

ЮЛИЯ ПОЛЮШКО

---

# Гостиничное дело

СБОРНИК СТАТЕЙ. ВЫПУСК 2

**Юлия Полюшко**  
**Гостиничное дело.**  
**Сборник статей. Выпуск 2**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=42389052](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=42389052)*

*ISBN 9785449669179*

**Аннотация**

Данный сборник состоит из 34 статей, раскрывающих наиболее актуальные проблемы развития гостиничного бизнеса в нашей стране и 170 терминов, определенных в глоссарии данного сборника и позволяющих наиболее полно раскрыть содержание данных статей.

# Содержание

Предисловие	5
Благодарности	7
Понятие контактной зоны как сферы реализации сервисной деятельности	8
Современные представления о комфорте гостиничного сервиса	12
Складские помещения и кладовые номерного фонда	20
Конец ознакомительного фрагмента.	24

# **Гостиничное дело**

## **Сборник статей. Выпуск 2**

**Юлия Полюшко**

© Юлия Полюшко, 2019

ISBN 978-5-4496-6917-9 (т. 2)

ISBN 978-5-4496-6918-6

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

# Предисловие

Данное издание является вторым выпуском сборника статей по специальности «Гостиничное дело».

Сборник посвящен анализу широкого спектра актуальных проблем гостиничного бизнеса в нашей стране.

В сборнике рассматриваются теоретические подходы к рассмотрению бизнес-процессов в гостинице, технологиям гостиничного сервиса, комфорту и качеству гостиничного обслуживания. Особое внимание уделяется рассмотрению досуговых услуг и такой особой маркетинговой организации предоставления гостиничных услуг как пакетирование.

Освещается широкий круг вопросов, связанных с оптимизацией технологического цикла обслуживания гостей и производственных операций персонала гостиницы.

В настоящем сборнике освещается множество вопросов, касающихся качества гостиничного обслуживания и его комфорта для постояльцев гостиницы, названы виды комфорта и качества, которые способствуют наиболее полному удовлетворению потребностей гостей средства размещения.

Также представлен ряд статей, раскрывающих роль персонала в гостиничном предприятии. Ведь именно от его культурно-этического воспитания, компетентности, альтруистичной направленности характера и готовности помочь гостю в любой момент зависит впечатление гостя о гостинице

и выборе ее для повторного посещения.

Вместе с этим в сборнике представлены вопросы об инновациях в гостиничном бизнесе. Анализируется состояние научно-технической базы, формулируются приоритеты и задачи технологической модернизации, рассматриваются пути формирования поддержки инновационного развития.

Сборник предназначен для студентов и преподавателей специализации «Гостиничное дело». Он представит интерес и для более широкого круга читателей, т.к. является опытом достаточно полного освещения понятий гостиничного сервиса.

# Благодарности

Хочу выразить огромную благодарность всему преподавательскому составу кафедры туризма и гостеприимства, а также преподавателям смежных дисциплин с других кафедр ИСОиП ДГТУ. Именно благодаря вам я узнала и отразила в данном сборнике насколько многогранной может быть гостиничная индустрия.

Также огромнейшую благодарность хочу выразить Выголовой Анне Станиславовне, курировавшей меня в написании дипломной работы.

Отдельную благодарность выражаю Дегтяревой Татьяне Викторовне и Ивушкиной Елене Борисовне. Эти люди поверили в меня с первого курса, когда у меня не совсем получалось учиться и сделали из меня специалиста по социально-культурному сервису и туризму.

# **Понятие контактной зоны как сферы реализации сервисной деятельности**

Контактная зона – место предоставления услуг, где работник взаимодействует с гостями. В ходе обслуживания производитель, обслуживающий конкретного потребителя, и сам потребитель взаимодействуют в рамках определенной контактной зоны, которая в разных видах сервиса неодинаково организована, имеет разные масштабы, действует в различной обстановке. Так, во многих случаях работник контактной зоны и потребитель сидят в помещении офиса фирмы по разные стороны служебного стола.

