размещение их по номерам. От того, как примут гостя, как его поприветствуют, как быстро будут выполнены необходимые формальности (проверка бронирования, заполнение анкеты, предоплата), во многом зависит первое, часто самое сильное впечатление от гостиницы в целом. В связи с этим к службе приема предъявляются следующие требования:

- служба приема должна быть расположена в непосредственной близости от входа в гостиницу. В случае большой площади гостиничного вестибюля динамичный характер интерьера должен сориентировать гостя в направлении расположения стойки службы приема (стойки портъе);
- стойка портъе должна быть чистой, на ней не должно быть беспорядочно разбросанных бумаг и ненужных предметов;
- сотрудники службы приема должны иметь безупречный внешний вид и вести себя соответствующим образом. С гостями необходимо разговаривать только стоя. Нельзя заставлять гостей ждать. Портъе должен осознавать, что для него нет более важной работы, чем прием гостей.

К функциям службы приема и размещения также относятся:

- распределение номеров и учет свободных мест в гостинице, выписка счетов и производство расчетов с клиентами. До прибытия гостя служба приема получает из службы бронирования обработанные заявки, в соответствии с которыми составляет карту движения номерного фонда, помогающую вести учет свободных мест в гостинице. В большинстве крупных гостиниц эта операция производится автоматически с использованием специальной компьютерной программы;
- выдача ключей от номеров. В службе приема также расположен щит для ключей от номеров. Как правило, он снабжается специальными

ячейками для корреспонденции, телефонограмм и другой письменной информации, адресованной гостям. Сразу после размещения расчетная часть открывает счет на имя гостя. Обычно гость пользуется услугами различных служб гостиницы, предъявляя визитную карточку или называя номер комнаты. Эти службы дают сведения о расходах гостя в расчетную часть, которая включает их в общий счет. В конце пребывания гостя расчетная часть рассчитывается с ним и информирует об этом все гостиничные службы;

– ведение картотеки гостей. На каждого гостя после его пребывания в гостинице заполняется специальная карточка, в которой содержится информация, предоставленная всеми службами гостиницы, имевшими с гостем контакт. При повторном приезде гостя, благодаря этой информации, персонал сможет значительно повысить качество обслуживания, во многом удовлетворить предпочтения и пожелания гостя. Подобная работа позволяет приобретать постоянных клиентов и является дополнительной рекламой гостиницы. На современных гостиничных предприятиях для этих целей создается банк данных о клиентах с помощью компьютерной программы.

Рекомендуемая литература

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Нормативные правовые акты

1. Национальная система подтверждения соответствия Республики Беларусь. Порядок сертификации услуг гостиниц : ТКП 5.3.02-2007 (03220) (Взамен ТКП 5.3.02-2004 (04100)) : введ. 28.01.2008. – Минск : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2004. – 38 с.
2. Нормативы численности руководителей, специалистов, служащих, рабочих гостиничного хозяйства и работников общественного питания [Электронный ресурс] : письмо М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 24 сент. 2004 г., № 12 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
3. О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ.

Беларусь, 2 июня 2006 г., № 371 : в ред. от 11.06.2012 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

4. О туризме [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 25 нояб. 1999 г., № 326-З : принят Палатой представителей 10 нояб. 1999 г. : одобр. Советом Респ. 18 нояб. 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 18.07.2016 г., № 410-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

5. Об утверждении правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 07 апр. 2006 г., № 471 : с изм. и доп. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 53. – 5/22163.

6. Об утверждении Правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 7 апр. 2006 г., № 471 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

7. Об утверждении Правил проживания в гостиницах Республики Беларусь [Электронный ресурс] : постановление М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 17 мая 2006 г., № 23 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

8. Перечень продукции, услуг, персонала и иных объектов оценки соответствия, подлежащих обязательному подтверждению соответствия в Республике Беларусь : утв. постановлением Комитета по стандартизации, метрологии и сертификации при Совете Министров Респ. Беларусь, 30.07.2004 г., № 35. – Минск : БелГИИС, 2004. – 65 с.

9. Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц : ГОСТ 28681.4-9 : введ. 01.07.2001. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 2000. – 18 с.

10. Услуги населению. Термины и определения : ГОСТ 30335-95 : введ. 01.03.1999. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 1999. – 8 с.

Лекция №17

Тема: «Служба эксплуатации номерного фонда»

Служба эксплуатации номерного фонда – самое крупное по численности персонала подразделение гостиницы. В нем работают до 50 % всех служащих отеля. Службу эксплуатации номеров возглавляет менеджер, ему подчиняются горничные, дежурные по этажу, супервайзеры и другие категории работников. Важнейшей функцией службы является поддержание необходимого уровня комфорта и санитарно-гигиенического состояния гостиничных номеров, а также общественных помещений.

Основной задачей горничных является уборка номеров, независимо от того заняты они или нет. В обязанности горничной входит также проверка сохранности оборудования номера. В зависимости от типа гостиницы каждая горничная убирает и приводит в порядок от 16 до 20 номеров.

В некоторых гостиницах имеется должность супервайзера, который осуществляет контроль за работой смены горничных, для того чтобы быть полностью уверенным, что помещения убраны в соответствии со стандартами.

Кроме того, в структуру данной службы могут также входить прачечная, химчистка, глажка белья и другие службы, обеспечивающие номера гостиницы и гостей необходимыми для комфортного отдыха принадлежностями. Создание данных служб зависит от размера, категории гостиничного предприятия и некоторых других факторов.

Деятельность непосредственно руководителя данной службы в работе различных категорий и типов гостиничных предприятий различается. Например, роль менеджера в корпоративных и независимых отелях может несколько отличаться, например, при закупке мебели и оборудования. Большой независимый отель всецело полагается на опыт и знания менеджера, в то время как в гостиничной сети этим занимается корпоративный агент по закупкам.

Менеджер ответственен за ведение значительного количества документации. Он не только составляет график работ и оценивает труд служащих отдела, но также отвечает за сохранность и надлежащий вид мебели в гостевых комнатах, залах и холлах, снабжение горничных запасами моющих и чистящих средств, учет и пополнение запасов постельного белья, снабжение номеров банными и санитарно-гигиеническими принадлежностями и т. п.

Рекомендуемая литература

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.

3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.

4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Нормативные правовые акты

1. Национальная система подтверждения соответствия Республики Беларусь. Порядок сертификации услуг гостиниц : ТКП 5.3.02-2007 (03220) (Взамен ТКП 5.3.02-2004 (04100)) : введ. 28.01.2008. – Минск : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2004. – 38 с.

2. Нормативы численности руководителей, специалистов, служащих, рабочих гостиничного хозяйства и работников общественного питания [Электронный ресурс] : письмо М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 24 сент. 2004 г., № 12 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

3. О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 2 июня 2006 г., № 371 : в ред. от 11.06.2012 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

4. О туризме [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 25 нояб. 1999 г., № 326-3 : принят Палатой представителей 10 нояб. 1999 г. : одобр. Советом Респ. 18 нояб. 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 18.07.2016 г., № 410-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

5. Об утверждении правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 07 апр. 2006 г., № 471 : с изм. и доп. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 53. – 5/22163.

6. Об утверждении Правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 7 апр. 2006 г., № 471 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

7. Об утверждении Правил проживания в гостиницах Республики Беларусь [Электронный ресурс] : постановление М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 17 мая 2006 г., № 23 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

8. Перечень продукции, услуг, персонала и иных объектов оценки соответствия, подлежащих обязательному подтверждению соответствия в Республике Беларусь : утв. постановлением Комитета по стандартизации, метрологии и сертификации при Совете Министров Респ. Беларусь, 30.07.2004 г., № 35. – Минск : БелГИИС, 2004. – 65 с.

9. Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц : ГОСТ 28681.4-9 : введ. 01.07.2001. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 2000. – 18 с.

10. Услуги населению. Термины и определения : ГОСТ 30335-95 : введ. 01.03.1999. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 1999. – 8 с.

Лекция №18

Тема: «Служба обслуживания (сервисная служба)»

С точки зрения гостей данная служба является важнейшей в гостинице, так как персонал именно этой службы работает с клиентами в постоянном контакте и выполняет все функции, связанные с их обслуживанием.

Службу возглавляет менеджер, которому подчинены швейцары, коридорные, подносчики багажа, лифтеры, консьержи, рассыльные, водители (обслуживают арендованные машины и паркуют автомобили гостей). В связи с важностью первого впечатления клиентов о гостинице на персонал данной службы возлагается особая ответственность.

Швейцары, как правило, стоят у входа в гостиницу и первыми встречают и приветствуют гостей, помогают им выйти из машины. Швейцары должны владеть информацией об услугах, оказываемых в гостинице, о гостиничных мероприятиях (конференциях, банкетах), месторасположении гостиницы и ее окрестностях. Коридорные сопровождают гостей в номера, а также доставляют туда багаж. Во время сопровождения им рекомендуется поддерживать с гостями разговор. При этом особенно важно дать информацию о предоставляемых гостиницей услугах, о наличии и режиме работы ресторана, кафе, бара, прачечной, химчистки, бассейна, спортзалов. В номере коридорный должен в некоторой степени помочь гостю разместиться, т. е. объяснить (и одновременно проверить исправность), что и как работает (освещение, радио- и телеприемники, кондиционер, телефон, мини-бар).

Консьержи оказывают гостям множество важных услуг. Их можно увидеть за специальным столиком в вестибюле гостиницы или непосредственно на этажах. К наиболее типичным услугам, оказываемым консьержами, относятся:

- приобретение и доставка билетов в театры;
- заказ столика в городских ресторанах;
- заказ и доставка железнодорожных, автобусных и авиабилетов, справки о работе международного, междугородного и внутреннего транспорта;
- резервирование мест в парикмахерской, косметическом салоне, запись на прием к врачу;
- информация о местных достопримечательностях, работе музеев, выставок, магазинов;
- помощь в экстренных случаях (например, вызов врача, юриста, нотариуса);
- выполнение личных поручений клиентов (осуществление покупок, оформление виз и т. д.).

Рекомендуемая литература

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Нормативные правовые акты

1. Национальная система подтверждения соответствия Республики Беларусь. Порядок сертификации услуг гостиниц : ТКП 5.3.02-2007 (03220) (Взамен ТКП 5.3.02-2004 (04100)) : введ. 28.01.2008. – Минск : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2004. – 38 с.
2. Нормативы численности руководителей, специалистов, служащих, рабочих гостиничного хозяйства и работников общественного питания [Электронный ресурс] : письмо М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 24 сент. 2004 г., № 12 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
3. О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 2 июня 2006 г., № 371 : в ред. от 11.06.2012 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
4. О туризме [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 25 нояб. 1999 г., № 326-3 : принят Палатой представителей 10 нояб. 1999 г. : одобр. Советом Респ. 18 нояб. 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 18.07.2016 г., № 410-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
5. Об утверждении правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 07 апр. 2006 г., № 471 : с изм. и доп. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 53. – 5/22163.
6. Об утверждении Правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 7 апр. 2006 г., № 471 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
7. Об утверждении Правил проживания в гостиницах Республики Беларусь [Электронный ресурс] : постановление М-ва жилищ.-коммун. хоз-

ва Респ. Беларусь, 17 мая 2006 г., № 23 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

8. Перечень продукции, услуг, персонала и иных объектов оценки соответствия, подлежащих обязательному подтверждению соответствия в Республике Беларусь : утв. постановлением Комитета по стандартизации, метрологии и сертификации при Совете Министров Респ. Беларусь, 30.07.2004 г., № 35. – Минск : БелГИИС, 2004. – 65 с.

9. Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц : ГОСТ 28681.4-9 : введ. 01.07.2001. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 2000. – 18 с.

10. Услуги населению. Термины и определения : ГОСТ 30335-95 : введ. 01.03.1999. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 1999. – 8 с.

Лекция №20
Тема: «Служба питания»

Служба питания обеспечивает обслуживание гостей предприятия в ресторанах, кафе или барах гостиницы, решает вопросы по организации и обслуживанию банкетов, презентаций и т. д.

Подразделения общественного питания включает в себя ресторан(ы), бары, кафе, службу банкетинга, а также пищеблок (кухню).

Руководитель службы составляет меню, обеспечивает доставку необходимых исходных продуктов, распределяет по участкам обслуживающий персонал, контролирует качество готовой продукции и обслуживания, соблюдая при этом разумный режим экономии.

Каждый отдел в службе имеет своего руководителя, включая менеджера по обслуживанию в номерах.

Ресторан как подразделение общественного питания обслуживает гостей согласно меню, которое является основой любой ресторанной концепции, независимо к какому типу данное предприятие питания относится. Большую роль при этом играет профессионализм метрдотелей и официантов, находящихся в непосредственном контакте с клиентами.

В структуру предприятия гостиничного хозяйства может входить несколько ресторанов, а может – ни одного. Для отелей, входящих в цепи, или отелей высоких категорий необходимо наличие минимум двух ресторанов, один из которых должен быть фирменным, при этом необходимо иметь собственные ночные клубы, бары, банкетные залы и т. д.

Ряд гостиничных предприятий рядом с рестораном предпочитают наличие в своей инфраструктуре кафе; иногда это является единственным местом, где оказывают услуги питания (в гостиницах класса 1*–2*).

Кафе – это заведение ресторанного хозяйства с широким ассортиментом блюд несложного приготовления, кондитерских изделий и напитков, в котором применяется самообслуживание или обслуживание официантом.

В предприятии гостиничного хозяйства может быть несколько разновидностей баров:

- *лобби-бар* – находится в вестибюле предприятия гостиничного хозяйства, с удобным местом для встреч;
- *ресторанный бар* – находится в зале ресторана, обычно представляет собой элемент интерьера;
- *бар при бассейне* – характерный для курортных отелей;
- *мини-бар* – маленькие бары с холодильниками в гостевых комнатах, в которых запасы напитков пополняются каждый день;
- *вспомогательный бар* – в крупных гостиничных предприятиях их может быть несколько, их размещают на этажах, и здесь хранятся напитки для обслуживания гостей на этажах.

Организация обслуживания в ресторанах (кафе) предприятий гостиничного хозяйства имеет следующие варианты:

- *OB, NA (only bed)* – без питания;

- питание по меню – есть выбор ограниченного числа блюд из меню;
- *a la carte* – меню, в котором каждое блюдо указано с ценой, и каждый, исходя из ваших финансовых возможностей и предпочтений, может сделать выбор;
- *BB (bed & breakfast)* – в стоимость проживания включен только завтрак (шведский стол); дополнительное питание происходит за отдельную плату в ресторанах и барах отеля;
- *HB (half board)* – полупансион – в стоимость проживания включен завтрак и ужин (шведский стол), бесплатный чай, кофе, вода (на завтрак);
- *HB+ (half board +, extended half board)* – расширенный полупансион – в стоимость проживания входит завтрак и ужин (шведский стол), кроме того безалкогольные и алкогольные напитки местного производства – весь день;
- *FB (full board)* – полный пансион – завтрак, обед, ужин (швед. стол);
- *FB+, EXTFB (full board +, extended half board)* – расширенный полный пансион – завтрак, обед и ужин (шведский стол), а также напитки (в ряде отелей пиво и вино) – во время приема пищи;
- *Mini all inclusive* – полный пансион с напитками местного производства не только во время еды, но и в ограниченном количестве (в течение всего дня);
- *ALL, AI (all inclusive)* – завтрак, обед и ужин (шведский стол); в течение дня постояльцам предлагаются напитки местного производства (безалкогольные и алкогольные) в неограниченном количестве; кроме того, в стоимость проживания входит дополнительное питание (легкие закуски, барбекю в барах отеля, а также второй завтрак, полдник, поздний ужин и т. п.);
- *HICAL (high class all inclusive)* – в стоимость проживания включено все, кроме покупок в магазинах, пользования телефоном, услуг врача и парикмахерской, а также некоторых водных видов спорта и т. п.;
- *UAL, UAI (ultra all inclusive)* – включены завтрак, поздний завтрак, обед, полдник и ужин (шведский стол); представлен широкий выбор сладостей, десертов, всевозможных закусок, а также широкий выбор напитков местного и импортного производства. Большинство отелей, работающих по системе *Ultra All Inclusive*, предлагают постояльцам дополнительное бесплатное питание в ресторанах с кухней разных народов мира. Кроме того, в стоимость проживания входит питание в течение дня, включая напитки импортного производства (в том числе спиртные).

Особое внимание в отелях уделяется завтракам. Различают следующие виды завтраков:

- континентальный: чай, кофе, какао, хлебобулочные изделия, мед, джем, масло;
- английский континентальный завтрак дополнен следующими блюдами: яйца, рыба, злаковые;

- шведский стол: широкий выбор блюд со свободным доступом, ассортимент зависит от категории предприятия гостиничного хозяйства;
- завтрак с шампанским: предлагается около 10–12 часов, включая чай, кофе, алкогольные напитки, холодные закуски, салаты, супы, десерты;
- кроме вышеуказанных видов завтраков, существуют другие виды, которые позволяют учесть предпочтения гостей.

Одной из важных требований к гостиницам делового значения, является обеспечение возможности банкетного обслуживания. Для этого необходимо наличие банкетного зала. Банкеты могут проводиться во время завтрака, обеда и ужина. Заказ на подготовку принимает руководитель (директор), метрдотель, а в ресторанах, где есть стол заказов, – дежурный администратор стола заказов.

Банкеты разделяют на две группы: с размещением и без размещения за столом. В первую группу входят пикет за столом, банкет-чай, во вторую – банкет- фуршет, банкет-десерт, коктейль.

При участии персонала в обслуживании их разделяют на банкеты с полным или частичным обслуживанием официантами. При полном обслуживании все блюда и напитки официанты подают гостям, при частичном – определенное их количество, главным образом, холодные блюда и напитки, заранее выставляют на столы, горячие блюда и напитки подают позже.

По ассортименту блюд и напитков банкеты делят на универсальные и специализированные. К универсальным относят банкет за столом с полным или частичным обслуживанием официантами; к специализированным – банкет-фуршет, банкет-буфет, банкет-коктейль, банкет-чай.

По желанию заказчика организуют один вид банкета или соединяют несколько, т. е. комбинированный или сложный.

Каждое гостиничное хозяйство высокого класса располагает персоналом, который обслуживает в номерах (*Room Service*). Этот вид обслуживания предусматривает подачу еды и напитков в номер. Основная часть загрузки *Room Service* приходится на завтрак (до 70 %). Гости могут осуществить заказ по телефону, непосредственно метрдотелю или старшему официанту через горничных. Обслуживание в номере отеля, как правило, осуществляется в течение достаточно длительного времени с 7.00 до 23.00. Меню блюд и ассортимент алкогольных напитков печатается на листах-вкладышах на двух или нескольких языках. Обычно меню блюд имеет универсальный характер и включает блюда местной и других кухонь.

Организация обслуживания в номере гостиницы требует от рабочих отеля специфической подготовки и состоит из следующих этапов:

- прием заказа на обслуживание;
- передача заказа на производство;
- организация работы по подготовке предметов сервировки для выполнения заказа, получение к потреблению продукции с производства;
- транспортировка предметов сервировки и заказанной продукции

в номера отеля;

- соблюдение официантом правил поведения, правил этикета около двери номера и в номере заказчика;
- выбор места, удобного для приема пищи;
- сервировка места для принятия пищи;
- соблюдение официантом правил подачи блюд с использованием разнообразных способов их подачи, учитывая желание заказчика;
- соблюдение официантом правил уборки посуды и расчета с потребителем в номере отеля.

В отдельных номерах отеля есть мини-бар. Примерная структура ассортимента в мини-баре может быть следующей: сладкие газированные напитки (емкостью 0,33– 0,5 л) – 30 %; минеральная газированная и негазированная вода (0,33 л) – по 8 % каждой; сок в ассортименте (0,2 л) – 8 %; шоколад в ассортименте (15–100 г) – 15 %.

Организовано питание в гостинице может быть двумя способами:

1. Структурное подразделение, обеспечивающее питание находится на территории гостиницы, организационный и технологический процесс питания, обслуживание клиентов осуществляется силами персонала.
2. Организация питания в гостинице осуществляется специализирующейся на оказании этих видов услуг фирмой.

Первый вариант организации питания требует от руководителя гостиницы выделения массы времени на решение организационных и технологических вопросов, связанных с обеспечением питания. Второй вариант перекладывает решение этих вопросов на профессионалов. Его преимущество над первым вариантом состоит в том, что фирма, осуществляющая питание, располагает необходимым кадровым потенциалом: высококвалифицированным персоналом; профессионально использует передовые технологии; обеспечивает высокое качество своих услуг; осуществляет оформление всей необходимой документации; поставку и обслуживание технологического оборудования.

Питание в гостиницах, будь то ресторан, бар или кафе, также бывает разного уровня. Класс определяется качеством предоставляемых услуг, а также уровнем и условиями обслуживания.

От уровня организации питания в гостиницах может зависеть выбор того или иного места проживания постояльцем, особенно, если клиент отличается крайне взыскательным вкусом.

Таким образом, существует следующая классификация:

- класс люкс;
- высший класс;
- первый класс.

Ресторанам класса люкс присуща изысканность интерьера, высочайший уровень комфорта, очень широкий спектр предоставляемых услуг.

Рекомендуемая литература ОСНОВНАЯ

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Нормативные правовые акты

1. Национальная система подтверждения соответствия Республики Беларусь. Порядок сертификации услуг гостиниц : ТКП 5.3.02-2007 (03220) (Взамен ТКП 5.3.02-2004 (04100)) : введ. 28.01.2008. – Минск : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2004. – 38 с.
2. Нормативы численности руководителей, специалистов, служащих, рабочих гостиничного хозяйства и работников общественного питания [Электронный ресурс] : письмо М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 24 сент. 2004 г., № 12 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
3. О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 2 июня 2006 г., № 371 : в ред. от 11.06.2012 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
4. О туризме [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 25 нояб. 1999 г., № 326-3 : принят Палатой представителей 10 нояб. 1999 г. : одобр. Советом Респ. 18 нояб. 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 18.07.2016 г., № 410-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
5. Об утверждении правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 07 апр. 2006 г., № 471 : с изм. и доп. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 53. – 5/22163.
6. Об утверждении Правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 7 апр. 2006 г., № 471 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

7. Об утверждении Правил проживания в гостиницах Республики Беларусь [Электронный ресурс] : постановление М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 17 мая 2006 г., № 23 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

8. Перечень продукции, услуг, персонала и иных объектов оценки соответствия, подлежащих обязательному подтверждению соответствия в Республике Беларусь : утв. постановлением Комитета по стандартизации, метрологии и сертификации при Совете Министров Респ. Беларусь, 30.07.2004 г., № 35. – Минск : БелГИИС, 2004. – 65 с.

9. Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц : ГОСТ 28681.4-9 : введ. 01.07.2001. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 2000. – 18 с.

