

# ТЕХНОЛОГИЯ НА ХОТЕЛИЕРСКОТО ОБСЛУЖВАНЕ

## УЧЕБНО ПОМАГАЛО

втора част



За ученици по професионална подготовка

Учебен предмет

Технология на хотелиерското обслужване

Професия

Хотелиер

Специалност

Организация на хотелиерството

**НАЦИОНАЛНА ПРОГРАМА**  
**„ПРОФЕСИОНАЛНО ОБРАЗОВАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ“**  
**МОДУЛ В**  
**„РАЗРАБОТВАНЕ НА ЕЛЕКТРОННИ УЧЕБНИ ПОМАГАЛА“**

**ТЕХНОЛОГИЯ НА ХОТЕЛИЕРСКОТО ОБСЛУЖВАНЕ**  
**УЧЕБНО ПОМАГАЛО**  
**ВТОРА ЧАСТ**

**ЗА УЧЕНИЦИ ПО ПРОФЕСИОНАЛНА ПОДГОТОВКА**

**УЧЕБЕН ПРЕДМЕТ: ТЕХНОЛОГИЯ НА ХОТЕЛИЕРСКОТО ОБСЛУЖВАНЕ**

**ПРОФЕСИЯ: ХОТЕЛИЕР**

**СПЕЦИАЛНОСТ: ОРГАНИЗАЦИЯ НА ХОТЕЛИЕРСТВОТО**

Учебното помагало е разработено от екип към  
Професионална гимназия по туризъм, гр. Самоков

**АВТОРСКИ ЕКИП:**

**АЛБЕНА БОЯНОВА ПОПОВА**

**ИНЖ. ЕЛЕНА БОГОМИЛОВА СЕРДАРЕВА**

**Д-Р ДЕСИСЛАВА ИВАНОВА АЛЕКСОВА**

**СВЕТЛА БОРИСОВА ВАСИЛЕВА**

**ИВАНКА СТОЯНОВА ХРИСТОВА-ВУКОВА**

**ЕЛКА АНГЕЛОВА ДОЛДУРОВА**

**КОРЕКТОР: ПОЛИНА ТАНЕВА КИРЕВА**

**АВТОР НА КОРИЦАТА И ДИЗАЙН: ИНЖ. ЕЛЕНА БОГОМИЛОВА СЕРДАРЕВА**

**ВЪНШНИ ОЦЕНИТЕЛИ:**

**БРАНИМИР МИЛАНОВ ИВАНОВ**

**ЕЛЕНА ИВАНОВА ЛЮТОВА**

**МАГДАЛЕНА КИРЯКОВА СТАНУЛОВА**

**София, 2021 г.**

## СЪДЪРЖАНИЕ

<b>АНОТАЦИЯ.....</b>	<b>стр.7</b>
<b>РАЗДЕЛ I: Персонал в хотелиерството.....</b>	<b>стр.8</b>
Определение, класификация, характеристика и изисквания към персонала в хотелите.....	стр.8
Административно-управленски персонал.....	стр.11
Обслужващ персонал.....	стр.16
Селекция, атестация, развитие на кадрите в хотелиерството.....	стр.18
<b>РАЗДЕЛ II: Технология на камериерското обслужване.....</b>	<b>стр.23</b>
Камериерски сервизен блок – предназначение, планировка, обзавеждане.....	стр.23
Графици за работното време на камериерски персонал.....	стр.27
Хотелска стая. Предназначение, планировка, обзавеждане.....	стр.30
Технология и организация на камериерското обслужване.	
Длъжностна характеристика на камериерката.....	стр.36
Стандарти за работа в хотелска стая.....	стр.39
Стандарти за работа в общите помещения.....	стр.45
Стандарти за работно облекло и лична хигиена.....	стр.51
Подготовка на камериерското обслужване – подготовка на камериерски персонал, подготовка на камериерския офис, подготовка на камериерска количка – консумативи, козметика, препарати.....	стр.54
Обработка на хотелски стаи и апартаменти – видове технологични операции и последователност.	
Предаване на забравени вещи.....	стр.56
Обработка на санитарни възли – видове технологични операции и последователност.....	стр.61
Обработка на общи площи и помещения.....	стр.64
Хотелски минибар – зареждане и отчитане.....	стр.67
<b>РАЗДЕЛ III: Технология на обслужването в преден офис.....</b>	<b>стр.69</b>
Характеристика и предназначение на преден офис. Длъжностна характеристика на персонала	
Основни функции на преден офис. Организационна структура на управление на преден офис.....	стр.69
Обзавеждане и планировка на преден офис.....	стр.74
Резервации. Видове резервации. Резервационни системи. Управление на резервациите.....	стр.83
Поддържане на картотека на резервациите. Отчет на резервациите.....	стр.86
Посрещане и настаняване на гости в хотела check-in – стандарти при посрещане.....	стр.88
Регистрация на гости. Настаняване на гости в хотела – гости с предварителна резервация, без резервация и организирани туристи. Настаняване на VIP гости. Настаняване на гости в	

неравносџно положение. Настањяване на семейства с деца.....	стр.92
Настањяване по видовете места за настањяване.....	стр.98
Отчетност и обслужване на гости по време на престој – задължения на дежурните администратори по смени. ....	стр.99
Предоставяне на допълнителни услуги. Консиерж – основни задачи при обслужване на гости в хотела.	
Бътлър – бъдещето в хотелиерството. Обработване на рекламации.....	стр.102
Изпращане/Отписване на госта. Check out.....	стр.104
Комуникация на преден офис с гостите и другите звена в хотела.....	стр.106
<b>РАЗДЕЛ IV: Хотелско домаќинство.....</b>	<b>стр.108</b>
Характеристика и управление на хотелското домаќинство.....	стр.108
Организация на работа в хотелското домаќинство.....	стр.112
Координация и взаимодействие на хотелското домаќинство с други служби и звена в хотела.....	стр.115
Графици на работно време на техническият и спомагателен персонал в хотела.....	стр.117
Контрол по изпълнението на операциите в звената на хотелското домаќинство.....	стр.120
<b>РАЗДЕЛ V: Допълнителни хотелиерски услуги.....</b>	<b>стр.123</b>
Характеристика и видове.....	стр.123
Сервиране в хотелските стаи (румсървис).....	стр.125
Хотелски минибар.....	стр.128
Търговска дейност. Битови услуги. Перално стопанство.....	стр.130
Спортно-развлекателни, климато-балнеолечебни и други специализирани услуги в хотелиерството.....	стр.132
Предоставяне на бизнес услуги.....	стр.136
Технология на транспортното обслужване в туризма.....	стр.138
Технология на екскурзоводското обслужване.....	стр.143
Туристическа анимация.....	стр.149
<b>РАЗДЕЛ VI: Системата ALL INCLUSIVE в хотелиерството.....</b>	<b>стр.153</b>
Характеристика и развитие на системата „Ол инклузив“.....	стр.153
Световната практика в „Ол инклузив“ бизнеса.....	стр.156
Практиката „Ол инклузив“ в България.....	стр.158
<b>РАЗДЕЛ VII: Социално-психологически аспекти на хотелиерското обслужване .....</b>	<b>стр.161</b>
Социално-психологическа характеристика на гостите и особености на хотелиерското обслужване.....	стр.161
Особености в психологията на гостите от различни националности.....	стр.164
Поведение на обслужващия персонал, взаимоотношения гост-обслужващ персонал.....	стр.167

## **РАЗДЕЛ VIII: Компютърни системи в хотелиерството**

Характеристика на компютърните системи в хотелиерството.....	стр.170
Работа с компютърни системи в хотелиерството.....	стр.173
Интегрирана система за туристическа информация и резервация.....	стр.176

## **РАЗДЕЛ IX: Системи за безопасност в хотелиерството.....стр.179**

Нормативна уредба за осигуряване на безопасността на българските и чуждестранни туристи.....	стр.179
Системи от охранителни мерки в хотелиерството. Система за пожарна безопасност.....	стр.183
Процедури за напускане на хотела от гостите при пожар и рискови ситуации.....	стр.189
Безопасност и сигурност на гостите и персонала. Процедурите за предотвратяване на критични ситуации и непредвидени обстоятелства.....	стр.194
Процедури за адресна регистрация на туристите. Ред за осъществяване на връзка с органите на реда.....	стр.198
Система за защита от престъпления в хотела.....	стр.200
Охранителни процедури при работа с вещи на клиенти, материали и оборудване.....	стр.204
Организация на дейността и процедурите за оценяване на риска.....	стр.208
Застрахователна защита.....	стр.211

## **РАЗДЕЛ X: Санитарно-хигиенен контрол и безопасност на труда в хотелиерството.....стр.215**

Санитарно-хигиенни изисквания, свързани с проектирането, строителството и откриването на хотела за експлоатация.....	стр.215
Организация на ремонтната дейност. Текущи ремонтни дейности. Основен ремонт.....	стр.220

## **РАЗДЕЛ XI: Хотелиерството и околната среда.....стр.224**

Хотелът и околната среда.....	стр.224
Система за опазване на околната среда.....	стр.229

## **РАЗДЕЛ XII: Управление на качеството в хотелиерството.....стр.234**

Същност на понятието „качество на хотелиерското обслужване“.....	стр.234
Измерване на качеството на обслужване.....	стр.237
Модели и системи за управление на качеството.....	стр.241

## **РАЗДЕЛ XIII: Стандартизация в хотелиерството.....стр.243**

Общи изисквания при съставяне на стандарти в хотелиерството.....	стр.243
Основни стандарти в местата за настаняване.....	стр.249
Основни стандарти в заведенията за хранене и развлечения към местата за настаняване.....	стр.251

## **РАЗДЕЛ XIV: Маркетинг и реклама в хотелиерството.....стр.259**

Определение за маркетинг и услуги. Значението и появата на маркетинга в туризма.....	стр.259
Фактори, влияещи върху маркетинга на хотелиерските услуги. Търсене и предлагане в	

хотелиерството. Ценова политика в хотелиерството. Маркетингът в хотелиерството.....	стр.264
Определение и характеристика на рекламата в хотелиерството. Видове реклама.	
Рекламни инструменти.....	стр.271
Ефективност на рекламата. Рекламна кампания.....	стр.277
<b>РАЗДЕЛ XV: Връзки с обществеността в хотелиерството.....</b>	<b>стр.280</b>
Определение и характеристика.....	стр.280
Изграждане на връзки с обществеността.....	стр.286
<b>РАЗДЕЛ XVI: Франчайзинг и таймшеъринг .....</b>	<b>стр.291</b>
Същност на франчайзинга. Основни видове франчайзинг. Франчайзингодател и франчайзингонаемател. Особености на франчайзинга в хотелиерството.	
Сключване на договор за франчайзинг в хотелиерството.....	стр.291
Определение за таймшеъринг в хотелиерството. Същност и развитие. Характеристика, съдържание и особености на договорите за таймшеъринг. Съвременни изменения и приложение на „Таймшеър“ в българското хотелиерство.....	стр.295
<b>Приложения.....</b>	<b>стр.297</b>
<b>Използвана литература.....</b>	<b>стр.319</b>



## АНОТАЦИЯ

Учебното помагало отговаря напълно на съдържанието на учебната програма по учебен предмет „Технология на хотелиерското обслужване” на МОН, утвърдена през 2017г., и е предназначено за ученици, които се обучават във всички форми на обучение по специалност с код 8110101 - „Организация на хотелиерството“, професия с код 811010 „Хотелиер“, професионално направление-код 811 „Хотелиерство, ресторантьорство и кетъринг“, от списъка на професиите за професионално образование и обучение.

Учебното помагало е приложимо и за ученици, които се обучават по специалност с код 8120101 „Организация на туризма и свободното време“, професия - код 812 „Пътувания, туризъм и свободно време“, професионално направление - код 812010 „Организатор на туристическа агентска дейност“.

„Технология на хотелиерското обслужване“ е учебен предмет от специфичната професионална подготовка. Съдържанието на помагалото съответства на държавния образователен стандарт за придобиване на квалификация по професията „Хотелиер“ и е разработено съгласно съдържанието на учебната програма за специфична професионална подготовка по технология на хотелиерското обслужване (2017г). Чрез учебното съдържание се цели да се усвоят знания, умения и компетентности, свързани със специфичните особености в хотелиерството, хотелиерското обслужване и организацията на работа в хотела, според утвърдените стандарти и технологии. Темите са актуални, със съвременен преглед, иновативни и придружени от снимков материал, таблици, казуси и мисловни карти, предполагащи освен теоретична и практическа насоченост. Има възможност за широка приложимост на професии от професионално направление „Хотелиерство, ресторантьорство и кетъринг“ и професионално направление „Пътувания, туризъм и свободно време“, както и за подготовка при явяване на държавни квалификационни изпити по теория и практика на професията и специалността.

Авторският екип е сформиран от Професионална гимназия по туризъм – гр. Самоков и включва учители, представители на бизнеса и на висши училища, които са с доказан опит в професионалната област.

Пожелаваме ви успешна и ползотворна работа !



# РАЗДЕЛ I

## Персонал в хотелиерството

Определение, класификация, характеристика и изисквания към персонала в хотелиерството

Най-важното за успеха, просперитета и развитието на един бизнес, е човешкият фактор. Персоналът предлага и продава хотелиерските услуги, той е живата и директна връзка между туристическите ресурси и изградената материално-техническа база от една страна, и потребителите - от друга.

Екипът на хотела е движещата сила на постоянния процес на удовлетворяване изискванията на гостите, съобразно стандартите за качество на продуктите, обслужването, безопасността, хигиената, достъпа, прозрачността на предлагането, автентичността.

Централно място в хотелиерската дейност заемат услугите от хора за хора, чийто успех зависи в най-голяма степен от качеството на човешките ресурси. През последните години за реализацията в бранша не е достатъчно само да си добър изпълнител на определени хотелиерски операции, а трябва да знаеш, да можеш и да умееш да реагираш, като гостоприемнен домакин, посрещаш скъпи гости.

В хотелиерството персонала условно може да се раздели на следните групи, показани на схемата:





▶ **Административно-управленски персонал** – директори, управители на всички нива (фронт офис мениджър, мениджър на сектор храни и напитки, финансов мениджър, маркетинг мениджър, мениджър-продажби и др), борд на директорите, изпълнителен директор.

▶ **Обслужващ персонал** – администратори, пиколо, камериерки, бармани, домакин, консиерж, сервитьори, готвачи, кухненски работници, озеленители, техници, супервайзъри (в хотелиерската практика се наричат още супервайзъри и в помагалото ще се срещат и двата варианта), снабдител и др.

▶ **Финансово-счетоводен персонал** – счетоводители, касиери, калкуланти, домакини и др.

▶ **Персонал за допълнителните услуги** – масажисти, спасители, рехабилитатори, консултант-продавачи, фризьори, служители в ски гардероби, ски учители, детегледачки, шофьори и др. в зависимост от услугите, които се предлагат.

Секторът на хотелиерството предлага нетипични условия на заетост и труд, което намира отражение както в работното време, така и във вида на сключваните договори.

При анализ на човешките ресурси е необходимо да се отчитат и техните качествени характеристики - състав, структура, образование, квалификация на заетите.

Успехът на всяка организация се определя от това, колко добре персоналът изпълнява задълженията си.

Какво трябва да покаже всеки служител, за да може предприятието да работи гладко и хармонично?

Определящите качества за всеки участник в работния процес са:

- ▶ упорита работа за преодоляване на трудностите, свързани с работата с хора от различни националности и различни характери;
- ▶ професионализъм, свързан с притежаваните квалификации и опит;
- ▶ фокусиране върху резултатите;
- ▶ желание за развитие;
- ▶ целеустременост;
- ▶ способност за работа в екип;
- ▶ постоянство;
- ▶ старание;
- ▶ ангажимент.

Служителите трябва да бъдат активни, лесно да приемат промените, да могат да решават текущи проблеми, а при необходимост да подпомагат своите колеги. Заплащането на персонала се одобрява от мениджъра, а размерът на дохода се определя от квалификацията на служителя, от качеството на труда му, от времето, прекарано на работа.

**Работното място (позиция) е най-малката структурна част във фирмата, обединяваща еднакви за изпълнение задачи на един или няколко служители, изпълнявани със съответните материални средства.**

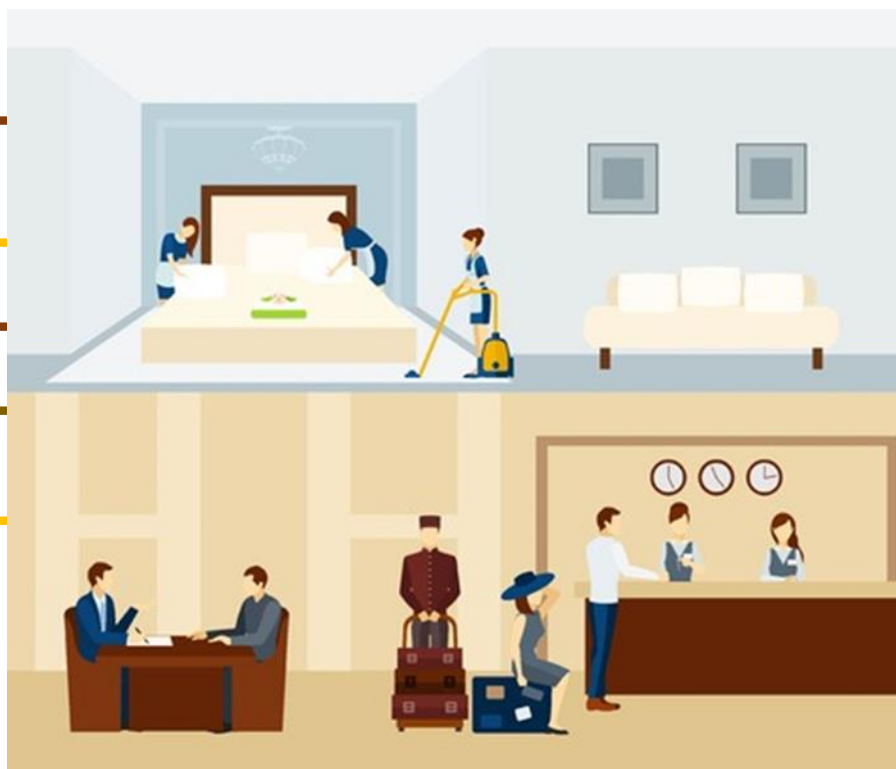
Персоналът в местата за настаняване има първостепенно значение за качеството на предлаганите услуги, а ефективността и резултатите от неговата дейност са особено важни. Човешкият фактор е доминиращ за постигането на основните цели, поставени от фирмите.

Туристите стават все по-взискателни, търсят комфорт, уют, искат да са специални, търсят автентичност, хармония с природната и културна среда, и уникалност в дестинацията.

Тяхната удовлетвореност зависи в най-голяма степен от качеството на обслужване на целия персонал на хотела. Доволните потребители са неговата най-голяма реклама. Те предават задоволството си на други потенциални гости, които могат да бъдат двама, трима, петима. Един недоволен потребител обаче предава негативното си мнение и впечатления на широк кръг свои познати, а чрез интернет достига до всеки потенциален потребител.

Затова основната задача на хотелиерския персонал е да направи гостите доволни по време на престоя им.

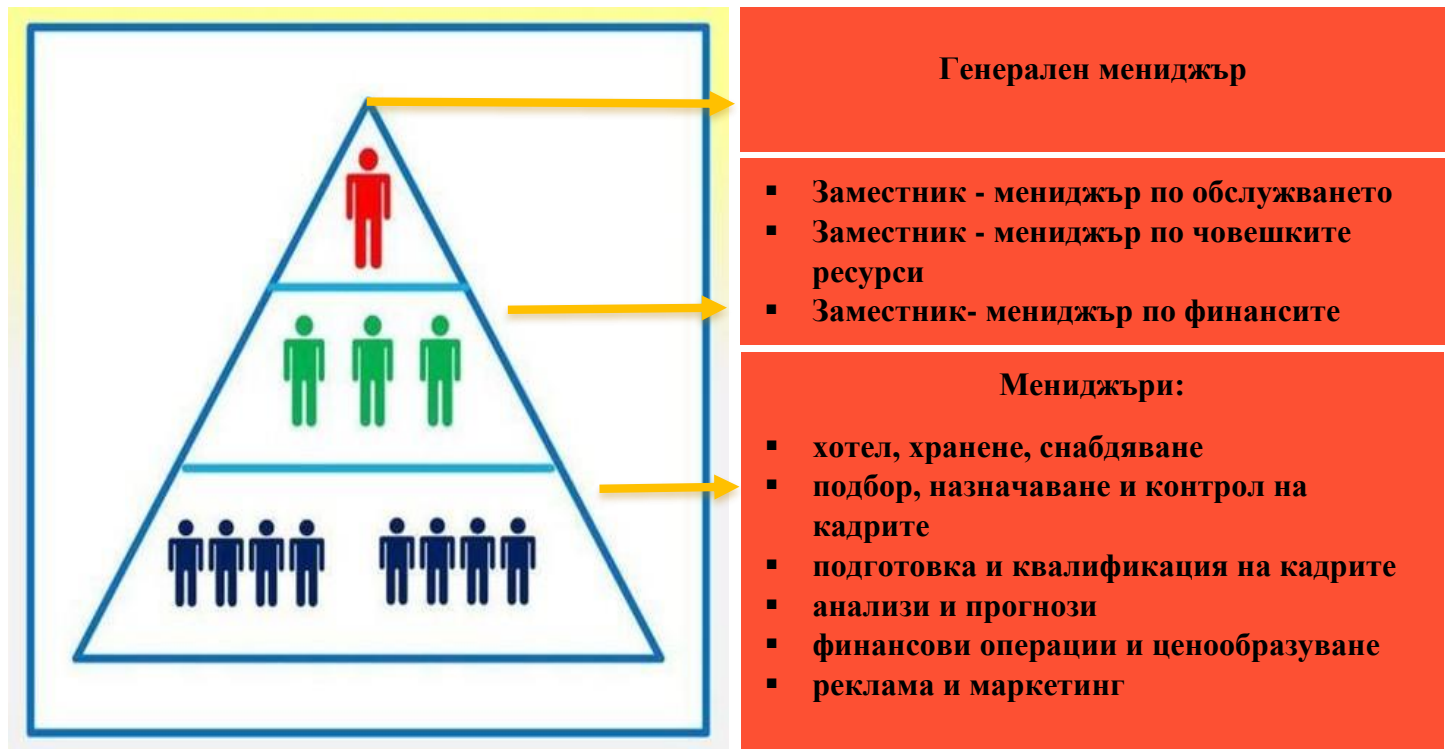
1. Дайте собствено определение за персонал в хотелиерската фирма.
2. С какви позиции или дейности свързвате изброените в урока качества на персонал в хотел?



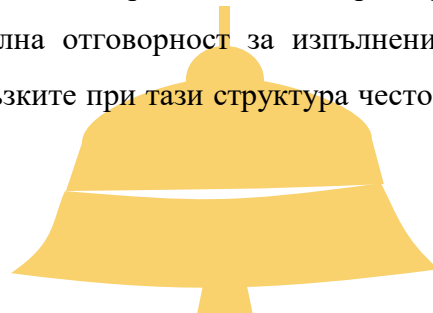
## Административно-управленски персонал

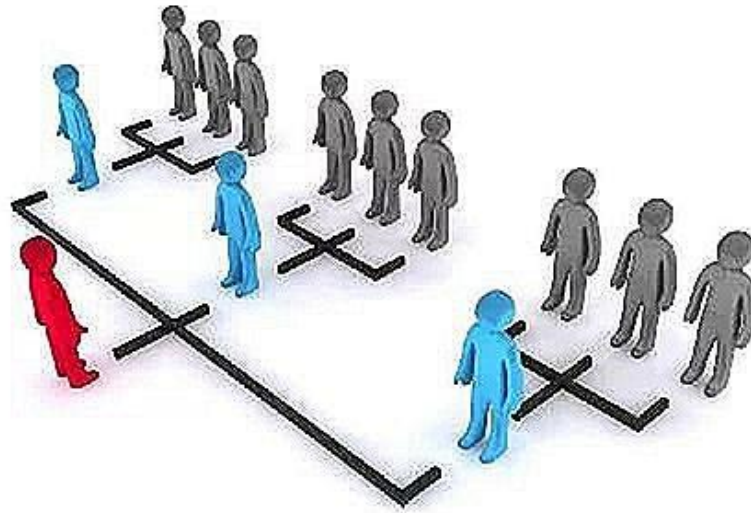
Управителят (*manager*, англ. - мениджър) е непосредственият ръководител на даден обект, който организира и ръководи дейността му, като прилага утвърдените технологии за обслужване.

Отговорностите най-често са разпределени на три управленски нива - висше, средно и ниско. В повечето случаи висшето управленско ниво се състои от две длъжностни позиции: управител (мениджър) и заместник - управител (заместник- мениджър).



Най-подходяща структура на управление е **линейната структура**. Отличава се със стриктно и пряко разпределяне на съответния изпълнител на задачите, правата и отговорностите на ръководителите и работниците в хотелите. Всеки от подчинените получава разпореждания само от един ръководител над него и се отчита само пред един ръководител. По-горе стоящият ръководител не дава разпореждания на подчинени, на които не е пряк началник. Това води до стабилност на връзките и създава увереност у подчинените, че никой освен прекият им ръководител няма право да им дава разпореждания, и укрепва чувството им за отговорност. Тук всеки носи пълна отговорност за изпълнението на поставените конкретни задачи, независимо, че характерът на връзките при тази структура често налага коопериране между ръководител и подчинен.





Главният мениджър се занимава само с основните и перспективни проблеми, мениджърът по обслужването – с хотелиерските операции на различни нива и звена, мениджърът на човешките ресурси – с подготовката, квалификацията, преквалификацията и контрола по дейността на персонала, мениджърът по финанси – с разчетните операции, приходи, разходи, цени.

Друга важна структура на управление е **функционалната**. Тя е възникнала исторически по-късно от линейната и е класически тип управленска структура. При нея почти всички управленски решения се съсредоточават към главния мениджър или към борд на директорите. Решенията и задачите от висшето ръководство се получават в отделните звена и сектори, предават се от ръководител на отдел към изпълнител.



Това означава, че най-важните решения се вземат от висшето ръководство, а решението на оперативните задачи е оставено на линейните ръководители. Недостатък е, че се получава загуба на време, но има повече звена и специалисти, което дава възможност за вземане на правилни решения. Работникът обаче се оказва подчинен на много хора.

### **Основните изисквания към висшия административно-управленски персонал са:**

- Екипно отношение към целия персонал с акцент на очакванията. Съгласувано решаване на текущи въпроси и проблеми, търсене на мнение и съвет;
- Уважително поведение към всички сътрудници, независимо от позицията, която заемат, за да се подчертае тяхната значимост или принос за успеха на фирмата;
- Насърчаване и стимулиране изявата на способностите на всеки, за повишаване качеството на дейността;
- Постоянни контакти и обсъждане с целия персонал на стандартите на обслужване;
- Ежемесечно обсъждане със сътрудниците от средно управленско ниво на вътрешната информация за целите и резултатите, качеството на обслужване, продажбите, динамиката на приходите и разходите и др.

**Независимо от управленското равнище, на което се намира, или функцията, която изпълнява, мениджърът трябва да притежава основни знания и умения. Някои по-важни от тях са:**

- **Съдържателни знания и умения.** Той трябва да бъде преди всичко добър специалист в дадената област и чак тогава да приеме изпълнението на мениджърски функции.
- **Хуманитарни знания и умения.** Трябва да умее да контактува с хората и да разбира причините, предизвикващи едно или друго индивидуално или групово трудово поведение. Уменията да мотивира хората, да разрешава различни междуличностни и междугрупови конфликти, са от особено значение за утвърждаване на мениджъра, което е причина подчинените да му вярват и да го следват за постигането на целите.
- **Концептуални (съдържащи концепция) знания и умения.** Тези знания и умения дават възможност на мениджъра да предвижда развитието на организацията в бъдеще и да взема правилни стратегически решения.
- **Умения за диагностика и анализ.** Много често мениджърът е изправен пред необходимостта да взема решения, които да доведат до благоприятен изход на различни проблемни ситуации. Това от своя страна води до изработването на правилни управленски решения.
- **Знания и умения за осъществяване на управленското въздействие.** Мениджърът няма да е в състояние да въздейства върху обекта на управление, ако не познава функциите, принципите и методите на управление. Освен това той трябва да може да използва различни средства и техники на управление.

### **Генерален мениджър (директор на хотел)**

Това е позицията с най-голяма отговорност:

- Той отговаря за администрацията, контрола и развитието на хотела, като проверява дали всички звена и сектори работят по най-добрия възможен начин.
- Определя фирмените политики и цели, които трябва да бъдат изпълнени.
- Осигурява високо качество на услугата от секторите.

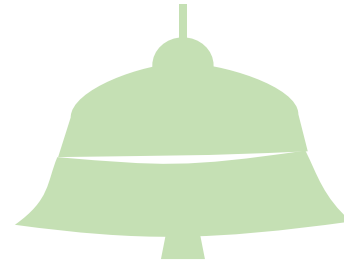
- Той контролира управлението на човешките ресурси, маркетинга, сигурността, качеството и координацията на всички необходими аспекти за правилната работа на хотела.

Функциите, задълженията и отговорностите, професионалните квалификации и изисквания към мениджъра, както и на останалите служители и работници, се формулират от трудовата характеристика за всяка заемана длъжност в хотела.

### **Мениджър продажби**

Основната му функция е организация и реализация на продажбите и рекламата:

- Намиране на клиенти;
- Представяне на компанията;
- Предложения за услугите;
- Сделки с клиенти;
- Разработване на рекламни стратегии;
- Насърчаване на хотелски услуги;
- Търсене на потенциални клиенти.



### **Финансов мениджър**

- Контролира приходите и разходите;
- Предлага намаляване на разходите;
- Одобрява разходи от всички сектори;
- Контролира отчетността

### **Мениджър на сектор „Храни и напитки“**

- Управява всички заведения на територията на хотела;
- Контролира обслужващия процес и производството на ястия;
- Работи за повишаване на качеството на обслужване;
- Предлага пакети с ястия и напитки.

1. Кой във фирмата се занимава с намирането на клиенти?
2. Може ли главният мениджър да обсъжда със сътрудниците резултатите от обслужването, качеството, продажбите, динамиката на приходи и разходи ?
3. Кой може да одобри разходите?
4. Кой се занимава с продажбите и рекламата?





Доброто управление изисква:

**ВАЖНО!**

1. Мениджърът да присъства в хотела, да наблюдава всичко, което се случва, да разговаря с гости и персонал!
2. Комуникацията е задължителна! Да се дават ясни инструкции и да се общува с персонала: „лице в лице“, „срещи“, „видео“ (презентации), социални медии-в групи със служители от хотела, онлайн приложения за служители.
3. Делегиране. Другите мениджъри и отговорници да управляват.
4. НЕ НА ИКОНОМИИТЕ за сметка на качеството или персонала!
5. Да се познава работата на служителите отблизо, дори това да е работата в кухнята, почистване на стая или косене на тревните площи.
6. Следене на новите тенденции в индустрията.
7. Наемане на правилния човек – да не се налага да се върши работата или да се оправят бъркотиите на неспособен служител.
8. Награди и стимули на служителите, напр. „Служител на месеца“, екскурзии, парични бонуси, ваучери, 1 ден почивка и др.
9. Положителна работна среда – шефът се държи еднакво добре с всички служители.
10. Поемане на отговорност за проблемите – да бъдат разрешени навреме
11. Никога да не се забравя, че:
  - Гостите искат приятен престой.
  - Служителите искат щастлива работна среда и опит.
  - Собственикът иска повишаване на приходите.



## Обслужващ персонал

Водещо място за нивото и качеството на обслужване имат професионализмът и опитът, но не по-малко важни са отношението към госта и грижата за него. Броят на персонала зависи от вида, големината и категорията на хотела или хотелския комплекс, работно време и графици на отделните позиции.

▶ **Обслужващият персонал** може условно да се раздели на следните групи:

**Специалисти**

**Работници**

**Помощен персонал**

- ▶ **Специалисти** в групата на обслужващия персонал са: старши администратор, администратор, служител „резервации“, консиерж, главен готвач, готвач, сладкар, барман, отговорник за румсървис, супервайзър, отговорник на търговската зала, касиер, техник и др. Те притежават професионална квалификация или образователно-квалификационна степен в съответната професионална област.
- ▶ **Работници са:** камериерка, портиер, снабдител, сервитьор, помощник - готвач, озеленител и др. Някои от тези длъжности също притежават професионална квалификация и се изисква средно образование.
- ▶ **Неквалифициран помощен персонал е:** чистачка, пиколо, работник в пералня, кухненски работник, и други – не се изисква квалификация, само средно образование.

▶ **Изискванията към персонала на хотела могат да бъдат общо разделени на 4 групи:**

### ▶ **Квалификация**

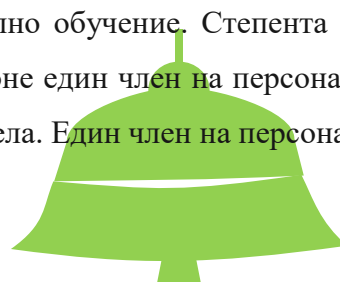
Професионалната квалификация е необходимата степен на знания и умения, чрез които става възможно извършването на определена дейност и изразява равнището на подготвеност на работника или служителя.

Целият обслужващ персонал трябва да получи професионално обучение. Степента на обучение следва да е подходяща за услугите, които те предоставят. Поне един член на персонала трябва да получи обучение, свързано със сигурността на гостите на хотела. Един член на персонала трябва да бъде обучен по въпросите на безопасността на храните.

### ▶ **Владеене на чужд език.**

За хотели с категория една звезда е достатъчно владеенето на един чужд език от служителите на рецепция. За 3-звездните хотели целият персонал, който има контакти с гостите, се нуждае от достатъчно познания за поне два чужди езика, които са най-използвани от гостите на хотелите в този регион.

▶ **Поведение.** Персоналът от всички категории хотели трябва да може да създаде атмосфера на гостоприемство, да бъде готов да изпълни любезно молбата на госта и да проявява търпение и сдържаност в процеса на обслужване.





➤ **Медицински изисквания.** Всеки новопостъпил служител или работник в хотелиерството представя медицинско свидетелство, съгласно българското законодателство. С него удостоверява, че може да върши работа, която е свързана в много от случаите с физическо и психическо натоварване.

➤ **Униформи.**

Персоналът в хотели от всички категории, който влиза в пряк контакт с гостите, трябва да носи униформи, както и баджове с длъжност, име и фамилия. Униформата винаги трябва да бъде чиста и в добро състояние. За кухненския персонал се изисква да има работно облекло, което да го предпазва по време на работа и да не допуска замърсяване на приготвяната храна.

Качеството на труда на хотелиерския персонал зависи в голяма степен от степента на образование и квалификацията, и опита на същата или подобна позиция на специалисти и работници.

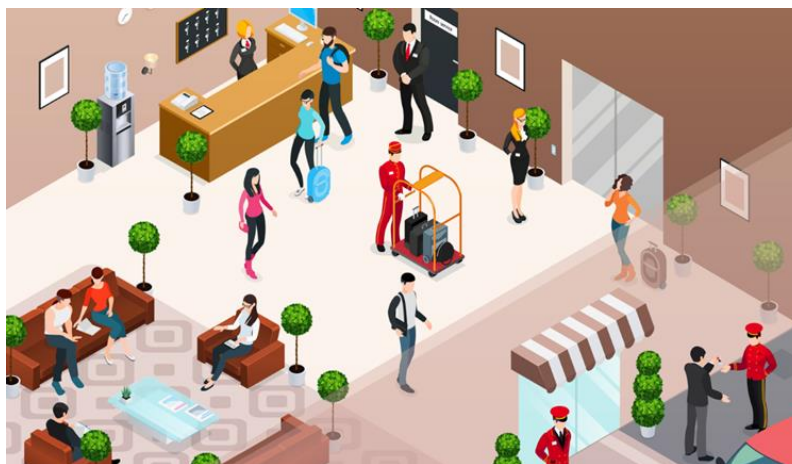
Съставът и структурата на персонала на даден хотел разкрива количеството и качеството на човешките ресурси, ангажирани в него. От това зависи степента на задоволеност на изискванията на гостите и спечелването им за постоянни клиенти.

Броят на персонала в хотела е също от голямо значение за постигнатото равнище на обслужване. Той се определя по длъжности. Така например в местата за настаняване една камериерка обикновено обслужва около 15 стаи. Броят на обслужваните стаи може обаче да се увеличи за хотели от 1 и 2 звезди, където обслужването е значително опростено, и да се намали в хотелите от 4 и 5 звезди, за които е необходимо повече време, поради повишените изисквания. В хотелиерството се работи на 24-ов график на работа. Работните графици се изготвят, като се спазва българското законодателство, според което: след 12 - часова смяна има задължителната междусменна почивка, а след полагане на нощен труд от 22.00 ч. до 06.00 ч., съгласно Кодекса на труда, на работещия се полага 24 -часова почивка.

1. Необходимо ли е персоналът на всички позиции да владее чужди езици?
2. Може ли поведението да е важно изискване към персонала?
3. Зависи ли от броя на персонала и неговата структура степента на задоволеност на клиента?



## Селекция, атестация, развитие на кадрите в хотелиерството



Човешките ресурси във всяка фирма са основният фактор за успешното постигане на нейните цели.

Съвсем естествено, успешният хотелиерски бизнес следва да се характеризира с постоянна висока заетост и квалифициран персонал, който е основно конкурентно предимство за всеки един хотелски обект.

Услугите, предлагани в хотелиерството, са предназначени за хора, които посещават мястото за настаняване еднократно и многократно. За постигане на висок стандарт и добър имидж, решаваща роля има персоналът на хотела на всички нива.

Ето защо всяко място за настаняване трябва:

- Да комплектова работните си места с персонал, който да отговаря на изискванията на собствените му стандарти;
- Да атестира (проверява, анализира) нивото непрекъснато, чрез различни форми;
- Да поддържа постоянно нивото на обслужващия персонал, съобразно съвременните изисквания в хотелиерската индустрия;
- Да осигури положително развитие на този персонал чрез перманентно обучение.

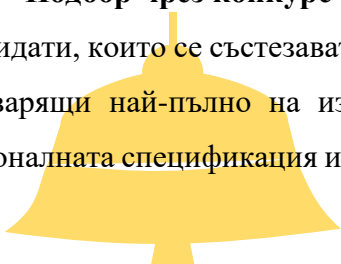
### ► Селекция на кадрите в хотелиерството

Определянето на потребностите от персонал е проблем на стратегическото планиране. От неговото правилно решаване зависи бъдещото развитие на хотелиерския бизнес и синхрона между неговото стратегическо управление и управлението на човешките ресурси. Набирането на персонал е една от най-важните дейности по управлението в дадена фирма.

Още с откриването на дадено място за настаняване е необходим подбор при назначаване на кадрите в него. За големите хотели или хотелски вериги се наемат специални фирми за наемане на персонал. Селекцията се извършва чрез прилагане на документи за съответната квалификация, образование, опит, други умения, както и препоръки от други фирми, в които кандидатът е работил преди. За малките фирми с подбора се занимава собственикът и един от управителите на съответния сектор.

Основните методи за оценяване на кандидатите са:

- **Подбор чрез конкурс** – това е сравнително най-ефективният и демократичен метод за подбор на кандидати, които се състезават помежду си за заемане на определени работни места, със своите качества, отговарящи най-пълно на изискванията, определени в документите: длъжностната характеристика, персоналната спецификация и други правила на фирмата. У нас този метод се прилага твърде ограничено,



но е с добра перспектива в бъдеще. Това е обективен метод за подбор на най-талантливите ръководни и изпълнителски кадри. За организиране на конкурс е необходимо изработване и утвърждаване на правилник от ръководството на фирмата, съобразен със съответните законодателни правила и нормативи.

➤ **Подбор по документи** – основава се на документите на кандидата за заемане на съответната длъжност: CV, документ за образование, свидетелство или удостоверение за професионална квалификация, документ, удостоверяващ трудов стаж и предишен опит, служебна характеристика, препоръка от предишен работодател, мотивационно писмо, завършени школи, курсова работа, публикации, научни и др. разработки.

Основната цел на този подбор е въз основа на представените документи да се определят тези кандидати, чиито качества в най-висока степен отговарят на предварително поставени изисквания. Оценяват се определени качества на кандидатите с оглед на пригодността им за длъжността и фирмената среда. Тук съществува възможност да бъде представена невярна информация за кандидата. Затова трябва да бъде използван в съчетание с други методи.

➤ **Подбор чрез интервюиране** – интервюто е най-често използваният метод за оценяване на кандидатите. Интервюто е целенасочен разговор с кандидатите, въз основа на който се събира допълнителна информация, за да се предскаже с висока степен на точност тяхното бъдещо трудово поведение и представяне.

### Цели на интервюто

1

Да се потвърди съществуващата информация за кандидата и да се разшири, където е необходимо

2

Да се оценят мотивацията и персоналните характеристики на кандидата

3

Да се оцени до колко кандидата има познания за длъжността и за хотела

Интервюиращият трябва да съпостави изискванията на длъжността и на фирмата с качества на кандидата. По време на интервюто, чрез подходящи средства интервюиращият трябва да си отговори на два основни въпроса: ще може ли кандидатът да изпълнява съществените трудови задачи и да реагира успешно в критичните ситуации; в каква степен той е мотивиран да изпълнява съответната длъжност.