Сам технологический процесс обслуживания может предполагать либо одно посещение, либо состоять из нескольких взаимодействий. В соответствии с частотой потребляемой услуги, обслуживание может осуществляться с определенной регулярностью контактов:

- Единовременное обслуживание – может длиться от нескольких минут (оплата коммунальных услуг, торговое обслуживание), до нескольких дней и месяцев (туристское обслуживание, медицинское наблюдение или лечение);

- Периодическое обслуживание – при котором контакт возникает либо через определенные промежутки време-

ни (обслуживание в парикмахерской), либо эпизодически по мере необходимости (адвокатские и страховые услуги). Данный вид обслуживания предполагает периодические взаимодействия в недельном, годовом, а иногда и пожизненном режиме;

- Постоянное обслуживание (теле-радио обслуживание, мобильная связь).

Контактная зона для разных видов обслуживания неодинаково организована и имеет различные масштабы. В соответствии с занимаемым пространством контактные зоны можно разделить на следующие виды:

- Сжатая контактная зона – когда исполнитель услуги находится в непосредственном физическом контакте с потребителем. Это происходит в процессе реализации косметических, медицинских, оздоровительных услуг;

- Минимальная контактная зона – в пространственном контакте от 10 до 70 см., например обслуживание официанта;

- Контактная зона в пространственном контакте 0,7 – 1 м – в рамках служебного помещения, стационарно находясь в нем (например за рабочим столом) или перемещаясь в пространстве данного служебного помещения, периодически подходя к потребителю (преподаватель);

- Изолированная контактная зона;

- Посредственные контактные зоны – в данном случае осуществляется «невидимое» обслуживание, при этом

предоставляется право самостоятельного потребления услуги.

Персонал контактной зоны – это сотрудники компании, результативность деятельности которых напрямую связана с эффективным общением с гостями и партнерами.

К персоналу контактной зоны относятся:

- Сотрудники коммерческой службы (менеджеры по продажам, торговые представители, продавцы-консультанты);
- Сотрудники административного отдела (секретари, администраторы, офис-менеджеры);
- Сотрудники службы поддержки (специалисты по сопровождению, операторы контактных центров).

В процессе обслуживания потребители могут попадать в стрессовые ситуации, связанные с нестабильностью качества услуг. Такой риск возникает при оказании медицинских и юридических услуг, услуг химчистки, охранных услуг. Специалист по сервису должен обладать опытом психологического общения и внушать потребителю доверие.

Слова и действия обслуживающего персонала являются элементами качества обслуживания. Речь обслуживающего персонала должна быть содержательной, ясной, доходчивой, понятной, грамотной. Разговор специалиста по сервису с потребителем должен быть неторопливым. Обслуживание потребителей должно выполняться с соблюдением правил делового этикета.

Стиль общения обслуживающего персонала должен соот-

ветствовать сценарию обслуживания сервисной организации и типу оказываемых услуг. Сценарий обслуживания – это сюжетная схема, по которой происходит обслуживание потребителей в процессе предоставления им услуг. В сценарии кратко излагается процесс обслуживания с разделением на этапы и указанием различных видов сопровождения: музыкального, звукового, светового, анимационного и т. д.

Специалист по сервису должен обладать хорошей памятью и быть способным своевременно и правильно передать информацию, необходимую для обслуживания конкретного потребителя. Он должен обладать самоконтролем, уметь вести оперативный анализ способов и результатов деятельности, недостатков в работе и причин снижения ее качества.

# Современные представления о комфорте гостиничного сервиса

Комфорт – это совокупность положительных психологических и физиологических ощущений человека в процессе его контактов с внешней средой или ее элементами.

Комфорт это не только высококлассные матрасы и мягкие подушки. Прежде всего это хорошее самочувствие – в физическом и психологическом смысле, а требования различных людей к комфорту могут быть самого тонкого свойства и самыми необычными. Большинству из них больше всего на свете нужен психологический и физический комфорт. Если мебель удобна, если ткань одежды не раздражает кожу, расцветка вещей вокруг спокойна и гармонична и имеется достаточное пространство вокруг, то человек может вести активную жизнь в условиях порядка и покоя. Без этих элементов зрительного и физического комфорта, психологически оказывающих на человека благотворное действие, жизнь превратилась бы в сплошной хаос.

В комплекс составляющих понятия «комфорт в гостиничном сервисе» входят следующие элементы:

- Информационный комфорт;
- Экономический комфорт;
- Эстетический комфорт;
- Бытовой комфорт;

- Психологический комфорт;
- Функциональный комфорт;
- Комфорт безопасности.