10. Услуги населению. Термины и определения : ГОСТ 30335-95 : введ. 01.03.1999. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 1999. – 8 с.

Лекция №21

Тема: «Вспомогательные службы (служба дополнительных и сопутствующих услуг)»

Служба дополнительных и сопутствующих услуг в ряде случаев имеет собственное экскурсионное бюро, собственное автохозяйство (или арендованный транспорт), специальное бюро по обеспечению деловых, конгрессных и бизнес- туров, включающее в себя штат секретарей-референтов, гидов-переводчиков, а также оборудованные конференц-залы, кабинеты, оргтехнику и т. д.

В составе этой службы также находятся: парикмахерские, косметические салоны; прачечные; ателье, швейные и сапожные мастерские; мастерские бытовых услуг; службы ухода за детьми; службы медицинских услуг; химчистка; служба проката; другие службы.

Перечень и качество предоставления платных дополнительных услуг должны соответствовать требованиям присвоенной гостинице категории. Как правило, в гостиницах предоставляются следующие виды услуг:

- экскурсионное обслуживание и заказ услуг гидов-переводчиков;
- организация продажи билетов в театры, цирк, на концерты и т. д.;
- предоставление инфраструктуры развлечений (ночной клуб, казино, зал игровых автоматов, бильярдная);
- предоставление игровых площадок, стадионов, кортов;
- организация продажи билетов на все виды транспорта, вызов такси, прокат автомобилей;
- заказ мест в ресторанах города;
- покупка и заказ цветов;
- продажа сувениров, открыток и другой печатной продукции;
- ремонт обуви и одежды;
- стирка, химчистка и глажка одежды;
- предоставление сауны, тренажерного зала, бассейна, массажного кабинета, услуг парикмахерской, SPA-процедур;
- услуги буфетов, баров, кафе и ресторанов;
- аренда конференц-зала и зала для переговоров;
- услуги бизнес-центра;
- хранение багажа и ценностей в камере хранения и в сейфе администрации;
- прокат предметов культурно-бытового назначения, техники и спортивного инвентаря;
- дополнительная смена постельного белья, полотенец;
- продажа почтовых конвертов, телефонных карт и карт доступа в сеть Интернет по технологии *Wi-Fi*.

Стоит отметить, что при оказании услуг важным является не только количество оказанных этих услуг, но и их качество. Поэтому во многих гостиницах существуют специальные анкеты, которые дают заполнять гостям при выселении.

Заполненные анкеты обычно сдаются вместе с ключами на ресепшн (служба приема и размещения), а затем их изучают администрация гостиницы путем анализа недостатков, выявленных в работе отдельных служб, и принимает меры по их устранению.

Рекомендуемая литература

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Лекция №22

Тема: «Понятие культуры обслуживания в индустрии гостеприимства»

Культура обслуживания – важный элемент организационной культуры, направленный на обслуживание клиентов на основе определенных правил, процедур, практических навыков и умений. Культура обслуживания диктуется политикой предприятия, поддерживается системой поощрений персонала обслуживания и рядом других мероприятий.

Слово «культура» в переводе с латинского означает «обработка, возделывание, совершенствование, воспитание, образование». Культура характеризует как степень развития той или иной сферы жизнедеятельности человека, так и самого человека. Общепринято деление культуры на материальную и духовную. Поэтому культура включает в себя совокупность материальных и духовных благ и ценностей, а также способы деятельности человека по их созданию и использованию.

Культура обслуживания вырабатывается каждой гостиницей. В одной гостинице она может быть очень низкой, в другой же – достаточно высокой. Проявление высокой культуры обслуживания определяется через поведение персонала, который четко знает, как действовать в любой ситуации и что от него ожидают клиенты и руководство, а также тем, что высокая культура делает всех работников целеустремленными и заставляет с уважением относиться к своей гостинице.

Культура обслуживания – это комплексное понятие, слагаемыми которого являются:

- безопасность и экологичность при обслуживании;
- эстетика интерьера, создание комфортных условий обслуживания;
- знание психологических особенностей личности и процесса обслуживания;
- соблюдение персоналом эстетических норм обслуживания;
- знание персоналом нормативов, устанавливающих порядок и очередность обслуживания гостей.

Таким образом, одной из составляющих культуры обслуживания является культура поведения персонала.

Говоря о культуре поведения работников сферы гостиничного сервиса, выделяют две стороны: контакты с гостем и контакты с персоналом, которые подразумевают в первую очередь организацию проживания и самое главное – общение с гостем. Независимо от интерьера и условий проживания в гостинице крайне важным остается уровень обслуживания и общения с гостем.

Целью обслуживающего персонала является создание открытой, дружественной атмосферы, поэтому, обращаясь к гостю по имени или фамилии, любой сотрудник гостиницы сможет добиться расположения гостя. Гости и сотрудники должны строить свои отношения на взаимном уважении,

становясь равноправными деловыми партнерами. Необходимо чтобы каждый гость мог обратиться к любому сотруднику гостиницы со своими проблемами и вопросами, и его ожидания оправдались. Именно такой уровень обслуживания является гарантией успеха и конкурентоспособности на рынке гостиничных услуг.

Гость – не тот человек, с которым следует спорить или доказывать, кто сильнее. Гость всегда прав!

Каждый сотрудник должен понимать, что качество – это не недоступная роскошь, а неусыпное внимание к потребностям гостей. Персонал любой гостиницы должен быть открыт для перемен и новых путей постоянного совершенствования обслуживания гостей.

Специфика профессионального обслуживания в гостинице составляет систему социально-культурных мер, исключающих малейшее условие для конфликтной ситуации. Поэтому, культуре обслуживания необходимо уделять постоянное внимание. Основной задачей индустрии гостеприимства является разработка и внедрение в практику общепринятых норм и методов обслуживания. Отличный сервис достигается работой всего коллектива, а не только работой отдельных служб, работающих непосредственно с клиентами. Культура обслуживания – важный элемент организационной культуры, направленный на обслуживание клиентов на основе определенных правил, процедур, практических навыков и умений.

Высокий уровень культуры делового общения специалистов гостинично-туристического комплекса играет важную роль в формировании положительного имиджа организации. Но тот факт, что уровень квалификации и профессионализм специалистов не всегда отвечает требованиям времени, уровень компетенции современного работника, его способности к самоанализу в сложившейся гостинично-туристической ситуации зачастую приводят к отставанию в развитии отрасли. Все это неминуемо снижает престиж профессии в общественном сознании и ведет к понижению уровня удовлетворенности своей профессией в целом. Это ведет к тому, что специалист не всегда стремится повышать уровень культуры делового общения, организовывать качественное обслуживание посетителей.

Гостиничное хозяйство является одной из основных составляющих индустрии гостеприимства, которое считается одной из самых быстроразвивающихся и перспективных.

Искусство обслуживания – это проявления высокого профессионализма с раскрытием возрастающей роли человеческого фактора. Динамизм в системе искусства обслуживания – это реализация многочисленных организационных мер, направленных на достижение неизменного успеха. В нем концентрируется реальная значимость сервисной деятельности, где исключается одноразовое действие по выполнению предоставляемых услуг в обустройстве туристов.

Важной задачей индустрии гостеприимства является разработка и внедрение в практику общепринятых норм обслуживания.

Умению общаться с клиентами в гостиничном бизнесе уделяется особое внимание. Весь персонал и в особенности те, кто общаются с клиентами, должны уметь общаться с разными типами клиентов, говорить по телефону, выслушивать жалобы, стоять, общаясь с клиентом.

Гостиница призвана создать комфортабельные условия для ночевки гостя и предоставить ему комплекс услуг, важнейшими из которых являются услуги размещения и питания. Но без качественного обслуживания невозможно удовлетворить клиента. Гостеприимство является одной из составляющих качественного обслуживания. Результаты гостеприимства проявляются в увеличении числа постоянных клиентов, расширении всеобщего признания, укреплении благоприятных отношений в коллективе и общего духа товарищества, который позволяет выстоять в трудные периоды.

Внешний вид персонала создает для гостя первое впечатление о гостинице, поэтому все сотрудники гостиничного предприятия, должны позаботиться о том, чтобы выглядеть нарядными, ухоженными и опрятными. А также работники гостиничной индустрии должны владеть основами профессиональной этики, правилами международных этических норм, должен уметь создавать на предприятии атмосферу гостеприимства, быть готовым доброжелательно выполнить просьбу проживающего и проявлять в отношении гостей терпение и сдержанность.

Эффективность функционирования любой гостиницы тесно связана с уровнем обслуживания в гостиничном предприятии. Уровень обслуживания в огромной степени зависит от квалификации и заинтересованности персонала, его творческих способностей, умения осваивать новые технологии, а также от использования новых организационных процессов и форм используемой для обслуживания клиентов материальной базы. Повышение уровня обслуживания до международных стандартов – это не затрата, а долгосрочный вклад, основанный на обеспечении верности клиентуры материальной базы. Повышение уровня обслуживания до международных стандартов – это не затрата, а долгосрочный вклад, основанный на обеспечении верности клиентуры путем удовлетворения ее потребностей.

Культурное общение начинается с взаимного изучения собеседниками друг друга, выбора наилучшей линии поведения. При этом у каждого складывается о партнере первое впечатление, которое во многом определяет дальнейший ход отношений. В процессе общения — это первое впечатление уточняется, и собеседники, например, официант и гость, корректируют свое поведение, приспособливаются к меняющимся обстоятельствам. Результатом общения может быть либо достижение каждым партнером своих целей, либо решение промежуточных задач. Не исключено также, что собеседники не придут к согласию, взаимопониманию. Психологически умелое общение позволяет официанту достичь взаимопонимания даже с недоброжелательно настроенными посетителями.

В настоящее время нравственность и культура общения работников сферы обслуживания рассматриваются как их важнейшие профессиональные

качества. Эти работники должны быть морально и психически готовы к грамотным действиям даже в условиях конфликтных ситуаций общения с посетителями.

Культура общения с посетителем подразумевает установление контакта с ним. Психологи утверждают, что контакт возникает на основе совместной мыслительной деятельности. Важнейшим условием возникновения контакта является искреннее уважение к гостям.

Рекомендуемая литература

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Лекция №23

Тема: «Взаимосвязь качества предоставляемых услуг и культуры обслуживания»

Продажа любых услуг, в том числе и гостиничных, отличается от продажи товаров, прежде всего, тем, что услуга неотделима от персонала, ее предоставляющего. Поэтому умению общаться с клиентами в гостиничном бизнесе уделяется особое внимание. Весь персонал и в особенности те, кто общается с клиентами, должны уметь общаться с разными типами клиентов, говорить по телефону, выслушивать жалобы, стоять, общаясь с клиентом.

Культура обслуживания – это важный элемент организационной культуры, направленный на обслуживание клиентов на основе определенных правил, процедур, практических навыков и умений, поэтому умению общаться с клиентами уделяется особое внимание. Весь персонал, в первую очередь работники, которые постоянно общаются с клиентами, проходят специальное обучение: персонал учат, как с ними общаться, говорить по телефону, выслушивать жалобы и т.п.

Каждый работник гостиницы должен:

- демонстрировать уверенность и компетентность и соответствовать ожиданиям гостей и постояльцев;
- практиковать обслуживание типа «на расстоянии трех шагов»;
- обеспечивать выполнение стандартов на той должностной позиции, которую он занимает;
- знать запросы внутренних и внешних потребителей (других сотрудников и гостей) и поэтому уметь предоставить им продукты и услуги, которые те ожидают. Для учета конкретных запросов гостей следует пользоваться специальным блокнотом.