### ➤ Тестове

- **Физически тест** – физическа възможност за натоварване – в хотелиерството се използва по-рядко
- **Психологически тестове** – измерват стабилността за реагиране в критични ситуации и личностните качества на кандидата

- **Тестове за интелигентност** – тестовете за интелигентност са полезни за определяне на това, дали кандидатът притежава достатъчно интелектуални възможности да ръководи екип или по-голяма единица.

- **Тестове за способности** - измерват настоящото равнище на уменията и способностите на кандидата за определен вид дейност.

Съществуват два основни вида източници за набиране на кандидати:

- **Вътрешни** – отнасят се за хора, работещи в хотела на дадена длъжност и показващи възможности за издигане в професионалната йерархия, или такива, които работят в други обекти на хотелски вериги и отдели на фирмата. Подходящи са, когато вакантното място е свързано с добри познания, умения и опит.

- **Външни** – включващи работници от други места за настаняване, от образователни институции, от рекламата и обявите в различни информационни източници и трудови борси.

В крайна сметка изборът на вътрешен или външен източник зависи от изискванията и спецификата на длъжността, и от политиката на човешките ресурси във фирмата.

След одобряване на кандидата и в двата случая се сключва трудов договор, който почти винаги е със срок на изпитване, за да може и двете страни да покажат, че могат да работят съвместно, след което същите две страни сключват срочен или постоянен договор.

### ► Атестация

**Атестацията на персонала** е предназначена да оцени съответствието на нивото на труда (качествата и потенциала на личността) с изискванията на извършваните дейности. Основната цел на атестацията не е контрол на изпълнението (въпреки, че това също е много важно), а идентифицирането на резерви за увеличаване на отдадеността на служителите.

Едно от основните изисквания за процедурите по атестация е обективността на оценката на персонала.

Възниква въпросът: каква е ефективността на управлението, когато става въпрос за атестация на персонала и влиянието на субективността на мениджъра върху точността на оценката на персонала? Как са свързани процедурите за атестация на персонала и управлението на екипа от подчинени? Изготвя се система за атестация на персонала, която включва критерии, свързани с прилагането на професионалните знания и умения, повишаване на квалификацията с включване в обучения (организирани от фирмата или външни обучителни институции), качество на работата, прилагане на стандартите, работа в екип, чувство за отговорност и др. Всеки критерий носи определен брой точки. Определя се минимален сумарен брой точки и когато се получи нисък резултат, се търсят комплексни причини.

- Да се дава и получава обратна връзка за резултатите от изпълнението на работата на служителите.
- Да се оказва помощ и да се мотивират служителите да подобряват изпълнението си.
- Да се оценява и обсъжда потенциала за усъвършенстване и повишение.
- Да се предлагат съвети за развитие на кариерата. Да се обсъжда бъдещата работа и посоката.
- Да се определят и дискутират потребностите от обучение.
- Да се поддържа справедливостта между мениджърите.
- Да се предупреждават тези, които са се представили незадоволително.

Цели:

## ► Мотивация

Мотивацията на персонала се отнася към най-значимите ресурси на съвременната организация. Счита се, че ефективността на организацията, както и нейното съвършенство, се постигат най-мащабно и бързо чрез хората, заети в нея. Хората се различават помежду си по стила и силата на мотивацията. Преди да се изберат начините и средствата за мотивиране на персонала, трябва да се проучи, какво иска всъщност той. Може да бъде загуба на време и ресурси, ако се проведат различни програми или обучения, които в крайна сметка няма да бъдат ефективни. Желанията и предпочитанията на работещите ще дадат ясни насоки, върху какво да се фокусира управлението при мотивирането им. Възможно е възнаграждението да не е първият стимул за добра работа. Проучването се прави с: анкетни карти, събиране на информация от отговорниците на отдели, провеждане на разговори с отделни работници, директно наблюдение, атестиране, изпробване на някои действащи методики. Когато се установи какви методи, средства и модели може да подействат за увеличаване на ангажираността към работния процес, трябва да се направи план, който и да се спазва стриктно и обективно.

## ► Развитие на кадрите в хотелиерството

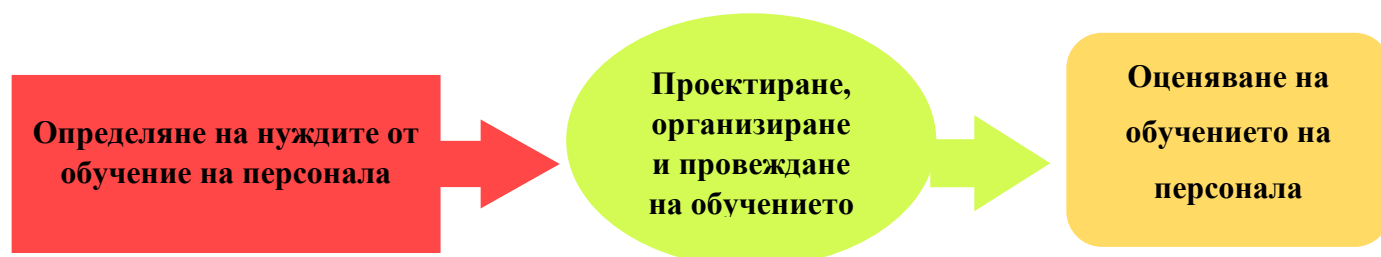
Има два подхода за професионален растеж:

**Хоризонтален** – служителят или работникът заема същата или подобна длъжност, но израства в степен, категория, звание (камериерка – старша камериерка, администратор – старши администратор, помощник готвач - готвач - главен готвач). Извършват се по-сложни дейности, има промяна на служебните взаимоотношения и се увеличава заплатата. Това е така нареченият растеж на място.

**Вертикален** – израстване по линия на йерархията на управлението на фирмата. (специалист - началник сектор - началник отдел - директор).

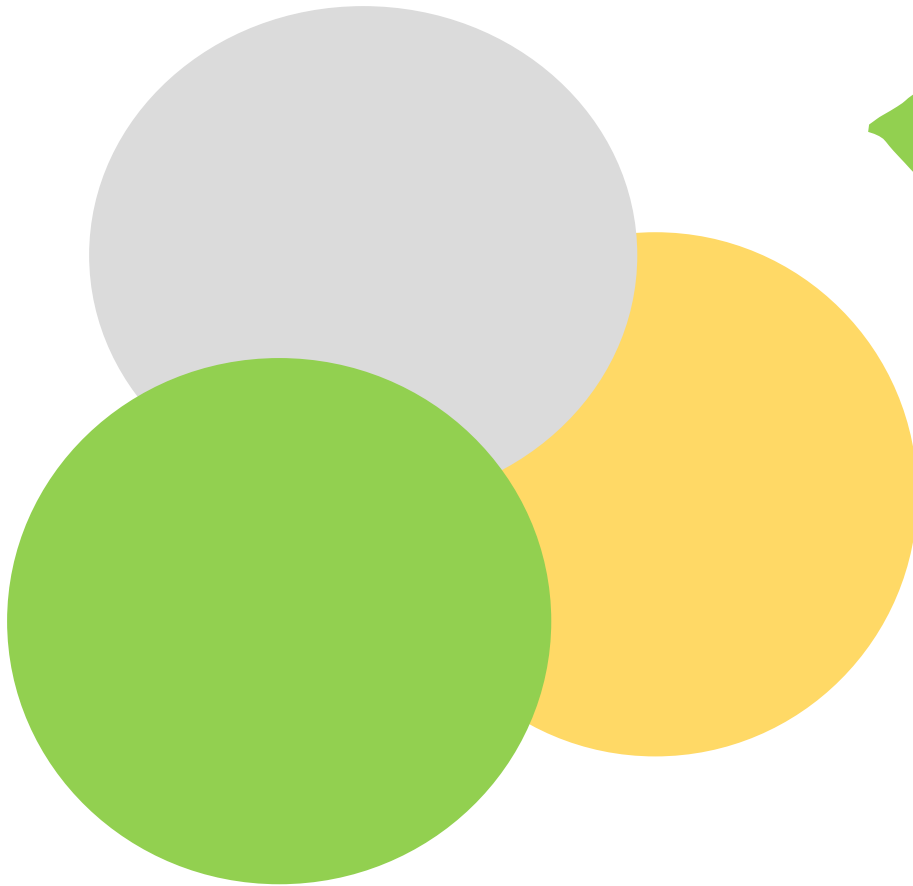
Когато подбират персонала си, мениджърите назначават хора, с определени цели. За целта е необходимо да се направи анализ на работата, за да се определят какви дейности, задачи, отговорности и влияния на средата въздействат върху съдържанието на конкретния труд; разработване на производствена характеристика, която описва в подробности спецификата на работата; проучване на квалификациите, необходими за изпълнение на съответната работа. Този анализ, наред с атестацията на персонала, може ясно да покаже нуждите от допълнително обучение и развитие на персонала. Обучение може да бъде проведено по различни начини – външни фирми, опитен персонал да обучава неопитен, наблюдение на работата на обекти с добър имидж от същия вид и категория и др.

### Основни етапи от обучението на човешките ресурси



1. Какви въпроси бихте задали на интервю на кандидати за позицията „Камериер“?

2. Какви методи за подбор трябва да използва собственик на хотелски комплекс за 1000 гости, за работна позиция „Администратор“?



## РАЗДЕЛ II

### Технология на камериерското обслужване

#### Камериерски сервизен блок

#### Предназначение, планировка, обзавеждане

Както вече знаем, камериерският сервизен блок принадлежи към блока за настаняване и е част от хотелското домакинство. Може да се състои от едно или няколко помещения, които се използват за организиране и провеждане на работата на камериера и престоя му по време на работа. Разположен е в близост до служебните асансьори.

### ЛЮБОПИТНИ ФАКТИ! ЗНАЕТЕ ЛИ, ЧЕ...?

*В България камериерският персонал се състои предимно от жени, но в другите страни не е така. В Турция например 99,9 % от камериерския персонал са мъже, които безупречно се справят със служебните си задължения!!!*

Местата за настаняване, категоризирани с „три звезди“, „четири звезди“ или „пет звезди“, разполагат с камериерски сервизен блок (КСБ) на всеки етаж, състоящ се от следните помещения:

- Камериерски офис;
- Помещение за машини, съоръжения и консумативи;
- Помещение за чисто бельо;
- Помещение за мръсно бельо (използвано бельо).



В местата за настаняване с категория „една звезда“ или „две звезди“ (и в по-малките хотели), тези четири помещения са обединени обикновено в едно.

Камериерският офис е приятно и светло служебно помещение, обзаведено с гардероби, маса, столове, огледало в цял ръст, телевизор, телефон, диспенсър\* за вода, машина за кафе и др. Има задължително и санитарен възел. В условия на пандемия са налични също така дезинфектанти, маски и мокри антибактериални кърпи. Тук камериерският персонал се подготвя за работа като взема душ, облича работно облекло и се грижи за външния си вид. Има и условия за почивка. Всеки офис може да комуникира с хотелските стаи и с другите блокове, сектори и звена в хотела.

Помещението за машини, съоръжения и консумативи служи за съхранение на средствата за работа.

Това са:

- Камериерски колички;
- Прахосмукачки с голяма и малка мощност;
- Машини за почистване на килими;
- Машини за лъскане на подови настилки;
- Универсални машини за почистване, лъскане и изпиране на подови настилки;
- Ръчни подочистачки;
- Различни видове кофи;
- Кърпи за под;
- Средства за почистване;
- Средства за дезинфекция;
- Консумативи и аксесоари;
- Информационни и рекламни материали.



Наличните машини, съоръжения и консумативи се определят от вида, големината и категорията на мястото за настаняване. Помещението е обзаведено с шкафове и стелажи. В него се намират консумативите и средствата за почистване, които са необходими за работата през деня. Може също така да има определен запас от информационни и рекламни материали, които ежедневно се получават от домакинството на хотела срещу приемно – предавателен протокол.

Камериерската количка е основното работно средство на камериерката. Тя облекчава труда на камериерския състав, спестява време и повишава работоспособността. В някои от големите хотели камериерките използват по две колички - едната е за чисто бельо, аксесоари, консумативи и рекламни материали, а другата е за мръсно бельо и отпадъци. Съществуват много видове камериерски колички, но всички имат място за чисто бельо, консумативи и аксесоари, информационни и рекламни материали, препарати за почистване и средства за дезинфекция, торба за отпадъци, торба за мръсно бельо, кофа, подочистачки.





Прахосмукачките могат да бъдат с голяма мощност или с малка мощност, за сухо или мокро почистване, хоризонтални или вертикални. Те имат комплекти от накрайници с различно предназначение. Почистват се пода, мебелите и други части от хотелската стая, както и общите помещения на мястото за настаняване. В хотели с категория „четири звезди“ и „пет звезди“ може да има централна вакуум – аспирационна система. В такъв случай се използват само гофрирани маркучи с накрайници. Маркучите се включват в специални изводи за вакуум, като такива изводи има във всяка стая и в общите площи на удобни места.

Машините за почистване на килими са налични там, където има килими или мокети.

Машините за лъскане на подови настилки се използват за почистване и излъскване на паркет, мрамор или покрития от синтетичен материал. Подовото покритие първо се намазва с необходимата полираща паста и след това се третира с машината, като излъскването се постига чрез въртящи се четки, които могат да бъдат една или повече.

Универсалните машини за почистване, лъскане и изпиране на подови настилки изпълняват няколко функции едновременно и те са: метене, почистване, лъскане и пране с воден детергент.

Ръчните подочистачки се използват за миене на под. Представяват прикрепени на дръжки снопове от различни по дължина и материя ресни или дръжки с плътни памучни ресни в метална пластина. В хотелиерството са познати под наименованието mop.

Кофите могат да бъдат с различна вместимост и от различен материал - единични, двойни, тройни или четворни, с преса за отцеждане на водата или без преса, подвижни (с колелца) или преносими. Най – подходящи и използвани в хотелиерството са подвижните двойни кофи с преса. В кофите се приготвя миещ или миешо – дезинфекционен разтвор и с помощта на подочистачките, които се потапят в разтвора, се извършва почистването. Периодично ресните на подочистачките се изстискват на пресата.

Средствата за почистване и средствата за дезинфекция се съхраняват на стелажи в специални за целта контейнери.

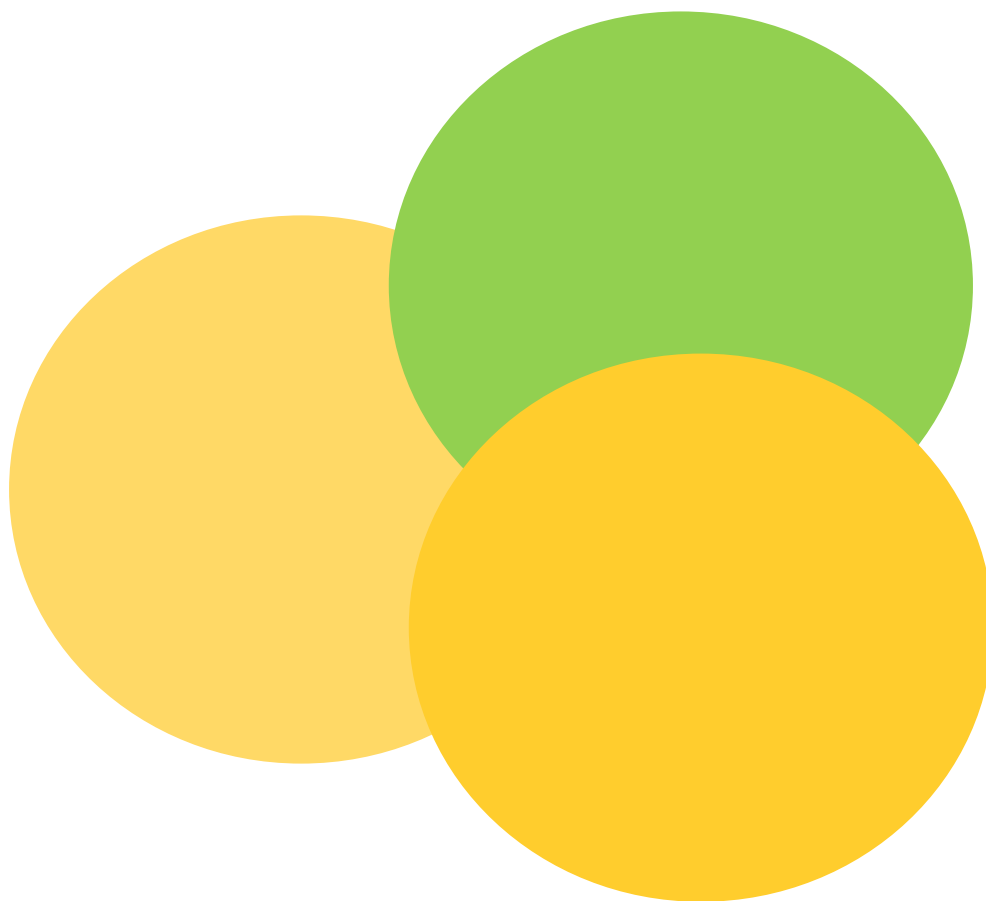
Консумативите, аксесоарите, информационните и рекламните материали се съхраняват също на стелажи, като са разделени на групи.

Помещението за чисто бельо в камериерския сервизен блок е свързано с пералното стопанство. В него на стелажи или в шкафове се съхранява за кратко време чистото бельо. В малките места за настаняване няма отделно помещение и бельото се съхранява в камериерския офис в специални за целта шкафове.

Помещението за мръсно бельо (използвано бельо) също има функционална връзка с пералното стопанство на хотела. Връзката може да бъде сервизен асансьор. В помещението (най – често на стелажи) се съхранява за кратко употребеното бельо, може да има и кошове или контейнери за съхранение. В малките места за настаняване няма отделно помещение и бельото се съхранява в камериерския офис в специални за целта шкафове, кошове или контейнери.

\*Диспенсър за вода – апарат за филтрация и пречистване на вода;

**Направете мисловна карта на помещенията, които включва камериерския  
сервизен блок в хотел с категория „пет звезди“ .**



## Графици на работното време на камериерския персонал

Броят на камериерския персонал зависи от вида, категорията, капацитета и заетостта на мястото за настаняване. Тъй като е факт различната заетост на хотелите, в практиката са се утвърдили понятията - постоянен камериерски персонал и временен камериерски персонал. Временният камериерски персонал са сезонно наетите камериери в планинските или черноморските хотели през активния сезон. В практиката на хотелиерството са се утвърдили и понятията етажна камериерка и холна (в някои хотели се нарича още холова) камериерка. Етажната камериерка работи на етажите на местата за настаняване на туристите, а холната (холова) камериерка почиства общите площи.

Графиците на работното време в хотелиерството отразяват времето на работа и почивка на персонала и същевременно осигуряват непрекъснат денонощен режим на работа. Те се съставят за определен период от време и задължително са в съответствие с Кодекса на труда, вътрешния правилник на хотела и разпоредбите за заплащане на извънреден труд. Освен това графиците се съобразяват с броя и квалификацията на кадрите, вида и броя на предлаганите услуги, начините на извършване на технологичните операции и националността и особеностите на гостите. Правилното изготвяне на графика и разпределение на функциите и текущите задачи е предпоставка за лесно и бързо координиране на работния процес и гаранция за високо качество на обслужването.

Всеки хотел изготвя собствен график за работа на персонала си. Графиците на работното време на камериерския персонал се изготвят от мениджъра хотелско домакинство. При непредвидено натоварване на хотела или при други форсмажорни обстоятелства може да се наложи преразпределение на графика и на работата. Графиците трябва да бъдат оптимизирани и балансирани, за да не водят до претоварване и преумора.

Графикът трябва да отговаря на следните изисквания:

- Работа на персонала по 8 часа на ден, седмично 40 часа;
- Осигуряване на регламентирани почивки по време на работния ден, съгласно Кодекса на труда;
- Осигуряване на два последователни почивни дни в седмицата;
- Осигуряване на безопасност на труда по време на работа.



Графикът трябва да осигурява:

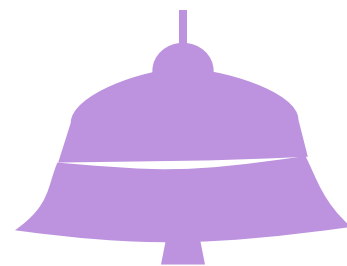
- Денонощно обслужване на гостите на хотела;
- Непрекъснато предлагане на висококачествени хотелиерски услуги.

Спецификата на хотелиерския труд налага в определени случаи нарушаване на някои от изискванията на Кодекса на труда. Например като невъзможност за осигуряване на два последователни почивни дни или работа на удължено работно време. В такива случаи ръководството на хотела трябва да има съответните разрешения от Инспекцията по труда. Практика в хотелиерството е още при постъпване на работа служителите да се уведомят за работата на ненормиран работен ден и да се подпишат

съответните декларации. Хотелите, които се намират извън населени места, осигуряват служебен превоз за всички работни смени на персонала.

Графиците, които изготвя управителят хаускипинг са:

- Дневен график;
- Междинен график;
- Нощен график.



И трите графика включват работа през почивните дни, т.е. събота и неделя, и през празнични дни. Поради това, в съответствие с Кодекса на труда, се ползват почивни дни през останалите дни на седмицата.

Дневният график на камериерския персонал започва обикновено от 8.00 часа до 17.00 часа, а от 12.00 часа до 13.00 часа има обедна почивка.



Почивните дни могат да бъдат два последователни дни в седмицата или да не бъдат два последователни дни.

Име	Понеделник	Вторник	Сряда	Четвъртък	Петък	Събота	Неделя
Ани	Почивен ден	Почивен ден	08.00-17.00 часа	08.00-17.00 часа	08.00-17.00 часа	08.00-17.00 часа	08.00-17.00 часа
Соня	08.00-17.00 часа	08.00-17.00 часа	Почивен ден	Почивен ден	08.00-17.00 часа	08.00-17.00 часа	08.00-17.00 часа
Иван	08.00-17.00 часа	08.00-17.00 часа	Почивен ден	Почивен ден	08.00-17.00 часа	08.00-17.00 часа	08.00-17.00 часа
Ваня	08.00-17.00 часа	Почивен ден	08.00-17.00 часа	08.00-17.00 часа	Почивен ден	08.00-17.00 часа	08.00-17.00 часа

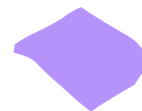
Както виждаме от примерния график, събота и неделя не са почивни дни, а понеделник и петък почива само по един човек, защото се предполага, че има повече работа. Дневният график се прилага обикновено при етажните камериерки. При холните (холови) камериерки по-често се използват междинен и нощен график, при които също има почивка. След нощна смяна задължително има два последователни почивни дни. Работното време при междинен график може да бъде от 07.00 часа до 16.00 часа и от 14.00

часа до 23.00 часа. Междинният график се нарича още сменен график. При нощен график работното време обикновено е от 22.00 часа до 07.00 часа.

В местата за настаняване с малък капацитет графиците за работното време на камериерския персонал се изготвят от старшият администратор.

Ефективният, гъвкав и креативен график е предпоставка за мотивация и стимулиране на персонала.

**Направете мисловна карта на разпределение на работното време на холна (холова) камериерка при междинен график на работа.**



## Хотелска стая.

### Предназначение, планировка, обзавеждане

Хотелската стая е мястото, където се реализира нощувката, която е основната дейност на хотела. Условието, които предлага, отговарят на вида и категорията на мястото за настаняване. Тя е част от блока за настаняване. Както вече знаем, има единична стая, двойна стая, тройна стая и студио. Стаята се състои от предверие (антре), санитарен възел и спалня. Комфортът, атмосферата и хигиената на хотелската стая до голяма степен определят мнението на госта за качеството на хотелиерския продукт.

Планировката на хотелската стая е в зависимост от вида и големината на стаята, както и в зависимост от вида и категорията на мястото за настаняване. Изискванията за планировката са описани в Наредба за изискванията към категоризираните места за настаняване и заведения за хранене и развлечения, за реда за определяне на категория, както и за условията и реда за регистриране на стаи за гости и апартаменти за гости, влязла в сила с Постановление №139 от 26 юни 2020 г., Приложение №1 и Приложение №2. Наредбата е приета на основание чл.121, ал.5 от Закона за туризма. Местата за настаняване трябва да спазват минималните задължителни изисквания, посочени в приложенията.

Обзавеждането в местата за настаняване, както и интериорният дизайн, трябва да бъдат естетически издържани, функционални, да предлагат максимални удобства за кратковременното пребиваване на гостите и да съответстват на цялостната концепция на бранда\*

**Мебелите** трябва да бъдат:

- Надеждни, т.е. здрави, за да се гарантира продължителна експлоатация;
- С водоустойчиви и топлоустойчиви повърхности, за да не се позволява образуването на петна;
- Леки, предполагащи лесна преносимост;
- С подходящи за големината на стаята пропорции;
- Без сложни декорации, за да се почистват лесно;
- Удобни и функционални;
- Често се използват вградени мебели или модулно обзавеждане.



**Платовете**, от които се изработват завесите, пердетата и шалтетата за хотелската стая - трябва да бъдат здрави, с устойчиви цветове.

**Предверието или входното антре** за места за настаняване с категория „три звезди“ (при двойна стая) е с ширина (включително вграден гардероб) – 1,6 м<sup>2</sup>. В предверието трябва да има:

- Гардероб, който може да бъде вграден. В гардероба трябва да има закачалки за леки и връхни дрехи, които да са по 5 броя на легло, торба за пране, четка за дрехи, обувалка, указатели „Не смущавай“ и „Почистете“. При категория „четири звезди“ и „пет звезди“ се поставят още комплект за шиене, продукти за почистване на обувки, чехли за еднократна употреба;

- Гнездо за картата, с която гостът на хотела отваря стаята и активира електрическото захранване. Това гнездо обикновено се намира на стената между входната врата и вратата на санитарния възел;
- Стенно огледало за цяла фигура;
- Закачалка за връхни дрехи;
- Обособен рафт за багаж (допуска се да бъде и в спалнята при липса на място).



#### Санитарният възел включва:

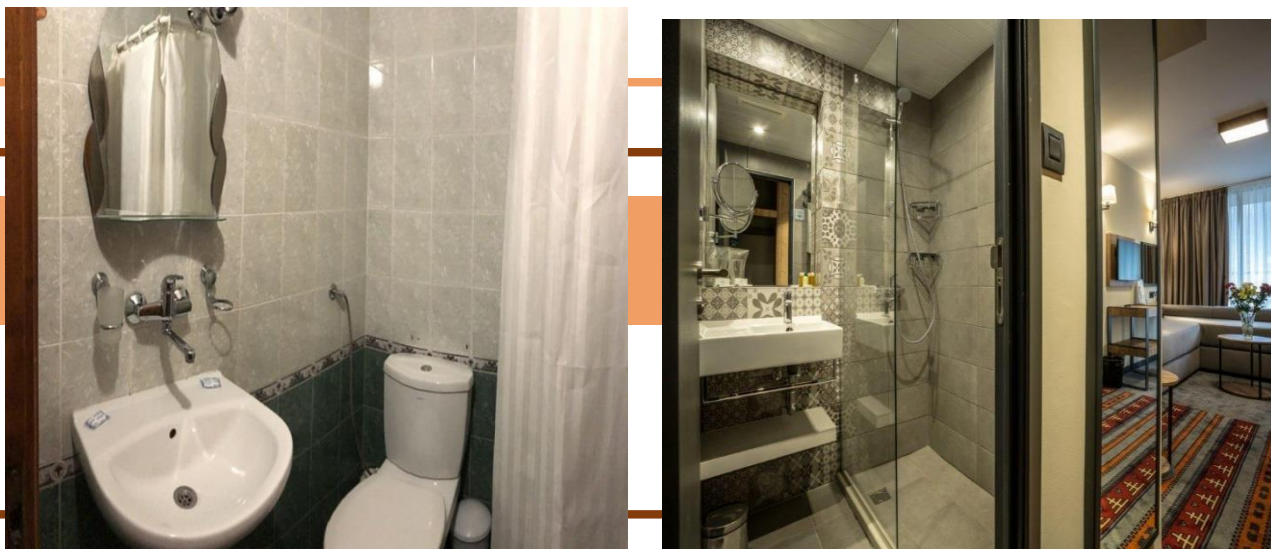
- Мивка с топла и студена вода;
- Плод към мивката, върху който се поставят чаши с логото на хотела, покрити с целофанови пликосе. До тях пакетирани шампоани (за вана, ако има вана, и за коса), душ гел, балсами, сапуни и шапки за баня - всички с логото на хотела. В местата за настаняване от по-висока категория има и принадлежности за бръснене. В условия на пандемия се поставя и дезинфектант;

- Стенно огледало;
- Санитарна кофа за отпадъци от негорим материал;
- Противовлажно осветително тяло;
- Кърподържатели;
- Тоалетна чиния (моноблок);
- Биде;
- Стойка с четка за почистване;
- Кутия с тоалетна хартия;
- Дезодорант за тоалетна чиния;
- Санитарен плик (за употребявани превръзки и тампони);
- Душ кабина (може да има и вана) със защитна непромокаема завеса, с ръкохватки с хавлиени кърпи за тяло, за лице и за крака, халати, и поставки за аксесоари и козметика;
- Сешоар;



- Телефон;
- Обезопасени контакти;
- Ароматизатор .

Дизайнът на санитарния възел трябва да бъде в тон с дизайна на стаята.



#### **Обзавеждането на спалнята включва:**

- Легла, които в местата за настаняване с категория „три звезди“ са с размери 1.40m x 2.00m. Леглата трябва да бъдат разположени успоредно едно до друго, с достъп от двете страни, заради удобството на клиентите и с оглед по-лесното хигиенизиране на стаята;

- Подвижни матраци, за да могат лесно да се местят и да се почистват от камериерките, както и да се застилат по- бързо с необходимото спално бельо. В много случаи в практиката се използват матраци с две лица - от едната страна с памучна материя за ползване при топло време, а от другата страна - вълнена материя за ползване при студено време;

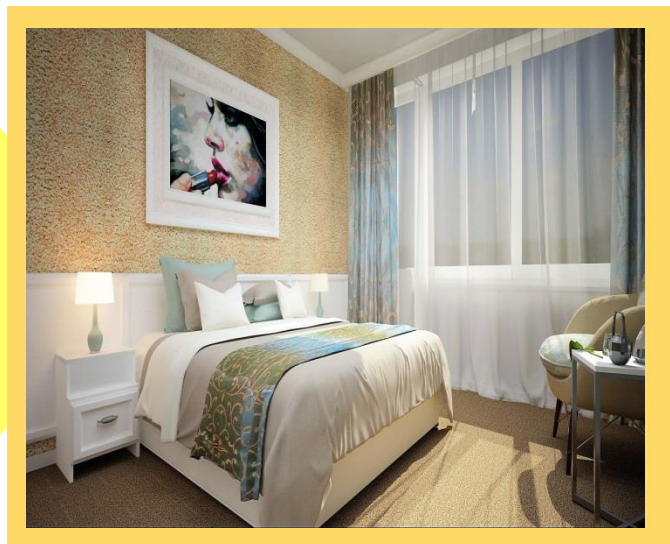
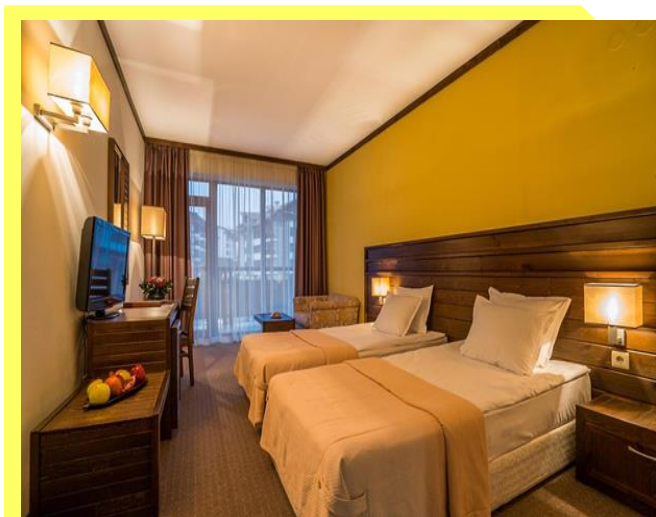
- Нощни шкафчета с настолни лампи. Шкафчетата може да са съчетани с панели с бутони за озвучаване, за викане на камериерка и система за събуждане. На панела може да има и система за осветление, но тогава няма настолни лампи;

- Писалище (бюро или комбинирана маса) с настолна лампа, телефон за вътрешна връзка, фирмена папка с рекламни и информационни материали (в папката има рекламни материали за хотела и за населеното място, менюта за румсървис и за минибар, телефонен указател, рекламен материал за предлаганите допълнителни услуги с цени и необходимите пояснения, указания за безопасност, хотелски правила, анкетна карта на хотела, листа и пликкове за писма, химикал и др.). Всички материали в папката обикновено са на български и на английски език ;

- Огледало;
- Стол (табуретка или кресло);
- Кошче от негорим материал;
- Малка масичка (за хотели с категория „четири звезди “ и „пет звезди” );



- Хладилник (минибар);
- Телевизор с дистанционно управление;
- Картини;
- Сейф за индивидуално съхранение на ценности (може да бъде в гардероба в предверието);
- Багажник (може да бъде разположен в антрето);
- Пердета (двойни) или щори;
- Постелъчен инвентар (възглавници и калъпки за тях, протектори, долни чаршафи, олекотени завивки, плик-чаршафи, одеяла, шалте).



**Балконът** се обзавежда с:

- Малка масичка с пепелник;
- Леки столове;
- Шезлонг за морските и планинските места за настаняване;
- Сгъваем сушилник (простор) с щипки.

**Студиото** е с по-голяма площ и разполага с кухненски бокс и кът за хранене. Апартаментите включват хол и кухненски бокс.

Кухненският бокс е обзаведен с:

- Електрическа печка;
- Мивка с плот;
- Кухненски шкаф-бюфет с кухненска посуда, съдове и прибори за хранене;
- Поставка за отцеждане на съдове и прибори;
- Хладилник;
- Маса за хранене;
- Столове;



- Хавлиени кърпи;
- Препарати и средства за миене.

**Холът** обикновено се намира след предверието и преди спалнята. Обзаведен е с:

- Холова гарнитура със салонна масичка;
- Писалище със стол;
- Настолна лампа;
- Луксозни осветителни тела;
- Телевизор с дистанционно управление;
- Телефон за вътрешна връзка;
- Минибар (или хладилник).

За хора в неравностойно положение (с намалена или ограничена подвижност) планировката и обзавеждането на хотелска стая трябва да отговарят на следните изисквания:

- Липса на прагове в стаята;
- Светла широчина на вратата - минимум 80см;
- Гардероб без врати или с плъзгащи се врати;
- Релса за закачалки в гардероба на височина 120см;
- Височина на леглото, включително горната част на матрака – минимум 55см;
- Разстояние между леглото и стената - най-малко 90см;
- Свободно пространство на пода от едната страна на леглото;
- Бюро, достъпно от инвалидна количка;
- Телефон, дистанционно устройство и папка с рекламни и информационни материали, достъпни от инвалидна количка;
- Електрически контакти, достъпни от инвалидна количка;
- За санитарен възел – плъзгаща се врата, парапет от вътрешната страна на вратата под дръжката, горен ръб на мивката на разстояние 80см от нивото на пода, с достъпно за инвалидна количка пространство под нея, с достъпни за инвалидна количка консумативи и аксесоари, закачалки на височина 120см, кърпи, огледало, сешоар - достъпни от нивото на инвалидната количка, т.е. височина 120см. Душът и кранчетата за душ трябва също да отговарят на съответните изисквания.

Днес се избягва стандартното и еднотипно обзавеждане на стаите и се предпочитат стаи с различен интериор и дизайн, наситени с комуникационна техника, с електронни устройства и фотоклетки.

## Любопитни факти. Знаете ли че...?

Япония е основоположник на идеята за малки, но функционални хотелски стаи и е известна с хотелите-капсули, които предлагат свръхбюджетен престой в комфорт и уединение. Capsule Inn Osaka е първият такъв хотел в света, отворил врати през далечната 1979 г., който и до днес приема резервации. Разположен в бизнес и търговски квартал на Осака, хотелът предлага миниатюрни стаи, но без да подценява удобствата в тях. Стаята-капсула побира само легло, но осигурява безжичен интернет, телевизор, радио, будилник, осветление за четене и блекаут щори.



Разположен на 45 минути южно от Мексико сити, Tubohotel предлага изключително изживяване да нощуваш в стаи, направени от рециклирани бетонови тръби. Тръбните стаи изглеждат малки, но са достатъчно големи, за да поберат удобно двойно легло и вентилатор. Разположени са пирамидално една над друга в идиличен двор с много зеленина, детска площадка и басейн.



\*Бранд – продукт, услуга или идея. Термин в маркетинга, който описва компания или продукт, продуктова линия или услуга.

### ПРИЛОЖНА ЗАДАЧА

Посочете къде се намира багажникът в двойна стая в хотел с категория „три звезди“.

Разположен е в предверието на стаята или в спалнята?

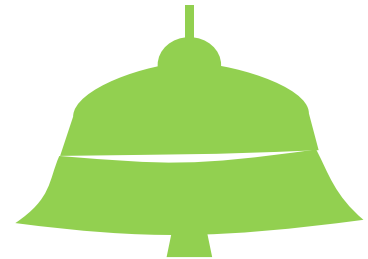


## Технология и организация на камериерското обслужване.

### Длъжностна характеристика на камериерката

Думата „технология“ има гръцки произход и означава съвкупност от способности и средства за постигане на желан резултат. Технологията включва и последователността на операциите и процедурите. Организацията като процес е работа, действие, съвкупност от задачи и действия за постигане на определена цел. Технологичните и организационните процеси се състоят от отделни технологични цикли, които представляват последователно свързани фази на:

Подготовка;  
Действителна работа;  
Контрол;  
Приключване;  
Реализация.



Факторите, които оказват влияние на технологичните цикли в хотелиерството, са:

- Категорията и вида на мястото за настаняване;
- Нивото на управление;
- Материално-техническата база;
- Нивото на продажбите на хотелиерските услуги;
- Особеностите на клиентите;
- Квалификацията на персонала;
- Нивото на контрол.



Взаимните връзки между всички фактори, по предварително утвърден стандарт, се определят от технологиите на извършваните хотелиерски операции. Това гарантира и правилното извършване на технологичните процеси, цикли и фази, което води до качествен хотелиерски продукт.

Камериерското обслужване е ключов фактор за имиджа на всяко място за настаняване. От него до голяма степен зависи удовлетвореността на гостите. Високото му качество е най-добрата реклама за всеки хотел. В местата за настаняване се прилагат стандарти, в които е включена цялостната организация на камериерското обслужване.

Технологичният цикъл на камериерското обслужване включва последователното изпълнение на следните фази:

- Подготовка на камериерския персонал;
- Подготовка на камериерския офис;
- Подготовка на камериерската количка;
- Действителна работа (обработка на стаи и общи площи);
- Контрол;



- Приключване;
- Реализация.

Управителят на хотелското домакинство организира, ръководи и контролира камериерското обслужване, а контролът на извършената работа на хотелските етажи се осъществява от супервайзъри. Камериерът/камериерката е работник в сектор хотелско домакинство, наричан още хаускипинг. Назначава се и се освобождава от работа със заповед на мениджъра на мястото за настаняване. По време на работата си се ръководи от длъжностната си характеристика, фирмените изисквания и правила, правилника за вътрешния ред, стандартите за работа и заповедите на преките ръководители. Задълженията и отговорностите на камериерския състав са посочени в длъжностна характеристика.

## **ДЛЪЖНОСТНА ХАРАКТЕРИСТИКА**

### **на длъжността Камериер/камериерка в хотел**

**Клас по НКПД: 5. Персонал, зает с услуги на населението, търговията и охраната**

**Код по НКПД: 5162-1003**

### **I. ОСНОВНИ ДЛЪЖНОСТНИ ЗАДЪЛЖЕНИЯ**

1. Познава добре стандартите за работа в хотелско домакинство.
2. Поддържа хигиената в определените обекти или помещения.
3. Подменя постелъчния инвентар, пердета, хавлии и посуда.
4. Зарежда с хигиенни материали и рекламno-информационни брошури.
5. Следи за изправността на електрическата система и електрическите уреди, поставени в стаите.
6. Следи за изправността на работа на водопроводните, канализационните и санитарните съоръжения.
7. Участва при почистването на общите части.
8. Изпълнява и други конкретно възложени задачи, свързани с длъжността.

### **II. ОСНОВНИ ОТГОВОРНОСТИ, ПРИСЪЩИ ЗА ДЛЪЖНОСТТА**

1. Спазва утвърдените в предприятието правила за здравословни и безопасни условия на труд и правилата за противопожарна безопасност. Спазва предписанията и правилата при работа по време на пандемия.
2. Отговаря за качеството на хигиената и нивото на обслужване.
3. Носи отговорност при рекламации и при настъпили вреди от несвоевременно информиране за липси в инвентара на обслужваните помещения и обекти.