*Информационный комфорт.* Создание информационной комфортности начинается с того, насколько полную информацию о гостинице, предприятии питания и других объектах гостиничной сферы гость может получить еще до их посещения. Здесь очень важны фотографии с видами внутреннего дизайна помещений, информация о ценах, комплексе предоставляемых основных и дополнительных услуг, наличии сертификата на безопасность услуг и т. д. Важно, чтобы такая информация была абсолютно доступна гостю, более того, она должна быть подана в такой форме, которая удовлетворяла бы его запросам. Век компьютерных технологий диктует новые способы подачи информации. На смену классическим каталогам приходят специализированные сайты в Интернете, войдя в которые потребитель может получить столько релевантной информации, сколько ему требуется для принятия решения о выборе того или иного предприятия. Современные технологии позволяют виртуально пройти по залам ресторана, заглянуть на кухню, рассмотреть блюда или попутешествовать по номерам гостиницы с заходом в фитнес-центр, конференц-залы, парикмахерские и т. д.

В понятие информационного комфорта входят также два других основных параметра:

– Информированность персонала, готового ответить на любой вопрос гостя не только о гостинице, но и о стране пребывания;

– Система пиктограмм, призванная помочь гостю ориентироваться в гостинице, не зная языка. Важно, чтобы пиктограммы были хорошо узнаваемыми, соответствовали международной системе HoReCa (Конфедерация национальных ассоциаций гостиниц и ресторанов Европейского союза), признанной во всем мире.

*Экономический комфорт.* Под экономическим комфортом понимают удобство расчета гостя, систему дисконтов, бонусов, клубных карт и другие меры, призванные мотивировать гостя при повторном выборе средства размещения или предприятия питания, что и является основной целью системы качества.

В этой связи особое внимание стоит уделить системе клубных карт, ставшей в последнее время особенно актуальной. Причиной этому послужило в первую очередь создание технологий, позволяющих осуществлять и централизованный учет, и мгновенную обработку заказов, и автоматическое обслуживание кредитных карт и контроль за выполнением заказов в режиме online. Клубная система хороша для предприятия питания прежде всего тем, что она является инструментом привлечения и удержания гостей. Конкуренция год от года повышается, и владельцам необходимо принимать меры для сохранения позиций. Сам факт приоб-

речения гостем клубной карты подтверждает серьезность его намерений посетить предприятие вновь. Конечно, наличие у гостя клубной карты – еще не гарантия того, что он будет частым посетителем, однако это все же больше, чем просто обещание зайти.

Продавая клубные карты предприятие получает от гостей некую предоплату-беспроцентную ссуду и чем больший процент гостей рассчитывается при помощи карт, тем больший процент денег является заемным. Освободившиеся средства могут идти на развитие, реконструкцию, рекламу и т. д.

Гость, в свою очередь, получает скидку, которая может выражаться не только в реальных деньгах. Например, владелец карты получает бесплатный десерт или несколько бесплатных фишек для игры. В любом случае он экономит деньги.

*Эстетический комфорт.* Одной из причин, по которым гость выбирает ту или иную гостиницу, является эстетично оформленный интерьер, создающий атмосферу уюта и домашнего тепла. При оформлении помещений гостиницы с целью повышения конкурентоспособности необходимо руководствоваться следующими общими положениями:

- Все помещения должны быть оформлены в едином стиле и соответствовать направленности предприятия;
- Цветовые решения не должны раздражать гостя;
- Материалы, используемые для оформления, должны соответствовать стандартам безопасности и гигиены и иметь

соответствующие сертификаты;

– Материалы также должны быть долговечными в использовании и устойчивыми к воздействию высоких температур и химических веществ.

*Бытовой комфорт.* Подразумевает создание нормальных условий для проживания гостя (оптимальные температура, влажность воздуха, атмосферное давление, удобство мебели). Для достижения бытового комфорта используются кондиционеры, очистители воздуха, удобная мебель.