Одним из направлений реализации государственной защиты прав и интересов потребителей является стандартизация – деятельность по установлению норм, правил и характеристик по упорядочению работы в какой-либо области посредством широкого и многократного использования установленных положений, требований, норм для решения реально существующих, планируемых или потенциальных задач.

В производстве и потреблении гостиничных услуг важнейшую роль играют вопросы качества. Без качественного обслуживания гостиничное предприятие не способно добиваться своих главных целей. История развития различных гостиничных корпораций и цепей, как правило, свидетельствуют, что прибыль есть результат качества.

Что такое «качество услуг»? Качество подразумевает соответствие предоставляемых услуг ожидаемым или установленным стандартам. Таким образом, стандарты, их реальная форма и содержание являются критерием качества обслуживания. Критерий оценки качества полученной услуги для потребителя – это степень его удовлетворенности, т.е. соответствие полученного и ожидаемого. Критерий степени удовлетворенности клиента –

желание вернуться еще раз и посоветовать это сделать своим друзьям и знакомым.

Материально-техническое обеспечение гостиницы, перечень и качество предоставляемых услуг должны соответствовать требованиям присвоенной ей категории, а также положениям стандартизации и сертификации услуг индустрии гостеприимства.

Объектами стандартизации являются туристические услуги, процессы туристического и экскурсионного обслуживания: реализация туристических и экскурсионных услуг, туристические путешествия, экскурсии, туристические походы, рекламно-информационные услуги, транспортные услуги, бытовые услуги, услуги проживания, услуги питания, культурно-массовые услуги, физкультурно-оздоровительные услуги.

К нормативным документам, регламентирующим индустрию гостеприимства, относятся:

- ГОСТ 28681.0-90 «Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения;
- ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения»;
- ГОСТ Р 50644-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»;
- ГОСТ Р 50645-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц»;
- ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования»;
- ГОСТ Р 50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг»;
- ГОСТ Р 50460-92 «Знак соответствия при обязательной сертификации. Форма, размеры и технические требования».

Важным является качество услуг, подтверждаемое проверкой на соответствие установленным стандартам, правилам, показателям и требованиям для объявленного класса обслуживания. Причем главнейшим требованием всегда является безопасность. Этим занимается система сертификации туристических услуг и услуг гостиниц, транспорта и услуг общественного питания.

Сертификация продукции – процедура подтверждения соответствия, посредством которой независимая от изготовителя и потребителя организация удостоверяет в письменной форме, что продукция соответствует установленным требованиям.

Сертификация может быть как обязательной, осуществляемой в законодательно регулируемой сфере, так и добровольной, осуществляемой в нерегулируемой сфере хозяйствования.

Обязательная сертификация является инструментом для защиты общества и граждан от товаров и услуг, способных нанести вред здоровью, имуществу и окружающей среде.

Участниками обязательной сертификации являются Госстандарт, иные государственные органы управления, уполномоченные проводить работы по

сертификации, изготовители (продавцы, исполнители) продукции, работ, услуг, а также центральные органы систем сертификации.

Процедуры сертификации включают:

- подачу заявителем заявки на проведение работ по сертификации услуг (далее – заявка) с прилагаемым документами, идентификацию услуг;
- анализ органом по сертификации документов, представленных заявителем;
- проведение органом по сертификации оценки мастерства и (или) квалификации персонала, оказывающего услуги;
- проведение органом по сертификации оценки стабильности процесса оказания услуг;
- проведение органом по сертификации выборочной проверки результата услуг;
- оформление органом по сертификации результатов оценки;
- выдача заявителю сертификата соответствия;
- заключение соглашения по сертификации между органом по сертификации и заявителем;
- осуществление органом по сертификации инспекционного контроля за сертифицированными услугами.

Для того, чтобы Республика Беларусь стала более привлекательной для гостей, постоянно ведутся работы, направленные на повышение качества услуг гостиниц. В республике проводится сертификация и классификация гостиниц на категории от одной до пяти звезд, мотелей – от одной до четырех звезд на соответствие требованиям ГОСТ 28681.4-95 «Туристическо-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц».

Эту процедуру успешно прошли 33 гостиницы. Из них 5 звезд имеют отели «Европа», «DoubleTree by Hilton Minsk», «Crowne Plaza». Четыре – у таких гостиниц, как «Минск», «Marriott», «Виктория», «Лучеса». Сертификаты на три звезды имеют более 20 гостиниц, в том числе и «Славянская», две звезды – три гостиницы, и одна гостиница («Вояж») имеет одну звезду.

Требования, предъявляемые к гостиницам, постоянно совершенствуются, приводятся в соответствие с международными стандартами и запросами потребителей. Организации гостиничного бизнеса также проводят работы по применению системного подхода к обеспечению качества услуг по ISO 9001. Системы менеджмента качества по этому стандарту уже имеют: бобруйский отель «Турист», брестская «Веста», минские «Планета» «Виктория» и др.

Стандартизация и сертификация услуг тесно связана с концепциями высококачественного сервиса. Так, миссия компании «Marriott» такова: «Являться и быть признанной процветающей международной гостиницей высшего класса, которая предана своим гостям и сотрудникам, и предоставлять обслуживание самого высшего класса на рынке гостиничного бизнеса».

Концепция обслуживания Hyatt International определяет общие ценности, практику, поведение, писанные и неписанные правила. Вот некоторые из них:

– «Мы – новаторы, мы всегда впереди конкурентов. Новые идеи, открытость, гибкость, способность превращать недостатки в преимущества, поиск новых способов решений, старые задачи, поддержка и осуществление перспективных проектов позволили нам занять место лидера на рынке»;

– «Мы работаем коллективно. Вся атмосфера в отелях нацелена на коллективную работу и взаимопомощь. Сотрудники полагаются на сильные стороны друг друга и ставят коллективные задачи выше личных».

– «Мы многонациональны. Мы уважаем и ценим различия в культурах друг друга. Мы собираемся за одним столом, чтобы совместными усилиями решить проблемы и поставить перед собой новые задачи»;

– «Мы работаем на потребителя. Сотрудники Hyatt никогда не останавливаются на достигнутом, чтобы удовлетворить ожидания гостя и даже превзойти их, сделать обычное необычно хорошо; они относятся к каждому гостю индивидуально и предоставляют высококлассное профессиональное обслуживание».

Концепция отеля: «Наполнить мир светом и теплотой гостеприимства, обеспечивая исключительное обслуживание в каждом отеле, каждому гостю, каждый раз».

Миссия: «Стать самой гостеприимной компанией в мире, обеспечивая душевное обслуживание нашим гостям, ощутимые возможности сотрудникам, большую ценность владельцам и позитивное влияние в наших сообществах».

Основные ценности HILTON:

– HOSPITALITY (Гостеприимство) – Мы с истинным вдохновением обеспечиваем нашим гостям незабываемые впечатления от пребывания у нас.

– INTEGRITY (Добросовестность) – Мы всегда делаем то, что правильно.

– LEADERSHIP (Лидерство) – Мы лидеры не только в нашей отрасли, но и в наших сообществах.

– TEAMWORK (Командная работа) – Мы работаем как команда во всем, что делаем.

– OWNERSHIP (Ответственность) – Мы полностью отвечаем за свои действия и решения.

– NOW (Здесь и сейчас) – Мы работаем быстро и дисциплинированно.

Подводя итог, можно сделать вывод, что именно корпоративная культура гостиничного предприятия обеспечивает ему успех, поможет стать более конкурентоспособным и эффективным.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ОСНОВНАЯ

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Нормативные правовые акты

1. Национальная система подтверждения соответствия Республики Беларусь. Порядок сертификации услуг гостиниц : ТКП 5.3.02-2007 (03220) (Взамен ТКП 5.3.02-2004 (04100)) : введ. 28.01.2008. – Минск : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2004. – 38 с.
2. Нормативы численности руководителей, специалистов, служащих, рабочих гостиничного хозяйства и работников общественного питания [Электронный ресурс] : письмо М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 24 сент. 2004 г., № 12 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
3. О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 2 июня 2006 г., № 371 : в ред. от 11.06.2012 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
4. О туризме [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 25 нояб. 1999 г., № 326-3 : принят Палатой представителей 10 нояб. 1999 г. : одобр. Советом Респ. 18 нояб. 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 18.07.2016 г., № 410-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
5. Об утверждении правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 07 апр. 2006 г., № 471 : с изм. и доп. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 53. – 5/22163.
6. Об утверждении Правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 7 апр. 2006 г., № 471 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

7. Об утверждении Правил проживания в гостиницах Республики Беларусь [Электронный ресурс] : постановление М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 17 мая 2006 г., № 23 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

8. Перечень продукции, услуг, персонала и иных объектов оценки соответствия, подлежащих обязательному подтверждению соответствия в Республике Беларусь : утв. постановлением Комитета по стандартизации, метрологии и сертификации при Совете Министров Респ. Беларусь, 30.07.2004 г., № 35. – Минск : БелГИИС, 2004. – 65 с.

9. Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц : ГОСТ 28681.4-9 : введ. 01.07.2001. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 2000. – 18 с.

10. Услуги населению. Термины и определения : ГОСТ 30335-95 : введ. 01.03.1999. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 1999. – 8 с.

Лекция №24

Тема: «Психологические аспекты процесса обслуживания гостя (туриста)»

Психология обслуживания – одна из отраслей психологии. Здесь, в сфере услуг, общие закономерности психологии имеют своеобразную окраску. Так, общение обслуживающего персонала с клиентурой характеризуется особенностями, которые отсутствуют в трудовом коллективе, в кругу семьи, и присущи только коллективам сервисной службе. Исходя из этого, для понимания поведения человека, выступающего в роли клиента, работнику сервиса не только нужно знать принципы общей психологии, но и знать и, что весьма важно, умело применять на практике психологические принципы обслуживания потребителя.

Задачи психологии сервиса включают в себя:

- разработку методов воздействия на потребителя для стимулирования их желания прибегнуть к услугам предприятия сервиса;
- изучение потребностей заказчиков, которыми они руководствуются при размещении заказов;
- изучение спроса на различные услуги в зависимости от пола, возраста и индивидуальных особенностей клиентов;
- раскрытие психологических факторов организации процессов обслуживания;
- изучение вопросов психологии моды, психологии воздействия рекламы;
- рассмотрение психологических условий организации труда работников контактной зоны.

Работникам контактной зоны необходимо знать (и умело применять в процессе трудовой деятельности) психологию сервиса, поскольку их деятельность характеризуется большим повседневным психологическим содержанием. На самом деле, успешное обслуживание во многом зависит от умения работника сервиса понять особенности клиента и распознать его сиюминутное состояние и на этом построить тактику общения с ним.

Как известно, каждый работник компетентен в той степени, в какой выполняемая им работа отвечает требованиям, предъявляемым к конечному результату данной профессиональной деятельности; оценка или измерение конечного результата - это единственный, по нашему мнению, научный способ судить о компетентности. В гостеприимстве критерием профессионализма, основанного на автоматизме навыков, можно считать способность работника свободно и конструктивно решать профессиональные задачи и выполнять заданные функции в соответствии с профессионально - квалификационными требованиями и специфическими потребностями каждого конкретного гостя (способность эффективного принятия ситуационных решений).

Если посетитель сделал заказ, сопутствующие этому переживания первоначально определяются все тем же сравнением «представления об услуге (изделии)» с «представлением обладания». Но в дальнейшем, когда человек воспользуется услугой, он будет оценивать уже не ранее воображаемые свойства, а реальные качества. Знание этапов совершения заказа работниками контактной зоны позволит активно воздействовать и применять на каждом этапе наилучшую психологическую тактику обслуживания.