### **III. ОРГАНИЗАЦИОННИ ВРЪЗКИ И ВЗАИМООТНОШЕНИЯ**

1. Длъжността е пряко подчинена на управителя на хотелско домакинство.
2. При изпълнение на длъжността се осъществяват организационни връзки и взаимоотношения с персонала на хотелско домакинство, администраторите и клиентите.

#### **IV. НЕОБХОДИМА КОМПЕТЕНТНОСТ ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ДЛЪЖНОСТТА**

1. Трябва да знае:

- а) стандартите за работа в хотелско домакинство;
- б) правилата за почистване и хигиенизиране на помещения и уредите в тях;
- в) реда и изискванията за извършване на подмяна на постелъчния инвентар и поставяне на консумативните материали;
- г) нормативните изисквания за техника на безопасност, охрана на труда и противопожарна безопасност;
- д) да работи с уредите за почистване.

#### **V. ИЗИСКВАНИЯ ЗА ЗАЕМАНЕ НА ДЛЪЖНОСТТА**

- 1. Образование: средно.
- 2. Друга квалификация: завършен курс по професията и специалността, работа с уредите за почистване, познания по чужд език.
- 3. Професионален опит: над 1 година трудов стаж по специалността, а при липса на такъв - трудов договор със срок за изпитване.

#### **VI. СИСТЕМА ЗА РАБОТНА ЗАПЛАТА**

- 1. Твърдо месечно възнаграждение с възможност за авансово и окончателно заплащане при желание на работника, заявено до ..... число на месеца, съгласно правилата за работна заплата на фирмата.

#### **VII. ОБЩИ И ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ РАЗПОРЕДБИ**

- 1. Настоящата длъжностна характеристика може да бъде актуализирана (изменяна и допълвана) от работодателя при промяна на изискванията и задълженията, произтичащи от нормативни или структурни промени.

Изготвил: .....

(подпис)

Утвърдил: .....

(подпис и печат на работодателя)

Дата: .....

Получих екземпляр от длъжностната характеристика: .....

(подпис на работника или служителя)

Длъжностната характеристика се актуализира при нормативни промени и според вътрешните правила на мястото за настаняване.

**Направете мисловна карта на фазите на технологичния цикъл на камериерското обслужване.**



## Стандарти за работа в хотелска стая

Стандартът е документ (норма, образец или шаблон), който определя за общо и повтарящо се прилагане правила за дейности. Той трябва да обхваща всяка технологична операция и етап на производство на продукт или услуга. Стандартите са важен елемент от осигуряване на качеството. Чрез прилагането им се гарантира устойчиво качество на услугата и продукта, спестява се огромно количество време на персонала и се повишава работоспособността. Освен това се създават условия за самоконтрол, за оценка и контрол на предлаганите услуги и за подобряване на организацията на работа. Изготвянето и въвеждането на оперативни стандарти и процедури в хотелиерството има за цел подготовка на служителите за предоставяне на висококачествени услуги и продукти, които клиентите очакват. Представените стандарти са очакваният минимум, който трябва да се постига и поддържа постоянно. Служителите следва да се стараят да предоставят услуги над стандарта. Оперативните стандарти и процедури се разработват, за да осигури достигането и поддържането на единен стандарт при предоставяне на услуги. Доброто познаване на стандартите и процедурите и последователното им спазване са задължителни за всички служители, за да бъде гарантирано качеството на предлаганата услуга. Внедряването и системното следване на набора от оперативни стандарти и процедури подпомага изпълнението на ежедневните задължения на служителите. Целият персонал на мястото за настаняване се запознава с утвърдените стандарти и процедури и това е част от процеса на обучение. Въвеждането на системата не отменя отговорността и задълженията на мениджмънта на хотела да следи за ефективното и правилно функциониране на процедурите, както и за постоянното им следване.



## STANDARDS OF PERFORMANCE\* (SOP)

<b>DEPARTMENT / AREA**:</b>	Хотелско домакинство
<b>SERVICE / TASK***:</b>	Работа в хотелска стая
<b>STANDARD:</b>	Стандарти за работа в хотелска стая

### Стандарти за работа в хотелска стая

Представените оперативни стандарти и процедури са разработени съгласно Наредбата за изискванията към категоризираните места за настаняване и заведения за хранене и развлечения, за реда за определяне на категория, както и за условията и реда за регистриране на стаи за гости и апартаменти за гости, влязла в сила с Постановление № 139 от 26 юни 2020 г., специфичните особености на продукта и набора от услуги и стандарти на обслужване, утвърдени в хотелиерската практика.

#### А. Влизане в хотелска стая

- При наличие на вратата на стаята на табела „Не безпокойте“ или индикатор, който свети в червено, не се правят опити за отключване и влизане (освен при спешни случаи). Стаята се проверява за достъп два-три пъти. Ако след това няма промяна, се уведомява супервайзърът или управителят на хотелското домакинство.
- Независимо от статуса на стаята, преди да се влезе, на вратата се почуква с пръстите на ръката (не се почуква с ключ или с друг предмет) два пъти и се извършва гласова идентификация: „Камериерско обслужване“ или „Хаускипинг“.
- При липса на отговор почукването и гласовата идентификация се повтарят.
- Ако няма отговор, вратата се отключва и ако гостът спи или е в санитарния възел, тихо се напуска стаята. Ако гостът е буден, се поднася вежливо извинение.
- Ако гостът отговори на почукването или е в стаята, но не е чул почукването и гласовата идентификация, се поздравява и се пита кога е удобно да се извърши почистването. Според отговора се предприемат следващите действия.
- Ако по време на работа гостът се върне в стаята, се пита дали желае почистването да продължи или това да стане в удобно за него време.

#### Б. Работа в хотелска стая

- Вратата на стаята се отваря широко и камериерската количка се поставя пред вратата, плътно до стената отвън до входната врата в коридора или до самата врата навътре в стаята.
- На вратата се поставя табела с надпис „Работи камериер“ или се включва индикация за това.
- Поставят се тънки латексови ръкавици за еднократна употреба.
- Прави се оглед за повредени или липсващи предмети. При установени повреди или липси се докладва на супервайзър и се предприемат необходимите действия.
- Ако се намерят забравени вещи и предмети, те се предават в склада на хотелското домакинство, където се завеждат в специална картотека с данни - номер на стая, име и националност на госта,



ползвал стаята, дата, име на камериерката. Забравените вещи се пазят до поискване. При липса на такова се процедира по съответните инструкции.

- Включва се цялото осветление, за да се провери изправността му. Проверява се изправността на електрически ключове, контакти, сигнална уредба, телевизор, хладилник, климатик.
- Дърпат се завесите (вдигат се щорите) и се отварят широко прозорците, за да се проветри стаята. Ако прозорците на сградата не се отварят, се задейства климатик (тогава се работи при затворена външна врата).
- Обработка се балкона (ако има такъв) като най-външна част:
- Прибират се отпадъците в плик за отпадъци;
- Предметите за многократна употреба като чаши, чинии, пепелник и др. се сортират, изнасят и поставят на табла пред стаята или върху количката;
- Измита се, прави се мокро почистване;
- Подреждат се масата и столовете;
- Забърсва се прах;
- Слага се чист (измит и полиран) пепелник на масата;
- Почиства се вратата отвън и отвътре.
- В стаята се прибират дрехите на госта, които са по столове, легла или мебели, окачват се на закачалки и се прибират в гардероба.
- Вестници, списания и други печатни материали, които не са в коша за отпадъци, се сгъват и се подреждат на шкаф, плот или бюро.
- Използвани чаши се изсипват (ако е необходимо) и се измиват и полират.
- Изхвърля се боклука (и от санитарния възел), внимава се да не се изхвърлят вещи на госта в плика за отпадъци на камериерската количка. Никога не се бърка с ръка в кошчето за отпадъци, поради възможност от нараняване.
- Събира се употребяваното спално бельо и употребяваните хавлиени кърпи и халати от санитарния възел, поставят се в сака за употребявано бельо на камериерската количка.
- Прави се проверка за отпадъци и други вещи под леглото.
- Премахват се използваните неща от минибара.
- Премахват се консумативите и аксесоарите от санитарния възел.
- При обработката на санитарния възел се поставят гумени ръкавици за еднократна употреба.
- Дърпа се завесата на душа (ваната), обработка се и при нужда се сменя.
- Прави се проверка за изправност на кранове за топла и студена вода, изправност на тоалетен моноблок и биде в санитарния възел.
- Почиства се тавана на санитарния възел, лампите и ключовете на осветлението.
- Прави се обработка на тоалетната чиния с препарати само за тази цел.

- Обработка се несесерът с четката за тоалетна.
- Обработка се бидето с препарати само за тази цел.
- Обработват се стените на санитарния възел.
- Обработка се душ кабината (ваната).
- Обработка се огледалото над умивалника.
- Обработват се шкафовете, разтварят се и се почистват рафтовете, стените и вратите.
- Обработка се умивалникът с препарати само за тази цел.
- Обработка се сешоарът, телефонът и др.
- Обработват се сапунерки, закачалки и др.
- Изплакват се обилно тоалетната чиния и бидето.
- Обработка се подът на санитарния възел – започва се от най-отдалечената част и се върви към вратата.
- Обработват се всички повърхности на санитарния възел за придаване на блясък. В практиката на хотелиерството това се прави обикновено с излъскване с велурен плат. Проверява се (особено душ кабината, ваната и постелките на пода) против плъзгане.
- Поставят се хартиени ленти-бандероли върху капака на тоалетната чиния, бидето и във ваната - указание, че са дезинфекцирани.
- Поставят се консумативите и аксесоарите в санитарния възел (според категорията на мястото за настаняване).
- Поставят се хавлиените кърпи и халати.
- Подреждат се личните принадлежности на госта (ако има такива).
- Избърсва се праха от вътрешната и от външната част на вратата.
- Прави се оглед и проверка с чек лист.
- Изключва се осветлението.
- Затваря се вратата.
- Поставят се отново латексови ръкавици.
- Почиства се таванът и осветителните тела на него.
- Почистват се стените и картините на тях (почистват се и другите декорации на стените, ако има такива).
- Почистват се прозорците (и дограмата).
- Почиства се хладилникът (минибарът).
- Почиства се огледалото.
- Почиства се бюрото (писалище, маса), стол, багажник.
- Матраците на леглата се проверяват и почистват. В хотелиерската практика те се обръщат през седмица, което гарантира дълготрайна експлоатация.

- Поставя се протектор, долен чаршаф, плик със завивка, възглавници с калъфки, шалте.
- Бельото на детски кошари, детски креватчета и от легла на болни гости се сменя всеки ден. В останалите случаи се процедира според изискванията за категорията на мястото за настаняване.
- При почистване на прах се започва от повърхностите, които са разположени най-високо. Никога не се пръска с препарат директно върху повърхностите.
- Зарежда се минибарът (ако има такъв).
- Зареждат се консумативите и аксесоарите в стаята (папка с рекламно-информационни материали и др.).
- Почиства се предверието (гардероб, гнездо за карта, огледало, закачалка, рафт за багаж).
- Зареждане с консумативи и аксесоари в предверието.
- Почистване на пода (извършва се според вида на подовите настилки и указанията на мястото за настаняване). Препоръчително е да се избягват детергенти с маслени остатъци, защото допринасят за натрупване на замърсявания.
- Почистване на входната врата отвън и отвътре.
- Проверка за петна.
- Оглед на стаята.
- Самоконтрол чрез проверка на стаята с чек лист.
- Изключване на светлини.
- Затваряне на прозорците или настройване на климатичната инсталация.
- Тънките пердета се дърпат изцяло, а плътните пердета се оставят да пропускат 1/3 светлина от прозореца.

Стаята е готова за контрол от страна на супервайзър.

## **В. Работа в условия на пандемия**

- Всички служители преминават контролни здравни проверки на входа при пристигане на работа.
- Работи се задължително с лични предпазни средства (маски и ръкавици).
- Извършва се периодична лична дезинфекция.
- Спазва се дистанция.
- Премахват се декоративните елементи в стаята.
- Премахват се рекламno-информационни материали, химикали, хартиени подложки.
- Премахват се пликовете за пране и се предоставят само при поискване от госта.
- Поставят се диспенсъри с дезинфекциращ разтвор за ползване от гостите.
- Стаите се проветряват всеки ден.
- Почистване се извършва при поискване от госта.
- Почистване се извършва без присъствие на госта за ограничаване на контакти.
- Пълно почистване се извършва при освободена стая.

- Ако е възможно, почистване се извършва 24 часа след освобождаване на стаята.
- Всички изгубени и намерени вещи се обезопасяват в запечатан полиетиленов плик и се маркират, за да се идентифицират. Следва се процедурата на хотела за изгубени и намерени вещи.
- Ръкавиците за еднократна употреба се изхвърлят след всяко почистване на стаята. Те трябва да са предназначени за почистване и дезинфекция на повърхности и не трябва да се използват за други цели. Зареждането с чисто бяло и консумативи се извършва с нови ръкавици.
- Използват се нови ръкавици за всяка стая.
- Стаята се проветрява продължително време, преди да се предприеме почистване.
- По време на почистването се обръща специално внимание на зоните с висока точка на допир.
- Използват се подходящи, одобрени и сертифицирани препарати за всяка зона и повърхност в стаите за гости и баните.
- За дезинфекция много продукти трябва да останат върху твърди повърхности няколко минути, за да работят.
- Следват се инструкциите на производителя за правилна употреба, за най-голяма ефективност и защита срещу вирусите.
- Работи се с две камериерски колички ( за чист поток и за мръсен поток).
- При възможност се прилага употребата на UV лампи срещу COVID-19.

Приетите стандарти трябва да бъдат съобразени и да съответстват на местните закони и разпоредби.

При промяна на епидемичната обстановка и при разрешение от здравните власти , някои от рестрикциите биха могли да отпаднат.

Всяко място за настаняване може да модифицира стандартите според нуждите си.

\* STANDARDS OF PERFORMANCE - Стандарт на изпълнение

\*\* DEPARTMENT / AREA - Отдел/област

\*\*\* SERVICE / TASK - Услуга/задача

**Според стандартите за работа в хотелска стая - задължително ли е камериерката да работи с ръкавици?**



## Стандарти за работа в общите помещения

Общите помещения са площи, използвани от всички гости на мястото за настаняване и местата за движение на персонала. Това са: фойета, коридори, стълбища, асансьори, прозорци, общи санитарни възли, конферентни зали, бизнес-центрове, заведенията за хранене и развлечения, общи площи около хотела, паркинг и др. Местата за движение на персонала са: служебни входове, стълбища, служебни и товарни асансьори, коридори, битови помещения, офиси, канцеларии, складове, контейнери за смет и др. Тези площи се почистват от холните (холови) камериерки. Много често манипулациите се извършват през нощта, за да се избегне максимално движението на гостите. Използват се специализирани професионални машини за хигиенизиране и определени почистващи препарати. При някои по-специални процедури - почистване на мрамор, мозайка, мокет или др. - мястото за настаняване може да ползва услугите на специализирана фирма.

### STANDARDS OF PERFORMANCE (SOP)

<b>DEPARTMENT / AREA:</b>	Хотелско домакинство
<b>SERVICE / TASK:</b>	Работа в общите помещения
<b>STANDARD:</b>	Стандарти за работа в общите помещения

## Стандарти за работа в общите помещения

Представените оперативни стандарти и процедури са разработени съгласно Наредбата за изискванията към категоризираните места за настаняване и заведения за хранене и развлечения, за реда за определяне на категория, както и за условията и реда за регистриране на стаи за гости и апартаменти за гости, влязла в сила с Постановление № 139 от 26 юни 2020 г., специфичните особености на продукта и набора от услуги и стандарти на обслужване, утвърдени в хотелиерската практика.

### ► Фойе

- Поставят се тънки латексови ръкавици за еднократна употреба.
- Почиства се таванът (използват се подходящи стълби и удължителни приспособления към прахосмукачки).
- Почистват се осветителните тела и се проверяват за изправност.
- Почистват се стените (използват се подходящи стълби и удължителни приспособления към прахосмукачки).
- Почистват се картини, пана или други декорации.
- Почистват се указателните табели.
- Почистват се електрически ключове и контакти и се проверяват за изправност.
- Почистват се прозорци (дограма и стъкла).



- Почистват се первази и парапети.
- Почистват се пердета, завеси, щори.
- Почистват се кошчетата за отпадъци.
- Почистват се огледала.
- Почиства се машината за почистване на обувки и се проверява за изправност.
- Почиства се рецепцията, информацията, обмяна на валута.
- Почиства се меката мебел във фоайето.
- Почиства се масата.
- Почиства се лоби барът.
- Почиства се пианото (ако има).
- Почистват се игрите във фоайето (билярд или други, ако има).
- Почиства се банкоматът.
- Почистват се десковете\* за допълнителни услуги (деск за рент-а-кар, деск за фотографски услуги и др., ако има).
- Почистват се естествените цветя, тревни площи и декоративни растения. Премахват се увехнали и пречупени части и се поливат.
- Почистват се и се проверяват за изправност пожарогасителите.
- Почиства се пода.
- Почистват се вратите отвътре и отвън.
- Почиства се района пред вратите.

#### ► Заведения за хранене и развлечения към местата за настаняване

В заведения за хранене и развлечения към местата за настаняване от холовата камериерка се почистват търговските зали - таван, стени и под на офиса и таван, стени и под на кухненските помещения. Шкафовете, машините, апаратите и съоръженията в офиса - почистват се от сервитьорите, а шкафовете, машините, апаратите и съоръженията в работните помещения на кухненския персонал - почистват се от кухненския персонал.

- Поставят се тънки латексови ръкавици за еднократна употреба.
- Почиства се таванът (използват се подходящи стълби и удължителни приспособления към прахосмукачки) на търговската зала.
- Почистват се осветителните тела и се проверяват за изправност.
- Почистват се стените (използват се подходящи стълби и удължителни приспособления към прахосмукачки) на търговската зала .
- Почистват се картини, пана или други декорации.
- Почистват се електрически ключове и контакти и се проверяват за изправност.

- Почистват се прозорци (дограма и стъкла) на търговската зала.
- Почистват се первази и парапети.
- Почистват се пердета, завеси, щори на търговската зала.
- Почистват се огледала.
- Почистват се декоративни решетки (ако има такива).
- Почистват се естествените цветя. Премахват се увехнали и пречупени части и се поливат.
- Почистват се масите в търговската зала.
- Почистват се столовете в търговската зала .
- Почистват се конструкции на блок маса.
- Почиства се подът на търговската зала.
- Почистват се вратите отвътре и отвън.
- Почистват се таван, стени и под на офиса.
- Почистват се таван, стени и под на работните помещения на кухненския персонал.

### ► Асансьори

- Поставят се тънки латексови ръкавици за еднократна употреба.
- Почиства се таванът на кабината.
- Почистват се стените на кабината.
- Почиства се огледалото.
- Почистват се бутоните.
- Почиства се подът.
- Почистват се вратите отвътре и отвън.
- Почиства се пространството пред вратите.

### ► Коридори и стълбища

- Поставят се тънки латексови ръкавици за еднократна употреба.
- Почиства се таванът (използват се подходящи стълби и удължителни приспособления към прахосмукачки).
- Почистват се осветителните тела и се проверяват за изправност.
- Почистват се стените (използват се подходящи стълби и удължителни приспособления към прахосмукачки).
- Почистват се картини, пана или други декорации.
- Почистват се указателни табели.
- Почистват се електрически ключове и контакти и се проверяват за изправност.
- Почистват се прозорци (дограма и стъкла).
- Почистват се первази и парапети.



- Почистват се пердета, завеси, щори.
- Почистват се огледала.
- Почиства се парапетът.
- Почистват се декоративни решетки (ако има такива).
- Почистват се естествените цветя. Премахват се увехнали и пречупени части и се поливат.
- Почистват се кошчетата за отпадъци.
- Почистват се и се проверяват за изправност пожарогасителите.
- Почиства се подът.

### ► **Общи санитарни възли**

В общите санитарни възли липсват душ кабина и вана.

- При обработката на санитарния възел се поставят гумени ръкавици за еднократна употреба.
- Прави се проверка за изправност на кранове за топла и студена вода, изправност на тоалетен моноблок и биде в санитарния възел.
- Почиства се кошчето за отпадъци.
- Почиства се таванът на санитарния възел, лампите и ключовете на осветлението.
- Прави се обработка на тоалетната чиния с препарати само за тази цел.
- Обработка се несесерът с четката за тоалетна.
- Обработка се бидето с препарати само за тази цел.
- Обработват се стените на санитарния възел.
- Обработка се огледалото над умивалника.
- Обработка се умивалникът с препарати само за тази цел.
- Обработка се сешоарът.
- Изплакват се обилно тоалетната чиния и бидето.
- Обработват се всички повърхности на санитарния възел за придаване на блясък. В практиката на хотелиерството това се прави обикновено с излъскване с велурен плат.
- Обработка се подът на санитарния възел - започва от най-отдалечената част и се върви към вратата.
- Избърсва се праха от вътрешната и от външната част на вратата.

### ► **Конферентни зали, бизнесцентрове, места за движение на персонала**

- Поставят се тънки латексови ръкавици за еднократна употреба.
- Почиства се таванът (използват се подходящи стълби и удължителни приспособления към прахосмукачки).
- Почистват се осветителните тела и се проверяват за изправност.
- Почистват се стените (използват се подходящи стълби и удължителни приспособления към прахосмукачки).



- Почистват се картини, пана или други декорации.
- Почистват се електрически ключове и контакти и се проверяват за изправност.
- Почистват се прозорци (дограма и стъкла).
- Почистват се первази и парапети.
- Почистват се пердета, завеси, щори.
- Почистват се огледала.
- Почистват се декоративни решетки (ако има такива).
- Почистват се естествените цветя. Премахват се увехнали и пречупени части и се поливат.
- Почиства се кошчето за отпадъци.
- Почистват се бюра и маси.
- Почистват се столове.
- Почиства се подът.
- Избърсва се праха от вътрешната и от външната част на вратата.

#### ► **Общи площи около хотела, паркинг**

- Почистват се отпадъците.
- Почистват се тревните площи, храсти и цветя. Премахват се увехнали и пречупени части и се поливат.
- Почистват се алеи и пътеки.
- Почистват се кошовете за отпадъци.
- Почистват се подовите настилки.

#### ► **Работа в условия на пандемия**

- Всички служители преминават контролни здравни проверки на входа при пристигане на работа.
- Работи се задължително с лични предпазни средства (маски и ръкавици).
- Извършва се периодична лична дезинфекция.
- Спазва се дистанция.
- Осигурява се поток за движение - вход и поток за движение - изход.
- Поставят се професионални маркировки на пода за потока на движение (на два метра един от друг).
- Поставят се плексигласови прегради или друга защита на рецепция, информация, обмяна на валута.
- Премахват се рекламно-информационни материали.
- Поставят се диспенсъри с дезинфекциращ разтвор за ползване от служителите.
- Осигурява се безконтактна комуникация.
- Извършва се периодична дезинфекция на всички общи площи.
- Използват се подходящи, одобрени и сертифицирани препарати за дезинфекция за всяка зона и повърхност.

- Следват се инструкциите на производителя за правилна употреба, за най-голяма ефективност и защита срещу вирусите.
- При възможност се прилага употребата на UV лампи срещу COVID-19.

Приетите стандарти трябва да бъдат съобразени и да съответстват на местните закони и разпоредби. При промяна на епидемичната обстановка и при разрешение от здравните власти ,някои от рестрикциите биха могли да отпаднат.

Всяко място за настаняване може да модифицира стандартите според нуждите си.

\*Деск – бюро, катедра.

**Посочете оперативните стандарти и процедури за почистване на асансьори.**



## Стандарти за работно облекло и лична хигиена

Работното облекло и високата лична хигиена са задължителни за всички служители на местата за настаняване.

### STANDARDS OF PERFORMANCE (SOP)

<b>DEPARTMENT / AREA:</b>	Всички блокове, сектори и звена
<b>SERVICE / TASK:</b>	Работно облекло и лична хигиена
<b>STANDARD:</b>	Стандарти за работно облекло и лична хигиена

Представените оперативни стандарти и процедури са разработени съгласно Наредбата за изискванията към категоризираните места за настаняване и заведения за хранене и развлечения, за реда за определяне на категория, както и за условията и реда за регистриране на стаи за гости и апартаменти за гости, влязла в сила с Постановление № 139 от 26 юни 2020г., специфичните особености на продукта и набора от услуги и стандарти на обслужване, утвърдени в хотелиерската практика.

#### ► Униформа

- Всички служители, работещи в мястото за настаняване, носят униформа, съгласно утвърдената концепция на хотела и наложените изисквания в хотелиерската индустрия.
- По време на работа служителите носят всички елементи на униформата.
- Освен работно облекло служителите са длъжни да носят отличителен знак (бадж) с логото на хотела, име и длъжност, изписани на латиница. Баджът се носи винаги по време на работа, на специално утвърдено място на работното облекло. Не се допуска вертикално поставяне на табелата.
- Униформата следва да бъде безупречна - чиста, без петна и повреди, изгладена. Не се допуска носене на други дрехи, които не са част от униформата. Не се допуска носене на части от униформата по неподобаващ начин (например: разкопчана риза, разкопчан елек).
- С униформата се носят подходящи обувки - затворени, с ниски токове, добре лъснати и добре поддържани. Не се допускат обувки, които са отворени отпред, чехли, джапанки.
- Чорапите се съчетават цветово с обувките и униформата.
- Там, където към работното облекло се изисква чорапогащник, той е в телесен цвят.
- В работните помещения се влиза само с работно облекло. Работното облекло е чисто и изгладено.
- Всички служители получават работно облекло и бадж (отличителна табела) срещу подпис и са задължени да го върнат при напускане или при смяна на вида на униформата в изряден вид.

#### ► Коси

- Всички служители са с чисти и прибрани коси.
- Не се допускат разпуснати дълги коси.

- Жените използват умерено аксесоари за коса, дискретно и умело подбрани, като допълнение към униформата.

- Мъжете не носят коси под нивото на яката.
- Допускат се бради и мустаци - добре поддържани и редовно подстригвани.

### ▶ Бижута

- Бижутата, които се носят над униформите и се виждат, са дискретни.
- Не се допуска носенето на висящи обици.
- Допуска се носенето на венчална халка.
- Допуска се носенето на дискретен пръстен.
- Служителите могат да носят часовник.
- Не се допускат обици (пиърсинг) по видими части от тялото.

### ▶ Други изисквания към външен вид

- Изискват се чисти ръце и нокти, ненатрапчив маникюр.
- Не се допускат ярки червила.
- Не се допуска силен парфюм.
- Изисква се дискретен грим.
- Изисква се отлична хигиена.
- Управителите на блоковете, секторите и звената на мястото за настаняване следят и контролират спазването на изискванията за работно облекло и външен вид на служителите.

### ▶ Работа в условия на пандемия

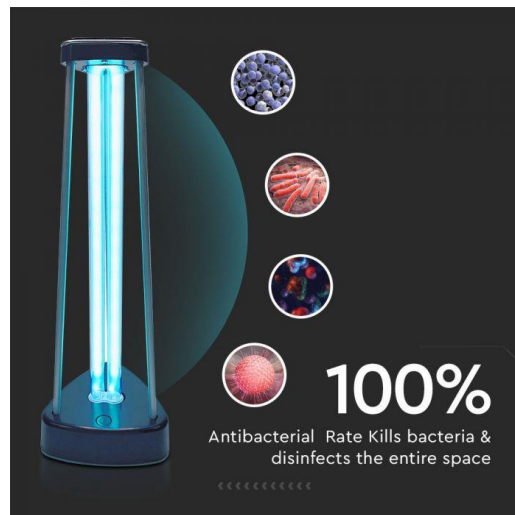
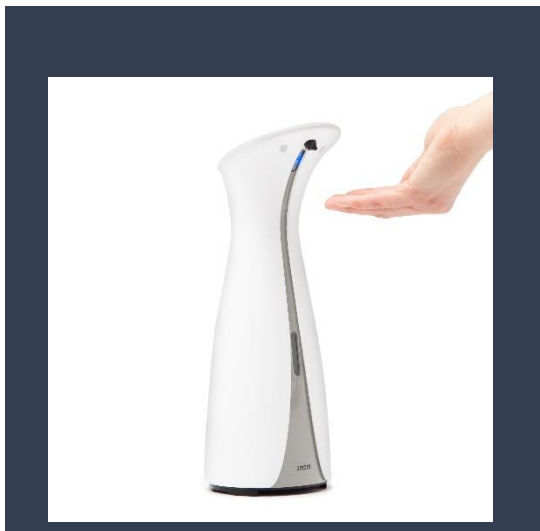
- Всички служители преминават контролни здравни проверки на входа при пристигане на работа.
- Работи се задължително с лични предпазни средства (маски и ръкавици).
- Извършва се периодична лична дезинфекция.
- Спазва се дистанция.
- Спазва се маркираният поток за движение -вход и поток за движение- изход.
- Поставят се плексигласови прегради или друга защита на работните места и на общи площи, на които е възможно.
- Поставят се диспенсъри с дезинфекциращ разтвор за ползване от служителите.
- За почистване на ръцете се осигуряват щадящи кожата течни сапуни и дозатори за салфетки.
- Осигурява се безконтактна комуникация.
- Извършва се честа дезинфекция на дръжки на врати, перила и парапети.
- Извършва се периодична дезинфекция на всички общи площи и на помещенията за работа.
- Използват се подходящи, одобрени и сертифицирани препарати за дезинфекция за всяка зона и повърхност.

- Следват се инструкциите на производителя за правилна употреба, за най-голяма ефективност и защита срещу вирусите.

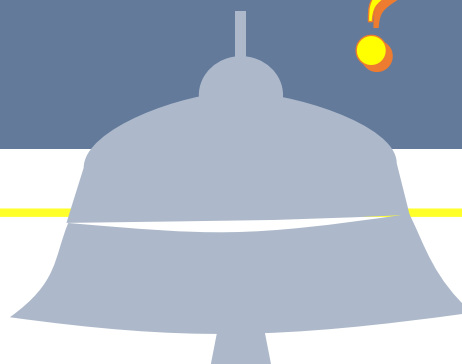
- При възможност се прилага употребата на UV лампи срещу COVID-19.

Приетите стандарти трябва да бъдат съобразени и да съответстват на местните закони и разпоредби. При промяна на епидемичната обстановка и при разрешение от здравните власти, някои от рестрикциите биха могли да отпаднат.

Всяко място за настаняване може да модифицира стандартите според нуждите си.



**Посочете оперативните стандарти и процедури за бижута.**



## Подготовка на камериерското обслужване.

### Подготовка на камериерски персонал, подготовка на камериерския офис, подготовка на камериерска количка – консумативи, козметика, препарати

Подготовката на камериерското обслужване включва подготовка на камериерския персонал, подготовка на камериерския офис и подготовка на камериерската количка. При подготовката си за работа камериерският персонал спазва определени правила и изисквания. Най-общо се спазват следните правила и изисквания:

➤ Точност на пристигане на работното място. Камериерката трябва да бъде на работното си място поне 10-15 минути по-рано, за да се подготви за работа. Трябва добре да се прецени времето за пътуване до мястото за настаняване, предвиждат се евентуални изненади като натоварен трафик и др. При възникване на непредвидени обстоятелства се предупреждава управителят на хотелско домакинство.

➤ Подготовка на външен вид. При необходимост се взима душ преди работа. Прави се подходяща прическа и се поставя лек грим. Не се препоръчва носенето на бижута – изключения са венчална халка и малки обици. Носенето на ярък и голям маникюр не е разрешено. Не е разрешена употребата на силен парфюм. Облича се здраво, чисто и изгладено работно/униформено облекло; поставя се бадж, на който е написано името и длъжността. Ако униформеното облекло включва пола, то чорапогащите на всички са в един цвят, обикновено телесен цвят. Обувките са ниски, удобни и леки.

➤ Информационно обезпечаване. Камериерката получава сведение за стаите, които трябва да обработи по време на работната смяна (на кратък делови брифинг\*). Справката се подготвя от управителя хаускипинг и се предава лично. Коментират се евентуални спорни моменти. Взимат се магнитните карти (ключовете) за стаите и камериера се отправя към камериерския офис.

Подготовката на камериерския офис е важна част от работния процес на камериера. В големите места за настаняване има един голям централен офис и офиси на всеки етаж (един или няколко). Подготовката на персонала за работа става именно в камериерския офис, където се облича униформата и се подготвя външния вид за работа. На стелажите за съхранение се подрежда чистото хотелско бельо, което се получава от пералното стопанство. Проверяват се и се зареждат шкафовете с почистващи препарати, миешки средства и дезинфектанти. Проверяват се и се зареждат също така консумативи, аксесоари и информационни материали. Зареждането се извършва посредством служебни асансьори. Проверява се и наличността на резервни допълнителни легла, включително на детски кошарки и на детски легла. Проверява се наличността на предпазно работно облекло (престилки, ръкавици, калцунни и др.), на стирки, четки, кофи, гъби. Проверява се техническото състояние на прахосмукачки, подочистачки и др. Не на последно място - поддържа се хигиената на офиса.

Състоянието на камериерската количка е от решаващо значение за правилното технологично изпълнение на операциите по обработка на хотелските стаи, също така и за бързината и качеството на работата. Правилната експлоатация на количката е от голямо значение. Количката не трябва да се

претоварва. Тя трябва да може разделно да побира чисто и употребявано бельо, препарати, консумативи, аксесоари, информационни материали, отпадъци. Съобразно сведението за статуса на стаите, количката се подготвя за работа. Зареждат се необходимите бельо, препарати, консумативи, аксесоари и информационни материали. Обикновено се подsigуряват по-голям брой пликове за отпадъци. На удобно място се поставят чек-листове за проверка и самоконтрол.

По време на пандемия камериерският персонал задължително работи с маски и латексови ръкавици за еднократна употреба. В камериерския офис има диспенсър с дезинфектант. На камериерските колички има достатъчно количество резервни маски, ръкавици и дезинфектант.

\*Брифинг – съвещание, инструктаж, оперативка, пресконференция.

**Направете мисловна карта на правилата за подготовка на камериерския персонал.**



## Обработка на хотелски стаи и апартаменти – видове технологични операции и последователност. Предаване на забравени вещи

Обработката на хотелски стаи и апартаменти представлява отделни, последователни процедури по почистване, подреждане и зареждане на отделните звена на стаята. Хотелиерската практика сочи, че в различните места за настаняване (в зависимост от категорията, вида и капацитета) една камериерка обработва на смяна между десет и петнайсет двойни стаи, т.е. между двадесет и тридесет легла, при необходимост и повече. Обработката се извършва на базата на предварително утвърдени оперативни стандарти и процедури за работа. Особено важно е да се спазва последователността на технологичните операции. Освен това, при почистването задължително се спазват следните принципи, наложени в хотелиерската практика:

Принципът „отгоре-надолу“.

Принципът „отвътре-навън“ (ако има тераса, почистването започва от нея).

Принципът „от по-замърсено към по-чисто“.



Последователността на технологичните операции при обработка на стая е следната:

➤ **Първата технологична операция е влизане в хотелската стая.** Съществуват определени правила за влизане в хотелска стая, които стриктно трябва да се спазват от всички служители на хотела, защото нарушаването им може да доведе до много конфузни ситуации, и това естествено се отразява директно на качеството на хотелиерската услуга и на качеството на хотелиерския продукт.

- **Проверка за табела или индикатор.** Ако на вратата е поставена табела „Не безпокойте“ или има индикатор, който свети в червено, не се прави опит за отключване и влизане. По време на смяната се проверява за промяна на статуса. Ако няма промяна, се уведомява супервайзърът или управителят на хотелско домакинство.

- **Почукване и гласова идентификация.** Преди да се влезе в стаята, на вратата се почуква два пъти с пръстите на ръката и се извършва гласова идентификация: „Камериерско обслужване“ или „Хаускипинг“. Не се почуква с ключ или с други предмети. Ако няма отговор, процедурата се повтаря и тогава вратата се отключва.

- **Влизане.** При положение, че гостът спи, тихо се напуска, а ако е буден, камериера поднася вежливо извинение. В случаите, когато гостът отговори на почукването, камериерката поздравява и пита кога е удобно да се извърши почистването. Според отговора се предприемат следващите действия. Гостът може да се върне в стаята по време на почистването и в този случай отново трябва да се попита дали може работата да продължи или това да стане в удобно за него време.

➤ **Втората технологична операция е работа в хотелската стая.**

- **Позициониране на камериерската количка.** След влизането в стаята - широко се отваря вратата и камериерската количка се поставя плътно до стената, отвън пред вратата или до самата врата навътре в стаята.



- **Идентификация за започване на работа.** Включва се индикация за отбелязване на започналата работа или се поставя табела с надпис „Работи камериер“.
- **Оглед.** Камериерката поставя латексови ръкавици за еднократна употреба и прави оглед за повреди и липсващи предмети. Ако има такива, докладва за тях на супервайзъра и се предприемат необходимите действия.
- **Осветление и изправност.** Следва включване на цялото осветление и проверка на изправност на електрически ключове, контакти, сигнална уредба, телевизор, хладилник, климатик.
- **Прозорци.** Дърпат се завесите или при наличие на щори – вдигат се и се отварят широко прозорците, за да се проветри стаята. Ако прозорците на сградата не се отварят, се задейства климатик и тогава се работи при затворена външна врата.
- **Тераса.** Ако има тераса (първо се обработва тя), премахват се отпадъците, измива се и се полира пепелника (също и чаши, ако има), подреждат се маса, столове, шезлонги, сушилник с щипки, забърсва се и прах. Почиства се подът и последно се почиства вратата отвън и отвътре.
- **Дрехи на госта в стаята.** Премахва се отново в стаята и ако има дрехи на госта по столовете, леглата или мебелите, те се окачват на закачалки в гардероба.
- **Списания, вестници и др.** Сгъват се и се подреждат обикновено на бюрото - вестници, списания или други печатни материали.
- **Използвани чаши.** Измиват се и се полират.
- **Изхвърляне на отпадъци.** Проверява се кошчето за отпадъци за вещи на госта (никога не се бърка с ръка в кош , поради възможност от нараняване ) и боклукът се изхвърля в торба за отпадъци на камериерската количка.
- **Употребявано бельо.** Събира се употребяваното бельо и се поставя в сака за мръсно бельо на камериерската количка. Ако между завивките се открият вещи на госта, се запазват за предаване. Бельото се предава по график в перално стопанство. В места за настаняване с категория “три звезди” спалното бельо се подменя на два дни. При силно замърсяване може да се наложи по-честа смяна.
- **Проверка под леглото.** Прави се проверка под леглото и под нощните шкафчета за отпадъци, забравени вещи на госта или други вещи.
- **Минибар (хладилник).** Премахват се продуктите и напитките от минибара. Прави се опис на наличността и на консумираните артикули. Прави се проверка за изправност. Почиства се и внимателно се подсушава. Прави се проверка на съдовете за лед и при нужда се зареждат.
- **Таван и осветление.** Почиства се таванът, като се внимава за паяжини в ъглите. Обработват се и осветителните тела.
- **Стени.** Почистват се стените и картините, и други декорации по тях. Картините се изправят при нужда.
- **Прозорци.** Прозорците се почистват, като се внимава за петна. Почиства се и дограмата и первазите.

- **Огледало.** Огледалото се почиства, внимава се за петна.
- **Бюро (писалище).** Почиства се бюрото, пространството под него и стола.
- **Багажник.** Почиства се багажникът и пространството под него. Багажникът може да бъде разположен и в антрето.



- **За апартаменти и студио:** Почиства се меката мебел и масата в хола. Почистват се писалището, ако има, и креслото към него. Следва почистване на телевизора, поставката за телевизор и почистването на други декорации. В студиата и в някои апартаменти има кухненски бокс. Той също се почиства на принципите отгоре-надолу, отвътре-навън и от по-замърсено към по-чисто. Проверява се изправността на уредите и наличността на посудата. Уредите се почистват и подсушават, а посудата се измива и полира.

- **Матраци.** Матраците се обръщат през една седмица, проветряват се и се почистват.
- **Спално бельо.** Застилането на бельото започва от най-горния ляв ъгъл и се върви по посока обратно на часовниковата стрелка около леглото. Ако се започне от най-горния десен ъгъл, се върви по посока на часовниковата стрелка. Първо на матрака се поставя протектор. След това долният чаршаф се разстила върху протектора, като горният ляв ъгъл се скосява под ъгъл 45 градуса и се подгъва под него. Подгъва се под долния ляв ъгъл. Прави се същото подгъване от дясната страна. Размерът на долния чаршаф трябва да позволява плътно и стабилно обгръщане на матрака, за да не се събира и изхлужва при ползване на леглото. Слага се пликът, с който е облечена завивката и самата завивка. Поставя се шалтето и се загъва така, че да се образува ивица от горната част. Може да се подпъхне леко от страна на главата. Поставят се възглавници с калъфки.



Във всяко място за настаняване леглата се застилат съгласно фирмените стандарти. Бельото на детски кошари, детски креватчета и от легла на болни гости се сменя всеки ден.

- **Прах.** Прахта се почиства, започвайки се от повърхностите, които са разположени най-високо. Не се пръска с препарат директно върху повърхностите.

- **Минибар.** Минибарът се зарежда с продукти и напитки - според установените фирмени стандарти.