*Психологический комфорт.* С одной стороны, понятие психологического комфорта охватывает все вышеперечисленные параметры комфорта, так как при отсутствии хотя бы одной из перечисленных составляющих настроение гостя будет испорчено, однако есть и специфические требования, выполнение которых гарантирует нормальное психологическое состояние гостя. Эти требования относятся к области гуманитарных технологий, и их выполнение целиком зависит от персонала – это уважение и гостеприимство по отношению к гостю. В рамках создания психологического комфорта проводится специальная политика обучения и даже, в некоторой степени, воспитания персонала. Персонал в конечном счете должен понять, что относиться к гостю с пренебрежением просто не выгодно, и поэтому следует делать все, чтобы гость постоянно возвращался в их гостиницу или ресторан.

*Экологический комфорт.* Он создается в интерьерах го-

стиницы благодаря системам инженерного обеспечения: вентиляция, кондиционирование воздуха, централизованное пылеудаление, отопление и т. д. Экологический комфорт создается оптимальным для организма человека сочетанием температуры, влажности, скорости движения воздуха и воздействия лучистого тепла. Например, в состоянии покоя или при выполнении легкой физической работы температура зимой не должна превышать 18—22, а летом 23—25 °С; скорость движения воздуха зимой должна составлять 0,15, а летом 0,2—0,4 м/с; относительная влажность – 40—60%.

В помещениях гостиниц, где люди проводят большую часть суток, должен быть всегда чистый и свежий воздух и нормальный шумовой режим. Помимо инженерных и конструктивных решений, качественных экологических материалов, для создания экологического комфорта можно и нужно использовать живые растения.

Важным компонентом микроклимата любого помещения является инсоляция (степень светопроницаемости помещений солнечными лучами и естественное освещение). Продолжительность инсоляции для многих помещений гостиниц в соответствии с санитарными нормами и правилами должна составлять не менее трех часов в день.

*Функциональный комфорт.* Он определяет удобство эксплуатации любого помещения. Он обеспечивает защиту от окружения, безопасность и осуществление всех функциональных процессов жизнедеятельности человека: сон, пи-

тание, отдых, личная гигиена, развлечения, деловые контакты и т. д. Разделение этих процессов жизнедеятельности человека в помещениях осуществляется приемами функционального зонирования как общего пространства гостиницы с выделением функциональных блоков, так и микрозонированием. Микрозонирование осуществляется также посредством рационального набора оборудования и его оптимального размещения в любом интерьере. Функциональный комфорт в основном обеспечивается оптимальным набором мебели и оборудования. Мебель является одним из активных компонентов в формировании интерьеров многих помещений гостиниц.

В гостиницах 4—5 звезд в санузле желательно наличие ванны, высококачественных смесителей и санфаянса, биде, подогрева пола, косметического зеркала, помимо обычного, прикрепленного к стене фена, наличие одноразовой парфюмерии, халата, тапочек, всевозможных мелких аксессуаров.

*Комфорт безопасности.* Понятие «безопасность» очень многогранно. Можно выделить следующие направления деятельности по обеспечению комфорта безопасности в гостинице: безопасность жизни и здоровья гостя, материальных ценностей, финансовых средств, экологическая безопасность, безопасность персонала в целом, коммерческая безопасность, а также информационная безопасность.

Основные условия создания комфорта безопасности: совершенствование материальной базы и внутренней инфра-

структуры, совершенство и надежность функционирования технических систем. Все технические средства жизнеобеспечения гостиничного предприятия должны работать надежно, безукоризненно, бесперебойно, удобно, обеспечивая оптимальные режимы незаметно для гостя. В противном случае они могут представлять существенную угрозу безопасности гостиницы.

Процесс управления качеством и создания комфорта в гостинице сложен, как и сами понятия качества и комфорта. Очень важно подойти к созданию систем качества со всей ответственностью и на основе систематизации этих понятий и требований создать эффективную систему менеджмента, которая поможет выделяться гостинице в сложной конкурентной борьбе.

# Складские помещения и кладовые номерного фонда

Складские помещения предназначены для хранения запасов белья, моющих средств, инвентаря, мебели.