Совершение заказа обычно проходит в три этапа. Первый этап – первое посещение предприятия клиентом. Оно может быть вызвано его потребностями, которые и становятся побудительным мотивом прихода человека на предприятие сервиса. В мотиве фиксируется то, ради чего заказчик идет в предприятие.

Так, один человек идет, чтобы получить необходимую услугу, другой приходит узнать, не предоставляются ли новые виды услуг и т. п. По особенностям поведения клиента можно всегда определить мотив его прихода.

К примеру, с окончанием весны многие заботятся о ремонте старой летней обуви. Здесь мотивом прихода человека на предприятие бытового обслуживания является желание сделать ремонт, так как возникла потребность в летней обуви.

Клиент, как правило, сознает, зачем он направляется в тот или иной отель. У него имеется вполне определенная установка на получение той или иной услуги (заказа изделия). Под установкой здесь понимается внутреннее состояние постоянной готовности приобрести нужную услугу. Условно назовем эту установку «представлением об услуге (изделии)».

Второй этап – принятие решения сделать заказ или отказаться от него. Окончательное решение обычно принимается после повторного тщательного сопоставления клиентом «представления об услуге» с представлением обладания ей. Третий этап – совершение заказа или отказ от него.

Чтобы понять поведение человека при выборе того, кто предоставляет ему услуги на заказ, надо различать две вещи: саму услугу (и по возможности постараться понять, какую именно потребность клиент хочет удовлетворить) и то, как она предоставляется. Последнее, по сути дела, представляет те отношения, которые гость встречает и в которые он вступает, так что в акте обслуживания содержатся два компонента – услуга и отношение к клиенту.

Есть один совершенно уникальный товар, который необходим каждому человеку, и этот товар нигде так концентрированно не может быть продан, как в сфере услуг, а значит, в гостиничном бизнесе. Название этого товара – уважение.

Уважение проявляется или заключается в понимании, а, следовательно, в предугадывании и учете желаний или проблем постояльцев, особенно тех, на которые он не рассчитывал. В последнем случае клиент испытывает не только удовлетворение от качественной услуги, но и чувство уважения к работнику отеля; впоследствии он, вспоминая проживание в нем,

рассказывает, что ему понравился и отель, и его сотрудники. Иными словами, это говорит о том, что персонал отеля высококвалифицированный, способен избегать конфликтных ситуаций, быстро реагирует на замечания гостя, проявляет обходительность, любезность, радушие, доброжелательность, спокойствие, самокритичность, стрессоустойчивость.

Решая любое недоразумение, нельзя вступать в пререкания с гостем. Принимая иностранных гостей, их не только знакомят с культурой страны, но и создают условия пребывания, соответствующие современному международному уровню обслуживания. Важную роль в гостиничной индустрии играют требования не только к профессиональным, но и личностным качествам сотрудников, а именно:

- 1) быть вежливым, тактичным и внимательным;
- 2) знать этику и психологию общения;
- 3) быть коммуникабельным и активным;
- 4) знать хотя бы один иностранный язык;
- 5) быть привлекательным и опрятным;
- 6) соответствовать возрастным требованиям.

Для того чтобы определить, сможет ли человек работать на определенной должности, используют психологическое тестирование. Однако для принятия человека на должность одного тестирования мало, поскольку понять, умеет ли человек общаться с другими, можно только при личной беседе с ним.

Приведем пример работы с персоналом в этом направлении в отеле «Виктория Олимп», г. Минск. Гостеприимное обслуживание клиента требует квалифицированных исполнителей, поэтому основным приоритетом кадровой политики является отбор лучших специалистов на рынке труда, а также перспективных молодых специалистов, работа которых будет направлена на:

- нескрываемое стремление обслуживающего персонала к оказанию клиентам знаков внимания (политика по принципу «все для клиента»);
- внимательное отношение к просьбам и пожеланиям гостя (по принципу «что мы можем еще для Вас сделать?»);
- забота об облегчении получения услуг клиентами;
- благожелательное отношение к клиентуре, которое должно быть возведено в принцип обслуживания;

Сотрудник должен чувствовать себя посланцем своего отеля. Он должен быть максимально информирован об отеле, его услугах, расположении служб, процедурах заказа, меню в ресторане и т.д., чтобы ответить на вопросы гостей. Следует всегда говорить о деятельности своего отеля только положительно, никаких отрицательных комментариев, всегда подчеркивать преимущества своего отеля перед конкурентами.

Создать благоприятную среду для работы поможет лозунг: «Мы леди и джентльмены, которые обслуживают других леди и джентльменов»; он рождает гордость за свою профессию.

Рекомендуемая литература

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Лекция №25

Тема: «Основные особенности обслуживания зарубежных гостей в гостинично-ресторанном бизнесе»

Индустрия гостеприимства Республики Беларусь имеет большой потенциал и выгодное географическое положение (транзит). Активно развивается деловой туризм в Беларусь в связи с приходом в страну зарубежного капитала; к тому же имеет место наличие интересующих для посещения исторических и природных туристических объектов. Все это, а также другие факторы, способствуют развитию гостинично-ресторанного бизнеса в стране.

Сфера общественного питания является одной из наиболее динамично развивающихся в Беларуси. Постоянно открываются десятки новых заведений, готовых порадовать своих гостей широким ассортиментом меню, приятной атмосферой и приемлемыми ценами.

На данный момент в Беларуси действует более 13 тысяч объектов общественного питания, более половины из них (7,5 тыс.) – это разного рода кафе, бары и рестораны, причем шестая часть всех заведений (около 2 тыс.) располагается в Минске. При этом в общедоступной сети находится 1550 объектов на 75 тыс. мест. Число ресторанов, кафе и баров составляет 986 единиц на 61069 мест, доля данных типов объектов в общедоступной сети составляет 64% (81% от количества мест). На долю столовых приходится 26% от общего числа мест в объектах общественного питания г. Минска. Оставшаяся часть торговых объектов общественного питания представлена мини-кафе (133 ед.), кафетериями (125 ед.), закусочными (88 ед.) и другими объектами, на долю которых приходится 31%.

В течение 2019 года только в Минске планируется ввести в эксплуатацию ряд различных крупных торговых центров, многофункциональных комплексов общей площадью более 210 тыс. кв.м., что позволит обеспечить наличие не менее 45 мест в заведениях общественного питания на 1 000 жителей. В целом по Беларуси этот показатель планируется довести до 40 и более мест.

В настоящее время в ресторанах нашей страны предлагаются блюда кухонь 80 стран мира, в том числе французской, тибетской, монгольской, еврейской, немецкой, арабской, испанской, итальянской, японской, индийской, кубинской, китайской, болгарской, югославской, бразильской, мексиканской, грузинской, армянской, узбекской, украинской и др. Одновременно создаются сети предприятий с зарубежными кухнями: «Золотой Дракон» – китайская, «Планета Суши» – японская, «Макдоналдс» – американская. Тем не менее превалирует русская кухня – в 50% предприятиях общественного питания предлагаются блюда исконно русской кухни; в 28% – европейской кухни.

Однако, если рассматривать предложения франшиз в Беларуси, то следует отметить, что доля франшиз общественного питания составляет здесь всего 12%. При этом конкуренция среди уже существующих

предпринимателей относительно невелика, и рынок не насыщен мировыми брендами. На данный момент в стране работают рестораны таких известных компаний, как McDonald's, TGI Friday's, Планета Суши, LIDO и другие. Наиболее привлекательным регионом для развития ресторанного бизнеса в Беларуси является город Минск. Здесь проживают люди, получающие самые высокие доходы и выделяющие на услуги общественного питания самый большой процент от расходов потребительской корзины.

Перспективными с точки зрения развития являются также регионы Беларуси. Присутствие в них крупных брендов ограничено, а потенциальный спрос велик. Более того, арендные ставки в областях страны ниже, чем в столице, и предложения заведений невелики. Все это могло бы поспособствовать успешному развитию компаний, которыми первыми успеют выйти на данные рынки, занять свои ниши и завоевать лояльность потребителей.

Если говорить о недостатках развития рынка общественного питания в Беларуси, то здесь можно упомянуть следующее: ограниченный выбор продуктов на внутреннем рынке, дефицит квалифицированного персонала и не всегда соответствующий мировым стандартам уровень обслуживания.

Если рассмотреть с практической точки зрения деятельность гостинично-ресторанного бизнеса в Республике Беларусь, то в качестве примера возьмем гостиницу «Пекин», одну из немногих в г. Минске, которая относится к категории «5 звезд». Данная гостиница входит в китайскую гостиничную сеть и представляет собой гостиничный комплекс бизнес-класса, который предоставляет широкий спектр услуг. Услуги размещения в гостинице «Пекин» оказывают самым наилучшим образом. Номерной фонд составляет 180 номеров, разной категории и с различным комплексом дополнительных услуг. Все номера оформлены в современном китайском стиле. В гостиничном комплексе «Пекин» располагается ресторан китайской кухни «Сезоны», кафе европейской кухни «Оазис» и банкетный зал русской кухни «Стиль», а также большое количество конференц-залов, где проводят семинары, различные культурные и деловые мероприятия. Жители города Минска пользуются услугами SPA-комплекса, который представлен крупным бассейном, массажными кабинетами и другим косметологическим оборудованием, где гость может расслабиться, оздоровиться и получить массу впечатлений и удовольствия.

В качестве примера можно приводить много гостиниц, но ориентируются они, в основном, на схожие задачи и цели.

Гостиничные рестораны — это не только престиж и лицо гостиницы, но и основной источник прибыли (примерно треть доходов гостиничного комплекса). Гостиница без ресторана — это просто «ночлежка», человек должен сначала вкусно поесть, а уже потом поспать.

Способы совершенствования обслуживания в ресторане:

- превышайте ожидания гостей;
- внимательно относитесь к потребностям пожилых людей;
- демонстрируйте внимание, дружелюбие и уважение к гостям;

- старайтесь делать визит детей веселым и приятным, предложив им цветные карандаши и раскраски;
- перенимайте опыт, изучайте иностранную литературу, постоянно проводите тренинги, обучение персонала;
- анализируйте работу, проводите собрания для обсуждения ошибок и заслуг;
- отправляйте персонал на стажировки за границу;
- проводите семинары, лекции по совершенствованию обслуживания;
- всегда пробуйте что-то новое;
- изучайте мировой опыт ресторанного бизнеса;
- стремитесь к совершенству!!!

Приведем пример анкеты для изучения мнения посетителей ресторана отеля об организации процесса обслуживания.

«Уважаемые гости! Благодарим Вас за то, что Вы выбрали наш ресторан! Мы постоянно стремимся к повышению качества обслуживания, в связи с чем просим Вас заполнить настоящую анкету!

1. Укажите, пожалуйста, степень Вашей удовлетворенности перечисленными показателями (поставьте символ в соответствующей ячейке):

Показатели	Полностью удовлетворен	Удовлетворен	Не составил мнения	Не удовлетворен	Полностью не удовлетворен
Комфорт					
Обслуживание					
Кухня					
Бар					
Уборка					

2. Довольны ли Вы ассортиментным перечнем блюд и напитков? (Да/Нет)

3. Является ли благоприятной для Вас атмосфера в нашем кафе (Да/Нет)

4. Как часто Вы ходите в кафе и рестораны:
 Раз в месяц _____ раз в неделю _____ чаще _____

5. Являетесь ли Вы постоянным посетителем ресторана? (Да/Нет)

6. Каким является Ваш средний уровень достатка?