- **Консумативи и аксесоари в стаята.** Зареждат се консумативите и аксесоарите в стаята. Това са: папка с рекламно-информационни материали, кошница с асортименти, които са комплимент от хотела и др. По време на пандемия се премахват консумативите и аксесоарите в стаята или се ограничават до минимум.

- **Предверие.** Гардеробът, закачалката, огледалото, гнездото за карта и рафтът за багаж се почистват според установените принципи и стандарти. Зареждат се консумативи и аксесоари.

- **Под.** Почистването на пода се извършва според вида на подовата настилка и се спазва принципът отвътре - навън. Избягва се употребата на детергенти с маслени остатъци. Особено внимание се обръща на ъглите, където може да се образуват паяжини и да се натрупат отпадъци.

- **Входна врата.** Входната врата и касата се почистват отвътре и отвън.

- **Третата технологична операция - заключителни процедури.**

- **Оглед.** Прави се оглед на всички площи на стаята и проверка за петна.

- **Повреди.** Ако има повреди - попълва се формуляр за повреди.

- **Забравени вещи и предмети.** Ако се намерят забравени вещи и предмети, се попълва формуляр за предаване за съхранение на забравени вещи. Освен опис на забравеното - вписва се номер на стаята, името и националност на госта (ползвал стаята), дата и име на камериера. Вещите се предават с формуляра в склада на хотелското домакинство, където се завеждат в специална картотека. Пазят се до поискване или се процедира по определени инструкции.

- **Самоконтрол.** Самоконтролът се извършва чрез проверка с чек-лист.

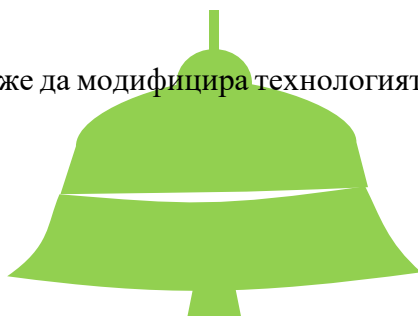
- **Светлини.** Изключват се светлините.

- **Прозорци и пердета.** Прозорците се затварят или се настройва климатичната инсталация. Тънките пердета се дърпат изцяло, а плътните пердета се оставят да пропускат 1/3 светлина от прозореца.

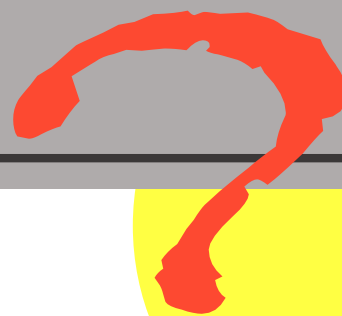
Стаята е готова за контрол от страна на супервайзър.

В условия на пандемия почистване се извършва без присъствие на госта за ограничаване на контактите. Поставят се диспенсъри с дезинфекциращ разтвор за ползване от гостите. Ако е възможно, почистване се извършва 24 часа след освобождаване на стаята, след продължително проветряване. Използват се нови ръкавици за еднократна употреба за всяка стая. Работи се с две камериерски колички (за чист поток и за мръсен поток).

Всяко място за настаняване може да модифицира технологията за обработка на хотелска стая според нуждите си.



Направете мисловна карта на принципите, които се спазват при почистването.



## Обработка на санитарни възли –

### видове технологични операции и последователност

Много често хигиената на санитарния възел определя мнението на госта за качеството на хотелската услуга. Санитарният възел при обработката на хотелската стая се почиства първи. Почистването се извършва с гумени ръкавици за еднократна употреба. Спазват се принципите „отгоре-надолу“, „отвътре-навън“ и „от по-замърсено към по-чисто“. Последователността на технологичните операции при обработката е следната:

- **Отпадъци. Употребявано бельо.** Премахват се отпадъците от коша за отпадъци и се събират консумативите и аксесоарите (тоалетна хартия, санитарен плик, сапуни, шампоани, душ гел, балсам, соли за вана, принадлежности за бръснене и др.). Събират се и се поставят в сака за употребявано бельо на камериерската количка употребяваните (и чистите) хавлиени кърпи (големи, средни и малки) и халати.
- **Таван.** Почиства се таванът, осветителните тела и ключовете за осветлението. Обръща се внимание на ъглите за наличие на паяжини.
- **Завеса на душ.** Дърпа се завесата на душа и при нужда се заменя с нова.
- **Изправност.** Прави се проверка за изправност на кранове за топла и студена вода, изправност на тоалетен моноблок и биде.
- **Тоалетен моноблок и биде.** Тоалетният моноблок и бидето се обработват със специални миешо-дезинфекциращи препарати само за тази цел. Обработка се несесерът с четката за тоалетна.
- **Стени.** Обработват се стените на санитарния възел.
- **Душ кабинна.** Обработват се душ кабината, ваната и завесата.
- **Огледало.** Почиства се огледалото над умивалника. Внимава се за образуване на петна.
- **Шкафове.** Обработват се шкафовете (като се разтварят и се почистват рафтовете), стените и вратите.
- **Умивалник.** Умивалникът се обработва с миешо-дезинфекциращи препарати само за тази цел.
- **Плот.** Плотът на умивалника се почиства с препарат.
- **Обработка се сешоарът, телефонът и др.**
- **Обработват се сапунерки, закачалки и др.** Хромираните части се подсушават с чиста кърпа за отстраняване на водните капки по тях и се излъскват.
- **Изплакване.** Тоалетната чиния и бидето се изплакват обилно.
- **Под.** Обработка се подът на санитарния възел, като се започва от най-отдалечената част и се върви към вратата.
- **Придаване на блясък.** Обработват се всички повърхности на санитарния възел за придаване на блясък. В практиката на хотелиерството това се прави обикновено с излъскване с велурен плат. Проверява се (особено душ кабината, ваната и постелките на пода) против плъзгане.

- **Указания за дезинфекция.** Поставят се хартиени ленти-бандероли върху капака на тоалетната чиния, бидето и във ваната - указание, че са дезинфекцирани. В някои места за настаняване това вече не се практикува.

- **Чисто бельо, консумативи и аксесоари.** Поставят се чисти хавлиените кърпи и халати. Поставят се консумативите и аксесоарите в санитарния възел според категорията на мястото за настаняване. Подредат се личните принадлежности на госта (ако има такива).

- **Врата.** Избърсва се праха от вътрешната и от външната част на вратата.

- **Заклучителни процедури.** Прави се оглед и проверка с чек-лист. Ето и един пример на чек-лист за проверка на санитарен възел в хотелска стая.

### Чек-лист за санитарен възел

№ по ред	Описание	Да	Не	Бележки
1.	Таван-чист			
2.	Стени-чисти			
3.	Осветление –работи			
4.	Душ кабина (вана)-чисти			
5.	Завеса-чиста и добре окачена			
6.	Тоалетна чиния, биде -чисти, дезинфекцирани			
7.	Несесер за тоалетна-чист			
8.	Тоалетна хартия-заредена			
9.	Санитарен плик-зареден			
10.	Държач –чист			
11.	Огледало-чисто			
12.	Мивка, плот, кранове, под мивката-чисти			
13.	Сешоар, телефон- работят, чисти			
14.	Чаши-чисти, полирани			
15.	Полици-чисти			
16.	Хавлиени кърпи (малки, средни, големи), халат-чисти, правилно окачени или сгънати			
17.	Държачи за хавлии-чисти, полирани			
18.	Консумативи и аксесоари-в наличност			
19.	Кошче за боклук-чисто, с торба			
20.	Под-чист			
21.	Врата и рамки-чисти			

Дата:..... Час:..... Проверил:.....  
(Име, фамилия, подпис)

Хотел:..... № на стая:..... Супервайзър:.....  
(Име, фамилия, подпис)

Готовността на санитарния възел се проверява и се слага отметка на „да“ или „не“. При нужда се вписва забележка.

Изключва се осветлението и вратата се затваря. Санитарният възел е готов за проверка от супервайзър. По време на пандемия в санитарния възел се поставя дезинфектант за употреба от госта.



**Посочете кога се почиства таванът на санитарния възел.**



## Обработка на общи площи и помещения

Общите площи и помещения в местата за настаняване включват площите и помещенията, които се използват от всички гости, и площите за движение на персонала. Използвани от всички гости са: фойе, коридори, стълби, асансьори, общи санитарни възли, бизнесцентрове, конферентни зали, заведения за хранене и развлечение, паркинг, площи около хотела. Площи за движение на персонала са: служебни входове и изходи, стълби, коридори, служебни и товарни асансьори, битови помещения, офиси, канцеларии, складове. Тези площи се почистват от холните (холови) камериерки и много често това се прави през нощта, когато има минимално движение на гости. Използват се специализирани професионални машини за хигиенизиране и определени почистващи препарати.

При някои по-специални процедури - като почистване на мрамор, мозайка, мокет или др. - мястото за настаняване може да ползва услугите на специализирана фирма. Почистването се извършва с латексови ръкавици за еднократна употреба. Спазват се принципите „отгоре-надолу“, „отвътре-навън“ и „от по-замърсено към по-чисто“.

➤ **Обработка на фойе.** Започва се с почистване на кошовете за отпадъци и отстраняването на отпадъците. След това се почиства таванът, като за целта се използват подходящи стълби и удължителни приспособления към прахосмукачки. Обръща се внимание на ъглите за наличие на паяжини. Почтистват се и се проверяват за изправност осветителните тела. Следва почистване на стените и картини, пана или други декорации по тях, както и на указателните табели. Електрическите ключове и контакти се проверяват за изправност и се почистват. Стъклата и дограмата на прозорците се почистват - внимава се за петна. Почтистват се первази и парапети. След тях се почистват щори, пердета и завеси. Следват огледалата - внимава се за петна. Проверява се за изправност и се почиства машината за почистване на обувки, която се намира в предверието на фойето. Почтиства се рецепцията, информацията, обмяната на валута. Меката мебел се проверява за петна и се почиства. Почтиства се масата. Ако има пиано, се почиства и то. Следва почистване на лоби бара и на разположените във фойето игри (като например билиард или др). Почтиства се банкоматът. Почтистват се десковете за допълнителни услуги като например - деск за рент-а-кар, деск за фотографски услуги и др. Почтистват се естествените цветя, тревни площи и декоративни растения. Премахват се увехнали и пречупени части и се поливат. Почтистват се и се проверяват за изправност пожарогасителите. Почтиства се подът, вратите отвътре и отвън и пространството пред вратите.

➤ **Обработка на заведенията за хранене и развлечения към местата за настаняване.** В заведенията за хранене и развлечения към местата за настаняване се почистват търговските зали, таван, стени и под на офиса; таван, стени и под на кухненските помещения.. Шкафовете, машините, апаратите и съоръженията в офиса – почистват се от сервитьорите, а шкафовете, машините, апаратите и съоръженията в работните помещения на кухненския персонал - почистват се от кухненския персонал.



➤ **Обработка на асансьори.** Започва се с почистване на тавана на кабината, следват стените, огледалото и бутоните. Почиства се подът. Почистват се вратите отвътре и отвън. Последно се обработва пространството пред вратите.

➤ **Обработка на коридори и стълбища.** Първо се почистват - таван и осветителни тела, които се проверяват и за изправност. Почистват се стените и картините на тях. Почистват се указателните табели. Проверяват се за изправност и се почистват електрически ключове и контакти. Обработват се стъклата и дограмата на прозорците, а след тях первази и парапети. Следва почистване на пердета, завеси, щори, огледала, декоративни решетки. Премахват се увехнали и пречупени части от естествените цветя и се поливат. Почистват се кошчетата за отпадъци. Почистват се и се проверяват за изправност пожарогасителите. Последно се почиства подът.

➤ **Обработка на общи санитарни възли.** При обработката на санитарния възел се поставят гумени ръкавици за еднократна употреба. Проверяват се за изправност тоалетният моноблок и бидето, крановете за топла и студена вода. Почиства се кошчето за отпадъци. Почиства се таванът на санитарния възел, лампите и ключовете на осветлението. Обработват се тоалетната чиния, бидето и несесерът с четката за тоалетна (с препарати само за тази цел). Следва почистване на стените и огледалото. Умивалникът се обработва с препарати само за тази цел. Почиства се сешоарът и се изплакват обилно тоалетната чиния и бидето. Всички повърхности се излъскват (с велурен плат) за придаване на блясък. Подът се почиства - започва се от най-отдалечената част и се върви към вратата. Последно се избърсва праха от вътрешната и външната част на вратата.

➤ **Обработка на конферентни зали, бизнесцентрове, места за движение на персонала.** Обработката започва от тавана, следват осветителните тела, стените с картините на тях, електрически ключове и контакти, прозорци, первази и парапети, пердета, завеси, щори. Почистват се огледалата, като се внимава за петна. Поливат се цветята – отстраняват се увехнали и пречупени части. Почистват се кошове за отпадъци, бюра и маси, столове. Обработка се подът. Последно се избърсва праха от вътрешната и от външната част на вратата.

➤ **Обработка на общи площи около хотела и паркинг.** Първо се почистват отпадъците ,а след това тревните площи, храстите и цветята. Премахва се праха от алеите и пътеките. Почистват се кошовете за отпадъци и се поставят чисти торби. Последно се почистват подовите настилки.

В условия на пандемия задължително се работи с лични предпазни средства (маски и ръкавици) и се спазва дистанция. Извършва се периодична лична дезинфекция. Осигурява се поток за движение - вход и поток за движение - изход. Поставят се професионални маркировки на пода за потока на движение (на два метра един от друг). Поставят се диспенсъри с дезинфекциращ разтвор за ползване от служителите. Осигурява се безконтактна комуникация. Извършва се периодична дезинфекция на всички общи площи. Използват се подходящи - одобрени и сертифицирани препарати за дезинфекция за всяка зона и повърхност.



COVID-19  
CORONAVIRUS



Посочете как се обработват общите площи около хотели и паркинги.



## Хотелски минибар – зареждане и отчитане

Хотелски минибар има в местата за настаняване с категория „три звезди“, „четири звезди“ и „пет звезди“. Минибарът е допълнителна хотелиерска услуга, която се предлага за повишаване на удобството и комфорта на гостите по време на пребиваването им в стаята. По своята същност минибарът представлява малък хладилник (обикновено вграден в бюрото (писалището) на хотелската стая и зареден с определени асортименти от безалкохолни и алкохолни напитки, пакетирани храни - шоколади, ядки, чипс и др). Всички асортименти са в малки разфасовки. Асортиментът и цените се определят в зависимост от политиката на хотела и туристическото търсене. Най-често цените са по-високи от цените в заведенията за хранене и развлечения в хотела. Ценоразписът за минибара се



поставя в папката с рекламно-информационни материали или върху плота на бюрото. Обикновено е на български език, на руски език и на английски език и са вписани асортимент, количество, брой и цена. Има и указания за начина на ползване на услугата и за начина на заплащане. Най-често заплащането се извършва на рецепцията в края на престоя, при напускането на хотела.

Всички минибарове в мястото за настаняване се зареждат по един и същи начин. За апартаментите или при поискване от госта - асортиментът може да бъде променен или разширен. Зареждането се извършва от камериерката - според установен стандарт. Като безалкохолни напитки се поставят най-често минерална и трапезна вода, натурални сокове, газирани напитки, като кока - кола в кен, фанта портокал и фанта лимон, спрайт и др., енергийни напитки, безалкохолно пиво. От алкохолните напитки се поставя пиво в бутилка или кен, бяло, червено и розово вино, уиски (скоч и бърбън), водка, джин, коняк (или бренди), ром, мастика, различни миксове. Пакетираните храни са: шоколад (поне два вида), различни десерти, сладки и солени барове, солени бисквити, различни видове ядки, няколко асортимента пържен и печен чипс, сушени плодове. В стаята се поставят и необходимите прибори за ползване на минибара - отварачка, сламки, салфетки, чаши и др. Като способ за увеличаване на продажбите - в някои места за настаняване част от асортиментите се поставят в красиво декорирана кошница върху бюрото (на показ)

пред очите на госта с цел изостряне на сетивата и изкушаване за консумация. Друг маркетингов трик и начин за стимулиране на продажбите - поставяне на един брой безплатен асортимент.

Технологичните операции при обработка на минибар са следните:

➤ **Проверка и отчитане.** Минибарът се отваря и се проверява изправността му. Камериерката прави преглед на наличните асортименти и отчита консумираното по асортимент, количество, брой и цена. Съобщава констатираната консумация на рецепция. В някои места за настаняване се попълва формуляр за консумация от минибар. Както вече казахме, заплащането става при напускането на хотела. Гостът заявява консумацията си, администраторът прави справка с данните от камериера, и се заплаща. Съществува и известен риск от неплатени консумации, особено в последния ден (при напускане на госта).

➤ **Почистване.** Минибарът се изпразва. През седмица се размразява (тази манипулация може да се извършва автоматично). Стените се забърсват с влажна кърпа и се подсушават. При необходимост се обработва с препарат и се почиства основно.

➤ **Зареждане.** Проверява се срокът на годност на асортиментите. След това се проверява външният им вид и целостта на опаковките. С помощта на SOP се попълват липсващите асортименти по вид и брой. Следва подредба и разположение на всеки артикул. Прави се проверка и минибарът се затваря. На удобно място върху бюрото се поставят и необходимите допълнителни атрибути - тирбушон (отварачка), сламки, салфетки, чаши и др. Зареждането се прави ежедневно. При поискване от госта - може да се направи и допълнително зареждане.

## ЛЮБОПИТНИ ФАКТИ! ЗНАЕТЕ ЛИ, ЧЕ...?

*Съществува минибар, снабден с инфрачервен скенер и датчици за движение, които са свързани с хотелската система за маркиране. Когато гостът вземе асортимент от минибара, средно след 12 секунди системата начислява консумацията на неговата сметка в реално време.*

**Посочете как най-лесно се попълват липсващите асортименти при зареждането на минибара.**



### РАЗДЕЛ III

## Технология на обслужването в преден офис

### Характеристика и предназначение на преден офис.

#### Длъжностна характеристика на персонала

Предният офис се нарича, както знаем, още фронт офис и е част от блока за настаняване. „Front” в превод от английски език означава преден, челен или още предна част, лицева страна. „Office” се превежда като помещение за обслужване. Фронт офисът е секторът с най-много контакти с гостите и между гостите. Представява съвкупност от помещения и работни места, където се посрещат и изпращат гостите, извършва се регистрация на пристигащите и настаняване, дава се информация, предоставят се допълнителни услуги, урежда се заплащането. Тук се съхраняват ключовете и картите за стаите, съхраняват се също така и ценни вещи на гостите. Осъществява се връзката с другите сектори и звена на хотела. Разположен е на партера, в близост до главния вход, в най-оживената част на фойето. Дизайнът му отговаря на интериора на фойето.



В местата за настаняване с категория „четири звезди“ и „пет звезди“, които имат голям капацитет, във фронт офиса има следните длъжности:

- Мениджър фронт офис, който организира, ръководи и контролира дейността на целия преден офис.
- Старши администратор, който организира, ръководи и контролира дейността на рецепцията.
- Администратор (рецепционист), който настанява гостите, обслужва ги по време на престоя, следи за статуса на стаите и изпраща гостите.

- Мениджър резервации, който организира, ръководи и контролира дейността на звено резервации.
- Сътрудник резервации, който приема, извършва и анулира резервации.
- Сътрудник информация, който дава на гостите вярна и актуална информация.
- Главен касиер, който инкасира оборота на мястото за настаняване.
- Касиери, които инкасират парите на заминаващите гости, оборота на заведенията за хранене и развлечения и оборота на звено обмяна на валута.
- Валутен касиер, който инкасира парите и валутата в зоната за обмяна на валута.
- Главен консиерж, който се грижи за движението на ключовете или картите за стаите и освен това дава информация по всякакви въпроси, предава съобщения, обгрижва гостите по време на престоя им, прави резервации за мероприятия.
- Консиерж-агенти, които подпомагат дейността на главния консиерж.
- Пиколо, който посреща гостите, пренася багажа им до стаята или от стаята до фойето, поръчва такси, обгрижва гостите, дава информация, изпраща гостите и регулира пропускателния режим на хотела.
- Главен портиер (Бел кептън), който посреща гостите, поръчва такси, паркира превозни средства, дава информация, обгрижва гостите, изпраща ги и регулира пропускателния режим на хотела.
- Портиери, които подпомагат дейността на главния портиер.

В местата за настаняване с по-малък капацитет и с категория „една звезда“, „две звезди“ и „три звезди“, администраторът и пиколото изпълняват функциите и на останалите длъжности. При постъпване на работа служителите получават длъжностна характеристика. Ето един пример за длъжностна характеристика на администратор на хотел:

### **ДЛЪЖНОСТНА ХАРАКТЕРИСТИКА**

**на длъжността Администратор/рецепционист в хотел**

**Клас по НКПД: 42. Административен персонал по обслужване на клиенти**

**Код по НКПД: 42243002 Администратор, хотел**

**Сектор: Фронт офис**

#### **I. ОСНОВНИ ДЛЪЖНОСТНИ ЗАДЪЛЖЕНИЯ:**

1. Познава добре и спазва фирмените стандарти за работа на рецепция.
2. Притежава знания за цялостния туристически продукт на хотела, за всички допълнителни услуги.
3. Посреща гостите и ги настанява според резервацията им или според наличните свободни стаи.
4. Регистрира гостите, като въвежда в програмата цялата необходима информация (лични данни, престой, вид на пакета, цена, допълнителни услуги и др.).
5. Следи пристигащите и заминаващи трансфери според графика и наличието на съобщения по тях.

6. Следи и актуализира статуса на стаите и информира хотелско домакинство.
7. Начислява по сметката на госта стойността на ползваните от него услуги.
8. Издава необходимите платежни документи при уреждане на плащания.
9. Обслужва сейфовете.
10. Обслужва телефонните повиквания.
11. Информира гостите за предлаганите от хотела допълнителни услуги, възможности за изхранване и развлечения. Активно предлага и продава продукти на фирмата.
12. Осъществява и спомага за маркетинг и продажби на цялостния туристически продукт.
13. В началото на работната смяна се запознава с културните събития и развлечения в хотела, информира гостите и извършва продажби.
14. Регистрира в книгата за повреди наличните такива и информира техническия блок и хотелско домакинство.
15. Приема и предава на управителя хотелско домакинство забравени вещи по установения ред.
16. Следи заминаващите гости с цел недопускане на не заплащане на ползвани услуги и връщане на картите за стаята или ключовете.
17. Извършва нощното приключване. Изготвя нощните отчети. Подготвя сумите за внасяне в касата. Приключва деня и сменя датата.
18. Отразява в книгата за съобщения информация за следващата смяна (с цел недопускане на пропуски при обслужване на гостите).
19. Поддържа ред и чистота на работното място.
20. Познава и изпълнява фирмените заповеди.
21. Познава и спазва изискванията за техника на безопасност, охрана на труда и противопожарна охрана.
22. Изпълнява допълнително поставени задачи при необходимост.

## **II. ОСНОВНИ ОТГОВОРНОСТИ, ПРИСЪЩИ ЗА ДЪЛЖНОСТТА:**

1. Спазва утвърдените във фирмата правила за здравословни и безопасни условия на труд и правилата за противопожарна безопасност. Спазва предписанията и правилата при работа по време на пандемия.
2. Носи отговорност за професионалното обслужване на гостите, според стандартите на мястото за настаняване, по време на целия им престой.
3. Носи отговорност за спазване на финансовата дисциплина на рецепцията.
4. Носи отговорност за правилното водене на цялата документация на рецепцията.

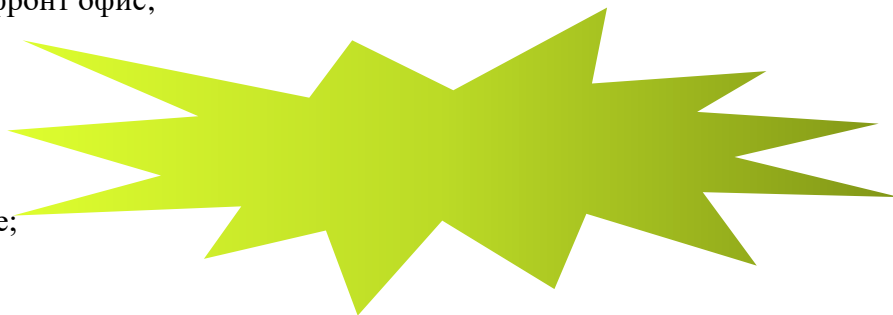
## **III. ОРГАНИЗАЦИОННИ ВРЪЗКИ И ВЗАИМООТНОШЕНИЯ:**

1. Длъжността е пряко подчинена на управителя на фронт офис.
2. При изпълнение на длъжността се осъществяват организационни връзки и взаимоотношения с целия персонал на хотела и гостите.

#### **IV. НЕОБХОДИМА КОМПЕТЕНТНОСТ ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ДЛЪЖНОСТТА:**

2. Знания и умения:

- а) знания за стандартите за работа във фронт офис;
- б) богата обща култура;
- в) отлична комуникативност;
- г) отлична памет;
- д) способност за работа под напрежение;
- е) способност за работа в екип;
- ж) вежливост, тактичност, инициативност, решителност, креативност, мобилност, дискретност;
- з) отлична компютърна грамотност;
- и) умения за реклама и продажба на туристическите услуги, предлагани в хотела.



#### **V. ИЗИСКВАНИЯ ЗА ЗАЕМАНЕ НА ДЛЪЖНОСТТА:**

- 1. Образование: средно, колеж по туризъм.
- 2. Знания по чужд език: първи и втори език – писмено и говоримо на отлично ниво, трети език – писмено и говоримо на много добро ниво.
- 3. Представителен външен вид.
- 4. Професионален опит: над 1 година трудов стаж по специалността, а при липса на такъв - трудов договор със срок за изпитване.

#### **VI. СИСТЕМА ЗА РАБОТНА ЗАПЛАТА:**

- 2. Твърдо месечно възнаграждение с възможност за авансово и окончателно заплащане при желание на работника, заявено до ..... число на месеца, съгласно правилата за работна заплата на фирмата.

#### **VII. ОБЩИ И ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ РАЗПОРЕДБИ:**

- 2. Настоящата длъжностна характеристика може да бъде актуализирана (изменяна и допълвана) от работодателя при промяна на изискванията и задълженията, произтичащи от нормативни или структурни промени.

Изготвил: .....

(подпис)

Утвърдил: .....

(подпис и печат на работодателя)

Дата: .....

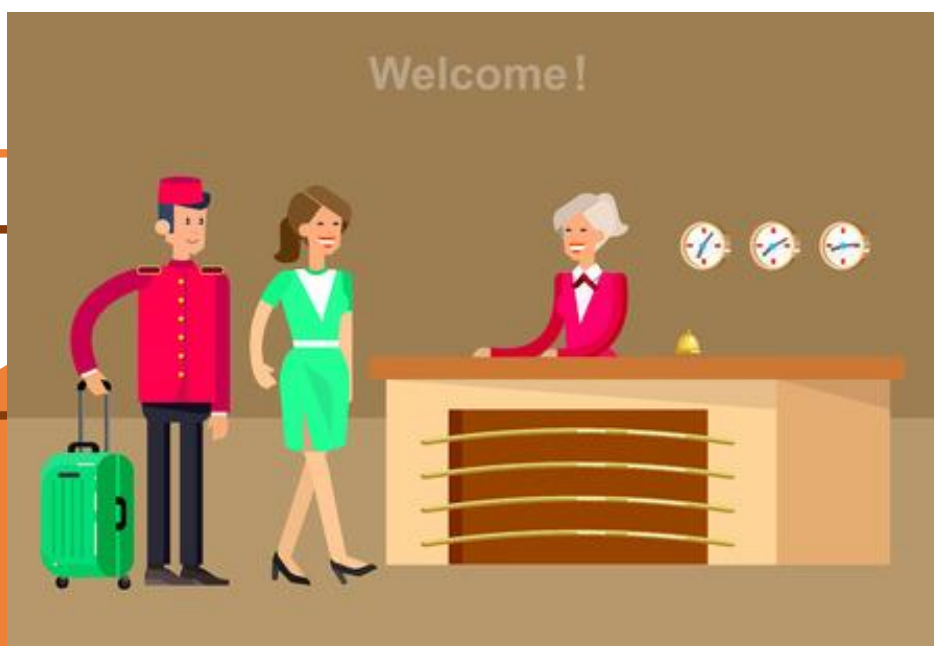
Получих екземпляр от длъжностната характеристика: .....

(подпис на работника или служителя)

Длъжностната характеристика се актуализира при нормативни промени и според вътрешните правила на мястото за настаняване.



Посочете длъжностите на служителите във фронт офис, на място за настаняване с малък капацитет и категория „две звезди“.

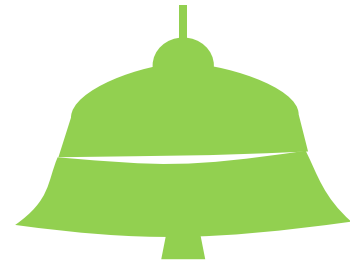


## Основни функции на преден офис.

### Организационна структура на управление на преден офис

Основните функции на фронт офиса се определят от вида, категорията и капацитета на мястото за настаняване и от организацията на работа във фирмата. Основни функции на преден офис са:

- Предоставяне на всестранна информация;
- Резервации на леглова база;
- Продажба на леглова база;
- Посрещане, регистрация, настаняване на гостите;
- Съхранение и работа с карти и ключове;
- Съхранение на вещи, пари и ценности на гостите;
- Осъществяване на комуникации;
- Предлагане, организиране и продажба на допълнителни услуги;
- Водене и оформяне на сметките на гостите;
- Приемане и обработка на похвали, оплаквания и предложения;
- Разплащане. Организиране на отпътуването на гостите. Изпращане на гостите.



В хотелите с по-малък капацитет и категория „една звезда”, „две звезди”, а често и при „три звезди”, всички дейности по обслужването на гостите се изпълняват от един или двама администратори и пиколо, поради по-малкия обем на работа. В големите места за настаняване, с категория „четири звезди” и „пет звезди”, дейностите са разпределени между отделни звена, като всяко звено е специализирано в определено предлагане и продажби. В някои хотели звената са разделени функционално и физически, а в други са разпределени между отделни служители на рецепцията. Изхождайки от функциите на преден офис, в неговата структура най-общо се включват следните подотдели или звена:

➤ **Приемно (входно) фойе.** То започва с преддверие, където има машина за почистване на обувки и огледало за цял ръст. На входа на преддверието е работното място на портиера. Той е подчинен на старши администратора и на мениджър фронт офис.



➤ **Резервации.** Основно звено на преден офис. Работният процес е компютъризиран изцяло. Целта на звеното е постигане на максимална заетост на хотела. Ръководи се от мениджър резервации. Служителите са резерватори. Хотелиерската практика сочи, че в някои места за настаняване звено резервации е прикрепено към отдел маркетинг и името на отдела е маркетинг и резервации.

Изпълнява следните функции:

- прави и потвърждава резервации за хотела и за други места за настаняване в страната и извън страната;
  - анулира и променя резервации;
  - актуализира информацията за резервациите;
  - блокира заетите стаи;
  - осигурява максимална заетост;
  - предлага и продава на преференциални цени на определени клиенти, с одобрението на мениджъра;
  - изготвя нареждания за поставяне на бонуси (цветя, плодове, вино и др.) в определени стаи, с одобрението на мениджъра;
  - наема такси или рент-а-кар, съвместно с консиерж;
  - изготвя руминг лист за групи;
  - изготвя и разпространява сведение за бъдещата заетост;
  - изготвя и изпраща фактури за неустойки по гарантирани резервации;
  - при дублиране на резервации, изготвя лист на чакащите и гарантира решения.
- **Рецепция.** Основно звено на преден офис. Целта на звеното е бързо, вежливо и акуратно посрещане, регистрация, настаняване и изпращане на гостите. Ръководи се от старши администратор. Служители са администратори (рецепционисти). Изпълнява следните функции:
- определя и блокира стаите по резервациите за деня;
  - подготвя паспорт на хотела и карта за стаята;
  - посреща гостите;
  - извършва адресна регистрация и настанява гостите (check-in), като проверява и актуализира информацията от резервацията (име, адрес, цена, преведена сума за гаранция, начин на плащане и др.);
  - приема и потвърждава резервации за заведенията за хранене и развлечения;
  - съхранява ценности на гостите;
  - обслужва телефонната централа и факса, които са напълно компютъризирани, и носи отговорност за интернет връзките;
  - изпраща заминаващите гости (check-out);
  - взаимодейства с другите звена.



➤ **Консиерж.** В превод от френски език думата означава портиер, ключар. Освен, че съхранява картите и ключовете, консиержът обгрижва гостите по време на престоят им и изпълнява различни поръчки. Звеното се ръководи от главен консиерж и в състава му влизат консиерж-агенти. Изпълнява следните функции:

- приема, съхранява и дава картите на гостите срещу паспорт на хотела;
- съхранява картите и ключове от всички помещения на мястото за настаняване и ги дава срещу подпис на упълномощените лица;
- предоставя всестранна информация на гостите;
- приема и предава съобщения за гостите;
- извършва безплатно покупка (за сметка на госта) на билети (транспортни билети, билети за кино, опера, концерти и др.), цветя, преса и др.;
- прави резервации за такси, рент-а-кар, за ресторант, за бар и др.;
- предлага вещи под наем;
- контролира работата на портиера и пиколото;
- организира изпращането на багажа на гостите.



➤ **Информация.** В състава на звеното влиза сътрудник информация. В по-малките места за настаняване звеното обикновено е съчетано с рецепцията или със звено консиерж. Изпълнява следните функции:

- предоставя на гостите вярна, актуална и всеобхватна информация.
- **Обмяна на валута.** В състава на звеното влиза валутен касиер. Изпълнява следните функции:
  - извършва чиста обмяна на валута и издава банкови бордера;
  - инкасира парите и валутата в зоната за обмяна на валута.
- **Каса.** В състава на звеното влизат главен касиер и касиери. По организация на работа звеното е подчинено на мениджъра фронт офис, а по отношение на финансовата отчетност – на главния счетоводител. Изпълнява следните функции:
  - инкасира дължимите суми от гостите;
  - инкасира оборота от заведенията за хранене и развлечения;
  - инкасира оборота от звено обмяна на валута.
- **Портиер.** В състава на звеното влизат главен портиер, който още се нарича Бел кептън, и портиери. Изпълнява следните функции:
  - посреща гостите на входа на хотела,
  - осигурява пренасянето на багажа им, като го предоставя на пиколото;
  - паркира превозни средства;
  - предлага запалка или кибрит при нужда на гости на хотела;
  - придружава при дъждовно време с чадър гостите от входа до спрялото пред хотела превозно средство или от превозното средство до входа;
  - поръчва такси;
  - дава информация;
  - осигурява пропускателния режим в мястото за настаняване и регулира потока на гостите.
- **Пиколо.** Подчинени са на администраторите. Изпълняват следните функции:
  - посреща гостите;
  - пренася багажа им;
  - грижи се за багажа, който се намира в отделението за багаж на гости;
  - поръчва такси;
  - дава информация;
  - изпълнява други възложени задачи.



- **Охрана.** Подчинени са на мениджъра фронт офис. Изпълняват следните функции:
  - опазват живота и здравето на гостите и на персонала;
  - опазват вещите на гостите и на персонала;
  - опазват имуществото на мястото за настаняване.
- **Административни офиси и служебни помещения;**
- **Звена за допълнителни услуги** (търговски щандове и магазини, аптека, офис на банка, банкомат, фризьорско ателие, игри и др.).

Мястото за настаняване може да включва в преден офис всички или част от посочените звена. Независимо от структурата, фронт офиса трябва да има отлична функционална връзка с другите части на хотела, а именно с:

- хотелските стаи, стълбища, коридори и асансьори за посетители;
- заведенията за хранене и развлечения;
- конферентни зали;
- площи за допълнителни услуги;
- основните блокове, сектори и звена в хотела.

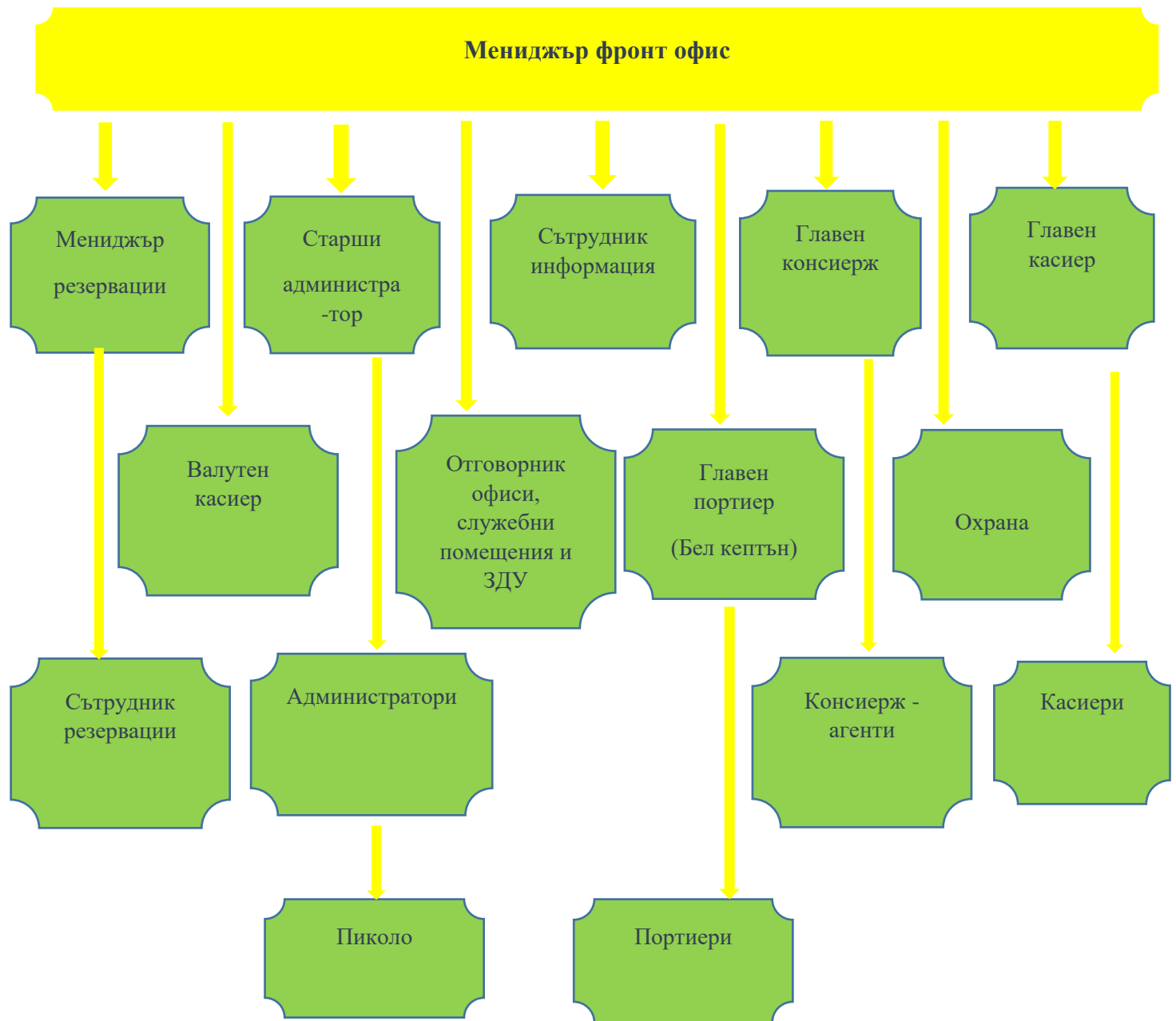
Местата за настаняване имат 24-часов цикъл на работа и режимът на работа във фронт офис е двусменен, с продължителност на работната смяна 12 часа. Работната смяна включва дневен труд и нощен труд, като за нощен труд според Кодекса на труда се счита трудът, положен от 22 часа до 6 часа сутринта. В хотелите се използва така нареченият стъпаловиден график на работа, при който се получава застъпване на смяна чрез подсигуряване на второ лице при по-голяма интензивност на работа.

В местата за настаняване с голям капацитет и категория четири звезди и пет звезди организационната структура на управление е следната:

➤ Мениджърът фронт офис е подчинен на мениджъра на хотела. Негови подчинени са мениджър резервации, старши администратор, сътрудник информация, главен консиерж, главен касиер, валутен касиер, отговорник офиси, служебни помещения и звена за допълнителни услуги (ЗДУ), (тази длъжност обикновено съществува само в местата за настаняване с голям капацитет и категория пет звезди), главен портиер и охрана. Мениджърът преден офис организира, ръководи, контролира и носи отговорност за работата им.

- Подчинени на мениджъра резервации са сътрудниците резервации. Той организира, ръководи, контролира и носи отговорност за работата им.
- Подчинени на старши администратора са администраторите и пиколите. Той организира, ръководи, контролира и носи отговорност за работата им.
- Подчинени на главния портиер (Бел кептън) са портиерите. Той организира, ръководи, контролира и носи отговорност за работата им.

- Подчинени на главния консиерж са консиерж-агентите. Той организира, ръководи, контролира и носи отговорност за работата им.
- Подчинени на главния касиер са касиерите. Той организира, ръководи, контролира и носи отговорност за работата им.