Все складские помещения должны быть оборудованы противопожарной сигнализацией и должны соответствовать санитарным нормам и правилам. Примерная температура воздуха складского помещения 18 °С, влажность воздуха не должна превышать 50%. Складское помещение должно быть достаточно освещено для достижения оптимального обзора всех имеющихся на складе запасов. Хороший обзор запасов и технического инвентаря также достигается благодаря специальным шкафам и стеллажам, которые изготавливаются из легко моющегося материала, а полки имеют перфорированную поверхность. Обычно максимальная глубина таких стеллажей составляет 50 см, максимальная высота достигает уровня поднятой руки. Для пользования стеллажами, расположенными выше данного уровня используют безопасные стремянки.

Все товары хранятся в соответствии с круговой системой складирования, то есть все вновь поступившие товары выкладываются на дальние полки стеллажей, с тем, чтобы в первую очередь использовались оставшиеся.

Существуют следующие виды складских помещений,

обеспечивающих бесперебойное функционирование административно-хозяйственной службы гостиницы:

- Центральный бельевой склад;
- Поэтажные кладовые чистого белья;
- Поэтажные кладовые грязного белья;
- Кладовая технического инвентаря и моющих средств;
- Кладовая дополнительных постельных принадлежностей;
- Кладовая для электрических приборов.

*Центральный бельевой склад.* В нем сосредоточен весь запас белья. Этот склад может находиться на территории административно-хозяйственной службы или на территории складов гостиницы. Площадь данного склада должна быть не менее:

- 6 м<sup>2</sup> для гостиниц вместимостью 15—20 мест;
- 16 м<sup>2</sup> для гостиниц вместимостью 50—100 мест;
- 30 м<sup>2</sup> для гостиниц вместимостью 200—500 мест;
- 45 м<sup>2</sup> для гостиниц вместимостью 800—1000 мест.

Помещения, где находится чистое или грязное белье, должны быть окрашены масляной краской (в два слоя) или облицованы глазурованной плиткой. Полы в бельевых порываюут линолеумом, пластиком или кафельной плиткой с шероховатой поверхностью.

Белье должно быть разложено на стеллажах по позициям и у каждой позиции следует прикрепить табличку с наиме-

нованием и размером хранящегося белья.

Часть белья должна быть выстирана и отглажена, что следует отметить в табличках. Это делают для того, чтобы при необходимости данным бельем можно было укомплектовать номера. Гостевые номера комплектуют новым постельным бельем, полотенцами и халатами только после стирки и глажки.

Движение белья отражается в специальной учетной книге. Выдает белье и ведет его учет кастелянша или старшая горничная.

*Поэтажные кладовые чистого белья.* Здесь сосредоточен запас постельного белья, полотенец и халатов, необходимых для комплектации номеров в предстоящие сутки.

Ежедневно белье для номерного фонда доставляется из прачечной гостиницы в бельевые кладовые на каждый этаж и раскладывается на стеллажах. Полотенца и постельное белье складывается по десяткам и по размерам. Для удобства их хранят на разных стеллажах.

Чистое белье легко впитывает запахи, поэтому существуют определенные правила хранения белья:

- Чистое белье должно храниться в специально отведенных помещениях;
- В бельевых кладовых не допускается хранение различных химических средств, рабочего инвентаря и техники;
- При загрузке белья на рабочую тележку горничная не должна завозить ее в бельевую кладовую. Тележка оста-

ется в коридоре;

– В бельевых кладовых ежедневно проводится влажная уборка;

– Недопустимо хранение белья в инвентарных кладовых;

– В конце смены оставшееся в тележке чистое белье горничная обязана вернуть в бельевую кладовую.

Постельное белье из разных материалов хранят на разных полках. Для удобства следует разложить справа от входа в кладовую постельное белье, слева – полотенца, напротив входа можно разместить на стеллажах халаты и постельное белье для детской кроватки.

*Поэтажные кладовые грязного белья.* Помещения для хранения грязного белья должны быть оборудованы стеллажами высотой 30 см и тележками. Грязное белье сортируют по позициям, считают и в специальных тележках отвозят в прачечную (если она находится в гостинице) или отправляют в городскую прачечную с которой администрация гостиницы заключила договор.

*Кладовая технического инвентаря и моющих средств.* Она находится на каждом этаже для рациональной организации труда горничных. Весь запас моющих и индивидуальных гигиенических средств находится на складе в цокольном этаже. По заявке менеджера службы грузчик получает на складе гостиницы и привозит на каждый этаж моющие и индивидуальные средства гигиены.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.