7. Сколько Вам лет?

8. Вы резидент РБ?

9 Ваши пожелания к обслуживанию в нашем ресторане

Благодарим Вас за то, что приняли участие в данном опросе!»
Рекомендуемая для изучения литература:

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Лекция №26

Тема: «Правовое регулирование деятельности по обеспечению безопасности в индустрии размещения»

Правила гостиничного обслуживания и проживания в гостинице

Порядок проживания в гостинице

1. При поселении в номер гостиницы потребитель предъявляет пропуск в гостиницу вахтёру (в холле 1 этажа), счёт и чек дежурной по этажу (непосредственно на гостиничном этаже), после чего дежурной по этажу выдаётся ключ от номера. При выезде из гостиницы потребитель обязан сдать ключ дежурной по этажу.

2. По приглашению потребителя, с согласия других проживающих в данном номере и с ведома администрации гостиницы гости потребителей могут находиться в номере с 7 до 23 часов. Потребители несут ответственность за своевременный уход приглашенных и соблюдение ими правил гостиницы. При нахождении приглашенного гостя в номере после 23 часов должно быть оформлено его проживание в гостинице согласно правилам.

3. Потребителям и их гостям надлежит бережно относиться к имуществу, оборудованию гостиницы, соблюдать правила проживания в гостинице, правила пожарной безопасности, санитарные нормы и общественный порядок.

4. Для проживающих в гостинице недопустимо:

- создавать неудобства и нарушать спокойствие других проживающих в гостинице;
- оставлять в номере в свое отсутствие посторонних лиц, а также передавать им пропуск и ключ от номера;
- курить и распивать спиртные напитки в номере, если возражают другие совместно проживающие;
- хранить в номере громоздкие вещи, оружие, отравляющие и легко воспламеняющиеся вещества и материалы;
- держать в номере животных и птиц;
- выбрасывать с балкона номера вещи (бутылки, окурки и т.п.).

5. В целях личной безопасности и сохранности имущества, проживающим гостиницы следует:

- уходя из номера закрывать водозаборные краны и окна, выключать свет, радио, телевизор, закрывать номер и сдавать дежурной по этажу ключи от номера;
- при выезде из гостиницы произвести полный расчет за предоставленные услуги, а также сдать дежурной по этажу номер или место в номере и ключ;
- не пользоваться в номере кипятилниками, утюгами и другими электронагревательными приборами.

6. Вход (выход) проживающих в гостиницу в течение срока проживания осуществляется по пропускам.

Гостиница несёт ответственность за вред, причинённый жизни или здоровью потребителя вследствие недостатков при оказании услуг.

В заключении стоит заметить, что безопасность в гостинице это не только надёжная защита от грабителей, пожаров, террористов, но это и защита гостей и персонала от казусов природы, защита от болезней, от техногенных катастроф. Обеспечение требований по безопасности жизненной деятельности гостиниц минимизирует риск, связанный с испорченным отдыхом туристов, вследствие нарушения их безопасности.

Требование по безопасности должны соблюдать в каждой гостинице, независимо от ее местоположения, номерного фонда и т.д. Туристы должны чувствовать себя «как дома» на протяжении всего времени пребывания, в гостинице.

Инструкция о порядке проведения инструктажа о соблюдении правил личной безопасности туриста, экскурсанта

1. Настоящая Инструкция разработана на основании Закона Республики Беларусь от 25 ноября 1999 года «О туризме» в редакции Закона Республики Беларусь от 9 января 2007 года (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 1999 г., N 95, 2/101; 2007 г., N 15, 2/1303) и устанавливает порядок проведения субъектом туристической деятельности при организации внутреннего и международного туризма инструктажа о соблюдении правил личной безопасности туриста, экскурсанта, являющихся заказчиками по договорам оказания туристических услуг.

2. Субъект туристической деятельности:

– проводит инструктаж о соблюдении правил личной безопасности туриста, экскурсанта (далее - инструктаж) до начала совершения туристического путешествия;

– определяет работника, ответственного за проведение инструктажа.

3. Инструктаж проводится работником субъекта туристической деятельности, на которого возложены данные обязанности.

4. Турист, экскурсант, прошедшие инструктаж, удостоверяют его прохождение личной подписью на последней странице договора оказания туристических услуг.

5. Инструктаж включает следующую информацию:

– программу туристического путешествия;

– комплекс мер, гарантирующих обеспечение личной безопасности и сохранности имущества туристов, экскурсантов во время совершения туристического путешествия (общепринятые нормы поведения, правила безопасности, установленные транспортными организациями, правила временного проживания в гостиницах, пансионатах и других местах проживания, правила пожарной безопасности, порядок и условия получения медицинской помощи, контактные телефоны субъекта туристической деятельности для получения дополнительной информации в случае возникновения непредвиденных ситуаций и иная информация);

– сведения о правилах и условиях эффективного и безопасного

совершения туристического путешествия, в том числе:

- требования к физическому, моральному, психическому состоянию туриста, экскурсанта (возрастные ограничения, состояние здоровья, необходимость прохождения предварительной подготовки и т.п.);
- необходимая экипировка туриста, экскурсанта (специальное снаряжение, одежда и т.п.), обеспечивающая комфорт и безопасность во время совершения туристического путешествия.

Туристам, экскурсантам, выезжающим за пределы Республики Беларусь, субъекты туристической деятельности также предоставляют следующую информацию:

- о странах (местах), посещение которых в данное время представляет угрозу их безопасности;
- об основных правилах въезда и выезда страны (места) временного пребывания (страны транзитного проезда), сборах, уплачиваемых туристом, экскурсантом во время совершения туристического путешествия, в том числе в пунктах пропуска и прибытия (аэропортах, портах и других);
- о необходимости предоставления гарантий оплаты оказания медицинской помощи для въезда в страну (место) временного пребывания в случае, если законодательством страны (места) временного пребывания установлены такие требования;
- о законодательстве страны (места) временного пребывания;
- об обычаях, традициях населения страны (места) временного пребывания, религиозных обрядах, святынях, историко-культурных ценностях, состоянии окружающей среды, санитарно-эпидемической обстановке;
- о телефонах и адресах дипломатических представительств или консульских учреждений Республики Беларусь в стране (месте) временного пребывания либо иных организациях, в которые можно обратиться для защиты прав и законных интересов туристов, экскурсантов в стране (месте) временного пребывания.

С целью защиты прав потребителей туристических услуг разработана типовая форма договора оказания туристических услуг, которая утверждена постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 5 октября 2010 г. №1431.

В типовой форме договора определены те условия, которые турфирма должна в обязательном порядке отразить в своем договоре с туристом. При этом сам текст договора может быть дополнен сторонами необходимыми условиями, не противоречащими законодательству.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ОСНОВНАЯ

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.

2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Нормативные правовые акты

1. Национальная система подтверждения соответствия Республики Беларусь. Порядок сертификации услуг гостиниц : ТКП 5.3.02-2007 (03220) (Взамен ТКП 5.3.02-2004 (04100)) : введ. 28.01.2008. – Минск : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2004. – 38 с.
2. Нормативы численности руководителей, специалистов, служащих, рабочих гостиничного хозяйства и работников общественного питания [Электронный ресурс] : письмо М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 24 сент. 2004 г., № 12 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
3. О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 2 июня 2006 г., № 371 : в ред. от 11.06.2012 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
4. О туризме [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 25 нояб. 1999 г., № 326-3 : принят Палатой представителей 10 нояб. 1999 г. : одобр. Советом Респ. 18 нояб. 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 18.07.2016 г., № 410-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
5. Об утверждении правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 07 апр. 2006 г., № 471 : с изм. и доп. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 53. – 5/22163.
6. Об утверждении Правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 7 апр. 2006 г., № 471 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
7. Об утверждении Правил проживания в гостиницах Республики Беларусь [Электронный ресурс] : постановление М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 17 мая 2006 г., № 23 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
8. Перечень продукции, услуг, персонала и иных объектов оценки соответствия, подлежащих обязательному подтверждению соответствия в

Республике Беларусь : утв. постановлением Комитета по стандартизации, метрологии и сертификации при Совете Министров Респ. Беларусь, 30.07.2004 г., № 35. – Минск : БелГИИС, 2004. – 65 с.

9. Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц : ГОСТ 28681.4-9 : введ. 01.07.2001. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 2000. – 18 с.

10. Услуги населению. Термины и определения : ГОСТ 30335-95 : введ. 01.03.1999. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 1999. – 8 с.

Лекция №27

Тема: «Требования по обеспечению безопасности. Работа службы безопасности»

В современных условиях постоянного роста преступности и осложнения криминогенной обстановки вопрос обеспечения безопасности любого объекта выходит на одно из первых мест. Преступный мир проявляет интерес не только к банкам, хранилищам ценностей, складам, но не оставляет без внимания и гостиницы как мелкие, так, в особенности высококлассные комплексы. Только создание эффективной, надежной и всесторонней системы безопасности позволит гостинице иметь имидж мирного доброжелательного дома, гарантирующего всем гостям спокойствие и уверенность в своей безопасности.

Главная задача разработки концепции и системы безопасности реализация условий, при которых постояльцы и гости гостиницы, ее сотрудники могли бы чувствовать себя уверенно, спокойно и комфортно. Понятие безопасности включает в себя не только защиту от криминальных посягательств, но еще в большей степени создание предупредительных мер обеспечения защиты от пожара, взрыва и других чрезвычайных происшествий.

Эффективное решение этой проблемы требует системного подхода, основанного на анализе функционирования объекта, выявления наиболее уязвимых зон и особо опасных угроз, составления всех возможных сценариев криминальных действий и выработке адекватных мер противодействия.

В этой связи крайне важна задача создания Концепции обеспечения безопасности в индустрии гостеприимства.

Комплексный к ней подход предусматривает оптимальное сочетание организационных, технических и физических мер предупреждения и своевременного реагирования на любую опасную ситуацию. Ключевое значение приобретает правильный выбор технических средств и систем безопасности, их правильное проектирование, монтаж и обслуживание.

Общие положения

Основными причинами, выводящими применение технических средств на главенствующие позиции среди мер обеспечения безопасности, являются:

- неподверженность (в отличие от людей) усталости, невнимательности, болезням, сиюминутным чувствам, погодным условиям;
- неподкупность, невозможность обмана, шантажа и запугивания;
- мгновенность реакции, точность выполнения заложенных функций.

В современных условиях постоянного роста преступности и осложнения криминогенной обстановки вопрос обеспечения безопасности любого объекта выходит на одно из первых мест. Преступный мир проявляет интерес не только к банкам, хранилищам ценностей, складам, но не оставляет без внимания и гостиницы как мелкие, так, в особенности, высококлассные гостиничные комплексы. Только создание эффективной, надежной и

всесторонней системы безопасности позволит гостинице иметь имидж мирного доброжелательного дома, гарантирующего всем гостям спокойствие и уверенность в своей безопасности. Гостиницы, как объекты внедрения комплексных систем безопасности, имеют некоторые принципиальные отличия от промышленных или военных (режимных) объектов. Основными из них являются:

- гостиница заинтересована в создании имиджа открытого дома с обеспечением режима наибольшего благоприятствования для максимального числа гостей, поэтому любые устройства безопасности не должны иметь устрашающего вида, но в то же время внушать гостю чувство личной безопасности и комфортности;

- гостиницы, как правило, находятся в городской черте, в среде активного движения транспорта и пешеходов;

- система прохода в гостиницу и в номера должна быть предельно простой и не создавать для гостя больших затруднений.