**Направете мисловна карта на функциите, които изпълнява пиколото.**



## Обзавеждане и планировка на преден офис

Обзавеждането и планировката на фронт офис зависят от вида, категорията и капацитета на мястото за настаняване. Изискванията са описани в Наредба за изискванията към категоризираните места за настаняване и заведения за хранене и развлечения, за реда за определяне на категория, както и за условията и реда за регистриране на стаи за гости и апартаменти за гости, влязла в сила с Постановление №139 от 26 юни 2020г. Местата за настаняване трябва да спазват минималните задължителни изисквания, посочени в приложенията.

Фоайето започва с предверие, където са разположени автомат за почистване на обувки (ползва се от гостите) и огледало за цял ръст. При поискване на гостите се предоставят продукти за боядисване и лъскане на обувки. В морските места за настаняване вместо автомат за почистване на обувки има четка за почистване на пясък. В същинската част на фоайето има мека мебел, салонни масички, колички за багаж, универсална инвалидна количка, информационно табло (в близост до рецепцията), телевизор, рекламни витрини, лоби бар, игри.

Регистрация, рецепция и консиерж обикновено са разположени на едно място във фоайето, с рецепционен плот за обслужване с препоръчителна височина 1.20 м – 1.30 м и място за обслужване на хора с намалена подвижност, с височина 90 см, разположено на рецепцията или в непосредствена близост до нея. Плотът има две нива. Едното е за обслужване на гостите, а другото ниво е по-ниско и служи за работа на администратора. На високото ниво има прорез за карти или ключове и звънец-камбана. Дължината на плота е според специализацията на отделните зони и капацитета на хотела. Формата може да бъде полуелипса, Г-образна и др., съобразена с удобството на гостите и естетическото въздействие върху тях. Външната стена на плота обикновено е облицована с дърво, кожа или мрамор и може да има ефектно декоративно осветление. Таблото за карти или ключове не е видимо за гостите и се намира под рецепционния плот. Работният плот е оборудван с удобен стол, шкафове за документи, два компютъра, електронен касов апарат, поне две устройства за безналично плащане (ПОС терминали), като едното е за български граждани, а другото е за карти на гости от други държави. Има още телефони за вътрешна и за външна връзка, принтери и факс. На видимо място са разположени стенни часовници, отразяващи поне три различни часови зони. Има индивидуални сейфове за съхранение на ценности и документи на гостите, метална каса, информационно табло с предлаганите в мястото за настаняване услуги, ценоразпис на услугите, табло с графично изображение на услугите, кутия за попълнени от гостите анкетни карти, рекламни материали, инструкция за ползване на Wi-Fi, информационно табло за температурата на въздуха, температурата на водата и големината на снежната покривка, план-схема на обекта, аптечка, пожарогасител. Багажното помещение е разположена на удобно място. В близост до работния рецепционен плот се намират противопожарно-известително табло, осветително табло и озвучителна инсталация. Технологичното оборудване е на високо ниво и е модерно. На рецепцията се приемат и препоръките, похвалите и оплакванията на гостите. Там се предприемат и необходимите мерки за бързото



им решаване. От рецепцията има отлична видимост към входа на фоайето, към стълби и асансьори, водещи към хотелските стаи, и към входовете за заведенията за хранене и развлечения. Интериорът на рецепцията е съчетан с дизайна на фоайето. Звената за информация и за обмяна на валута могат да бъдат отделно или да бъдат част от рецепцията на хотела. В предния офис обикновено е разположен и офисът на мениджъра на хотела. Има и помещения за отдых, и санитарен възел за персонала.

В условия на пандемия рецепционният плот разполага с изолация между гостите на мястото за настаняване и служителите. На удобно място са разположени дезинфектанти и указания за спазване на дистанция (и за дезинфекция) на няколко езика.

Звено резервации може да бъде част от рецепционния плот или отделен обособен плот. Изискванията за височина са същите, както при рецепция. Плотът и тук има две нива, като по-високото е за гостите, а по-ниското ниво е работното. Обзавеждането включва удобен стол, телефон, факс, печатащо устройство, поне два компютъра. В условия на пандемия резервационният плот разполага с изолация между гостите и служителите. На удобно място са разположени дезинфектанти за гостите и указания за спазване на дистанция на няколко езика.

Планировката на фронт офис може да има различни решения, като те зависят от вида, обема и организацията на дейностите, които се извършват на територията му. Независимо от вида, категорията и капацитета на мястото за настаняване, планировката винаги осигурява разделяне на следните потоци:

-  Поток за гости;
-  Поток за багаж;
-  Поток за персонал.

При по-малките места за настаняване се допуска смесване на потока за гости и потока за багаж. През главния вход на хотела преминава потока за гости. На вратите на входа гостите се посрещат от портиер. Веднага след входа има малко помещение за преддверие и след него в общо пространство са разположени залата за посрещане и комуникации и фоайе. В близост до входа, в залата за посрещане и комуникации, е разположена рецепцията (често комбинирана с регистрация, информация, консиерж, резервации, обмяна на валута). Обикновено зад рецепцията има служебни помещения за персонала, включително и служебен санитарен възел. До рецепцията има деск за пиколо и багажно помещение. Във фоайето е разположена мека мебел, масички и лоби бар (бар фоайе). На удобно място има рекламна витрина и дескове за допълнителни услуги. Също на удобно място е разположен и търговски блок или „търговска улица“, където са съсредоточени търговски щандове и магазини, аптека, офис на банка, фризьорско ателие и др. В предния офис е обособен и административен блок с офис на мениджъра на мястото за настаняване, офис на мениджъра фронт офис, офис на маркетинг и продажби, канцеларии и служебни санитарни възли. Връзката на преден офис с етажите на хотела се осъществява чрез стълбище, асансьори за гости и служебен асансьор. Непосредствено свързано с фронт офиса е поне едно от заведенията за хранене и развлечения (на мястото за настаняване) и това обикновено е ресторант. Ресторантът е със собствен санитарен възел.

В условия на пандемия във фронт офиса се обособяват два потока на движение – поток вход и поток изход. На пода се поставят специални маркировки за ориентир на потоците и за спазване на дистанция. На входа се осигурява пропускателен режим и в мястото за настаняване се влиза само с лични предпазни средства.

Посочете изискванията за височина на резервационен плот в хотел с категория „три звезди“.



## Резервации. Видове резервации. Резервационни системи.

### Управление на резервациите

Всеки, който поне веднъж е пътувал в страната или извън нея за почивка или бизнес, е срещнал необходимостта да направи резервация в хотел или друго място за настаняване.

Резервирането е процес, при който потенциалният турист или негов посредник – туроператор или туристически агент, предварително запазва хотелиерска услуга. Резервации се изготвят както за индивидуални, така и за организирани туристи. Обикновено се резервира основна услуга, каквато е нощувката, но все по-често се резервират и допълнителни услуги, които се предлагат в мястото за настаняване.

По време на процеса на резервация трябва ясно да се определи:

Продължителност на престоя;

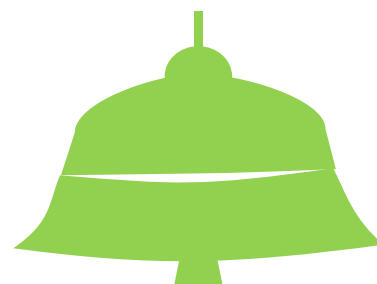
Брой хора, които ще се настанят;

Вид на помещението за настаняване;

Възраст на гостите;

Начин на изхранване;

Изглед на стаята, който в зависимост от избраната дестинация може да бъде към планина, море, парк и др.



За някои гости, изгледа е от изключително и водещо значение за правене на резервация в конкретно място за настаняване. Не на последно място се уточнява цената на престоя, като значение за това има възрастта на гостите, продължителност на пребиваването.

Как можете да направите резервация? Вариантите за това са няколко:

➤ По телефона може да се резервира стая по-лесно от всякога. Достатъчно е да се обадите в хотела и да изясните всички необходими детайли. Тук обаче няма да получите потвърждение и има реална опасност да се получат недоразумения;

➤ По електронна поща можете да изпратите запитване до избраното място за настаняване, за да резервирате желано от вас помещение, както и допълнителни услуги. Добре е запитването да се направи поне няколко дни преди предвидения престой, от една страна за да може, ако има забавяне на отговора от страна на мястото за настаняване - да реагирате, от друга страна, за да сте сигурни дали посоченият хотел разполага със свободни помещения, особено ако желаният престой е в натоварен период. При резервации за по-големи организирани мероприятия (конференция, тимбилдинг и др.) запитването трябва да се направи няколко месеца по-рано.

➤ Резервация може да се направи и чрез различни онлайн платформи, както и от сайта на мястото за настаняване. Характерно за този вид резервации е че, почти винаги при онлайн резервиране

са прави предварително плащане с карта (кредитна, дебитна или виртуална). Този начин на резервиране се използва от почти всички хотели, без значение на капацитета и категорията им.

➤ Резервиране чрез туроператор или туристически агент също е широко използвана практика при правенето на резервации. Тогава плащането от клиента е към туроператора или туристическия агент, а те от своя страна се разплащат към хотела в срокове и ред определени с предварително сключен договор.

В хотелиерската практика различаваме няколко вида резервации:

➤ Гарантирани резервации – чрез тях хотелът гарантира на госта, че стаята е запазена за искания период. От своя страна гостът гарантира плащането на стаята, дори ако не я ползва. Ако резервацията се откаже в определен срок, регламентиран от хотела, гостът се освобождава от задължението за заплащане. Предимството на този вид резервации за хотела е в получаването на приходи и в случаите, когато гостът трябва да откаже настаняването. Гарантирането на резервациите може да се извърши с предварително плащане по банков път (цялата сума се заплаща най-късно в деня преди пристигането), с кредитна карта (гостът отговаря за дължимата сума с кредитната си карта – това е най-често прилаганата форма на гарантирана резервация), депозит (гостът плаща определена сума преди пристигането), туроператор, където хотелът изпраща фактура на туроператора или туристическата агенция, а в случай на анулиране те покриват неустойката по анулацията. При корпоративни клиенти гарантирането на резервацията е с подписване на договор с хотелите и поемат отговорност за нощувките и допълнителните услуги на служителите си.

➤ Негарантирани резервации – при тях хотелът запазва стая до определено време на деня и ако гостът не пристигне, стаята се продава.

Резервационни системи:

➤ Независима резервационна система (локална) – тя е локализирана в туристическия обект и изисква туристът да се свърже с хотела, където директно може да получи търсената информация и да направи резервация. Ползва се предимно от малки хотели. При този случай администраторът информира клиента за всички видове стаи, цени и услуги, които се предлагат в хотела и въвежда резервацията с исканията му – име, телефон за контакт, дата и час на пристигане, престой, вид стая, допълнителни изисквания и желания, начин на плащане.

➤ Централизираните резервационни системи – използват се от повече от две трети от международните хотели и могат да бъдат свързани, несвързани и комбинирани резервационни мрежи, глобална дистрибуционна система (включва една или повече резервационни системи от цял свят и чрез нея продуктите и услугите на включените хотели стигат до потребители от всички страни). Централизираната продажба на базата осигурява по-добра заетост.

С развитие на модерните технологии, в съвременното хотелиерство продажбите на легла чрез резервационните системи постепенно се изместват от продажби чрез интернет. Значението на тези системи непрекъснато расте, тъй като все повече туристи предпочитат да направят своята резервация чрез интернет и изберат своята стая директно с хотела без посредничеството на туристическите бюра. През

годините постоянно се подобрява и разширява броя на предлаганите услуги чрез т.нар. Глобъл Дистрибушън Системс (GDS).

Най-разпространените и познати световни резервационни системи са:

- „Амадеус” (Amadeus Global Travel Distribution);
- „Уърлдспан” (Worldspan);
- „Галилео” (Galileo);
- „Фиделио Хотел Банк” (Fidelio Hotel Bank);
- „Габриел” (Gabriel);
- „Сейбър” (Sabre).

При онлайн резервационните системи информацията за хотела достига до широк кръг интернет потребители на туристически услуги и резервациите се извършват чрез използване технологичните възможности на глобалната мрежа.

Резервационните системи са най-съвременният и прецизен начин за резервация на хотелски услуги, като при тяхното използване грешките са сведени до минимум и се избягват дублиране, неточности и некоректност. Технологията на системите за резервиране изисква еднократно въвеждане на данни, които се обработват автоматично след това, при което значително се намалява продължителността на резервационния процес и се спестяват време и усилия при улеснен начин за контрол.

За да бъдат коректни резервациите, от изключителна важност е тяхното управление, което трябва систематизирано да дава информация - от самото начало на резервационния процес до изпращането на гостите и последващата комуникация с тях. Управлението на резервациите се извършва от мениджъра резервации или от отдел маркетинг, продажби и резервации.

**Направете мисловна карта на видовете резервации.**



## Поддържане на картотека на резервациите.

### Отчет на резервациите

Резервационната дейност и успешната продажба на легловата база в местата за настаняване са едни от основните дейности в процеса на хотелиерското обслужване.

За целта е необходимо да се поддържа картотека (история) на резервациите, която трябва да носи и дава следната информация:

- Възраст;
- Пол;
- Честота на посещенията;
- По-особени предпочитания на госта;
- Колко посещения е имал в конкретния хотел;
- Колко анулации е направил;
- Какъв е приходът от него;
- Какви услуги е ползвал;
- Начин на плащане.

По този начин се създава така наречената история на госта. Попълва се регистрационна карта, чрез която се създава профил на госта, който съдържа следните данни:

- Име;
- Адрес;
- Телефон;
- Паспортни данни;
- Продължителност на престоя;
- Вид на резервацията;
- Начин на плащане;
- Вид и брой на стаите;
- Членство в клуб или програма за лоялни клиенти, което дава възможност за ползване на отстъпка в зависимост от политиките на хотела за лоялни клиенти.

Тези данни се създават и съхраняват с изричното желание на клиента.

Освен на индивидуалните гости, се създават и съхраняват и профили на туроператорите, с които работи хотелът, както и профили на корпоративни клиенти. Те трябва да съдържат: адрес, телефон, име на служител за контакт, специална цена, ползвани допълнителни услуги.

За да се вземе тази информация, при правенето на резервация за организирани туристи (група), известно време преди настаняването на гостите трябва да се изпрати т.нар. резервационен списък (роуминг лист), който съдържа следната информация:

- Имена на гостите по стаи;
- Вид на стаите, в които трябва да се настанят;
- Изисквания към стаите (душ, вана, балкон, изглед);
- Брой и възраст на децата (ако има такива в групата);

Когато обаче администратор прави резервация (при локални резервационни системи), за да може да се влее информацията в картотеката на резервациите, той трябва:

- Да предложи услугите, офертите и цените на хотела;
- Да уточни датата на пристигане и престоя;
- Да уточни вида на стаите, специалните изисквания към тях;
- Да изясни начина на плащане.

Трябва да се отбележи, че доста често в хотелите с висока категория се приемат резервации за ВИП (VIP) гости. Особен е начинът за приемане на VIP гости. Всеки гост на хотела получава грижи от персонала за задоволяване на всичките му потребности, но вниманието към VIP гостите е по-голямо. Това са много важни гости за хотела и се ползват с особено внимание по време на целия си престой, затова при създаването на резервационната картотека, тази информация може да бъде отделно, тъй като обикновено тези гости ползват повече и по-разнообразни услуги.

С особено внимание трябва да се подходи и към резервационните особености за настаняване на хора в неравностойно положение.

Структурирани и картотекирани по този начин, данните от резервациите и престойте на гостите може и трябва да се използват за резервационна отчетност. Тя от своя страна може да се използва за правенето на различни анализи, които да дават реална представа за моментното състояние на хотела относно заетост и финанси и да се предприемат съответни стъпки за бъдещи периоди.

**Посочете информацията, която трябва да съдържа всеки роуминг лист.**



## Посрещане и настаняване на гости в хотела check-in – стандарти при посрещане

Първото впечатление на гостите от посрещането е определящо понякога за целия им престой. Технологичните процеси на посрещане, регистрация и настаняване на гостите в хотела включват следните последователни фази:

- Подготовка;
- Посрещане;
- Регистрация;
- Настаняване.



Фазата подготовка включва действията, свързани с предварителната информация за времето на пристигане и за изискванията на очакваните гости. Тук се включват и операциите по подготовката на персонала във фронт офиса и подготовката в зоните на настаняване. Предварителната информация трябва да бъде детайлно проучена и да се доведе до знанието на персонала, с цел адекватност и постигане на високо качество на обслужването.

Фазата посрещане включва операциите, които извършват портиерът, пиколото и администраторът.

Фазата регистрация е свързана с легитимацията на гостите.

Фазата настаняване включва действия по пренасянето на багажа на госта и придружаването му до стаята. С тази фаза приключва процеса на приемането на гостите.

Портиерът посреща госта на главния вход, поздравява го и го придружава до рецепцията, като той или пиколото пренасят багажа до мястото за багаж във фоайето. При дъждовно време портиерът придружава с чадър госта от спряното пред мястото за настаняване превозно средство до входа или обратно, от изхода до превозното средство. Той или пиколото (по желание на госта) паркират превозното средство на паркинга на хотела. Портиерът и пиколото трябва да имат в себе си запалка и кибрит (за пури), за да може при нужда да поднесат огънче на гостите пушачи. В момента на пристигането на госта на рецепцията администраторът трябва да покаже, че го е забелязал и да го поздрави, дори ако е зает. В повечето места за настаняване има разработени оперативни стандарти и процедури за посрещане на гостите, според които работи персоналят.

### STANDARDS OF PERFORMANCE (SOP)

<b>DEPARTMENT / AREA:</b>	Фронт офис (преден офис)
<b>SERVICE / TASK:</b>	Работа във фронт офис
<b>STANDARD:</b>	Стандарти за посрещане на гостите

### Стандарти за посрещане на гостите

Представените оперативни стандарти и процедури са разработени съгласно Наредбата за изискванията към категоризираните места за настаняване и заведения за хранене и развлечения, за реда за определяне на категория, както и за условията и реда за регистриране на стаи за гости и апартаменти за гости, влязла



в сила с Постановление №139 от 26 юни 2020 г., специфичните особености на продукта и набора от услуги и стандарти на обслужване, утвърдени в хотелиерската практика.

#### **А. Посрещане от портиер и пиколо:**

- Посрещането започва от момента, в който спре превозно средство пред мястото за настаняване и гостите се приготвят да слизат;
- Портиерът и пиколото учтиво поздравяват и помагат на гостите да слезат, като предимство имат дамите, децата и възрастните хора;
- Поздрав при посрещане на главния вход. По възможност поздравът трябва да бъде на майчиния език на госта, а при невъзможност на български език;
- При дъждовно време портиерът придружава с чадър госта от спрялото пред мястото за настаняване превозно средство до входа;
- Портиерът придружава госта до рецепцията, а пиколото пренася багажа до мястото за багаж в предния офис;
- Портиерът или пиколото, по желание на госта, паркират превозното средство на паркинга на хотела;
- Обслужване със запалка или кибрит. Портиерът и пиколото трябва да имат в себе си запалка и кибрит, за да могат да обслужат гостите при необходимост пред мястото за настаняване или в зоните за пушачи. Следва се правилото:
  - Запалка за цигари и пурети;
  - Кибрит за пури и лули.
- Портиерът или пиколото остават с госта пред рецепцията до момента, в който гостът започне да се обслужва от администратор.

#### **Б. Посрещане от администратор**

- Администраторът посреща вежливо и усмихнато госта с „Добре дошли“ в момента, в който гостът спре пред рецепцията;
- Администраторът посреща гостите прав;
- Ако в момента на посрещането администраторът води служебен разговор по телефона, той се извинява на събеседника си, поздравява госта и го моли да изчака за момент, като възможно най-бързо приключва телефонния разговор;
- В рамките най-много на 30 сек. се допуска гостът да изчаква администратора;
- По време на комуникацията администраторът често споменава името на госта, произнесено правилно;
- При струпване на няколко гости се общува с всеки от тях максимални кратко, но вежливо;
- Гостът не трябва да разбира, че администраторът бърза;

- Постоянни гости се посрещат с думите „Господин (госпожо)..., радваме се, че отново сте избрали да посетите нашия хотел!“;
- На всеки гост се отделя еднакво внимание;
- Пита се учтиво дали гостът е пътувал добре;
- Гостът получава максимална информация за:
  - Местонахождението на стаята;
  - Мястото за изхранване;
  - Заклучващата система и активиране на електрическото захранване в стаята;
  - Допълнителните услуги.
- Гостът се изслушва внимателно и с разбиране;
- Разговорът с госта се води на майчиния му език. Ако е необходимо, се присъединява колега със съответната езикова квалификация;
- Прави се проверка на резервацията, ако има такава;
- Гостът се регистрира;
- Предлагат се ненаатрапчиво и без агресия основни и допълнителни услуги, които предлага мястото за настаняване;
- Недостатъците се превръщат в предимство. Например стая без атрактивен изглед се рекламира като тиха стая;
- Гостът се изслушва внимателно, без да се прекъсва;
- Пожелава се приятно пребиваване в хотела и в региона;

След приключване на регистрацията - на госта се дава карта или ключ за стаята и хотелски паспорт. Хотелският паспорт е луксозно изработен, с джобен формат, с името и логото на мястото за настаняване и съдържа името на госта, номер на стаята, период на престоя, адрес и телефон на обекта, скица на района с местоположението на обекта. Може още да има информация за заведенията за хранене и развлечения в обекта и за предлаганите допълнителни услуги. Информацията в хотелския паспорт е на български език и на два чужди езика (чуждите езици са в зависимост от структурата на туристопотока). Паспортът на хотела представлява всъщност пропускателна карта за госта в обекта по време на престоя му. Практиката в хотелиерството сочи, че настаняването започва след 14.00 часа. При предварителна уговорка обаче (и при наличие на свободни стаи) настаняването може да се извърши и по-рано.

След като гостът е получил карта и хотелски паспорт, пиколото ( носейки багажа) го придружава до стаята му, отваря стаята и дава на госта необходимата информация за приятен престой. Пиколото напуска стаята с пожелание за приятно прекарване.

В хотелиерската практика съществува и така нареченото трансферно настаняване. То се извършва най-често при организирани туристи, но може да се приложи и при неорганизираните туристи. При него се прави конкретна договореност между мястото за настаняване и туроператора или турагента, или между

мястото за настаняване и гостите. Дава се информация за времето и мястото на пристигане, брой на гостите, роуминг лист със списък на гостите и тяхното настаняване по стаи, вид на стаите, платени основни и допълнителни услуги и др. Трансферното настаняване всъщност представлява придвижването на гостите, при предварително направена резервация, от мястото на пристигане в страната (аерогара, гара, пристанище или друг град) до мястото за настаняване и обратно. Придвижването се извършва с лицензирано, технически изправно и хигиенизирано превозно средство, с водач в униформено облекло, осигурено от туроператора или от мястото за настаняване. В превозното средство има екскурзовод с отлична езикова квалификация и познания по трансферния маршрут, забележителностите в региона, по обекта за настаняване и допълнителна информация за страната. По утвърдени ден, час и място на пристигане екскурзоводът (или представител на туроператора) поема и придружава гостите до хотелите, където се настаняват по резервации.

### ПРИЛОЖНА ЗАДАЧА

Опишете подробно хотелския паспорт.



**Регистрация на гости. Настаняване на гости в хотела – гости с предварителна резервация, без резервация и организирани туристи. Настаняване на VIP гости. Настаняване на гости в неравностойно положение. Настаняване на семейства с деца.**

Посрещането, регистрацията и настаняването на гостите се извършва в най-важното звено от предния офис (front office) – рецепцията (от латински receptio – приемане). Обикновено е разположена в близост до входа на хотела.

Технологичният процес включва:

- Информирание;
- Настаняване;
- Регистриране на гостите;
- Реализиране на продажби;
- Предаване и приемане на ключове и карти;
- Съхраняване на ценности на гостите;
- Допълнителни услуги;
- Изготвяне на хотелската сметка и др.



Тези дейности се извършват от администратори на рецепция. В нередки случаи обаче на администратора се възлагат и редица допълнителни функции, характерни не за преден офис, а за други звена на хотела – например продажба на напитки и сувенирни стоки, обмяна на валута, продажба на мероприятия и др. Това е пречка за ефективното протичане на технологичния процес и постигане на високо качество на хотелиерското обслужване.

Настаняването може да бъде по предварителна резервация или свободно настаняване (без резервация). В зависимост от желанието на госта, администраторът предлага най-подходящата стая в хотела за неговото настаняване. Оттук следва, че администраторите трябва да познават добре особеностите и спецификата на мястото за настаняване. Те предоставят информация за услугите и условията в хотела.

Всеки новопристигнал гост е длъжен да се регистрира съгласно чл.28, ал.4 от Закона за чужденците и чл.99. ал.3 от Закона за адресната регистрация. Не се допускат гости (навършили 16 години) без адресна регистрация или с нередовни документи за самоличност. За българските граждани това е лична карта, а за чужденците – международен паспорт. Служители на Националната следствена служба, членове на Министерски съвет, на Президентството, на Дипломатическия корпус - не попълват адресна карта, но задължително се легитимират. Вписват се имената им и по възможност заемания пост. VIP гости попълват адресна карта - когато нямат такава в картотеката.

Регистрацията се извършва от администратора, който попълва адресна карта, която е различна за българските и чуждестранните гости. Адресната карта за българи съдържа следната информация:

- Име на госта;

- Пол;
- ЕГН;
- Родена дата;
- Номер на лична карта;
- Дата на издаване и валидност;
- Адрес;
- Номер на стаята;
- Цел на пребиваването;
- Име на администратора, който е регистрирал.

1-52 b

### АДРЕСНА КАРТА ЗА ЗАПИСВАНЕ В ХОТЕЛ

1		име	бащино	фамилно
2	Роден(а) на _____ гр. (с.) _____ обл. _____			
3	Лична карта No. _____ Издадена от _____			
4	Живуц(а) в _____ ул. _____		ЕГН	No. _____
5	Хотел _____ ул. _____ No. _____ стая _____			
6	Дата _____ 20 г.		Подпис на регистратора: _____	

В адресната карта за чужденец се вписват:

- Име;
- Националност;
- Дата и място на раждане;
- Номер на паспорт или лична карта;
- Дата на издаване и валидност;
- Контролно-пропускателен пункт, през който е преминал туриста;
- Цел на пребиваване;
- Име на администратора, който е регистрирал.

Всяка адресна карта трябва да притежава подпис на администратора и печат на хотела.

През последните години обаче, с напредването на технологиите и дигитализацията, във все повече места за настаняване се използват електронни четци за паспорти и лични карти. С тяхното използване значително се съкращава времето за регистрация, като се елиминира необходимостта от ръчно въвеждане на личните данни в хотелската система. Регистрацията става само за няколко секунди, без да се струпват гости. Подобрява се клиентското преживяване. Автоматизираният процес на обработка на клиентските лични данни създава усещане в клиента за високо ниво на обслужване и професионализъм. Повишава се точността, като вероятността от допускане на грешки при преписване на информацията от личните документи се свежда до минимум. Данните се въвеждат автоматично в регистрационните форми с гарантирана точност. Не на последно място трябва да се отчете и възможността за интеграция с различни хотелски системи. Важно е да се отбележи и съществуването на скенер за лични документи, който чете машинно информацията от различни видове персонални документи и е предназначен за бързо, сигурно и безгрешно въвеждане на информацията от документа в компютърната регистрационна система. Методът на четене е чрез прокаране на документа през скенера.

При обработването на личните данни, всички хотелиери трябва да спазват новите правила в правната уредба за защита на личните данни (GDPR). Въпросите, свързани със законосъобразното обработване на лични данни, са особено актуални и в контекста на правото на Европейския съюз добиват още по-голяма значимост. Защитата на физическите лица (във връзка с обработването на личните им данни) е основно право, прогласено в чл.8 от Хартата на основните права на Европейския съюз и чл.16, пар.1 от Договора за функционирането на Европейския съюз. На 04.05.2016 г. в Официалния вестник на Европейския съюз беше публикуван Регламент (ЕС) 2016/679 на Европейския парламент и на Съвета от 27.04.2016 г. относно защитата на физическите лица във връзка с обработването на лични данни и относно свободното движение на такива данни и за отмяна на Директива 95/46/ЕО (Общ регламент относно защитата на данните). Той се прилага от 25.05.2018 г. и с него се установява единна система за защита на личните данни в Европейския съюз. Очакванията са да бъдат преодолени различията в нивата на защита, породено от диференцирания подход при въвеждането и прилагането в отделните държави членки на Директива 95/46/ЕО на Европейския парламент и на Съвета за защита на физическите лица при обработването на лични данни, и за свободното движение на тези данни.

Уредбата на защитата на личните данни във вътрешното законодателство на Република България се съдържа в Закона за защита на личните данни (ЗЗЛД), с който са въведени разпоредбите на Директива 95/46/ЕО. Цел на закона е да гарантира неприкосновеността на личността и личния живот чрез осигуряване на защита на физическите лица при неправомерно обработване на свързаните с тях лични данни в процеса на свободното движение на данните. Съгласно чл.1 ал.9 от ЗЗЛД извън приложното поле на закона остава обработването на лични данни, извършвано от физически лица за техни лични или домашни дейности, както и за информацията, съхранявана в Националния архивен фонд. Извън тези изключения администраторите на лични данни са задължени да прилагат изискванията на българския закон, които са установени на територията на Република България или когато за целите на обработването

използват средства, разположение на българска територия, или по силата на задължение, произтичащо от Международното публично право (чл.1 ал.4 ЗЗЛД).

След като гостите са внимателно информирани относно правилата за регистрация в мястото за настаняване, се пристъпва към тяхното настаняване. Гостите с резервация се настаняват след като представят на дежурния администратор потвърждение от хотела, ако резервацията е директна, или потвърждение на резервацията през онлайн резервационна система. Ако гостът е направил своята резервация чрез туроператор, трябва да представи ваучер.

Настаняването на гостите се извършва по предварително изготвено от фронт офис мениджъра разпределение на стаите в съответствие с направените резервации. Вземат се предвид специалните изисквания на гостите, отразени в резервациите. Имат се предвид стаите на по-рано пристигащите гости. Хотелското домакинство трябва да е информирано за всички подробности, а ресторанта чрез писмена справка или разпечатка от компютърната система.

Ако има гости без резервация, то те се настаняват само при наличие на свободни стаи. Ако няма свободни стаи, администраторът следва да им съдейства за настаняване в друг хотел.

При настаняване на организирани туристи (групи) се подготвят паспорти на хотела, стикери за багажа, ключове или ключ карти, ако системата е електронна. Настаняването на групи се прави с роуминг лист (rooming list), представен на хотела предварително от туроператора или организатора на групата. В него се вписват имената на гостите, вид на стаите, допълнителни легла (ако има такива), брой на възрастните и децата, вид на платения пансион и име на хотела. Ако групата пристига с ваучери, те предварително се събират от водача на групата и се дават на рецепцията. Още веднъж се уточнява периодът на престоя и начин на плащане.

При настаняването администраторът задължително уведомява госта от колко часа до колко часа е сутрешната закуска, ако тя е включена в нощувката. Гостът получава информация и за начина на ползване на вътрешен кредит, ако има такъв в хотела. С него гостът заплаща всички ползвани услуги и сметките от ресторанта в края на престоя си. При ранно заминаване закуската се предоставя на лоби бара или под формата на сух пакет. Ако при настаняване на госта не може да му се предостави желаната стая, му се предлагат алтернативни възможности. Ако се настаняват участници в организирани мероприятия, за да няма струпване на рецепцията, във фоайето се устройва специално бюро. На тези гости може да се предложи напитка за добре дошли (welcome drink).

**Приемане и настаняване на ВИП – много важен гост (VIP - Very Important Person) гости.** За обслужването на VIP гост се създават специални количествени и качествени стандарти, които имат за цел да подчертаят аспектите на изключително внимание към тях.

Има три степени VIP гости:

- TOP VIP гости – това са гости, обект на много голямо внимание: държавни глави, премиери, министри и други най-високопоставени личности;

- VERY, VERY VIP гости – това са гости, обект на много голямо внимание: видни политици и общественици, ръководители на водещи компании, фирми и др.
- VIP гости – това са гости обект на голямо внимание: постоянни гости на хотела, членове на ръководството на фирмата и на други хотелски вериги.

Тези гости се открояват поради ранга си, популярността или поради друга причина и са реклама за хотела и издигат имиджа му. Чрез специални бланки се уведомяват всички отдели и звена свързани с обслужването им. В тези бланки се определя вида на помещението, зареждането и по-специални изисквания на госта. Посрещането им се извършва лично от Директора или Управителя на хотела, според ранга на VIP госта. Процедурите по регистрирането се извършват с коректен и вежлив маниер. Ако VIP гостите са група или делегация е необходимо оформянето на отделно бюро (салон за VIP гости) за специално регистриране. Придружаването до стаята може да стане освен от пиколото, също така и от управителя на хотела или фронт офис мениджър. По време на целия престой обслужването на VIP гостите трябва да бъде перфектно и безупречно. Изпращането на VIP гостите се извършва също с необходимата акуратност и прецизност при приключването на сметките, при организирането на закуската, пренасянето на багажа и изпращането на госта.

**Настаняване на гости в неравностойно положение.** Приемането на този вид гости е една от специфичните дейности. Според съществуващите разпоредби, всички хотели с категория над 3 звезди включително, трябва да разполагат с помещения, приспособени за хора с увреждания. Тези помещения са по-просторни, с по-широки врати, с по-голяма баня, оборудвана със специални дръжки за душа и тоалетната. Обикновено тези помещения са разделени с врата от съседната стая, където са настанени близките, с които лицето е отседнало.

Специфични изисквания при такова настаняване са: инвалидна количка, както и рампи за придвижване на количките. На рецепция трябва да е предвидено по-ниско място за тяхното обслужване.

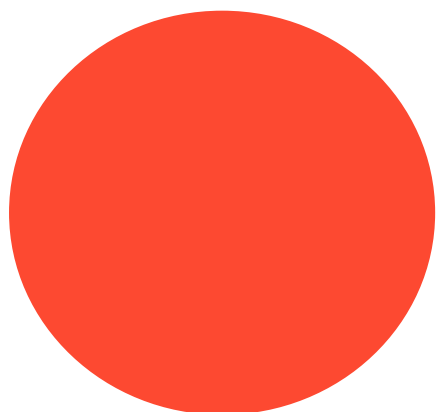
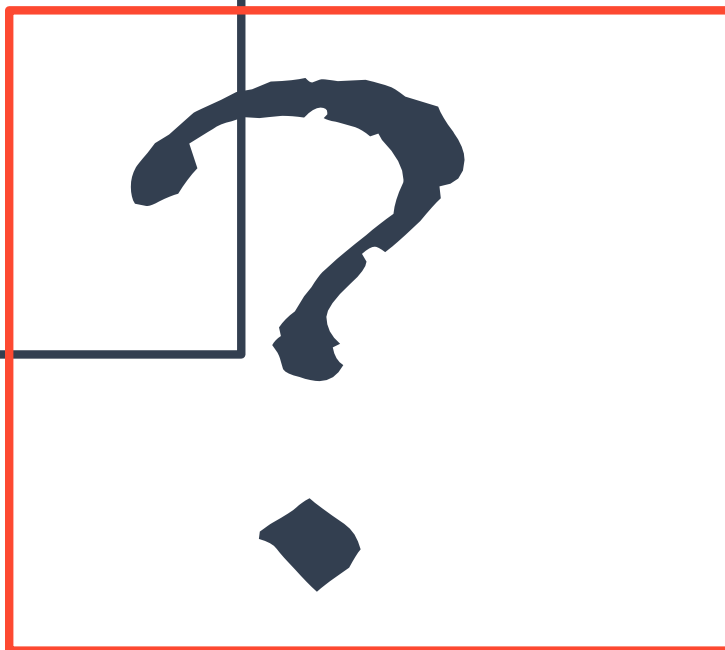
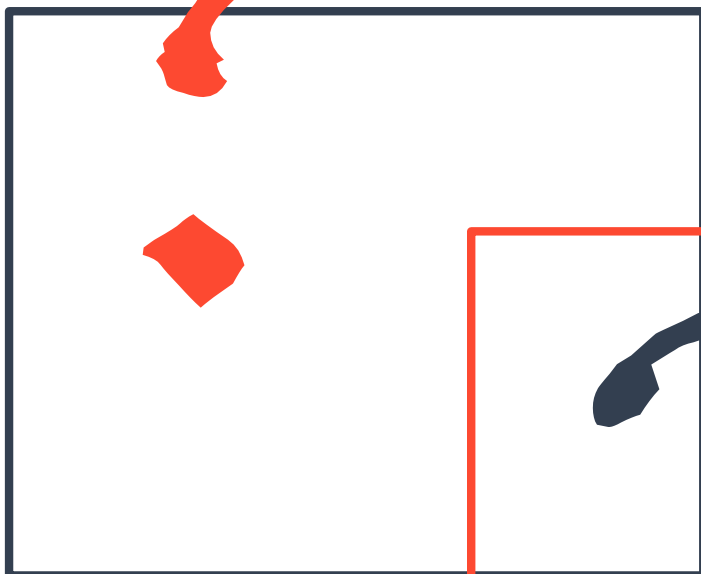
Всички тези специфични изисквания помагат на хора в неравностойно положение да се чувстват уютно и комфортно, както всички останали гости на хотела. Все по-често високотегорийните хотели предвиждат и стаи за астматици. Стаите за тях са обзаведени и оборудвани без материали с мъхести повърхности, които биха могли да предизвикат астматичен пристъп или шок. Подът е покрит с теракота или гранитогрес, завесите са гумени, а не от плат. Стаите се обработват със специални препарати. Не се поставят саксии с живи цветя.

**Настаняване на семейства с деца.** При настаняване на семейства деца е важно предварително да е уточнена информацията относно възрастта на децата, има ли нужда от допълнителни легла в стаята или бебешка кошарка. Когато децата са съвсем малки, семействата се настаняват с предимство пред останалите гости, за да се осигури комфорт и спокойствие за цялото семейство. Обикновено такива гости изискват допълнително обгрижване - в стаята се слага електрическа кана за вода, за да може при нужда да се приготвя детска храна, детско столче за хранене и др. За приятния престой на семействата с деца



все повече хотели предлагат различни детски активности и занимания, което допринася като цяло за по-добър туристически продукт.

Посочете кои гости не попълват адресна карта при регистрация в местата за настаняване.



## Настаняване по видовете места за настаняване

В различните места за настаняване се наблюдават известни особености при настаняването, съобразени с вида, категорията и капацитета на обекта. Влияние оказват и договорите, подписани между туроператора (турагента) и местата за настаняване.

Може да се каже, че в основни линии операциите по настаняването на гостите в различните туристически обекти са следните:

➤ В местата за настаняване от клас А - хотели, мотели, апартаментни туристически комплекси, гостите се приемат на рецепцията, попълват бланка за адресна регистрация (с изключение на вече посочените случаи) и се уточнява начин на плащане. Предоставя се паспортът на мястото за настаняване, картата или ключ от стаята (и максимална информация). Гостът се придружава от пиколото до стаята.

➤ В местата за настаняване от клас А - вилни селища, туристически селища и вили, гостите се придружават до приемния блок, където се помещава рецепцията, и след адресната регистрация и уточняване на плащането, се настаняват по вилите или стаите (като им се предоставя максимална информация за местоположението на заведението за хранене и развлечения и за местоположението на предлаганите допълнителни услуги.) Багажът се маркира и се отнася до мястото за настаняване.

➤ В местата за настаняване от клас Б - семейни хотели, хостели, пансиони, почивни станции, къщи за гости, попълването на адресна карта и уточняването на заплащането се извършва на рецепцията (или при липса на такава) това се извършва в определен за това офис. Там се предоставя и информация за предлаганите основни и допълнителни услуги. Пренасянето на багажа е грижа на гостите.

➤ В местата за настаняване от клас Б - бунгала и къмпинги, гостите се приемат на рецепцията или в определено бунгало-офис, където се извършва адресната регистрация и се урежда заплащането. Посочва се и местоположението на предлаганите допълнителни услуги и се предоставя различна информация. Пренасянето на багажа е грижа на гостите.

➤ В местата за настаняване от клас В - стаи за гости и апартаменти за гости, обикновено няма рецепция. Адресната регистрация и заплащането се извършват в определен за тази цел офис, който се помещава в същата сграда. Там се получава и информацията за предоставяните допълнителни услуги. Пренасянето на багажа е грижа на гостите.

Независимо от вида, категорията и капацитета на обекта, хотелиерската практика сочи, че настаняването трябва да бъде бързо и с високо качество на обслужването.

**Посочете в местата за настаняване от клас Б – семейни хотели, хостели, пансиони, почивни станции и къщи за гости - кой пренася багажа на гостите.**



## Отчетност и обслужване на гости по време на престоя – задължения на дежурните администратори по смени

Всеки хотел може да прецизира отделните задачи според спецификата на работната смяна, естеството на работата в конкретен сектор, възприетата организация на труда, технология на обслужване и организационната структура в отдела.