Основные цели:

- повышение пожарной и аварийной безопасности гостиниц;
- защита гостей, персонала и имущества от криминальных посягательств;

- совершенствование технологии гостиничного обслуживания.

Все это достигается путем осуществления комплекса взаимосвязанных мер по обеспечению безопасности, отвечающего современным международным стандартам, включая оснащение гостиничных зданий новейшими техническими средствами, проведение тактико-организационных мероприятий. Анализ возможных угроз.

На основании статистических данных и опыта эксплуатации гостиничных комплексов рассмотрим наиболее опасные угрозы и сценарии криминальных действий:

- пожар, причиной которого может быть небрежность гостей, неисправность электрооборудования, несоблюдение или нарушение правил противопожарной безопасности обслуживающим персоналом, умышленный поджог;

- взрыв, вызванный проносом и установкой взрывчатки в криминальных целях, или взрыв газа при его утечке (особенно вероятно в местах приготовления пищи в ресторанах, барах при использовании газового оборудования);

- несанкционированный проход посторонних лиц в номера при отсутствии гостей с целью кражи ценностей, документов, установки взрывных устройств или подслушивающей аппаратуры;

- несанкционированный проход в номера обслуживающего персонала с теми же криминальными целями, обусловленный криминальными мотивами или шантажом преступников;

- нападение на гостя в номере, лифте или в другом месте гостиницы;

- нападение на кассу в рабочее время или попытка ее вскрытия в

нерабочее время;

- нападение на администрацию гостиницы с целью шантажа, требования открыть кассу или нейтрализовать систему безопасности;
- террористический акт со взятием заложников клиентов гостиницы или попытка подрыва или поджога;
- вооруженное нападение на номера, арендуемые у гостиниц коммерческими фирмами под офисы.

По степени подготовки и оснащения злоумышленники могут быть разделены на следующие группы:

- случайный, неосведомленный, как правило, не вооруженный и без специального оснащения человек, пытающийся проникнуть в гостиницу без определенного плана действий. К этой группе относятся подростки, алкоголики, мелкие хулиганы или психически неуравновешенные люди;
- одиночный грабитель или террорист, осведомленный о режиме работы гостиницы, о местах хранения значительных ценностей или размещении состоятельных гостей;
- вооруженная группа, проникающая в гостиницу с целью грабежа, теракта или взятия заложников;
- сотрудник гостиницы, вступивший в сговор с криминальной группой в целях наживы или под влиянием шантажа.

Тактико-организационные меры.

Традиционный метод усиления безопасности путем увеличения численности сотрудников не дает желаемого результата как из-за экономических соображений, так и малой эффективности такого подхода. Человек, несущий службу, подвержен утомляемости, невнимательности, не исключен сговор с преступниками, шантаж, запугивание и т. д.. Единственное, по нашему мнению, правильное решение вопроса безопасности использование системного, комплексного подхода, сочетающего в себе методы организационного, технического и физического характера в их правильном сочетании и разумном определении доли каждой составляющей. К организационным мерам относятся:

- специально разработанные системы регламентации поведения обслуживающего персонала и сотрудников, отвечающих за безопасность;
- проведение мер по специальной подготовке персонала службы безопасности;
- технология гостиничного обслуживания;
- принципы организации порядка доступа и охраны различных категорий гостиничных номеров и служебных помещений;
- регламентация действий сотрудников в экстремальных ситуациях.

Необходимо особо отметить, что большую (возможно, главную) опасность для гостиницы представляет возможность пожара, случайного или умышленного поджога, что также требует разработки и внедрения адекватных организационно - технических мер противодействия и является одной из важнейших составляющих комплексной системы безопасности.

Очевидно, что переход к новой, современной концепции безопасности, предусматривающей применение сложной специальной техники, требует пересмотра тактических аспектов в работе различных служб гостиницы. Необходимо реализовать следующие организационные меры:

- разработать детальные инструкции по действиям во всех возможных нештатных ситуациях и довести их до каждого сотрудника;
- составить краткие, красочные, высокоинформативные и понятные инструкции по пользованию аппаратурой безопасности для гостей, в которые должны быть внесены краткие правила поведения в экстремальной ситуации;
- регулярно проводить занятия по повышению квалификации персонала службы безопасности, физической и боевой подготовке;
- провести обучение всего персонала гостиницы правилам пользования аппаратурой комплекса безопасности;
- организовать для персонала периодическую (не менее одного раза в год) проверку знаний в области безопасности, проводить дополнительное обучение по мере смены кадров и модернизации комплекса;
- организовать немногочисленную, но профессиональную инженерную службу (в рамках штата службы безопасности). В обязанности которой вошло бы проведение технического обслуживания комплекса автоматизации здания, проведение обучения и консультирования сотрудников прочих служб гостиницы;
- прочие меры (разрабатываются индивидуально для каждого конкретного гостиничного комплекса).

Среди мер по реализации Концепции разработке тактико-организационных мер должно быть уделено особое внимание.

Необходимо глубокое изучение мирового опыта эксплуатации гостиничных учреждений и работы служб безопасности, данных статистики правонарушений, консультационное взаимодействие со специалистами государственных служб охраны порядка, пожарной безопасности, силовых ведомств. Комплекс технических средств безопасности.

Приоритетные направления обеспечения безопасности современной гостиницы;

- контроль доступа на объект;
- комплекс мер по противопожарной защите;
- охранная сигнализация и видеонаблюдение.

Сформулируем общие положения и требования к системе безопасности. Прежде всего, устанавливаемый комплекс средств и систем защиты должен быть адекватен возможной угрозе, т. е. средства и системы должны быть разумно достаточны. Невозможно, да и нецелесообразно, исключить любую возможность нанесения ущерба прежде всего по экономическим соображениям. Средства обеспечения безопасности весьма дороги, поэтому их выбор должен определяться действительно разумным анализом возможных рисков и ущерба. Следующий принцип используемая аппаратура не должна создавать дополнительных препятствий и больших

затруднений для нормального функционирования гостиницы как обслуживающему персоналу, так и гостям. Излишняя секретность, жесткий режим, постоянная демонстрация вооруженной охраны и подозрительности может отпугнуть часть клиентов и лишить отель имиджа "открытого дома". Система должна быть сбалансированной, т. е. средства защиты должны распределяться по возможности равномерно в соответствии со значимостью защищаемых зон. И последнее. Все применяемые меры и средства не должны создавать дополнительной опасности здоровью и жизни гостей и сотрудников гостиницы. Это касается в первую очередь обеспечения экстренной эвакуации в чрезвычайной обстановке. Далее в настоящем разделе будут рассмотрены основные подсистемы комплекса технических средств безопасности и средства их интеграции в единую глобальную систему.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ОСНОВНАЯ

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Нормативные правовые акты

1. Национальная система подтверждения соответствия Республики Беларусь. Порядок сертификации услуг гостиниц : ТКП 5.3.02-2007 (03220) (Взамен ТКП 5.3.02-2004 (04100)) : введ. 28.01.2008. – Минск : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2004. – 38 с.
2. Нормативы численности руководителей, специалистов, служащих, рабочих гостиничного хозяйства и работников общественного питания [Электронный ресурс] : письмо М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 24 сент. 2004 г., № 12 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
3. О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 2 июня 2006 г., № 371 : в ред. от 11.06.2012 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

4. О туризме [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 25 нояб. 1999 г., № 326-З : принят Палатой представителей 10 нояб. 1999 г. : одобр. Советом Респ. 18 нояб. 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 18.07.2016 г., № 410-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

5. Об утверждении правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 07 апр. 2006 г., № 471 : с изм. и доп. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 53. – 5/22163.

6. Об утверждении Правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 7 апр. 2006 г., № 471 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

7. Об утверждении Правил проживания в гостиницах Республики Беларусь [Электронный ресурс] : постановление М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 17 мая 2006 г., № 23 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

8. Перечень продукции, услуг, персонала и иных объектов оценки соответствия, подлежащих обязательному подтверждению соответствия в Республике Беларусь : утв. постановлением Комитета по стандартизации, метрологии и сертификации при Совете Министров Респ. Беларусь, 30.07.2004 г., № 35. – Минск : БелГИИС, 2004. – 65 с.

9. Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц : ГОСТ 28681.4-9 : введ. 01.07.2001. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 2000. – 18 с.

10. Услуги населению. Термины и определения : ГОСТ 30335-95 : введ. 01.03.1999. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 1999. – 8 с.

Лекция №29

Тема: «Техническое оснащение системы безопасности в средствах размещения, оборудование»

К основным средствам инженерно-технической защиты и обеспечения безопасности в гостиничном комплексе относятся:

- физические средства защиты;
- аппаратные средства защиты;
- технические средства защиты;
- программные средства защиты.

Указанные средства применяются при решении следующих задач:

- охраны территории и наблюдения за ней;
- охраны зданий, внутренних помещений и наблюдения за ними;
- охраны имущества проживающих, гостиничного оборудования и хранилищ;
- осуществление контролируемого доступа в защищаемые зоны, охраняемые помещения и хранилища;
- нейтрализации побочных электромагнитных излучений и паводок.

Для выполнения этих задач группа инженерно-технической защиты использует организационные, организационно-технические и технические мероприятия.

К организационным мероприятиям относятся меры ограничительного характера, сводящиеся в основном, к регламентации доступа и использования технических средств обеспечения доступа и контроля.

Организационные мероприятия проводятся сотрудниками охраны объекта.

Организационные мероприятия предусматривают:

- определение технических средств, используемых для получения необходимой информации в пределах охраняемой зоны (территории);
- определение опасных, с точки зрения возможности несанкционированного доступа в здание и помещения отеля, и предупреждение этого с использованием технических средств;
- реализацию мер предупреждения или локализации возможных несанкционированных действий, нарушающих безопасность проживающих клиентов, посетителей и персонала гостиницы;
- организацию строгого контроля прохода проноса каких-либо предметов, устройств. Средств, механизмов в контролируемую зону, способных представлять собой угрозу безопасности гостей и персонала гостиницы; организацию строгого контроля выноса (вывоза) вещей и оборудования с целью предотвращения хищений.

Организационно-технические мероприятия обеспечивает блокирование возможных каналов угрозы безопасности пребывания в гостинице путем использования специальных технических средств, устанавливаемых на элементы конструкции зданий, помещений и технических средств, содержащих потенциальную угрозу безопасности. Для этих целей

используются технические средства пассивной и активной защиты.

Технические мероприятия обеспечивают приобретение, установку и использование в процессе производственной деятельности специальных технических средств.

2. Отраслевая регламентация безопасности жизнедеятельности в гостиницах

Гостиница относится к предприятиям, оказывающим туристические услуги населению и руководствуется ГОСТ Р 51185-2008, который разработан научно-производственным республиканским унитарным предприятием «Белорусский государственный институт стандартизации и сертификации (БелГИСС)»; внесен отделом сертификации Госстандарта Республики Беларусь; утвержден и введен в действие постановлением Госстандарта Республики Беларусь от 26 июня 2005 г. № 28.

Стандарт учитывает требования Законов Республики Беларусь, ГОСТ Р 51185-2008, ИСО 18513-2003.

Область применения стандарта СТБ 1353-2005

Настоящий стандарт распространяется на средства размещения, предназначенные для проживания потребителей услуг средств размещения (далее - потребители) в Республике Беларусь.