Рецепцията е най-важното звено от преден офис (Front office). Администраторът е основната фигура в осъществяване на цялостния технологичен процес на рецепцията. Обикновено администраторите изпълняват дневни и нощни смени. В този начален етап от цялостния процес на хотелското обслужване се реализира един от първите контакти на госта със служител на хотела, поради което е от особена важност. Първото впечатление оказва влияние и в по-нататъшното поведение на госта. Гости, към които не е проявено уважение, биха могли по-късно да се окажат проблемни и да създадат конфликтни ситуации. Поведението на администратора трябва да е такова, че да предразположи госта, да създаде в него доверие към хотела и да го убеди, че престоя му ще бъде приятен и удовлетворяващ.

Различните смени имат различни текущи задължения.

Задължения на администратор „дневна смяна“:

- Приема смяната по тетрадка (книга) „Приемане – предаване“ (там където има такава) срещу подпис.
- Отчетността е едно от първите и най-важни задължения на администратора–предава в счетоводство и каса, приготвените от нощна смяна финансови отчети за изминалия ден, като почти навсякъде в местата за настаняване практиката е рецепция да приема и съхранява в сейф оборотите от всички звена, които реализират плащания.
- Проверява пристигащите за деня резервации. Проверява сметките на всички заминаващи стаи, престои, цени, допълнителни услуги, минибар, вътрешни кредити и ги подготвя за приключване.
- Изпраща или предава всички сведения, подготвени от нощна смяна на съответните звена.
- При напускане на гостите задължително изисква ключовете/картите от стаите и сейфовете (ако са ползвани).
- Проверява за забравени паспорти, лични вещи и документи, оставени в касетите на ключовете, и ги предава на гостите. Периодично проверява за съобщения или други документи, които своевременно да бъдат предадени на гостите (писма и др.).
- Поддържа постоянна връзка с „Хотелско домакинство“, актуализира всяка информация, като задължително изисква обратна информация. Обявява веднага всички размествания, промени и продължаване на престоеите.
- Регистрира техническите повреди постъпили от „Хотелско домакинство“ или съобщения от гостите.

- Своевременно уведомява старши администратора за възникнали проблеми, забележки и желания на гостите.
- Веднага нанася вътрешни кредитите по сметките на гостите (ако хотелът работи по системата за вътрешен кредит).
- Извършва настаняване и регистрация на новопристигналите туристи, спазвайки изискванията по отчетност и регистрация. Дава информация, рекламира услугите на хотела и извършва продажби на допълнителни услуги.
- Контролира работата на пиколо и портиери (при липса на консиерж) и при необходимост им дава необходимите разпореждания.
- Приема резервации от отдел „Резервации”. В някои хотели съвместява и функциите по обмяна на валута, ако се налагат телефонни услуги и др.
- Стриктно предава цялостната информация на следващата смяна и в случай, че има неизпълнени задачи ,ги вписва за по-нататъшно изпълнение. Задължително информира нощната смяна за състоянието на хотела, движението на резервациите и за всичко, което се е случило през деня.
- Задължително се информира за мнението на заминаващите гости относно обслужването и уведомява управителя.
- Организира съхранението на багаж на заминаващи по-късно гости при желание от тяхна страна, като предава тази информация на нощната смяна.
- Грижи се за реда в рецепцията и служебните помещения към нея. При екстремни ситуации действа съгласно установения ред, като уведомява охраната и мениджмънта на хотела.

#### Задължения на администратор „нощна смяна”:

- Приема смяната по тетрадка/книга „Приемане-предаване”.
- Проверява адресната регистрация на всички новопристигнали туристи и при констатирани пропуски ги коригира.
- Проверява дали са разнесени всички вътрешни кредити (ако хотелът работи с тази система) и при нужда прави корекции.
- Изготвя всички необходими справки за изтичащото денонощие, съгласно утвърдения ред, а именно: справка за хотелско домакинство, която включва: заети стаи, освобождаващи се стаи и планирани стаи за нови резервации, и справка за отдел „Хранене” – включва брой гости в хотела и вида на изхранването им.
- Води оперативна информация, която предава на дневната смяна, като отбелязва всички неизпълнени задачи.
- Проверява цялостната информация, касаеща настаняване, цени, непристигнали резервации, постъпили запитвания и изпълнението на предаваните от предни смени задачи.
- Контролира изпълнението на задълженията на пиколо и портиери.
- Поддържа непрекъсната връзка с охраната и своевременно я уведомява за възникнали инциденти.

- Поддържа непрекъсната връзка с нощната камериерка (в хотелите където има такава) и контролира изпълнението на задълженията ѝ.
- Отговаря за порядъка в рецепцията.
- Проследява стриктно функционирането на всички системи, според технологичните предписания за тяхната изправност – противопожарно оповестяване, система за сигурност и работа при екстремни ситуации.
- Предава писмена информация за дежурството на управителя на хотела.

**Посочете какви справки изготвя администраторът нощна смяна.**



## Предоставяне на допълнителни услуги.

**Консиерж – основни задачи при обслужване на гости в хотела.**

**Бътлър – бъдещето в хотелиерството.**

**Обработване на рекламации**

Асортиментът от предлаганите допълнителни услуги често е водещ фактор при избора на място за настаняване. Хотелиерската практика сочи, че допълнителните услуги се предоставят на цялата територия на хотела. Най-често безплатни допълнителни услуги са информацията, паркинг и Wi-Fi. Останалите се заплащат. Предоставянето им трябва да бъде ненаатрапчиво, учтиво и в полза на гостите. Консиержът е световна услуга, която завладява все повече нови територии. Както вече отбелязахме, основната задача на консиержът е да приема, съхранява и дава картите за стаите или ключовете на гостите. Освен картите за стаите, той съхранява и картите за офисите, конференнтните зали, залите за спорт, за заведенията за хранене и развлечения, за служебните помещения. Картите се съхраняват на специално табло, което е направено на клетки и в клетката (освен карта или ключ) може да се поставят и съобщения, преса или кореспонденция за госта. Задължително има резервен комплект ключове, като същото се отнася и за картите. Има мастър карта, която отваря всички стаи. Такива мастър карти се използват от супервайзърите по време на работа, от мениджъра хотелско домакинство, когато проверява работата на супервайзърите, от мениджъра фронт офис при необходимост. Определени карти се използват от камериерките по време на работа и те се програмират за определени стаи или за цял етаж. Днес в хотелиерството почти не се използват магнитни карти, а карти с чип, на който се записва и изтрива информация. Тези карти са по-рентабилни, защото се използват многократно и са здрави. Всички тези карти се съхраняват от консиерж, който ги предава за ползване на служебните лица срещу подпис. В някои места за настаняване се записват и час на получаване и час на връщане.

Освен работата с карти и ключове консиержът предоставя информация на гостите, приема и предава съобщения, прави резервации за такси, за рент-а-кар, за ресторант, купува цветя, преса, билети за концерти или кино, транспортни билети, предлага вещи под наем, препоръчва фризьор или стилист. Организира изпращането на багажа на гостите и контролира работата на портиера и пиколото. Консиержът е човекът с информацията и контактите. Консиержът е услуга, която пести време и усилия, и поради това става все по-търсена в световното хотелиерство.

## **ЛЮБОПИТНИ ФАКТИ! ЗНАЕТЕ ЛИ, ЧЕ...?**

*Съществува Международна асоциация на елитните консиержи „Ле Кли Дор“. Членовете на тази асоциация се разпознават по логото – два златни кръстосани ключа, забодени на реверите на саката им.*

Основната гордост на членовете на Международната асоциация на елитните консиержи е постигане на невъзможното. Членовете на асоциацията изпълняват изключително трудни поръчки, за да направят гостите си щастливи. На официалния сайт на асоциацията има следното мото: „Консиержът ще изпълни всяка молба, стига да е в рамките на морала, да е законна и да е в рамките на човешките възможности“. Съвременният консиерж е професионалист, който съчетава психология, доброжелателност, желание за помощ, отлична информираност и сигурни и обширни контакти. Той е неделима част от местата за настаняване с категория „пет звезди“. Не само защото създава необходимия имидж на хотела, но и защото носи приходи и създава лоялни клиенти.

Съществува и понятието личен консиерж. Той се грижи в хотела за определен гост, семейство или група от хора.

Практиката в световното хотелиерство сочи, че има още една длъжност в местата за настаняване с висока категория, и това е бътлърът. Среща се и мнението, че бътлърът е бъдещето на хотелиерството. Каква дейност всъщност извършва той? Бътлърът се грижи за определени гости - организира свободното им време, срещи и събития. Той се грижи лично за госта - от гладенето на дрехи до резервирането на места в ресторант или закупуването на билети за концерт. Услугите на бътлъра са ненавратливи и дискретни, той е висококвалифициран и умее всичко. Явява се като посредник между гост и персонал, който гарантира високо качество на обслужването. Предварително се подготвя за идването на госта, като се запознава с националността му, религиозните му особености, стила му и начина му на живот. Посреща госта ( може да го посрещне на летището) с чаша уелкъм дринк, помага при разопаковането на багажа, показва му стаята, запознава го с допълнителните услуги. Лично извършва регистрацията на госта и информира персонала за предпочитанията му. Бътлърът е личен асистент на госта, който предугажда желанията му и никога не греша.

Рекламациите, предложенията и оплакванията от гостите на мястото за настаняване се приемат и обработват на рецепцията. Администраторът на смяна вежливо и с разбиране изслушва госта, без да го прекъсва, и го уверява, че ще бъдат предприети необходимите мерки. Поднася извинение на госта. Обработването на рекламацията администраторът извършва съвместно със старши администратора и уведомява мениджъра фронт офис. Уведомяват се засегнатите блок, сектор и звено и се извършва проверка на рекламацията. Изслушват се внимателно и служителите на мястото за настаняване, които касе рекламацията. Предприемат се необходимите мерки.

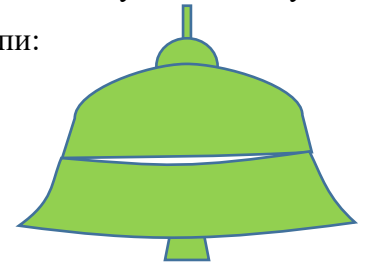
**Посочете мотото на Международната асоциация на елитните консиержи.**



## Изпращане/Отписване на госта. Check out

Изпращането на гостите е последният етап от процеса на хотелиерското обслужване. Напускането на мястото за настаняване и изпращането на гостите включва следните етапи:

- Освобождаване на стаята;
- Оформяне и заплащане на сметката;
- Изпращане на госта;
- Промяна на статуса на стаята.



Освобождаването на стаята според хотелиерската практика се извършва до 12.00 часа. Ако стаята се ползва до 16.00 часа, се доплащат 50% от стойността, а ако се ползва до 19.00 часа – 70% от стойността. Тези условия могат да бъдат променени по преценка на мястото за настаняване. Практиката сочи, че по време на сезон летните хотели (и други места за настаняване) молят гостите си да освободят стаята до 10.00 часа. Освобождаването на стаята се нарича още check out. След като гостът освободи стаята, камериерката прави проверка за забравени вещи, липси и щети, и за консумация от минибара. При намиране на забравени вещи се уведомява рецепцията и ако гостът все още е на територията на хотела, му се връщат. Ако гостът е напуснал хотела, се изготвя формуляр за съхранение на забравени вещи и те се предават в хотелско домакинство. При възможност госта се информира. При констатиране на липси и щети се уведомява рецепцията, за да могат да бъдат начислени необходимите суми към сметката на госта, и съответно заплатени. Липсите и щетите се описват подробно и се съобщават на госта. Консумацията от минибара се съобщава на рецепция, като се описва по вид, асортимент, брой и цена, за да бъде начислена към сметката на госта.

Оформянето и заплащането на сметката се извършва на рецепцията. Администраторът трябва бързо, в рамките на няколко минути, след като е получил информация от камериерката, да начисли всички основни и допълнителни услуги, ползвани от госта, и да оформи сметката. На госта се обясняват подробно детайлите по сметката. Плащането може да стане:

- Предварително;
- По време на престоя;
- При напускане;
- След напускане на мястото за настаняване (с подписване на платежно нареждане).

Начините на плащане могат да бъдат:

- В брой (кеш);
- С дебитна или кредитна карта;
- С туристически ваучер;
- По банков път.

Администраторът уточнява вида на сметката и начина на плащане. Гостът заплаща сметката или подписва фактурата.



След заплащането гостът оставя на рецепцията картата или ключа от стаята (някои хотелски вериги не изискват връщане на картата и тя остава за спомен на клиента; това се счита за своеобразен вид реклама на обекта). При желание от негова страна - попълва анкетна карта. Анкетната карта служи за проучване на потребителското търсене и отразява мнението на госта от престоя в мястото за настаняване. Много често попълнените анкетни карти участват в томбола с награди. Администраторът също търси обратна връзка от госта за мнението му за мястото за настаняване. Изслушва внимателно госта и предава чутото на мениджъра фронт офис. Ако гостът не желае да попълни анкетна карта или не желае да изрази мнение, не се настоява. Администраторът благодари на госта за това, че е бил клиент на мястото за настаняване и го кани отново да го посети.

Изпращането на госта се извършва от пиколото. Той или портиера могат да докарат превозното средство от паркинга до главния вход. Пиколото пренася багажа на госта до спрялото пред входа на мястото за настаняване превозно средство. Пожелава лек път и кани госта отново да посети хотела.

Администраторът променя статуса на стаята от освобождаваща се в свободна-незаредена и уведомява хотелско домакинство.

### **ПРИЛОЖНА ЗАДАЧА**

**Направете мисловна карта на етапите на напускането на хотела и изпращането на гостите.**



## Комуникация на преден офис с гостите и другите звена в хотела

От всички звена в преден офис рецепцията е звеното с най-голяма комуникация с гостите. Комуникацията може да бъде лична или по телефона. Много често общуването се извършва по телефона, като се търси различна информация, приемат се резервации, поръчва се събуждане по телефона. Разговорите по телефона са част от обслужването и оказват влияние върху общото впечатление на госта за качеството на хотелиерската услуга. На рецепцията, както знаем, има телефон за вътрешна връзка и телефон за външна връзка. Във всички места за настаняване при общуване по телефона се спазват следните изисквания:

- Преди да се вдигне телефонът, се подготвят пособия за записване, вътрешен телефонен указател, графици, разписания и др. относно най-търсената информация;
- Телефонът се вдига преди третото позвъняване;
- Говори се отчетливо, вежливо, спокойно, с нормален тон;
- Назовава се името на звеното и името на мястото за настаняване (Рецепция на хотел...);
- Поздравява се (Добро утро, добър ден...);
- Администраторът се представя;
- Ако събеседникът не се представи, се пита учтиво с кого се провежда разговора;
- Изслушва се внимателно целта за обаждането, без да се бърза и без да се прекъсва говорещия;
- Съобщения и информация се записват точно, с дата и час;
- За по-голяма сигурност важни данни се повтарят за потвърждение;
- Демонстрира се съпричастност;
- По възможност се споменава името на госта или на човека, извършил обаждането;
- Дава се необходимата информация, прави се резервация или се записва съобщение или информация;
- Когато се търсят трети лица, тактично се пита за целта, за да може да се предаде;
- По възможност не се водят дълги разговори;
- Разговорът се приключва с пожелание за „Приятен ден“ или др.;
- Администраторът изчаква събеседника да затвори и тогава приключва разговора;
- Не се води паралелен разговор с други лица;
- Ако се наложи прекъсване, се поднася извинение и се пита събеседника дали да изчака на телефона, или разговорът да се поднови по-късно;
- При запитване по телефона не се дава конфиденциална информация;
- Всеки разговор е важен!

Услугата събуждане по телефона е част от комуникацията на преден офис с гостите. При желание за телефонно събуждане в определен час, администраторът осъществява връзка със стаята, за която е поръчката, точно в уговорения час. Поздравява госта с „Добро утро“, напомня за събуждането, пожелава

хубав ден и вежливо прекратява разговора. Гостът пръв трябва да приключи разговора. При желание на госта - позвъняването може да бъде повторено.

Друга комуникация на гостите с фронт офиса е приемане и предаване на съобщения и преса. Обикновено преса, писма, съобщения и др. подобни се поставят в сектора за поставяне на картата или ключа от стаята. Предават се, когато гостът оставя или взема картата (или когато администраторът види госта).

Комуникация е и приемането на предложения, оплаквания и рекламации от гостите. При тези случаи е много важно администраторът да изслуша вежливо и внимателно госта, без да го прекъсва, и да потърси разрешение на проблема. Поднася се извинение на госта. Благодарни се за това, че гостът е уведомил за проблема. Ако оплакването е свързано със стаята, по възможност гостът се настанява в друга, равностойна или по-хубава стая. При невъзможност това да се случи, проблемът се отстранява по най-бързия начин и се предлага някакъв бонус на госта като извинение за създаденото неудобство. Никога не се пренебрегват или омаловажават предложения, оплаквания или рекламации, защото това оказва негативно влияние върху качеството на предлаганите услуги и върху имиджа на мястото за настаняване. Освен с гостите, фронт офисът извършва комуникация с всички блокове, сектори и звена в мястото за настаняване. Комуникациите се осъществяват лично или мобилно (по телефона). Може да се комуникира и чрез факс. Преден офис чрез рецепцията осъществява връзки с административно-управленски блок, блок за настаняване, блок за хранене, блок за допълнителни услуги, стопански, технически и инсталационен блок. Много често именно рецепцията е звеното, което координира работата между отделните сектори и звена. Това е причината, поради която администраторите трябва добре да бъдат информирани за всички събития и мероприятия на територията на мястото за настаняване.

**Направете мисловна карта на начините на комуникация на преден офис  
с другите звена в хотела.**



## РАЗДЕЛ IV

### Хотелско домакинство

#### Характеристика и управление на хотелското домакинство



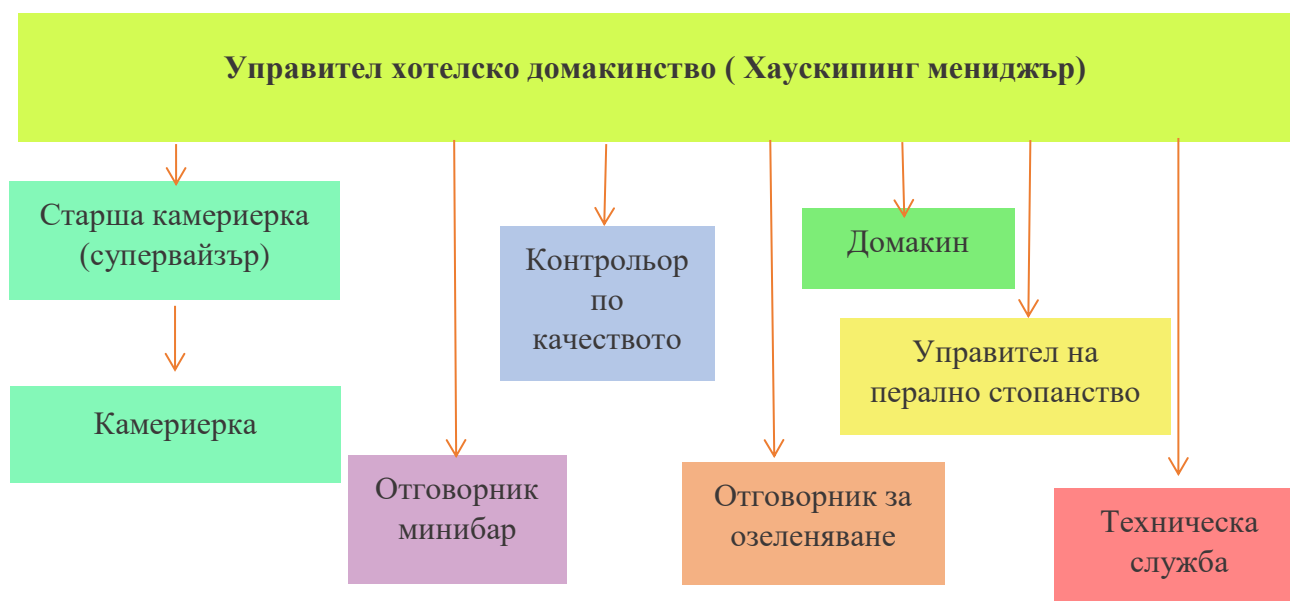
Секторът хотелско домакинство е оперативен сектор в хотела.

Той отговаря за чистотата, поддръжката, естетическото поддръжане на стаите, пране, гладене, химическо чистене, снабдяване на обекта с консумативи и съхраняването им в складове.

В хотелското домакинство са обединени най-общо следните звена:

- Складово стопанство;
- Перално стопанство;
- Техническа служба;
- Камериерско обслужване;
- Поддръжане на външните площи и озеленяване.

#### Схема на управление на хотелското домакинство



#### ► **Управителят на хотелското домакинство:**

- планира и организира работата в целия сектор;
- изготвя ежедневен, седмичен и месечен план за почистване на целия хотел;
- контролира хигиената на територията на целия хотел и зареждането на хотелските стаи;
- разработва и прилага работни технологични стандарти, с цел оптимизация на труда, изработва методика за инспекция на качеството;
- ревизира изразходваните консумативи, бельо, препарати и средства за работа;
- дългосрочно планира и съставя заявки за консумативи, бельо, препарати, резервни части и др, които предава във финансов отдел за отпускане на средства;
- предава фактури за плащания във финансов отдел;
- прави подбор и назначава персонал заедно със служител от отдел „Човешки ресурси“;
- контролира прилагането на системите за безопасност на труда и противопожарна охрана;
- води цялата документация в сектора.

#### ► **Контрольор по качеството:**

- проверява и контролира чистотата и реда в целия хотел;
- проверява и контролира външните части на хотела;
- контролира добрия външен вид на персонала;
- проверява качеството на почистване на стаите.

#### ► **Старша камериерка (супервайзър):**

- организира почистването на стаите, общите помещения, коридорите, фойето, външните площи;
- отчита работата на управителя;
- изготвя работен график;
- разрешава конфликтни ситуации;
- осъществява връзката с фронт офиса за състоянието на стаите за деня и седмицата;
- изготвя дневен план за работа на всяка камериерка в зависимост от статуса на стаите, за които отговаря.

#### ► **Отговорник минибар**

- зарежда периодично с необходимите количества минибаровете в стаите;
- съхранява правилно напитките и храните, които следва да бъдат заредени в минибара;
- следи за сроковете на годност;
- следи за промяна на цените в менюто на минибара;
- води необходимата отчетност;
- нанася консумацията в специална таблица, която предава на рецепция.

### ► Домакин:

- осигурява доставките на консумативи, бельо, средства за работа, препарати и други материали;
- осигурява правилно съхранение;
- следи за наличностите, като води документация и счетоводна отчетност;
- изписва и води дневник на вложените в ремонтни дейности резервни части;
- периодично извършва инвентаризация.

### ► Управител на перално стопанство:

- следи за качеството на бельо, дрехи и други;
- отговаря и следи за количествата изпрано бельо и доставено на съответните сектори;
- отговаря за отчетността;
- ежедневно проверява количествата на препаратите и изготвя заявки;
- отговаря за нормалната работа на машините и съоръженията и сигнализира на техническата служба, ако има аварии;
- изготвя график на работниците.

### ► Техническа служба:

- отговаря за поддържането на машините и съоръженията в изправно състояние;
- извършва технически ремонти на машини и съоръжения;
- води дневник с регистрираните повреди и извършените ремонти.

### ► Отговорникът по озеленяване:

- поддържа зелените площи;
- поддържа поливната система;
- следи за поддържането на растения и цветя;
- използва правилно препарати за растителна защита;
- използва безопасно техническите съоръжения .



1. Техническата служба към сектор „Хотелско домакинство“ може ли да поддържа машините в сектор „Храна и напитки“?
2. Кои звена включва „Хотелското домакинство“?
3. Кой отговаря за контрола на процесите в пералното стопанство?
4. Може ли супервайзърът да раздава консумативи и материали на камериерките?
5. Кой се грижи за цветята и другите растения в хотела, ако няма озеленител?





## Правила в хотелското домакинство

# ВАЖНО!

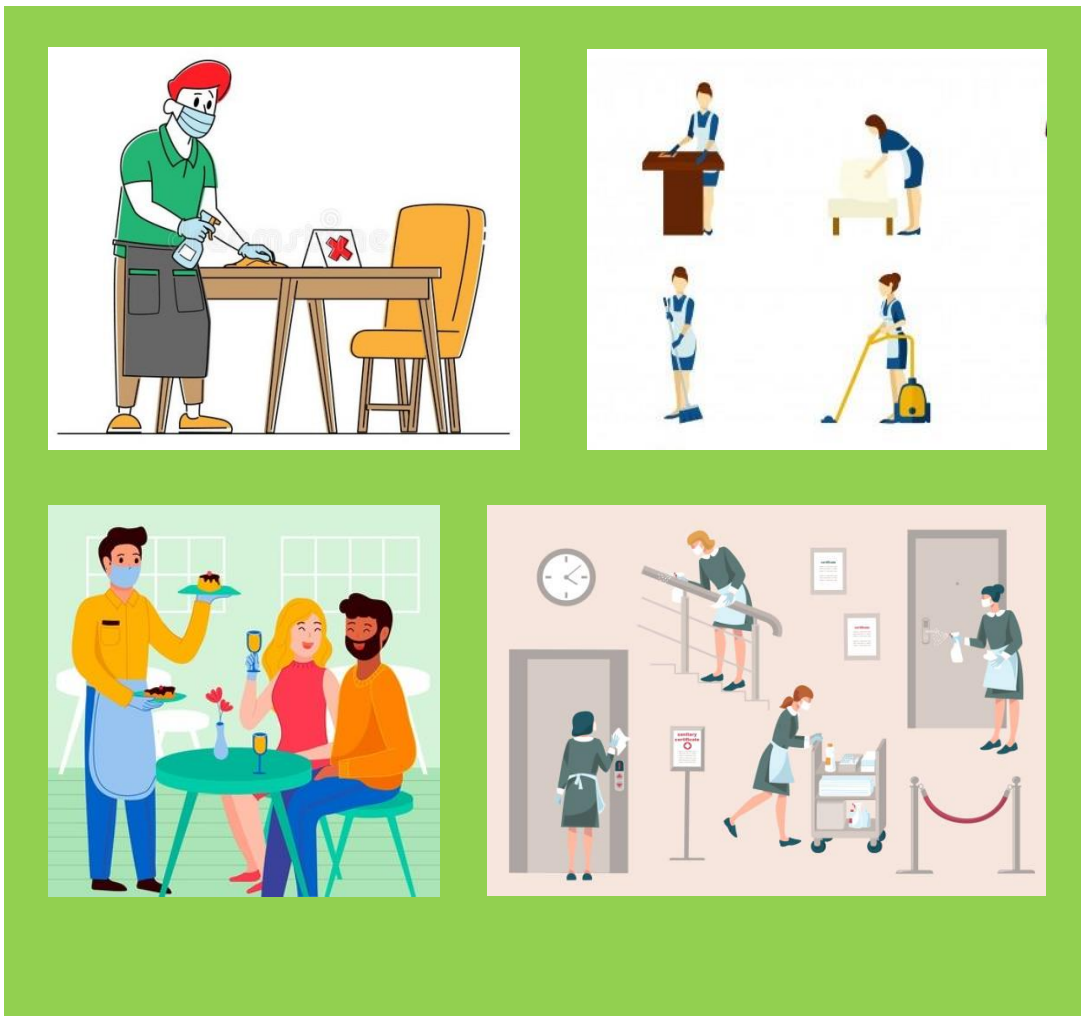
За постигане и поддържане на висок стандарт в хотелското домакинство:

- **Униформа** – униформите постигат две цели:
  1. Да предпазят персонала от токсини, в резултат от ежедневната употреба на почистващи препарати;
  2. Да покажат отличителните белези на хотела и да придадат на персонала професионален външен вид.
- **Почистващо оборудване** – да се използва правилно и безопасно, за да се намалят повредите, оттам ремонтите, следователно – разходите и загубите.
- **Препарати за почистване** – правилното приложение на препаратите за почистване гарантира запазване на здравето и безопасността, както на персонала, така и на гостите. То е гаранция, че продуктите не увреждат повърхностите, върху които се използват.
- **Поддръжка** – техническата служба следи за възникнали проблеми и осъществява поддръжката. Навременното отстраняване на проблеми от счупено дистанционно за телевизор до дефектно осветително тяло, ще намали броя на оплакванията от гости!
- **Пране** – при големи хотели със собствени перални стопанства, персоналят трябва да познава и следва инструкциите, за да не се уврежда прането на хотела или на гостите, и да не се повреждат уредите.
- **Комуникация** – без ясна комуникация между хотелското домакинство и другите звена и отдели, хотелът може да пострада. От заявки до подробни инструкции за графика, както и промени в последния момент – комуникацията ще спомогне за сплотяването на екипа и ще осигури най-високо ниво на обслужване.
- **Здраве и безопасност** – целият екип трябва да бъде в крак с най-новите инструкции за здраве и безопасност.
- **Противопожарни протоколи** – подобно на здравето и безопасността, това са инструкции, които трябва да познава всеки от екипа. Ако все пак възникне пожар, гостите ще потърсят помощ и сами ще последват персонала. Следователно всички трябва да са наясно с правилните процедури.

## Организация на работа в хотелското домакинство

Отделът хотелско домакинство подготвя и почиства стаите своевременно, почиства и поддържа всички общи площи, офиси, рецепция, фойета, асансьори, санитарни възли, СПА сектор, така че хотелът да е приятен и привлекателен.

Условията на пандемията от 2020 г. промениха акцента на дейностите, свързани с почистването и поддържането на хотелската база. Наложиха се преразглеждане на стандартите за почистване. Трябваше да се разгледат традиционните методи за почистване и начинът, по който стаите се проверяват и освобождават. В досегашните стандарти, хотелският персонал по почистването винаги е бил на заден план, така че гостите да не го виждат толкова често, дори в някои случаи изобщо през целия престой. Въпреки, че темата с микробите и алергиите е от много години, COVID 19 наложи спешно адаптиране към нови практики за почистване. По времето на COVID на хотелиерите се наложи да намерят повече начини да направят почистването очевидно за госта. Хотелите се опитаха да направят това като пушнаха програми, често с партньори като почистващи компании или болници, за да гарантират на потребителите, че пространствата ще бъдат чисти. Нужно е това да бъде видимо и постоянно, и нищо да не може да попречи на това възприятие. Никога преди поддръжката не е била толкова важна за нашия персонал и толкова важна за нашите хотелски стаи и общи части. Инструменти като роботизирани прахосмукачки и скраб за почистване на пода, могат да осигуряват постоянно напомняне на гостите, че чистенето е в ход.





Обслужващите в общите части на хотела (някои вече ги наричат „екип на първа линия“) станаха по-видими с повишената честота на почистване и дезинфекциране, по-специално – санитарни възли и често докосвани зони. Очаква се от гостите и членовете на екипа на хотела да поддържат социално дистанциране, докато изпълняват ежедневни задачи в стаите за гости. В крайна сметка основната цел на всеки хотел е да осигури на клиента чиста и безопасна среда, където да прекара една нощ или дълга почивка.

► **Складово стопанство.** Складовете са обект на работата на домакина, който се отчита на хаускипинг мениджъра или на мениджъра на хотела. В зависимост от капацитета и категорията на мястото за настаняване се предвиждат колко и къде да са разположени складови помещения. В тях се съхраняват различни по вид и предназначение хотелски стоки. Изискванията, които се поставят, се подчиняват на правилата, заложиени в съответните наредби за категоризация, и хигиенни норми и изисквания.

Снабдяването се организира чрез вътрешни правила за отчетност и контрол, със съответните приемно-предавателни документи. В първата част на помагалото са описани много подробно процесите, организацията на работа, хигиенните изисквания и комуникацията в стопанския блок.

► **Пералното стопанство** е важна част от хотелското домакинство. Хотелите и другите места за настаняване могат да перат бельото си във външни перални или в собствени, които са специално проектирани и обзаведени за съответните технологични процеси. В него се извършва: пране, гладене, избелване, премахване на петна, химическо чистене (ако се предлага в хотела).

Пералното стопанство се състои от едно или няколко помещения за пране и сушене, в което са разположени машините, рафтове, стелажи, шкафове, колички, гладачна машина, понякога и машина за химическо чистене. То се ръководи от управител или отговорник (в зависимост от категорията и капацитета), който отговаря за правилното протичане на процесите, снабдяване с препарати и консумативи и работни графици на персонала. Работниците трябва да са инструктирани за правилата за безопасност за работа с машините и съоръженията, хигиенните изисквания, както и да познават добре работата, параметрите, режимите, препаратите за работа.

### Материали за обработване

От блока за настаняване – спално бельо, одеяла, пердета, шалтета

От сектор „Храни и напитки“ – покривки, карета, салфетки, пердета, шалтета, калъфи за столове, калъфи за възглавници, одеяла за външните части и др.

От гостите на хотела - дрехи и бельо

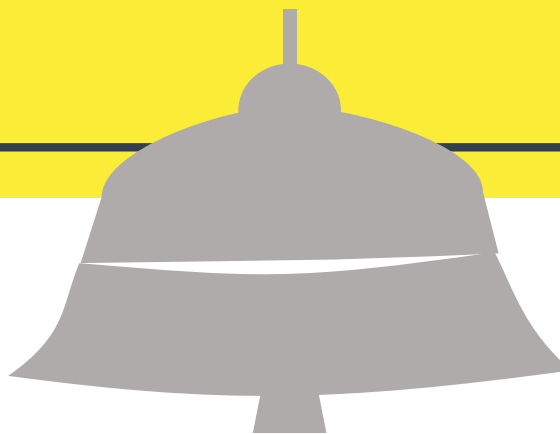
## Технологични процеси в пералното стопанство:

- Приемане – материалите, които пристигат за пране от всички места, се отделят, сортират се по вид, материя, цвят, и се поставят в колички за мръсно бельо. Гостите са поставили своите дрехи и бельо в плик, който се намира във всяка стая, надписали са го и когато нещата им пристигнат в пералното стопанство, пликът се отваря, нещата от него се разделят по вид, както другите материали. Отделят се скъсани и изхабени материали.
- Пране – всички материали се перат с подходящи препарати и омекотители, съответно за цветни, бели или фини тъкани. Необходимо е всички работници да бъдат наясно за температурите и продължителността на пране. Дрехите и бельото на гостите се перат в малки перални машини, отделно.
- Гладене, сортиране и издаване – бельото от ресторантите задължително се глади и понякога се колосва, сгъва се, подрежда се на рафтовете и след това се издава на съответните длъжностни лица, отговарящи за него.

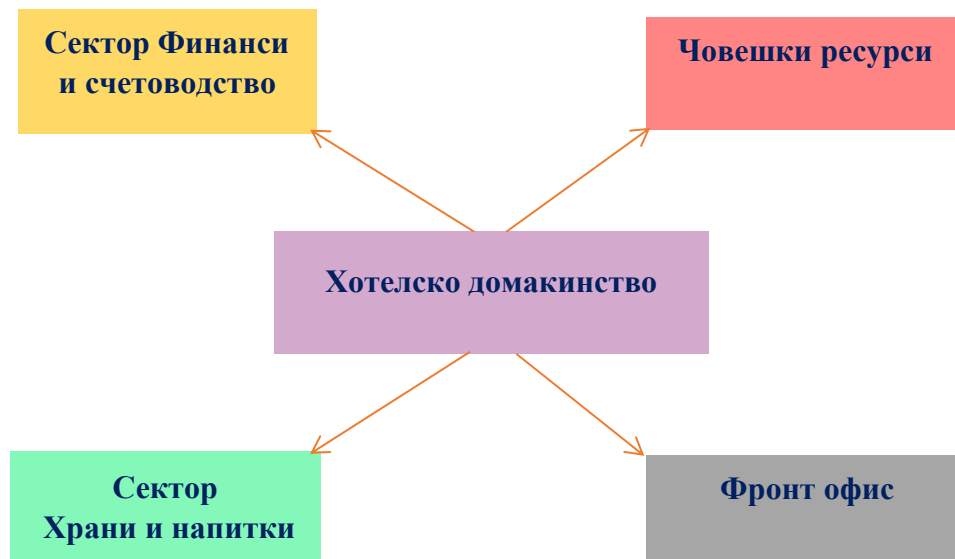
Когато хотелът не разполага със собствена пералня, се сключват договори с външни фирми за пране. Там процесите са: предаване и приемане на пране по уговорен предварително график. Хотелът назначава отговорник, който да извършва тази дейност.

- ▶ **Техническа служба и озеленяване** – разгледани са много подробно в първа част на помагалото.

1. Проучете и отговорете на каква температура се перат фини дрехи – коприна, дантела и на каква температура се перат бели чаршафи?
2. За какви тъкани може да се използват омекотители?
3. Кои са най-важните и основни дейности на хотелското домакинство?
4. Опишете помещенията в пералното стопанство.
5. Какви са основните работни процеси в пералното стопанство?



**Координация и взаимодействие  
на хотелското домакинство с други служби и звена в хотела**



Във всеки един хотел няма сектор, който да може да работи в изолация. Единствено качествената комуникация между отделните сектори и звена гарантира гладкото протичане на всички операции. Хаускипинг е звеното, чиято крайна цел е удовлетворяването на хотелските гости и разчита на информация и взаимодействие с фронт офис, за да бъде ефективно в своята работа. Координацията с фронт офис е от първостепенно значение за двата отдела. Нито единият, нито другият би могъл да си свърши работата, ако тя не е на лице. Рецепционистът не може да настави гости в стаята, ако не е уверен, че камериерката вече е готова с нейното почистване. Между двата отдела трябва да има постоянна връзка и всяка промяна в статуса на всяка стая да се свежда до знанието на ангажираните в работния процес навреме.

От своя страна фронт офис представят актуални списъци за пристигащите, заминаващите, информация за гости, които са си тръгнали по-рано или желаят да направят ранен Check-in.

В края на смяната хаускипинг мениджър представя на рецепция доклад относно статуса на стаите, които са били дадени за почистване през деня. Тази информация се актуализира в хотелската система. В някои по-големи хотели хаускипинг мениджъра е този, който влиза в системата през своя компютър и директно променя статуса на стаите. От една страна камериерките помагат на обслужващия персонал, поставяйки на определени за целта места таблите с употребена посуда, от друга страна информират, когато има такива табли за прибиране. Проблем възниква, когато F&B не събират регулярно посудата. Недоразумения възникват и понякога, когато двата отдела ползват една и съща посуда – например чаши

за кафе или вода. В крайна сметка единствено добрите взаимоотношения дават добри резултати и работата спори.

Не бива да се пропуска и фактът, че сектор „Храни и напитки“ осигурява храна за персонала - в частност и за камериерския състав. Понякога румсървис поръчките се изпълняват от ресторанта и бара на хотела, което е свързано с посуда, прибори, декорации, покривки и други.

Работата на отдел хаускипинг изисква редовно снабдяване с всички необходими консумативи и материали. Заявките се извършват по определена процедура, в специална форма и по утвърден график. Разбира се, винаги може да възникнат и извънредни ситуации, в които следва да се реагира бързо, но добрият мениджър би предвидил и тях.

Човешки ресурси е мястото, където се водят досиетата на служителите на всички отдели, управляват се техните заплати, водят се записи по административни наказания или награди. Издават се служебни карти за служителите, сертификати за постигнати професионални успехи. Дават се предложения и се организират обучения на персонала.

Отговаряйки за състоянието на стаите, основната комуникация за домакинството е с екипа на рецепция. Статусът на всяка стая се актуализира редовно от хаускипинг мениджъра до фронт офиса и обратно. С наличните нови технологии, актуализация на състоянието на стаята може да се извърши чрез хотелския софтуер, телефонни системи, различни други мобилни приложения и т.н.

Отделът е и в тясно сътрудничество с отдела за поддръжка, тъй като персоналет идентифицира различни видове проблеми, докато почиства стаите или общите площи, и съответно информира навреме екипа за поддръжка.

Домакинът и снабдителят ежедневно комуникират с финансовия отдел за извършени плащания, фактури, финансови отчети и др. Техническата служба поддържа връзка с всички сектори относно повреди и извършване на ремонтни дейности. Секторът „Храни и напитки“ поддържа тясна връзка с пералното стопанство и техническата служба, както и домакинът.

1. Защо се налага сектор Храни и напитки да комуникира с хотелско домакинство?
2. Каква е връзката на Човешки ресурси и хотелското домакинство?



## Графици на работно време на техническия и спомагателен персонал

Графиците за работното време на персонала се изготвят индивидуално за всеки обект. Те зависят от големината, капацитета, категорията, натовареността, сезонността и други характеристики, свързани с работата на местата за настаняване. Разпределението на работното време се извършва с правилник за вътрешния ред на хотела. Работодателят има право да определя:

- Началото и края на работния ден;
- Неговото прекъсване;
- Продължителността на почивката за хранене, която не може да бъде по-малка от 30 минути;
- Режим на работа – редовен или на смени.