Стандарт устанавливает виды средств размещения, общие требования к средствам размещения и к услугам, предоставляемым в средствах размещения. Положения настоящего стандарта применяются юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, предоставляющими услуги в средствах размещения. На основе настоящего стандарта могут разрабатываться технические нормативные правовые акты в области технического нормирования и стандартизации (далее - ТНПА), устанавливающие требования к конкретным видам средств размещения.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ОСНОВНАЯ

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Нормативные правовые акты

1. Национальная система подтверждения соответствия Республики Беларусь. Порядок сертификации услуг гостиниц : ТКП 5.3.02-2007 (03220) (Взамен ТКП 5.3.02-2004 (04100)) : введ. 28.01.2008. – Минск : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2004. – 38 с.
2. Нормативы численности руководителей, специалистов, служащих, рабочих гостиничного хозяйства и работников общественного питания [Электронный ресурс] : письмо М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 24 сент. 2004 г., № 12 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
3. О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 2 июня 2006 г., № 371 : в ред. от 11.06.2012 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
4. О туризме [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 25 нояб. 1999 г., № 326-З : принят Палатой представителей 10 нояб. 1999 г. : одобр. Советом Респ. 18 нояб. 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 18.07.2016 г., № 410-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
5. Об утверждении правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 07 апр. 2006 г., № 471 : с изм. и доп. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 53. – 5/22163.
6. Об утверждении Правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 7 апр. 2006 г., № 471 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
7. Об утверждении Правил проживания в гостиницах Республики Беларусь [Электронный ресурс] : постановление М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 17 мая 2006 г., № 23 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
8. Перечень продукции, услуг, персонала и иных объектов оценки соответствия, подлежащих обязательному подтверждению соответствия в Республике Беларусь : утв. постановлением Комитета по стандартизации, метрологии и сертификации при Совете Министров Респ. Беларусь, 30.07.2004 г., № 35. – Минск : БелГИИС, 2004. – 65 с.
9. Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц : ГОСТ 28681.4-9 : введ. 01.07.2001. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 2000. – 18 с.
10. Услуги населению. Термины и определения : ГОСТ 30335-95 : введ. 01.03.1999. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 1999. – 8 с.

Лекция №30

Тема: «Составляющие элементы системы охранных мероприятий в контактных и неконтактных службах размещения»

Перечень основных задач, решаемых в рамках обеспечения безопасности объекта (предприятия):

- обеспечение режима доступа в здании объекта (предприятия) и на его территорию, предотвращение несанкционированного проникновения в помещения и на территорию объекта (предприятия);
- контроль соблюдения клиентами процедуры доступа в помещение;
- обеспечение сохранности припаркованных транспортных средств на автостоянках, а также собственного объектового автопарка;
- определение зон риска (т.е. зон, где вероятность негативных воздействий выше, а последствия этих воздействий более опасны) и разработка сценариев по работе в этих зонах;
- обеспечение безопасности передвижения материальных ценностей в пределах объектового здания и прилегающей территории, предупреждение выноса похищенного имущества объекта (предприятия) сотрудниками или клиентами из здания объекта;
- наблюдение за поведением клиентов, посетителей, персонала, могущим повлечь за собой хищения, с целью их предупреждения;
- контроль работы систем жизнеобеспечения объекта;
- предупреждение о возникновении очагов пожара;
- участие в тушении пожаров в пределах отработанных сценариев;
- обеспечение общественного порядка;
- обеспечение личной безопасности клиентов и персонала объекта;
- обеспечение сохранности информации;
- предотвращение утечек информации;
- информационное обеспечение сделок с партнерами и поставщиками;
- контроль взаиморасчетов;
- проверка платежеспособности;
- анализ законодательной активности органов власти;
- анализ отраслевой информации и участие в ее формировании;
- входной контроль продуктов.

В своей деятельности служба безопасности объекта (предприятия) руководствуется законодательством РБ, официальными документами министерств и ведомств, касающихся вопросов деятельности объекта; инструкцией по организации отдела режима и охраны; инструкцией по организации допуска на объект; инструкцией по соблюдению коммерческой тайны; инструкцией по работе с клиентами; инструкцией по организации хранения документов, содержащих конфиденциальную информацию; инструкцией по обеспечению инженерно-технической защиты систем жизнеобеспечения объекта; инструкцией по противопожарной безопасности

и иными документами, относящимися к сфере внешней или внутренней регламентации прочих аспектов, включенных в область ответственности объектовой службы безопасности.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ОСНОВНАЯ

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Лекция №31

Тема: «Новые технологии в решении проблем охраны и безопасности в индустрии гостеприимства»

Основные задачи в решении проблем охраны и безопасности на гостиничном предприятии заключаются в следующем:

- предупреждение проникновения в помещения, охраняемые зоны и на территорию гостиничного объекта нежелательных лиц;
- обеспечение контроля порядка вноса (выноса), ввоза (вывоза) материальных ценностей и опасных предметов, а также контроль входа (выхода) сотрудников и клиентов.

Все помещения гостиничного предприятия, в зависимости от назначения и характера совершаемых в них актов, действий или операций, разделяются на несколько зон доступности (безопасности), которые учитывают степень важности различных частей объекта с точки зрения возможного ущерба от воздействия негативных факторов (опасностей) или прямых угроз. Зоны безопасности располагаются последовательно, начинаясь на территории охраняемого объекта, заканчиваясь специальными хранилищами ценностей и информации, создавая цепь чередующихся друг за другом препятствий, которые придется преодолевать злоумышленнику.

К таким зонам относятся: прилегающая территория к гостиничному комплексу (от ограждения до здания), главный холл (от входных дверей до прохода в лифтовые холлы для подъема на этажи), служебный вход (от входных дверей до проходов в коридоры технических служб), номерной фонд, дебаркадер (от въездных ворот до помещений складских помещений), объекты питания (бары, кафе, ресторанные залы), зрительный зал, аудитории,

В основу режима и охраны зон положен принцип контроля посещений (входа-выхода, заезда-выезда) гостиничного комплекса, что обеспечивается за счет организации пропускного режима. Сложности заключаются в том, что отель предоставляет свои услуги большому количеству клиентов, как приезжим, так и местным жителям, и должен, в силу этого, с одной стороны, держать свои «двери открытыми», чтобы не отпугнуть гостей. С другой стороны, безопасность этих же клиентов требует контроля, а иногда и ограничения, доступа на объекты гостиничного комплекса «нежелательных» элементов, способных омрачить отдых посетителей отеля.

Прибывшие в гостиницу приезжие из других городов или стран должны подтвердить право находиться в городе, выполнив предусмотренные для этого формальности. При поселении таких граждан очень важна организация взаимодействия между службой ресепшн и охраной. При обнаружении недостатков, нарушений в предъявленных документах, сотрудники ресепшн немедленно ставят в известность охрану.

Организация пропускного режима. Обычно устанавливаются следующие виды пропускных документов, дающих право прохода сотрудников, гостей, рабочих подрядных организаций, арендаторов в

гостиничный комплекс, а также вноса (выноса), ввоза (вывоза) материальных ценностей: удостоверения и пропуска установленного образца для персонала гостиничного комплекса, выдаваемых администрацией (отделом кадров) при приеме на работу, карта гостя (отель карта), выдаваемая гостю на время проживания в гостинице, пропуска установленного образца для рабочих подрядных организаций, выдаваемые службой охраны гостиничного комплекса, пропуска установленного образца для арендаторов, выдаваемые также службой охраны.

Пропуска могут быть временные и постоянные. Сроки действия пропусков:

- постоянных - в течение календарного года с последующим продлением;
- временных - в течение двух месяцев.

Охранным предприятием пропуска оформляются по заявкам, подаваемым руководителями подрядных организаций и заверенных руководством тех служб, в интересах которых производятся работы.

Ввоз и вывоз материальных ценностей. Ввоз и вывоз материальных ценностей осуществляется по товарным накладным и служебным запискам. Ввоз и вывоз материальных ценностей, принадлежащих гостиничному комплексу, осуществляется по товарным накладным. Ввоз материальных ценностей арендаторами осуществляется по служебным запискам, оформленным руководителем фирмы, вывоз материальных ценностей из арендуемых помещений осуществляется также по служебным запискам, но они должны быть подписаны работником отдела арендных отношений и сотрудником охраны, отвечающим за пропускной режим.

Заявки на пропуска хранятся в течении 5 лет, накладные, служебные записки на ввоз и вывоз материальных ценностей хранятся в течение года.

Режимы охраны. Эффективный режим охраны призван обеспечить сохранность зданий и помещений на объекте, сохранность и контроль перемещения материальных ценностей, людей, поддерживать противопожарную безопасность. Решающее значение для режима охраны играют:

- квалифицированный подбор сотрудников охраны;
- подготовка и расстановка сил и средств охраны;
- сбор и анализ информации о состоянии режима охраны;
- контроль функционирования службы охраны на объекте.

Основными принципами режима охраны являются:

– активность и предупредительный характер охраны, что заключается в опережающем выявлении признаков готовящегося проникновения нежелательных элементов и своевременном принятии мер по предупреждению этого проникновения;

– целесообразность и обоснованность организации охраны гостиничного объекта, своевременность ее усиления, рациональное использование сил и средств охраны, разумное сочетание собственных возможностей, сил правоохранительных органов для обеспечения

безопасности гостиницы, осуществление охраны по единому плану;

– незаметность или демонстративность действий охраны в зависимости от ситуации, складывающейся на охраняемом объекте, максимальная информированность охраны обо всех событиях, происходящих в гостиничном комплексе, для правильного определения звена, воздействие на которое позволяет обеспечить безопасность объекта охраны в целом.

Задачи режима охраны.

В практике деятельности охранного предприятия по обеспечению безопасности можно выделить две группы задач режима объекта:

- аналитические и предупредительные задачи,
- процедурно-отражательные задачи.

Аналитические задачи решаются путем систематического сбора информации о субъектах преступной деятельности, других негативных явлениях, которые существенно могут повлиять на безопасность, потери имиджа гостиницы и состоянии собственного режима охраны. Главными здесь является соблюдение принципов непрерывности и постоянного сбора информации.

Это достигается ежедневным общением руководства охраны объекта со всеми службами гостиничного комплекса. Ведение гостевой ведомости за сутки дежурной сменой, где отражаются все события, от технических неисправностей до поведения клиентов позволяет уже учесть в работе новой смены.

Решение предупредительных задач связано, в первую очередь, с созданием имиджа сильного и надежного режима охраны. Это прежде всего: быстро реагировать на просьбы, заявления гостей по фактам утеранных вещей, документов или их пропажи и в короткие сроки возвращения заявителям или быстрое задержание нарушителя общественного порядка, злого неплательщика за проживание или за бар и т.п. до прибытия сотрудников милиции. Особенно поднимает имидж охраны, когда по заявлениям задерживается лицо, совершившее кражу и передается в органы милиции, а материальные ценности возвращаются пострадавшим. Наличие системы ограничения доступа в гостевые комнаты, установка в номерах кнопок экстренного вызова, видеонаблюдение, охранная сигнализация, возможность установить в номере гостя по его просьбе дополнительные средства охранной сигнализации с подключением ее к мобильному телефону гостя, все это не только повышает имидж режима охраны, но это также повышает и имидж отеля.

Вторая группа задач режима охраны объекта решается путем своевременного обнаружения признаков посягательства с последующим его отражением предварительно подготовленными силами и средствами. Сюда же следует отнести и готовность охраны к действиям при возникновении различных чрезвычайных ситуаций (угроза взрыва, взрыв, пожар, захват заложников и т.п.). Если первая группа задач решается в режиме ежедневной работы, то вторая группа задач – путем теоретических занятий, тренировок и комплексным практическим занятием со всеми службами

гостиничного комплекса.

Рекомендуемая литература

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.