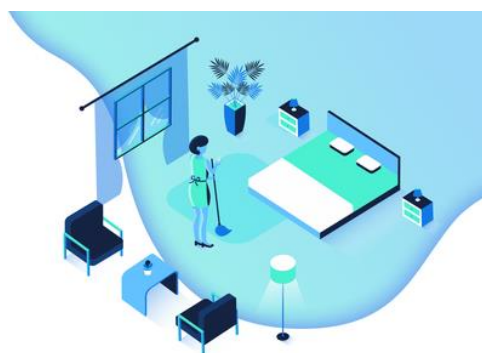
Работодателят може да въвежда работа на смени. Когато изпълнението на дейността го налага, той може да въвежда работа на две или повече смени. При работа на смени работодателят е длъжен да осигури непрекъснатата почивка 12 часа след всяка смяна. В хотелите работата на смени е наложителна, тъй като в тях се работи на 24-часов график. Така в рамките на едно денонощие работата може да се извършва на две или три смени, с продължителност 8 или 12 часа.

В зависимост от това какви часове обхваща, работната смяна може да е : дневна, нощна или смесена. Дневна е работната смяна, чиито часове обхващат - 06.00 ч. - 22.00 ч. Нощна е смяната от 22.00 ч. до 06.00 ч. Смесената работна смяна обхваща часовете от дневна и от нощна смяна. Всеки работодател има изключителното право да определя организацията на работното време в предприятието (организацията, фирмата, учреждениято и т.н.), като ползва различните форми на организация, разпределение и отчитане на работното време.

Графиците трябва да бъдат оптимизирани и балансираны, т.е. да обезпечават с достатъчен брой персонал и да не водят до претоварване и преумора в съответния сектор или звено.

В сектор „Хотелско домакинство“ работното време в различните звена може да обхваща всички варианти на смените, поради спецификата на работа.

- Графиците на камериерския персонал са разгледани в раздел „Технология на камериерското обслужване“.



- В техническия отдел най-подходяща за въвеждане обикновено е редовната смяна – от 8.00 ч до 17.00 ч., съобразено с това, че снабдяването с консумативи и резервни части от складове и магазини може да се осъществи по това време на деня. Факт е, че малки или текущи ремонти и поддържащи дейности се извършват през деня, за да не се нарушава спокойствието на гостите през нощта.

За поддръжката на инсталациите (парно, топла вода, вентилация), обикновено се предвижда дневна смяна от 08.00 ч. до 20.00 ч. и нощна смяна от 20.00 ч. до 08.00 ч.



- В пералното стопанство при голямо натоварване и голям капацитет на хотела се съставя график, който обхваща трите вида смени – редовна дневна, дневна – двусменна, и нощна. Това се налага от дългите работни процеси на пране, сушене, гладене на бельото на хотела, средствата за работа в ресторанта (покривки, салфетки, карета, кърпи и др.), а също така и в случай, че хотелът предлага пране и гладене като допълнителна услуга за гостите.



- Домакинът в повечето случаи работи дневна смяна с продължителност 8 часа или 12 часа. Това се налага от естеството на работа в складовото стопанство. Всички задължения, отговорности, работни процеси (приемане, съхраняване и издаване на материали), се отнасят за дневна натовареност. В редки случаи, във връзка с някакво мероприятие, той може да бъде на извънредно дежурство.



- Озеленител и общи работници са на редовни дневни смени с продължителност 8 часа. Естеството на работа, свързана с поддържането на зелените площи, цветя, дървета, храсти и др. налага дневна заетост. Възможни са извънредни дежурства, ако се налага във връзка с някакво мероприятие.



- Работният график на мениджъра и контролора на качеството се определя от натовареността на хотела, от статуса на стаите и техния брой. Най-чести са дневните смени по 8 часа и 12 часа, но в много случаи може да се налагат извънредни дежурства.



Направете график на работното време на 7 перачки в голям хотел, така че да покрят всички смени и да се спази условието - сумарно работната седмица да не надвишава 56 часа.



## Контрол по изпълнението на дейностите

### В хотелското домакинство

Контрол се осъществява върху всички процеси, протичащи в хотелското домакинство. Контролират се почистването и поддръжката на стаите и общите помещения, процесите в пералното и складовото стопанство.

*КОНТРОЛ НА СТАЯ* - осъществява се посредством предварително изготвен списък (**чек-лист**).

Почистените от камериерките стаи се проверяват ежедневно от инспектор по качеството или супервайзър.

№	Показатели	Да	Установяване и описване на недостатъците	Сигнализиране на фронт офис или технически отдел
1	Поставени ли са мебелите на правилните места?	√		
2	Добре почистени ли са стаите?	√		
3	В техническа изправност ли са мебелите? (не се клатят, скърцат, нямат скъсано, петна)	√		
4	Светят ли всички крушки?	√		
5	Може ли лесно да се отворят прозорците?	√		
6	Функционира ли отоплението и приятна ли е температурата?	√		
7	Почистени ли са от насекоми и прах осветителните тела?			
8	Чисти ли са вентилационните решетки?			
9	Има ли достатъчно контакти?			
10	Има ли достатъчно закачалки в гардероба?			
11	В ред ли са абажурите на лампите?			
12	Чисто и добре изгладено ли е спалното бельо?			
13	Чисти и добре ли са сгънати кърпите?			
14	Обезопасен ли е контактът за самобръсначка и сешоар в банята?			
15	Означена ли е силата на ел. ток в банята?			
16	Достатъчно ли е осветлението в банята за гримиране, бръснене и оформяне на прическа?			
17	Има ли стенни закачалки в банята?			
18	Ясно ли са означени крановете за топла и студена вода?			
19	Има ли кошче за боклук в банята?			
20	Има ли плик за пране с ценоразпис?			
21	Има ли резервна тоалетна хартия?			
22	Има ли качествено огледало в стаята?			
23	Затварят ли се всички врати?			
24	Зареден ли е минибарът с всичко необходимо? Има ли ценоразпис на видно място?			
25	Има ли инструкция за ползване на телефона?			
26	Чист ли е въздуха в стаята?			
27	Почистен ли е праха под мебелите?			
28	Подредени ли са мебелите според стандарта?			
29	Почистена ли е терасата?			



**КОНТРОЛ НА ЧИСТОТАТА НА ОБЩИТЕ ПОМЕЩЕНИЯ.** Извършва се от мениджъра на хотелско домакинство или негов заместник. Те осъществяват неочаквани текущи проверки на чистотата на хотелските стаи, както и ежедневни такива. Целта е да се придобият преки впечатления от работата на персонала и ако има пропуски и проблеми, да се отстранят. Мениджърът на хотелско домакинство изготвя програма за почистване, която всички камериерки трябва да спазват. В отчета си те отбелязват извършените дейности по почистването и подреждането. По този начин видът и броят на задачите не се различава за даден район, ако той се поеме от друга камериерка или екип.

№	Дейности в общите помещения	Честота на провеждане
1	Почистване на входа – подове, дръжки, стъкла на въртящ механизъм и др.	Всеки ден
2	Почистване санитарните възли за посетители	Всеки ден
3	Измиване на подовете и стълбите	Всеки ден
4	Грижа за зелените цветя, ако няма озеленител	Всеки ден
5	Почистване на рецепцията	Всеки ден
6	Почистване в СПА център	Всеки ден
7	Почистване на парапетите	При пандемия – всеки ден. При нормални условия – всяка седмица
8	Почистване на асансьорите, огледала, дръжки, бутони	Всеки ден
9	Почистване на стени и тавани с прахосмукачка	2 пъти в годината
10	Измиване на прозорците	1 път на 6 седмици и при необходимост
11	Измиване на касите на вратите	1 път в месеца
12	Почистване на тапицирани мебели с прахосмукачка	1 път в месеца
13	Почистване картини и други произведения на изкуството	4 пъти в годината
14	Изпиране на килими и мокети	2 пъти в годината
15	Измиване на осветителни тела	4 пъти в годината
16	Почистване на розетките на вентилацията	2 пъти в годината
17	Почистване на пердета с прахосмукачка или парочистачка	1 път в месеца

**КОНТРОЛ ВЪРХУ ДЕЙНОСТТА НА ПЕРАЛНОТО СТОПАНСТВО.** Осъществява се от неговия отговорник. Ежедневно следи за подмяната на бельото във всички сектори на хотела. Констатира нуждата от перилни препарати и периодично проверява техническата изправност на машините и съоръженията. Отговорникът на перално стопанство контролира качеството на изпраното и изгладено бельо, качеството на изпиране на дрехите на гостите и вида им след гладене, както и номер на стаята.

**КОНТРОЛ НА СТОПАНСКИЯ БЛОК.** Контролът се извършва ежедневно от домакина и периодично от мениджъра на хотелското домакинство за ревизиране на наличностите, и контрол на реда и хигиената в складовите помещения. При неправилно съхранение и лоша хигиена стават неизползваеми голяма част от съхраняваните консумативи, бельо, и др. Периодично се проверява бельото за износване, захабяване и наличности. Ежедневно домакинът следи за изразходваните консумативи (сапун, шампоан, тоалетна хартия и др.) и препарати, за да направи заявки за закупуване.

Всички контролни дейности включват още спазването на правилата за безопасност и хигиена, тъй като поради незнание и небрежност са възможни много инциденти за персонала и гостите.



## Правила за безопасност **ВАЖНО!** и сигурност на служителите в хотелското домакинство

1. Всички служители трябва детайлно да познават евакуационните схеми във всички хотелски зони.
2. Да се поддържат чисти и свободни за преминаване коридорите, както и аварийните изходи.
3. Да се следят за наличие на информационни материали в стаите за противопожарна защита, както и план-схемите за евакуация (те се поставят от вътрешната страна на вратата).
4. Да се следи за включени и оставени без надзор електрически уреди в стаите – преси за коса, ютии, кафеварки и др.
5. Да информира охраната при съмнение за външни лица, които се намират в жилищния блок на хотела.
6. При почистване на хотелските стаи да следят за изправността на електрически уреди, розетки, ключове за осветление, и др.
7. Ако гостите не желаят почистване, служителите трябва да уведомяват прекия си ръководител.
8. Всички сервизни и складови помещения трябва да бъдат заключени, когато служителите не се намират в тях.
9. Обезпращането на електрическите уреди се извършва само със суха кърпа.
10. При работа с почистващи препарати, винаги трябва да се използват защитни ръкавици и маска.
11. Работното облекло е абсолютно задължително!
12. Всички служители са длъжни да заключват стаята на госта след приключване на технологичните операции.

1. Кой осъществява контрол за допълнителни завивки и възглавници в стаята?
2. Как да постъпи служител на пералнята, ако има цветно пране, но няма препарат за цветно пране, а има само за бяло? Може ли да използва наличния?



## РАЗДЕЛ V

### Допълнителни хотелиерски услуги

#### Характеристика и видове

Допълнителните услуги в хотелиерството се свързват със създаване на допълнителни условия за постигане на удовлетвореност на гостите, така че хотелът да стане едно желано място, и с постигане на по-добри финансови резултати. Хотелиерството предлага все по-широка гама от услуги, които са свързани с напредването на технологиите и лесната достъпност на дестинациите. Дейността на блока за допълнителни услуги се контролира от мениджъра на хотела.



**Качеството на всяка услуга зависи от:**

- Материалната база за съответната услуга;
- Природни ресурси и външна среда (писти, гори, морета, реки, езера, пещери, маршрути и др.);
- Квалификация и компетентност на персонала (чужди езици, професионални знания и умения);
- Отношението към гостите (любезност, учтивост, дружелюбност);
- Маркетинговата и ценова политика (реклами, промоции, пакети, бонуси и др.).

**Информация и комуникация** – предоставяне на информация на госта за услуги, цени, графици и работно време, начин на провеждане. Във времената на информационен бум на гостите може да се предоставя устройство за достъп до електронна поща, проверка на времето, новините, което се позиционира във фоайето на подходящо място. Информация се дава за транспорта в избраната дестинация, маршрути, събития, забележителности, културни прояви, ползване на бизнес център – протектор, флипчарт, видео и аудио техника и др. Паралелно с устната информация се дава информация във вид на брошури и други информационни материали, намиращи се в информационната папка в хотелската стая или в хотелското фоайе.

**Търговски и битови услуги.** Търговските обекти, намиращи се на територията на хотела, като магазини за различни стоки (парфюмерия и козметика, сувенири, алкохол и цигари, спортни принадлежности и екипировки), банки, банкомати, аптеки и други, са свързани с търговските услуги. Доставка на цветя, лекарства, вестници и други стоки, също са търговски услуги. Битовите услуги са свързани с ежедневието и удобствата на гостите. Такива са: румсървис, минибар, пране, гладене,

химическо чистене, поправка на дрехи, трансфер от и до летище, фризьорски и козметични услуги (на място или с повикване), фото, гледане на деца, съхранение на ценности и др.

**Спортно-оздравителни и развлекателни:** анимационна програма (турнири, състезателни игри, развлекателни игри, танци, пеене), фитнес, плувни басейни, гимнастика, солариум, сауна, турска, финландска, руска баня и други СПА и уелнес услуги, билиард, тенис на маса, тенис на корт, мини голф, голф, скуош, волейбол, развлекателни екскурзии, наемане на екскурзовод, тематични вечери, и др. Тези услуги не винаги са предназначени за спортен тип туристи, а понякога ги ползват хора, които са много заети в ежедневието си, за кратко разтоварване и съчетаване на работа със активности през свободното време. За тази целева група е въведено ново понятие **„bleisure” (блейжър)**, което се състои от два компонента „business”(работа) и „leisure”(свободно време).

**Предоставяне на вещи под наем.** Най-често се предоставят спортни екипировки, велосипеди, тротинетки, тенис ракети, рент-а-кар, детски колички, комуникационни средства, книги, чадъри, кърпи за плаж, настолни игри, топки, яхти, лодки и др.

**Посреднически услуги.** При тези услуги хотелът е посредник на доставчици на външни услуги и ги предлага от тяхно име, за да улесни туристите за достъпа им до тези услуги. Такива са: резервации за вечеря, закупуване или заверка на билети за транспорт, закупуване на лифт карти, закупуване на билети за културни или спортни мероприятия и др.

**Други търговско-обслужващи услуги:** медицински услуги, уроци по различни видове спорт, обиколка с яхти, риболов, организиране на „изнесен сватбен ритуал“ за полагане на подпис за брак, бар кроул и др.

**Най-общо видовете допълнителни услуги, които предлагат хотелите, зависят от следните фактори:**

- Вида и категорията на хотела;
- Капацитета;
- Местоположението;
- Предназначението;
- Финансовото състояние на фирмата;
- Предприемчивостта и инициативността на ръководния екип на хотела.

За всеки от посочените видове туристи посочете подходящи допълнителни услуги от различните видове: деца около 10г-12г, организирани туристи – семейства и приятели без деца, ученическа група – 11 клас, индивидуални туристи – семейства с деца 3-5 г, възрастни над 65 г.

## Сервиране по стаите (румсървис)

**Румсървис или обслужване по стаите** е форма на обслужване, която се прилага в хотели с висока категория и някои семейни хотели. В пандемични условия, румсървисът беше задължителен за няколко месеца. Асортиментите, които се предлагат в менюто за румсървис, са съкратена версия на ресторантските менюта. Когато се сервират само закуски или леки ястия, те може да се подготвят и приготвят в специални етажни офиси. Менюто и цените най-често са поставени в хотелската папка в стаята. Обикновено в хотелите се поръчва закуска и по-рядко други ястия.

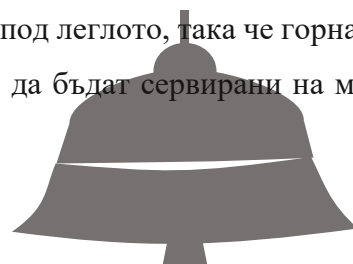
Възможни са два варианта за организиране на румсървис: офис, който се намира в хотелската част и е оборудван с всичко необходимо за приготвяне и сервиране на закуски, или от кухнята на хотела, която е свързана с много добра функционална връзка с офиса (обикновено асансьор за бързо пристигане на готовата храна). Сервитьорите трябва да са с много добри комуникационни умения и езикови познания.

**Технологията на обслужване** обхваща следните последователни технологични действия:

- **Вземане на поръчката на гостите** – обикновено се извършва по телефона, като гостът може да заяви в офиса на румсървис, ако няма такъв, на дежурния администратор, или директно в кухнята на ресторанта. Приеманият поръчката трябва да слуша внимателно, да запише подробно всичко, след което да повтори, за да е спокоен, че е записал всичко или да се допълни нещо по време на повторението.
- **Изпълнение на поръчката** – поръчката се изпълнява в кухнята и се издава на сервитьорите в офиса или на сервитьорите в ресторанта, или поръчката се изпълнява и издава от сервитьора в офиса на румсървис. В зависимост от асортиментите в поръчката се подготвят прибори, салфетки, покривка, чаши, тирбушон, допълнителна посуда, кърпи за подсушаване, шампаниера, табла за сервиране.



➤ **Обслужване в стаите** – осъществява се от сервитьор или сервитьорски екип. Поръчаната закуска се подрежда върху бяла или цветна платнена салфетка върху количка за сервиране, сервитьорска табла или табла за закуска в леглото, която е със специални крачета, влизаци под леглото, така че горната част минава над леглото. При по-големи стаи и апартаменти, ястията може да бъдат сервирани на масата в стаята, като предварително се застила покривка.





При сервиране на закуски и други ястия от менюто се спазват правилата за сервиране в ресторант. Винаги трябва да бъдат достатъчно салфетките и чиниите, за да не се налага сервитьорът да се връща отново. Всички ястия се сервират наведнъж. Преди да влезе в стаята, сервитьорът почуква на вратата, и след като получи отговор влиза, поздравява, сервира, пита кога е удобно да се върне да отсервира, пожелава „добър апетит“ и излиза. Когато закуската не е включена в цената на нощувката (случва се много рядко), или се сервира обяд или вечеря, сметката се поставя в ъгъла на таблата, в специален джоб.

Когато услугата румсървис се предлага от етажен офис в хотелската част, сервитьорът, който е на смяна, отговаря за наличностите, съхранението на продуктите и хигиената в помещението, хладилните съоръжения, подреждането на шкафовете. Когато работи сервитьорски екип, се определя отговорник.

1. Проучете какво представлява континентална закуска и направете схема за сервирането ѝ.
2. Какви са правилата за влизане в стаята на госта?
3. Може ли вечерята да се поднесе на сервитьорска количка и да се консумира на количката?

## Хотелски минибар

В раздела „Технология на камериерското обслужване“ подробно са разгледани характеристиката, зареждането и отчитането на хотелския минибар.

Хотелите, в зависимост от вида, капацитета, локацията, делегират отговорностите по зареждането на минибар на различни служители – камериерки, сервитьори, пиколо и дори рецепционисти. Факт е обаче, че при големите хотели с капацитет над 100 стаи, камериерките не могат да се справят с тази нелека задача, която затруднява от една страна тяхната работа, а от друга, забавя напускането на хотела от гостите. За да се постигне качество и да се запази имиджът на големия хотел, е необходимо да има отговорник за минибара.

### Задължения на служителя отговарящ за минибар:

- Зарежда всеки ден необходимите артикули от минибар номенклатурата;
- Поддържа минибар-хладилниците чисти и подредени по един и същи начин във всяка стая;
- Води ежедневни записи за проследяване на наличностите;
- Поддържа наличностите и хигиената в складовите помещения;
- Отговаря за качеството на поверените му продукти разпределени по стаите;
- Проверява наличието на минибар-менютата и ги заменя, ако не са в добро състояние;
- Заменя навреме продукти с изтичащ срок на годност;
- Отговаря за поверените минибар колички;
- Поддържа високо ниво на обслужване на гостите;
- Комуникира ефективно с фронт офис и хаускипинг;
- Работи на ненормирано работно време, на разположение е през почивни дни и национални празници.;
- Отговаря за зареждане на VIP стаите с напитки и храни.

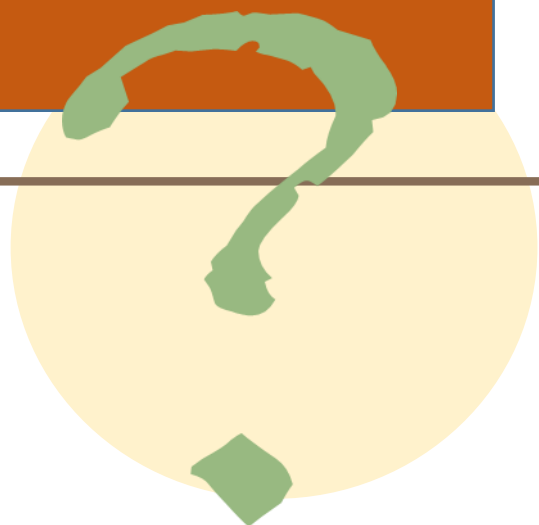
Всеки хотел има собствен стандарт за поддържане на минибара. В него са описани точните артикули и количества, начин на подреждане на съоръжението, указва се какви допълнителни атрибути трябва да има на разположение на госта - например тирбушон, чаши за вода и вино. Някои взискателни хотелиери прилагат снимки, показващи точната подредба и разположение. Ясно са обяснени начин на начисляване на консумацията, работното време на отговорника, през което той ще проверява и зарежда стаите, както и всички основни задължения. В доста от случаите при посрещане на VIP гости в хотела, в стаята им се поставят живи цветя, шампанско в охладител за напитки, шоколадови бонбони, плодове и други. В други случаи, за да покажат добро отношение към всички гости, в стаята се зареждат разтворими кафе и производните му напитки, чай, сметана, мед, кафява и бяла захар, подсладител и бисквитки за „добре дошли“. Цените в минибара винаги са завишени, тъй като това е доста скъпа услуга, свързана с поддържането на съоръженията, енергийни разходи и загуби от неплатена консумация. Има случаи, при които гостите недобросъвестно не заплащат консумацията си.

## Примерен ценоразпис на хотелския минибар

HOTEL ADELE BEACH	
ЦЕНОРАЗПИС	PRICE LIST
ВОДА – 3.00 лв/ 1бр	WATER – 3.00 lv/ 1pcs
БЕЗААЛКОХОЛНА НАПИТКА – 4.00лв/ 1бр	SOFT DRINK – 4.00 lv/ 1pcs
СТУДЕН ЧАЙ – 4.00/ 1бр	COLD TEA – 4.00 lv/ 1pcs
БИРА – 4лв/ 1бр	BEER - 4.00 lv/ 1pcs
ВОДКА – 8лв/ 1бр	VODKA – 8 lv/ 1pcs
УИСКИ – 8лв/ 1бр	WHISKEY – 8lv/ 1pcs
ШОКОЛАД ЧЕРЕН, МЛЕЧЕН – 5.00лв/ 1бр	CHOKOLATE BLACK, MILKY – 5.00 lv/ 1pcs
ЯДКИ СУРОВИ /КАШУ, БАДЕМ/ - 8.00/ 1бр	RAW NUTS/ALMONDS, HAZELNUT/ - 8.00 lv/ 1pcs

Посочените цени са за един брой и са в български левя.  
The indicated prices are for one piece and are in Bulgarian levs

1. Може ли пиколото да се грижи за минибара в хотела?
2. Отговорникът на минибара или камериерката се грижи за почистването на хладилното съоръжение, в което се съхраняват напитките?
3. Какви напитки и хранителни асортименти бихте предложили , освен тези, показани в примерното меню? Какви цени бихте поставили?





## Търговска дейност. Битови услуги. Перално стопанство

**Търговска дейност.** В големите хотели и хотелски комплекси се предвиждат търговски площи, които могат да образуват един голям търговски център. В него се разполагат няколко магазина за различни стоки – от тези за първа необходимост до произведения на изкуството. Може да има магазин за цветя, украси и декорации (за празнични поводи и чествания), задължително трябва да има магазин за стоки от първа необходимост – пасти, четки за зъби, бельо, чорапи, чорапогащници, шампоани, душ гелове. Ако хотелът е на морето - плажно масло, балсами след изгаряне, джапанки, бански костюми, плажни кърпи, плажни рокли, шапки с широка периферия, надуваеми възглавници, дюшеци, пояси, топки, детски комплекти за игра в пясък и др. Ако хотелът е в зимен курорт, се продават ски аксесоари като ски, обувки, ски екипировка, ръкавици, шапки, очила, маски, каски и др. Когато хотелът е целогодишен, се продават спортни стоки, използвани през цялата година – маратонки, клинове, тениски, спортни екипи, оборудване за колоездене, за конна езда, шапки и др.

Магазините може да продават алкохол и цигари, скъпи пури, сувенири от местни майстори, може да се излагат картини на местни или други художници или пейзажи на красиви места. Голяма част от тях са за дрехи – якета, пуловери, блузи, ризи, поли, може да се предлагат рокли за официални поводи, обувки, чанти, сакове и др. Не липсват и детски магазини за дрехи и детски играчки, както и бебешки аксесоари – шишета, биберони, кошарки, столчета за хранене и др. Понякога, когато хотелът или хотелският комплекс разполага с кухненски бокс и е отдалечен от населено място, има магазин за хранителни стоки.

**Битови услуги.** Най-разпространените битови услуги са свързани с облеклото, фризьорски услуги, бръснарски услуги, маникюр, педикюр, козметични процедури за лице и тяло.

**Пране и гладене** се предлагат само, ако на територията на хотела има собствено перално стопанство.

**Химическото чистене** се предлага само, ако в собственото перално стопанство са създадени условия за извършване на тази дейност. Гладене може да се извършва, без да има задължително перално стопанство, като в тези случаи се извършва от камериерката. В хотелската стая има полиетиленов плик, върху който се намират указания, как се извършва услугата, за колко време и каква е цената. В този плик се поставят дрехите за пране, гладене или химическо чистене, пликът се затваря, надписва се номера на стаята, желанието на клиента („за пране и гладене“, „за химическо чистене“, „за гладене“), съдържанието на плика, и се оставя. Когато камериерката почиства стаята, тя взема плика и го предава чрез приемно-предавателен протокол по предназначение.

**Фризьорските услуги** може да се извършват в специално оборудвани салони, които обменят информация с рецепцията за видовете услуги и свободните часове на фризьорите. Такива услуги са разпространени във висококатегорийните хотели. Услугата се заплаща на място. Салоните може да са оборудвани от хотела и персоналът в тях да е нает, но има и случаи, в които се заплащат наем за определено време. Понякога обаче хотелите не разполагат със специално оборудвани помещения, а използват външна услуга, която също е много добра като алтернатива.

**Козметичните студиа** работят на принципа на фризьорските салони – собствени, под наем или външни козметици, работещи на други места.



**Перално стопанство.** В него дрехите на госта, поставени в плик и надписани, се предават с приемно-предавателния протокол от камериерката на отговорника на перално стопанство, който ги предава на работника, отговарящ за прането. Той ги разделя по вид и цвят и преценява на каква температура и с какъв препарат да ги изпере. След изпирането, дрехите се пускат в сушилна машина и след това се предават за гладене, ако такова е желанието на госта или ако има нужда, тъй като понякога изпраните дрехи може да не се гладят в зависимост от материята. Почистените и изпрани дрехи се сгъват, поставят се в чист плик и камериерката ги връща в стаята на госта. Ако са изгладени, се поставят в специален голям плик и се закачат на закачалка. Стойността на услугата се начислява в сметката на госта от администратора, след като получи информация от управителя на хотелското домакинство. Ако хотелът няма собствено перално стопанство, може да предлага същите услуги, но пликът с дрехи се изпраща във външна пералня чрез пиколото или портиера.

Ценоразпис на услугите има в хотелската папка в стаята на гостите.

1. Направете примерен информационен лист, който се поставя върху плика с дрехите за пране.
2. Попълнете го от името на госта и опишете технологичния път на дрехите от плика в стаята до нов плик, предаден в стаята.



## Спортно-развлекателни, климато-балнеолечебни и други специализирани услуги в хотелиерството

В последните години хората имат все по-малко свободно време и все по-масово се насочват към спортните дейности. Пандемията задържа дълго време деца и възрастни затворени, което доведе до повишаване на интереса към спорта по време на пътувания и почивки. Хотелите все повече предлагат разнообразен набор от допълнителни услуги, включително и спортно-развлекателни. Материалната база се подобрява и разширява - спортни зали, физкултурни салони, игрища, басейни и други, появяват се нов вид оборудване и спортни съоръжения в залите за фитнес, ски екипировки, велосипеди и др. В някои по-големи хотели се предлага яхтинг и сърфинг.

► Спортно-развлекателните дейности може да се систематизират в следните няколко групи:



**Спортни услуги** - заплащат се допълнително, за определено време. Големите хотели имат условия за практикуване на определени видове спорт. Гостите заплащат за времето, в което ползват съоръжението. Към спортните услуги могат да се отнесат и басейните, като често те са комбинирани в един блок заедно с други, подобни услуги (фитнес зали, зали за различни игри, салони за масажи, сауна, солариум и др.).

**Спортно-оздравителни услуги** - много популярни са фитнес салоните. Те са обзаведени с различни съоръжения за натоварване. Тук се отнасят и спортно-оздравителната гимнастика, и аеробиката. В много хотели те са включени към балнео-лечебните центрове, където фитнес съоръжението се използва за лечебна цел.

**Спортно-занимателни услуги** - предлагат се различни игри като боулинг, конна езда и др. Залите за тези игри обикновено са съчетани с малки барчета или други заведения. В черноморските комплекси се предлагат условия за разнообразни водни спортове като водни ски, сърфинг и др.

**Занимателни услуги** - в отделно обособени специализирани зали са създадени условия за различни игри, които се заплащат. Такива са: карти, билиард, шах, табла, електронни игри и др. Предлагат се и хазартни игри в казино. Това е игрално заведение, в което посетителите участват в различни игри със залози. През 1998 г. е създаден Закон за хазарта. Създадени са хотели с казина.

► **Климато-балнеолечебните услуги може да се систематизират в следните няколко групи:**



➤ **Лекарски услуги.**

➤ В хотелите с климато-балнеолечебни услуги и спортно-оздравителни има задължително лекарски кабинети, в които предлагат различни услуги: прегледи, консултации, оказване на лекарска помощ, изготвяне на лечебна програма, свързана с различни методи на лечение, поставяне на инжекции, зъболечение и др.

➤ **Уелнес** – състояние на добро физическо и душевно здраве в резултат на целенасочени усилия чрез:

- хранене, упражнения, навици;
- подход в грижата за здравето, който акцентира върху превенция на болести и удължаване на

живота.

➤ **Водолечение, калолечение, лугалечение.** Лечебните свойства на калта и лугата са открити още в древни времена. Калолечението е ефективен метод на лечение, познат и използван от дълбока древност до наши дни. Лечебната кал представлява ценен природен продукт с богат химичен и биологичен състав, който включва йони, киселини и витамини, които са особено важни при лечението на заболявания от различен характер.

Добре е да се има предвид, че пълното обвиване с лечебна кал представлява голямо натоварване за организма, затова е препоръчително първоначално да се прилага частично. Изключително важно е дори здрави хора, които използват метода с цел профилактика, да прилагат процедурите с калолечение много внимателно и под строг медицински контрол.

Черноморската луга е природен дар, който има целебна сила върху човешкия организъм. Използва се от древността и продължава да е високо ценена и днес. Има данни, че още римляните са използвали луга за

медицински цели. Тя се получава при производството на морска сол в Поморийските и Бургаски солници. Представлява жълто-кафеникава маслоподобна течност, която се отцежда при добиването на солта. Мирише леко на сероводород.

Практикува се питейно водолечение, когато водата има изследван ефект върху конкретна система или орган от човешкото тяло.

- **Лечебна физкултура** – изпълняване на различни упражнения под ръководството на специалисти, включително използването на уреди. Практикува се след травми и оперативна намеса, с цел възстановяване движението на някаква част от тялото.
- **Физични методи.** Лечение с различни физични методи:
  - Интерферентен ток - използва се лечебното действие на средно високочестотен ток;
  - Галванизация - лечение посредством нискочестотен ток;
  - Електрофореза - процедура, при която в организма се вкарват лекарства, посредством галваничен ток;
  - Ултразвук - процедура, при която се използват ултразвукови вълни за лечебен ефект;
  - Микровълнова терапия - определени места от тялото се нагряват с микровълни или свръхчестотни токове, посредством микровълнови апарати;
  - Сауна. Баня с горещ въздух. Ароматерапия, музикотерапия, приключенски душ и др.
- **Инхалации** – предназначени са за лекуване на болести на дихателната система. Инхалациите са процедури, при които посредством специална апаратура (инхалатори), се вдишват лекарства във вид на пара, прах или газ.
- **Масажи** – масажи за цяло тяло - класически, релаксиращи и ароматерапевтични масажи с БИО растителни и етерични масла, масаж с вулканични камъни, антицелулитен масаж, масаж на лице, на шия, на гръб.
- Масажите могат да бъдат индивидуални, за двама, ароматни, детски, спортни, специални за бременни жени.
- Акупресурата е точков масаж, при който целта е да разпредели правилно протичането на жизнената енергия по тялото. Прави се само в биологично активните точки, които са хиляди, с пръст или дървени пръчици.
- Апаратен масаж - използват специални вибромасажни апарати с различни накрайници, специални места за сядане и др.
- ▶ **Други** лечебно-възстановителни и поддържащи тонуса услуги – турска баня, руска баня, финландска баня, тангентор, джакузи, шоколадова терапия, ароматна терапия, акупунктура, козметични процедури с различни апарати и уреди, с бира, с вино.

# Любопитни факти! Знаете ли, че...?

Какво означава СПА?

Всичко започва от белгийското градче СПА. Там по времето на Римската империя е открит първият воден курорт. Там започнали да идват короновани глави и техните придворни. Те използвали водата за лечебни цели като външно действие и пиели за вътрешно изцеление. Съкращението СПА означава Sanus Per Aquam или Здраве чрез вода.



1. Избрийте кои процедури са спортно-развлекателни и кои балнеолечебни?
2. Може ли в СПА хотел да се провеждат физични методи?
3. Потърсете информация и отговорете на въпроса: Колко и какви видове процедури се правят с шоколад и какъв шоколад се използва?



## Предоставяне на бизнес услуги

За бизнес клиенти и бизнес събирания, в хотелите се предлагат места за конференции, бизнес срещи, преговори, обучения, симпозиуми, презентации. В последните години в големите градове се изграждат хотели, предназначени основно за бизнес, а в близост до тях се намират огромни търговски площи за различни изложения с национален и международен характер.

Бизнес туристите може да пътуват индивидуално, да са участници или делегати в организирани събития, обучители, обучаващи се, и посетители на изложения, панаири и културни форуми. В зависимост от целта на визитата е настаняването. За организаторите на конференции, конгреси и форуми е изключително удобно да планират мероприятията на място, на което могат да настанят и участниците в тях.

Хотелите, в които се осъществяват всички тези събития, разполагат с една или няколко конферентни зали, които в някои случаи имат отделен вход, ресторант за бизнес срещи или голяма зала за хранене на гостите по време на събитията, с различна организация на работа. Залите са оборудвани с разнообразна техника за удобство на организаторите на събитията, която включва екрани за презентации с мултимедийни устройства за визуализация, специално осветление, озвучаване, устройства за моментен превод, микрофони за всички участници и др. Всички зали са звукоизолирани, за да не се предава звук към блока за настаняване. Обикновено залите се управляват от отговорник, който следи тяхната заетост, изправността на техниката, подготовката на залата за дадено събитие, съхранението на допълнителна техника и аксесоари. Отговорникът комуникира непрекъснато с маркетинг и фронт офис, за да се информира своевременно за заетостта и вида на събитията.



Залите могат да бъдат многофункционални, преустройвани за различен брой участници и за различни поводи. Някои зали се наемат за бизнес, без да се използва хотела за настаняване на гости.

В бизнес хотелите се предлагат по-просторни и светли стаи, с бюра за работа, интернет с висока скорост, както и пълна гама от офис услуги – копирна машина, скенер, принтер, листа, пликове за писма, папки и др. Освен работната обстановка за този тип хотели е много важно да предложат удобства за пълноценна кратка почивка в басейн или СПА зоната. Бизнес хотелите предлагат като допълнителни услуги например трансфер от и до летището, коли под наем, екскурзии до близки забележителности и др.

Напоследък се предвиждат и условия за ползване на залите от хора с увреждания. Това включва не само рампи, безпрагов достъп, санитарни възли, асансьори и паркинг места за инвалиди, но и осигуряване на жестомимичен превод за участници с увреден слух, и разпространяване на информация на Брайлова азбука, или дори на аудионосител за незрящите. И разбира се обучен персонал, който да умее да откликва на специфичните нужди на хората в неравностойно положение. Акцентира се на обезпечаването на по-голяма безопасност и сигурност на делегатите, чрез използване на системи за контрол на достъпа, чрез използване на „Smart” карти, които дават достъп до точно определени нива и сектори в конгресния център, както и кодират в себе си информация за влизане, излизане, престой. Те биха могли да се използват и като разплащателно средство или за гласуване в залата. Хотелите за конгресен и бизнес туризъм притежават добре оборудвани бизнес центрове с различни видове бизнес услуги като например пощенски и куриерски услуги, сканиране, принтиране, копиране, набор на текст, изпращане на факс, подвързване, ламиниране на печатни материали, наем на лаптоп, преводачески услуги.

В условията на пандемия се предвиждат по-големи пространства с подредени на дистанция места, по-често проветряване при възможност, дистанционни устройства за всеки презентатор, дезинфектанти в малки разфасовки за индивидуално ползване, индивидуални микрофони, маски.

1. Може ли бизнес хотел в голям град да приеме организирано частно тържество, например сватба или друго?
2. Може ли в бизнес хотел да се проведе тиймбилдинг за служители на IT компания?





## Технология на транспортното обслужване в туризма

Пътуванията са важен компонент на туризма, който отвежда туристи от едно място до друго. Услугата транспорт е основна туристическа услуга, която може да се осъществи по различни начини и е важна част от икономиката на всички държави. Туристическият процес обединява два основни елемента и те са пътуване и пребиваване. Днес транспортът е самостоятелен отрасъл, който активно се включва в туристическата индустрия, тъй като създава услуги за туристическо потребление. Като цяло понятието туристически транспорт може да се определи като организационно обособен вид пътнически транспорт, създаден и предназначен преобладаващо или изцяло за обслужване на туристи по време на тяхното пътуване, и пребиваване извън постоянното им местожителство. Характеристиките на транспорта са бързина, точност, сигурност, комфорт. Пътуванията с туристическа цел нарастват в последните години. Тенденции в транспорта са увеличаване на скоростта, съкращаване на времето, усъвършенстване на организацията и осъществяване на комбинации от пътувания.

### ВИДОВЕ ТРАНСПОРТ



Транспортното обслужване е съставен елемент на комплексното туристическо обслужване. С него започва и завършва всяко туристическо пътуване. В много случаи се използва комбинация от няколко вида транспорт, като например въздушен и автобусен, въздушен и воден, автобусен и воден. Има случаи, при които пътуването до дадена дестинация започва с въздушен транспорт и завършва с автобусен транспорт.

Транспортното обслужване в туризма съдържа няколко основни **елемента**, които са организационно обособени и относително разграничени във времето. Те са универсални за всички видове транспорт и са задължително необходими за реализиране на всички видове превози:

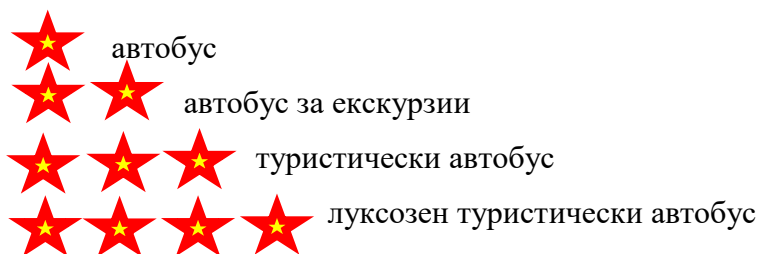
- Туристическа информация – по време на целия процес на транспортното обслужване. Целта ѝ е да улесни пътуването през всичките му етапи;
- Резервация – запазване на места в транспортните средства или възможности за ползване на допълнителни услуги;
- Продажба на билети – в технологичен план се обединява с резервирането на места, но има относително самостоятелен характер;
- Предлагане на услуги преди и след пътуването – в района на пътническия комплекс;
- Обслужване по време на пътуването с транспортното средство.

### Сухопътен транспорт

**Пътническият и туристическият автотранспорт** е специализиран и в най-висока степен пригоден за организиране на придружени туристически пътувания от всякакъв вид, като трансфери, краткотрайни обиколки на населени места, посещение на забележителности, едnodневни и многодневни екскурзии по вътрешни и международни туристически маршрути.

Автобусът и микробусът позволяват по-лесен и директен подход до конкретната цел на пътуването (обект, хотел, забележителност), без необходимост от дълги пешеходни преходи на участниците в групата или ползване на допълнително транспортно средство, по-бърза обработка на багажа и организиране на настаняването при трансфери.

При пресичане на живописни местности е възможно отклонение от планирания маршрут, връщане назад или спиране по желание на туристите, за наблюдение или заснемане на интересни обекти, природни и други забележителности. При тези пътувания, платежното средство е билет или ваучер, издадени от туроператори или турагенти. Автобусите се категоризират в звездни категории от 1 звезда до 4 звезди. Определянето на категорията комфорт на автобусите се извършва чрез ежегодни прегледи.



В автобусите багажът се разделя на две части, в багажното отделение и при пътниците. Групата пътуващи има водач или екскурзовод, който през цялото време е на разположение за въпроси или разрешаване на проблеми, изнася беседи, организира занимания, дава информация. В 4-звездните автобуси разстоянието между седалките е най-голямо и наклонът на облегалката е  $35^{\circ}$ , което позволява да се ношува.

Личен или нает транспорт като автомобили, автобуси, кемпери, каравани, са подходящи за семейства и малки групи с общи интереси, пътуващи с един или няколко автомобила за екскурзия или почивка. При дълго пътуване е наложително да има двама шофьори, тъй като те могат да карат максимум до 9 часа на ден.

Пътуването се осъществява по автомагистрала, скоростни пътища и пътища клас 1, 2, 3.

### **ЖП транспортът може да се разграничи съответно така:**

- пътнически влакове по редовно разписание (в т.ч. сезонни)- пътуват обикновено неорганизиран туристи и много рядко организирани туристи с екскурзовод или водач;
- извънредни влакове (извън редовно разписание) - характерни са за периоди на увеличаване интензивността на пътуванията, по време на празници и във връзка с други специални събития. С тях пътуват обикновено неорганизиран туристи и много рядко организирани туристи с екскурзовод или водач;
- специални туристически влакове (или влакови круизи) - те се осъществяват извън редовното разписание, по предварително избран маршрут, според целите и мотивите на пътуването. Обслужват в основната част от случаите високо платежоспособна клиентела. Могат да се сравнят по аналогия и с корабните круизи, тъй като при тях групата не се сменя, и влаковият състав я придружава по време на цялото пътуване. При по-далечни маршрути в композицията на специалните влакове се включват само или предимно спални вагони, вагон-ресторанти и вагон-салони. Туристическите пътувания със специални влакове са по-продължителни по време, а участниците в тях са в постоянен контакт със своя екскурзовод, независимо от разпределението им по отделни вагони и купета.

## **Любопитни факти! Знаете ли, че...?**

*През 1881 г. белгийският инженер Жорж Нагелмакерс основава компания за производство на луксозни вагони. През 1883 г. той, заедно с още 40 пътници, се качват на влака за Париж за първото си пътешествие до Истанбул. Това е първият жп маршрут, който свързва Запада и Изтока. През 1889 г. Нагелмакерс и Джордж Пулман създават Venice Simplon Orient Express (VSOE) – най-луксозното и модерно транспортно средство по онова време, което се е използвало от най-богатите. Влакът минава през Русе и Варна и е гостувал в България 6 пъти – Париж – Виена – Будапеща – Букурещ – България – Истанбул. Собственост е на частната шведска транспортна компания.*

### **Воден транспорт.**

Най-важната особеност на тези пътувания е, че в масовите случаи те обхващат и двете основни фази на туристическия процес – пътуване и пребиваване. Пътуванията се осъществяват с океански, морски, езерни или речни **круизи**. Могат да бъдат **корабни екскурзии** с различна продължителност. Те са организирани с нает от туроператор кораб, при които участниците в групата, обикновено любители на морски пътешествия и почивка „на вода”, остават в един и същ състав по време на цялото пътуване.

- отправният пункт (пристанище), съвпада с крайния пункт, или се извършва по схемата на сложен или кръгов рейс на кораба;
- маршрутът се избира от гледна точка на възможностите за спиране и престой в пристанищата, за посещение на туристически места, забележителности и изпълнение на комплексна туристическа програма;
- по време на пътуването основно място заема туристическата или развлекателната програма на борда или на брега.

Бреговото обслужване на туристите с воден транспорт се организира в морските пристанища и специализираните пътнически пристани. Основна функция на пристанището е организация на обслужването за времето от пристигането на пътника, до качване на кораба или отправянето му към изходен пункт на друг вид транспорт. Международните морски превози на туристи са регламентирани от международни съглашения, Атинската конвенция, Лондонската конвенция за безопасност при морски пътувания и конвенцията от Брюксел за унифициране на правилата за превоз по море.

Обслужването по време на пътуването включва съпровождане на туристите при екскурзии и мероприятия на брега, по време на престоя на кораба в пристанищата на маршрута, както и реализация на цялостната програма на борда на кораба, от утринната гимнастика до вечерните забавления в ресторанта, нощния клуб или театралния салон. Във всички случаи тази дейност не може да се реализира от едно лице, още повече, ако се отчита обстоятелството, че участниците в круиза са многобройни и от различни националности. Ето защо, както на кораба така и на сушата, обслужването се осъществява от специализиран екип, под ръководството на лице, което най-често се определя като **директор на круиза**.

## Любопитни факти! Знаете ли, че...?

- Идеята за морските пътешествия по системата на круиза принадлежи на американеца Боб Дикенс.
- Основни източници на приходи на круизните кораби: казарт, продажба на алкохолни напитки, шопинг на борда, туристически програми (25% от печалбата от 1 пътник). Печалбите на круизните кораби значително се увеличават.
- Средната препоръчителна стойност на бакшиш за 7 дневен круиз е 10-12\$ за обслужващ на ден.

**Въздушен транспорт.** Туристическите пътувания с пътнически превозни средства по въздуха също се разграничават в няколко разновидности:

- със самолети от авиотранспорта за общо ползване - предимно за неорганизиранни индивидуални и групови туристи по постоянни, извънредни или сезонни авиолинии;
- със специално наети (чартърни) самолети - участието на организирани туристи е типично и преобладаващо, но за разлика от пътуванията с останалите видове пътнически транспортни

средства, по правило не изисква задължителното участие на екскурзовод или водач по време на самия превоз;

- със специализирани въздушно-транспортни средства и такива за въздушни атракции (хеликоптери, бипланери, балони и др.) – индивидуални пътувания и такива с познавателен характер, като например панорамни обиколки на атрактивни местности.

При технологията и организацията на обслужване във въздушния транспорт се разграничават два основни етапа - наземно обслужване (преди и след полет), и обслужване по време на полет. Първият етап включва предоставяне на информация, резервация на места, продажба на билети, регистрация на пътници и багаж, обработка и транспортиране на пътника и багажа до или от качване, и слизане от транспортното средство. Вторият етап е свързан с предоставянето на услуги и информация по време на полета (хранене, допълнителни услуги). Предлагат се три ценови класи - първа класа, бизнес класа и икономична класа. Храненето по време на полет има за цел, освен да удовлетвори физиологичните потребности, и да отвлече вниманието на пътника от неблагоприятните въздействия на полета. С увеличаване капацитета на самолетите се създават и условия за самообслужване с автомати за напитки и храни. Количеството багаж се отбелязва на билета. Авиокомпаниите използват две системи за багаж – според броя и според теглото. Например, ако се използва системата според теглото –20 kg, ако е на бройка: 2 pc (pieces – от английски, брой) за икономичната класа. При системата „на брой“ се събират дължината, височината и ширината на багажа.

## Любопитни факти! Знаете ли, че...?

- Самолетите могат да издържат на удар на светкавица
- Не съществува нещо като „Най-безопасната седалка в самолета“.
- Храната в самолета често се оказва без никакъв вкус. Това е така, защото ниското количество влага и налягането в кабината намалява вкусовата чувствителност на рецепторите ни с 30%.

1. Какъв вид транспорт е най-подходящ за пътуване на ученици в 10 клас (16 годишни) от гр. Хасково за организирано пътуване за 7 дни в Рим и Неапол в Италия?

2. Какъв вид транспорт е най-подходящ за пътуване на възрастни 60+, за обиколка на Южна Франция?

3. Дайте пример за пътуване, при което ще може да се използват два вида транспорт.

4. Проучете кои са пътнически летища в България и в близост до кои градове се намират.



Според Закона за туризма у нас, туристически продукт е съвкупност от туристически услуги, предлагани и/или предоставяни в един или няколко туристически обекта. Екскурзията е туристически продукт и се предлага, и провежда като организирано пътуване. То включва основни туристически услуги (хотелиерски, ресторантьорски и транспортни) и допълнителни услуги, които задоволят определени културни, познавателни, делови, екологични, здравни, спортни или други потребности на туристите.

Необходимостта от услугите на екскурзовод в ролята му на водач на пътуващи и познавач на непосещавани места, се появява още в началото на човешкото летоброене. „Водачите“ на различни групи в миналото по време на преходите през непознати местности и дебнещи опасности, се явявали защитници, следотърсачи и безопасни конвои. По-късно те се образovali, научавали езици, можели да комуникират с други националности, научили много исторически и природни факти, които разказвали на пътуващите, и доста по-късно се обособила самостоятелна професия екскурзовод, както и другото наименование, навлязло след втората половина на XX век - „гид“ - guide (от английски език).

Правното регламентиране на екскурзоводската професия у нас е свързано с придобиването на правоспособност за упражняване на екскурзоводската професия. Правоспособността се получава чрез полагане на изпит пред деветчленна комисия, определена със заповед на Министъра на туризма.

Туроператорът може да участва пряко или косвено в провеждането на туристическото пътуване. Пряката намеса е свързана с дейността на екскурзовода, като представител на туроператора, най-често при динамичните и стационарни туристически пътувания.

### **Участие на екскурзовода в дейностите при потреблението на туристическия продукт:**

- Екскурзоводът пътува заедно с туристите и се ангажира с всички дейности по тяхното обслужване, като е и представител на туроператора. Това се случва най-често при динамичните (обиколните) пътувания с всички видове превозни средства. Екскурзоводът изпълнява информационно обслужване, координация, посредничество, анимация и др.

- Туристите пътуват без представител на туроператора и се ползват допълнителни екскурзоводски услуги. Това се случва при стационарните пътувания (с преобладаващ престой). Тогава той изпълнява

посрещане, настаняване, информационно и търговско обслужване, уреждане на рекламации и изпращане на туристите. Той не придружава групата или индивидуалния турист при тяхното пътуване, а осъществява дейността си в определена територия или туристически комплекс, като може да е служител на туроператора (представител) или местен екскурзовод, нает за изпълнение на конкретни дейности за даден момент.

- Дейностите на местния локален екскурзовод са в голяма степен специализирани по отношение на разностранните интереси на туристите - за любители на природата, за специалисти по история, археология, музика, изкуство, архитектура и т.н. Той не напуска територията, която обслужва. Най-често изпълняваните дейности в случая са придружаване на групи и индивидуални туристи, при провеждане на обиколки на населени места, посещение на природни, културни и исторически обекти, и други атракции и забележителности. По принцип местните екскурзоводи най-добре познават и могат да представят селището, природните и културно-историческите забележителности.

- При конгресния туризъм дейностите на местните екскурзоводи са свързани с преводачески услуги по време на заседания, делови срещи и придружаване на участниците през свободното им време.

- Музейният екскурзовод е посредник между експозицията и посетителя. Живото му слово улеснява и ускорява процеса на възприемане на информацията, и обогатява познанията на туристите чрез акцентирание върху най-типичното при маршрута из залите на музея и галерията. Екскурзоводската беседа в музея и галерията е съпътстваща маршрутно-познавателния туризъм услуга, която допълва туристическия продукт, и от тази гледна точка е задължителна част на туристическото обслужване.

- При пешеходния туризъм ролята на екскурзовода се комбинира с тази на водача на туристическата група, при което е наложителна неговата специализация за определен тип маршрути. Основната му функция е свързана с придружаване и оказване на първа помощ, организиране на престоя, и свободното време на туристите.



- При морските круизи екскурзоводските дейности се реализират от цялостен екип, който включва голяма група екскурзоводи. Обикновено този екип се ръководи от директор на круиз – cruise director, който организира работата му с акцент върху придружаване на туристите на борда и реализация на програмата на брега. Екскурзоводите при корабните круизи са и добре подготвени аниматори, които се грижат за развлеченията на борда на кораба, при посещение на обекти на брега, и изпълнение на културната и развлекателна програма по време на престоя в съответното пристанище, и ръководят цялостното ѝ изпълнение.

Екскурзиите могат да се класифицират в зависимост от следните показатели:

## Класификация на екскурзиите

### Основна цел на екскурзионната

**програма** - познавателни, учебни, развлекателни, рекреационни, лечебни и други цели

### Времетраене

– едnodневни, двудневни, тридневни, седмични, десетдневни, двуседмични, месечни, други

### Начин на придвижване

– пешеходни, велосипедни, транспортни (с различни превозни средства), комбинирани

### Вид на туристическите ресурси

– морски, планински, речни, балнеолечебни, градски, селски, комплексни

### Активност на туристите

- за активни туристи - практикуващи активно туристически дейности, с добра психическа и физическа подготовка;
- за пасивни туристи - инцидентно практикуващи

### Подходящ период за

**провеждане** – сезонни, целогодишни, за празници и чествания, за лечение, за уикендите

### Съдържателна същност

**на екскурзията:** обзорни, тематични, специализирани

### Състав на участниците:

- детски - до 14 годишна възраст;
- младежки (ученически, студентски, за млади специалисти, за млади семейства с/без деца, спортисти и др.) от 14 до 35 годишна възраст;
- за хора в активна възраст (работещи, неработещи, други социални категории - напр. инвалиди) от 35 до 60 - 65 годишна възраст;
- за хора в зряла възраст:

### Място на провеждане

– местни, регионални, национални и международни

### Брой на участниците

групови и индивидуални

Когато екскурзоводът е представител на туроператора, изпълнява следните задължения и отговорности в процеса на организиране и провеждане на туристическото пътуване:

#### ➤ Планово-подготвителни задължения и отговорности на екскурзовода:

- събиране и проучване на необходимата информация за участниците в пътуването. Изготвяне на списъци, от които се получава информация за броя на участниците в пътуването, възрастовия състав, половата структура;
- детайлно изучаване на програмата и разработване на форми и средства за нейната ефективна реализация;
- изготвяне на предварителен общ и детайлизиран план във времето - маршрути с възможни отклонения, посещение на забележителности, настаняване в местата за пребиваване, график за хранене;
- осигуряване на необходимите за пътуването информационни, илюстративни и рекламни материали като туристически карти, пътеводители, брошури, дипляни, разписания;
- подготовка на план за разпределение на паричните средства, необходими за кешови разплащания - пътни такси, входни такси за музеи и забележителности, такси за превоз и др.

#### ➤ Координационно-посреднически задължения и отговорности на екскурзовода:

- уреждане на различни формалности, свързани с пътуването и пребиваването, подготовката и осъществяването на паспортни и митнически проверки; попълване на бланки и формуляри при



настаняване в хотели или при превоз със специализирани транспортни средства; уреждане на валутни формалности и пр.;

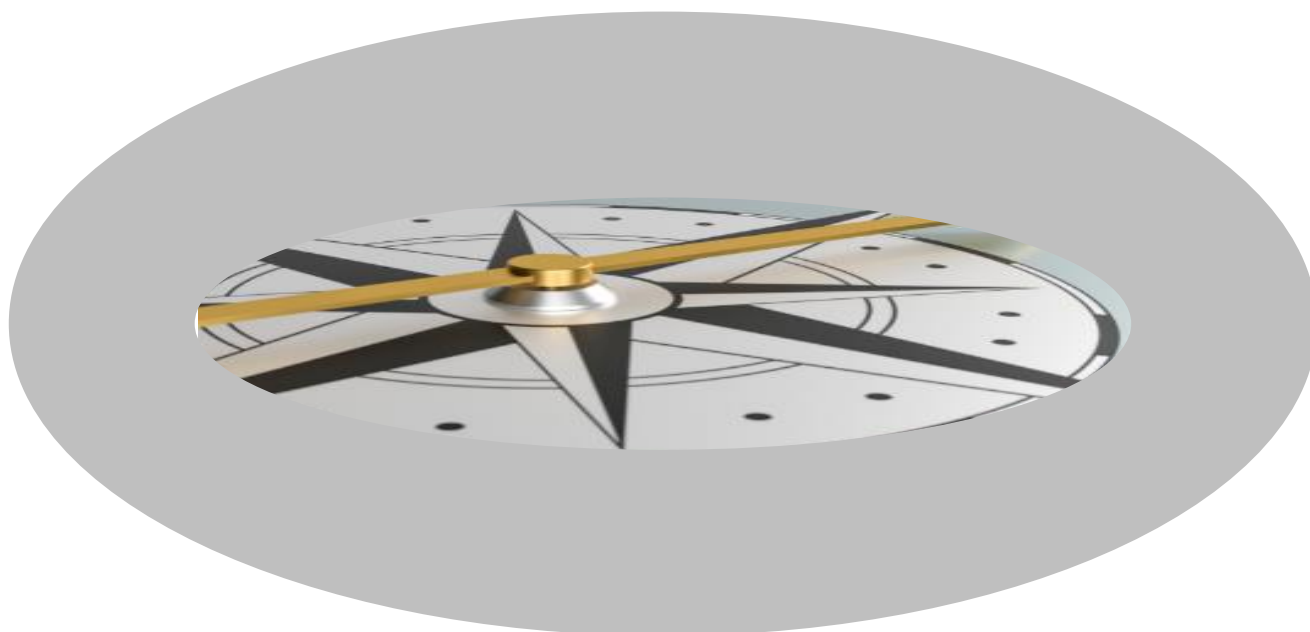
- уреждане на разплащания;
- приемане на рекламациите, постъпили от туристите по време на пътуването;
- извършване на резервации за културно-развлекателни, спортни и други мероприятия, във връзка с индивидуалните желания на туристите да разнообразят престоя си по време на пребиваването в избраната дестинация;
- продажба на допълнителни услуги - екскурзии и обиколки, спортни пакети, развлекателни мероприятия и др.

➤ **Информационно-консултантски и рекламни задължения и отговорности на екскурзовода:**

- даване на сведения за посещаваните туристически места и обекти, и провеждане на екскурзоводски беседи с използване на елементи от анимацията;
- предоставяне на информация за заведенията за хранене и развлечения, както и на възможностите за разнообразяване на престоя в туристическата дестинация;
- организиране и провеждане на информационни коктейли непосредствено след пристигане на туристите;
- обявяване на консултативни часове и провеждане на беседи при пътуванията с преобладаващ престой в туристическите места, във връзка с разясняване условията за пребиваване;

➤ **Контролно-отчетни задължения и отговорности на екскурзовода:**

- наблюдение и следене за количество, асортимент и качество на предлаганите по договор услуги, както и ефективна намеса при нужда, с цел предотвратяване на бъдещи рекламации;
- контрол за спазването на финансовата дисциплина от страна на страните по условията на договора, свързани с цените и условията за разплащане;
- наблюдение за поведението на участниците в пътуването и персонала на туристическите обекти;



Успехът на екскурзоводската дейност зависи преди всичко от компетентността на екскурзовода.

### Личностни качества

- ✚ добро физическо и психическо здраве, организаторски и комуникационни умения;
- ✚ безупречно възпитание;
- ✚ любезност, артистичност, творчески подход, фантазия;
- ✚ чувство за отговорност, честност и достойнство;
- ✚ умения за вземане на бързи и точни решения;
- ✚ представителна външност;
- ✚ добри обноски и маниери.
- ✚ ясен и приятен тембър на гласа. обаяние

### Професионални знания и умения

- ✚ квалификация и компетентност, широка обща култура;
- ✚ задълбочени познания по география, история на материалната и духовната култура на страните, културата и изкуството на страната/страните, които се посещават;
- ✚ познания за съответните туристически маршрути и туристически места и обекти;
- ✚ по хотелиерство и ресторантьорство (кулинарен туризъм);
- ✚ езикова подготовка

### Функционални характеристики

- ✚ добри способности и възможности за изпълнение на професионалните задължения и отговорности;
- ✚ да познава добре както програмата и маршрутите, така и психологията и националните особености на участниците в пътуването;
- ✚ добри професионални контакти с представителите на хотели, заведения, спортни клубове и др.;
- ✚ да познава отлично тяхното предлагане.
- ✚ да умее да рекламира, да притежава търговски усет и др.

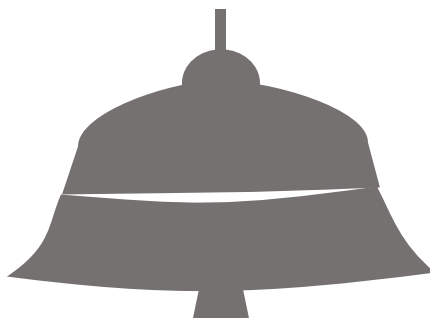
## Средства за словесно представяне на туристическите обекти

Разказ на екскурзовода е основно средство за словесно описание на туристическите обекти. Разказът може да предхожда разглеждането на туристическите обекти, да съпровожда разглеждането им, или да подкрепя зрительното впечатление. Той се изгражда на основата на маршрута и конкретните обекти. Постига убедителност с помощта на зрительните доказателства и винаги трябва да е съобразен със състава на групата и темата на екскурзията. Той е основата за провеждане на беседа с туристите.

- **Екскурзионна справка.** Тя се използва при разглеждането на допълнителни обекти, когато не е предвидено слизване от транспортното средство. Представлява сбито изложение на фактическите данни за обекта или събитията и фактите, свързани с него. В справката се съобщават само основни данни за обекта като дата на построяване, размери и т.н.
- **Описание.** Представлява подробно изложение за създаването, историята и съвременното развитие на обекта, основните му свойства и качествата, а също така и за най-съществените страни и явления, процеси и събития, свързани с обектите. Времето за описание не трябва да е повече от 3 – 5 мин.
- **Обяснение.** Използва се за разясняване на вътрешните особености на обекта, причините за събития или явления, свързани с него чрез факти, при което разказът за обекта придобива доказателствен характер.

- **Коментар (репортаж).** Той се използва при показването на обекти в движение, които бързо се сменят в процеса на наблюдение. Екскурзоводите го прилагат още при градски и селски обзорни екскурзии, при екологични екскурзии, при познавателни екскурзии по време на наблюдение на различни природни явления.
- **Цитиране.** Цитатите се използват за въвеждане в разказа на екскурзовода с помощта на откъси от произведения, исторически документи, мемоари, статии и художествени произведения. Изисква се цитираният откъс да съвпада с конкретния екскурзионен обект и да допълва зрителните впечатления на екскурзиантите.
- **Литературен монтаж.** Построен е върху избрани откъси от различни литературни произведения, документи, спомени, статии, разкриващи темата и подтемите на екскурзията. Откъсите трябва да имат художествено и смислово единство, като по този начин оказват силно емоционално въздействие върху екскурзиантите, но се изискват задълбочени познания и широка обща култура на екскурзовода.

1. Туристически автобус се движи към столицата. Какъв разказ ще използва екскурзоводът и как ще представи града? Туристите са българи.
2. С кои отговорности на екскурзовода е свързано изхранването на туристите.
3. Ако турист желае да посети концерт, провеждащ се в местен стадион, може ли да помоли екскурзовода да му закупи билети или трябва сам да направи това?
4. Дайте собствени примери за вид екскурзия, провеждаща се с екскурзовод и такава без екскурзовод.



## Туристическа анимация

Анимацията е явление в туризма, свързано с грижата за свободното време на гостите. Тя демонстрира най-типичните характеристики на съвременния туристически процес. Тя удовлетворява определени потребности на туристическата клиентела и създава този ваканционен фон, който прави пътуването неповторимо. Тя може по напълно нов начин да зададе цялото настроение на туристите и да донесе положителни отзиви във всички информационни канали за дестинацията, и мястото за настаняване. Анимацията представлява особена форма на култура, която включва елементи от достиженията на човешките цивилизации: изкуство, традиции, спорт, двигателни активности.

### ▶ Главни цели на анимацията за гостите:

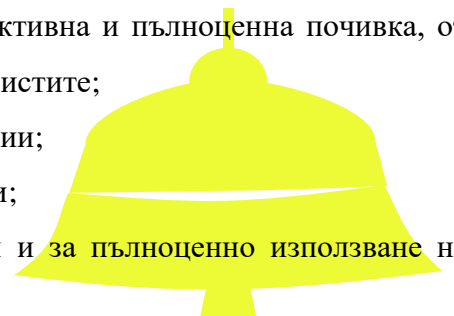
- Обогатяване на познанията за света;
- Разнообразяване на дейностите по време на ваканция;
- Творчески занимания;
- Задоволяване на потребностите от физическа активност;
- Емоции;
- Създаване и увеличаване на контактите чрез общуване;
- Участие в специално подготвени програми и игри.

### ▶ Анимацията може да бъде класифицирана по няколко начина според различни мнения:

- Безплатна и платена;
- Обща и конкретна.
- Според:
  - възрастта на участниците – детска, младежка, трета възраст;
  - мястото – хотелска, клубна, круизна, въздушна;
  - интересите – културна, спортна, творческа;
  - времето – дневна, вечерна, нощна.

### ▶ Значение на анимацията

- Тя може да се определи като начин за реализиране на една активна и пълноценна почивка, от гледна точка на задоволяване на интересите и желанията на туристите;
- Осигурява по-голяма атрактивност на туристическите дестинации;
- Допринася за по-големи приходи в туристическите организации;
- Създава възможности за удължаване на туристическия сезон и за пълноценно използване на хотелската база преди и след сезон;
- Увеличава се престижът на туристическия продукт и туристическата фирма;
- Допринася за издигане на авторитета на туристическите професии, като се дава възможност за изява както на професионалните, така и на личностните качества на кадрите. Трудът става по-сложен, творчески, по-интересен и привлекателен.



Наименованието има латински произход: ANIMA - душа, а ANIMUS – дух.

Анимационният продукт е много специфичен, тъй като удовлетворява потребности, които бързо се променят. Това налага на туристическите фирми да предлагат на пазара продукт, който е неповторим, непредсказуем, уникален и атрактивен. Това зависи от много фактори:

#### Фактори за атрактивност:

- Качество на продукта;
- Полза за туриста;
- Начин на предлагане;
- Материално-техническа база;
- Професионалното ниво на аниматора;
- Природните ресурси.



#### Значение - аспекти:

- Икономически - анимацията осигурява по-голяма атрактивност на туристическите дестинации, по-големи приходи, подобряване на имиджа на хотела.
- Социален - тя е форма и средство за социализация на личността.



Всеки фактор влияе по различен начин за вземането на решение от страна на туриста в съответствие с мотива на пътуването. По отношение на удовлетворяването на потребности и предпочитания, туристическият продукт се променя пропорционално на бързата промяна в предпочитанията на туристите. При проведени изследвания е установено, че расте процентът на хората, които избират дестинацията според възможностите да практикуват определен спорт – например кайт сърф, гмуркане или ски. Пандемията принуди много хора да останат у дома и това доведе до повишаване на желанието за спортна активност извън дома, и в хотелите, когато те могат да се посещават. Появиха се много аниматорски фирми, които предлагат различни видове хотелска анимация. Така вече аниматорите са специализирани и добре обучени в една област.



Един доста важен и често използван компонент на анимацията са игрите за големи и малки. Типологията им е следната - двигателни, тихи (шах, табла, домино и др.), развлекателни (танци, викторини, пеене, говорене, гатанки и др.), образователни (география, изкуство, езици, логически задачи), на открито, на закрито, групови (на отбори), индивидуални, подводни, на суша, зимни, летни.



**Участие в спортно-развлекателни дейности в хотелите**

- Аеробика
- Зумба
- Фитнес
- Тенис на маса
- Билярд
- Боулинг
- Йога
- Плуване в басейн
- Аквааеробика
- Танци
- Спортни игри
- Други





### Детска анимация

Анимацията се разделя според възрастта на децата

- Танци
- Песни
- Рисуване
- Четене
- Тематични костюми
- Куклени представления
- Търсене на съкровища
- Състезателни игри
- Здравословно готвене
- Други



1. С какви игри бихте забавлявали възрастни за вечерна анимация?
2. Направете план за провеждане на анимация на деца – игра (правила, продължителност, необходими материали или база и др.).
3. Какви цели, насочени към гостите, си поставя анимацията?



## РАЗДЕЛ VI

### Системата „ALL INCLUSIVE“ в хотелиерството

#### Характеристика и развитие на системата „Ол инклузив“

„All inclusive“ в превод от английски език означава „включващ всичко“ или „който включва всичко“. Днес системата „Ол инклузив“ заема важно място в областта на туризма. Световната хотелиерска практика сочи, че системата осигурява заетост на голям брой места за настаняване.

Системата „Ол инклузив“ в хотелиерството представлява почивка, при която се заплаща обща сума, като в сумата са включени:

- Транспортните разходи до дестинацията и от дестинацията;
- Нощувката;
- Хранене (закуска, втора закуска в 10.00 часа, обяд, следобедна закуска и вечеря);
- Безалкохолни напитки (без енергийни безалкохолни напитки);
- Алкохолни напитки (местен алкохол и смесени напитки);
- Определени допълнителни услуги, включително спортни съоръжения.



Има варианти на системата, при които не са включени транспортните разходи. През зимните месеци в планинските места за настаняване към фиксираните допълнителни услуги могат да бъдат включени ски екипировка и ски учител, а през летните месеци в морските места за настаняване могат да бъдат включени ползване на чадър и шезлонги. На гостите, ползващи системата, при настаняването се предоставят специални брандирани гривни, най-често с логото на хотела, които им осигуряват достъп до заведенията за хранене и развлечения и до всички заплатени допълнителни услуги. Местата за настаняване сами определят допълнителните услуги, които да включат в системата.

Както всяка система, така и системата „Ол инклузив“ има предимства и недостатъци. Предимствата за местата за настаняване са:

- Гарантирани приходи и печалба на основата на сключени договори;
- Времева финансова предвидимост и управление;
- Възможност за предварително планиране на разходите;
- Възможности за предварително планиране и доставка на суровини, материали и консумативи;
- Възможности за предварително планиране на персонал;
- Възможности за предварително планиране на поддръжка на материално-техническата база и строително-ремонтните дейности.

Предимствата за гостите са:

- Всички основни и допълнителни услуги са включени в обща пакетна цена;
- Предварително познаване на всички аспекти от почивката – транспорт, настаняване, хранене, допълнителни услуги и развлечения;



- Възможност за предварително планиране на разходите,
- Сигурност и спокойствие с предварителните разплащания;
- Спокойствие и сигурност за децата, поради затворения характер на настаняването в хотелските комплекси;
- Разнообразна храна за децата, отговаряща на изискванията за детското хранене;
- Разнообразни забавления и обгрижване за децата;
- Разнообразни забавления за възрастни;
- Гарантиран контрол и качество на услугите от страна на туроператора.

#### Недостатъци на системата:

- Печалбите са за туроператорите и отделни хотелски комплекси;
- Малките хотели и други места за настаняване са лишени от възможността да се конкурират успешно с големите туроператори и търпят загуби;
- Ограничаване и изключване на местните общности и другите туристически предприятия от туристическата дейност;
- Наличие на гости, които не са заплатили сумата по пакета, но се възползват от храненето и допълнителните услуги;
- Намаляване на качеството на услугите поради голяма заетост и натовареност;
- Проблеми с екологията и замърсяването на околната среда поради големите количества отпадъци от различно естество и замърсяване на въздуха, водите и почвите, което в някои случаи е необратимо.

Смята се, че началото на системата „Ол инклузив“ се поставя от Томас Кук, който през 1841г. предлага първите организирани екскурзии и първите така наречени ваканционни пакети, при които срещу определена достъпна сума се предоставя на туриста превоз, храна и забавления или превоз, нощувка, храна и забавления. Известно е, че „Томас Кук“ е най-старата туристическа компания в света и е основоположник на масовия туризъм и достъпните почивки. Когато през 2020 г. компанията обявява фалит, нанася сериозни щети по туристическия бизнес в цял свят.

През 1910 г. в Америка се въвежда общо ценообразуване за редица услуги в сферата на туризма и в частност на хотелиерството, за кратко време става масова практика и носи сериозни приходи. Въпреки това моделът на ваканцията „Ол инклузив“ възниква в Европа, когато през 50-те години на XX век Жерар Блиц решава да създаде ваканционен курорт с атмосферата на олимпийско градче, където хора с различна националност могат да се събират и да се наслаждават на природата, спорта, забавлението, храната и релаксацията. Заплаща се обща цена, която е достъпна за масовия турист. Блиц създава компанията „Клуб Медитеране“ и открива първия летен палатков лагер на остров Майорка с ниски цени. На територията на лагера парите не са средство за размяна, а гостите получават наниз с мъниста, които разменят срещу храна, напитки и услуги. Така се поставя началото на модела „Ол инклузив“ с ниски цени и много развлечения.

През 70-те години на XX век системата „Ол инклузив“ се популяризира много бързо в страните от Западна Европа, САЩ и Канада. Предлагат се пакети с обща цена, които включват настаняване, няколко хранения и допълнителни услуги, като броят на услугите нараства, а обслужването се разширява и подобрява.

През 90-те години на XX век системата „Ол инклузив“ достига апогей поради отличното съотношение между цена и качество, които предлагат хотелите, включени в нея, и където сигурността се гарантира от затворения характер на дейността, ограничена и запазена единствено за почиващите в хотелите от системата. Системата е най-предпочитана от семействата с малки деца, защото в общата цена е включено всичко. Хотелите предлагат освен нощувките и разнообразни хранения на блок маса, включващи и междинни хранения (местни безалкохолни и алкохолни напитки през целия ден), също и басейн, който се използва безплатно заедно с надърите и шезлонгите край него. За родителите отпадат грижите за детските развлечения по време на почивката, поради предлаганите анимационни дейности за деца.

В днешно време почивките „Ол инклузив“ се смятат за популярен начин на пътуване по света. Много привлекателни са ваканциите „Ол инклузив“ с круизни кораби.

С увеличаване на предлагането по-трудно се разбира какво точно се предлага и включва, когато се използва терминът „Ол инклузив“. Важно е да се отбележи, че пакетът „Ол инклузив“ не гарантира, че всички услуги и разходи са включени и предплатени, защото различните пакети предлагат различни варианти. Например пакетът „Ол инклузив“ може да включва три фиксирани хранения на ден или една постоянно достъпна шведска маса, възможност за посещаване на ресторант, където храната се поръчва от меню, или смесица от всичко това. При напитките обикновено в рамките на определени часове се сервират безалкохолни напитки и местни алкохолни напитки, но в някои случаи едно доплащане може да предостави 24-часов достъп до маркови спиртни напитки.

**Посочете какво представлява системата „Ол инклузив“ в хотелиерството.**



## Световната практика в „Ол инклузив“ бизнеса

В световната практика системата „Ол инклузив“ съществува под формата на три основни разновидности. Това са:

➤ Почивка „Ол инклузив“. Почивката „Ол инклузив“ представлява туристически пакет, при който предварително се заплаща определена сума. Във сумата се включват транспортните разходи от адреса на отпътуването до мястото за настаняване и от мястото за настаняване до адреса на отпътуването, и трансфер от летището до мястото за настаняване и от мястото за настаняване до летището. Най-често настаняването се извършва в хотел от затворен тип в състава на курортен комплекс или в състава на туристическо селище, който има предварително сключен договор с туроператорска фирма и предлага почивка от този вид. Обикновено в цената на този тип почивки са включени още:

- Нощувки (настаняване);
- Хранене (ограничен или неограничен брой, като при неограничения брой между основните хранения на разположение на гостите в отделна зала има блок маса, която предлага леки закуски, десерти и плодове);
- Безалкохолни напитки (без енергийни напитки);
- Алкохолни напитки (местен алкохол и смесени напитки);
- Допълнителни услуги (тук се включва и ползването на спортни площадки и съоръжения, анимация за деца и за възрастни и др.).

Местата за настаняване, при подписването на договор с туроператорската фирма, определят точните параметри на основните и допълнителни услуги, които се включват в общата сума на туристическия пакет.

➤ Курорт „Ол инклузив“. Курортът „Ол инклузив“ предоставя на гостите си повече и по-разнообразни развлечения и начини за рекреация. Настаняването се извършва в курортен комплекс или група хотели от затворен тип, обособени като самостоятелна туристическа база, с подходяща инфраструктура, на територията на която са разположени голям брой заведения за хранене и развлечения, различни по вид спортни съоръжения и атракции и др. Гостите заплащат предварително туристически пакет, който включва:

- Транспорт от адреса на отпътуване до мястото за настаняване и от мястото за настаняване до адреса на отпътуване;
- Нощувки (настаняване) в хотели с висока категория или курортен комплекс с висока категория;
- Хранене (ограничен или неограничен брой, като при неограничения брой между основните хранения на разположение на гостите в отделна зала има блок маса, която предлага леки закуски, десерти и плодове);
- Безалкохолни напитки;

- Алкохолни напитки (местен алкохол и смесени напитки);
- Широк асортимент от допълнителни услуги (тук се включва и ползването на спортни площадки и съоръжения, различни атракции, анимация за деца и за възрастни и др.).
- „Супер, ултра ол инклузив“. Системата „Супер, ултра ол инклузив“ е най-люксовата система и предлага на гостите си много екзотика и атракции, както и спокойствие и дискретност. Настаняването се извършва в изолиран, самостоятелен курорт от висока категория или курортен комплекс от висока категория, на уединено и екзотично атрактивно място, където се съчетават уникална природа с изискана туристическа инфраструктура. Гостите заплащат предварително туристически пакет, който включва:
  - Въздушен, морски или наземен транспорт и трансфер от адреса на отпътуване до дестинацията и от дестинацията до адреса на пристигане;
  - Настаняване в еднофамилни вили или луксозни бунгала сред екзотична природа;
  - Неограничено хранене в луксозни и многобройни заведения за хранене и развлечения, предлагащи разнообразна кухня. Храненето е с меню „А ла карт“;
  - Неограничена консумация на висококачествени безалкохолни напитки и смесени безалкохолни напитки;
  - Неограничена консумация на висококачествени алкохолни напитки и смесени напитки;
  - Неограничено предлагане на тютюневи изделия (цигари, пурети, пури, тютюн за лули);
  - Богат набор от допълнителни туристически услуги, които включват освен ползването на спортни площадки и съоръжения, различни атракции, анимация за деца и за възрастни, и курсове и инструктажи по различни видове спорт като голф, сърф, подводни спортове и др.

Системата „Супер, ултра ол инклузив“ се предлага например на Карибските острови и на остров Ямайка. Световната хотелиерска практика сочи, че има достатъчно туристи и за трите разновидности на системата „Ол инклузив“.

**Посочете основните разновидности на системата „Ол инклузив“ в световната практика.**



## Практиката „Ол инклузив“ в България

Системата „Ол инклузив“ е предпочитана за масовия туризъм и в България. Ниските цени на туристическите пакети са примамливи както за българските туристи, така и за туристите от други държави. България и днес е сред челните позиции в европейските класации за най-изгодна туристическа дестинация.

Може да се каже, че системата „Ол инклузив“ е до голяма степен българско въведение в туристическата практика на Балканите. През 50-те години на XX век първите ни крайбрежни курорти предлагат на гостите си пакет за почивка, наречен пълен пансион или FB (full board), който включва настаняване (нощувка), закуска, обяд и вечеря. След морските курорти и зимните ни курорти започват да предлагат на гостите си full board, а по-късно пакетът се предлага в местата за настаняване по територията на цялата ни страна.

За практиката „Ол инклузив“ в България започва да се говори в края на 90-те години на XX век, когато черноморските ни курорти „Дюни“ и „Елените“ започват да я предлагат на туристите си. Местата за настаняване, предлагащи „ол инклузив“ като правило разполагат с басейн - ползването на който е безплатно, чадърите и шезлонгите край него също. Системата стандартно включва трите основни хранения на блок маса, местни безалкохолни напитки и алкохолни напитки през целия ден, и междинни хранения във вид на сандвичи, сладки, сладоледи, плодове и др. Почти едновременно с черноморските и зимните ни курорти въвеждат системата. След 2005г., с изключително голямото застрояване на крайбрежието ни, системата „Ол инклузив“ става особено популярна в България. Голяма част от хотелите започват да предлагат услугата на туристите - тя е включена и към пакетите на обслужващите туроператорски фирми. Разбира се, местата за настаняване с различна категория предлагат различни варианти на системата. Това е причината и за задължителното детайлно предварително запознаване с офертата от бъдещите гости.

Хотелиерската практика сочи, че привърженици на „Ол инклузив“ системата са хората с по-ниски доходи. Тоест, системата е насочена най-вече към масовия, нискобюджетния турист. Ниските цени на пакета, за съжаление обаче, при нас в България водят и до драстично понижаване на качеството на предлаганата храна и качеството на допълнителните услуги. За да спестят средства и да предложат по-ниски цени, голяма част от собствениците започват да закупуват продукти с по-ниско качество и да предлагат отново вече предлагани асортименти. Това води до лавинообразно повишаване на оплакванията и рекламациите от страна на гостите и до понижаване на качеството на предлагания хотелиерски продукт. Гостите, които предпочитат здравословната храна и качествено обслужване, се отказват да използват системата. Поради тази причина започва да се прилага по-висок контрол на този тип услуга в страната.

Системата „Ол инклузив“ се отразява негативно върху местния бизнес, защото гостите рядко излизат извън пределите на комплекса. По този начин не се реализира никаква печалба от по-малките

места за настаняване и от останалите туристически обекти. Постъпленията се съсредоточават в собствениците на големите туристически комплекси и в определени туроператори. В последните години се говори за ограничаване на практиката „Ол инклузив“ в България.

У нас се предлагат различни разновидности на системата „Ол инклузив“ – „All inclusive drink“, „All inclusive light“, „All inclusive superior“ и др.

**Системата „All inclusive drink“ включва:**

- Нощувки (настаняване);
- Хранене (обикновено включва закуска на блок маса, обяд на блок маса, следобедна закуска на бюфет и вечеря на сет меню\*);
- Безалкохолни напитки (неограничена консумация на определен бар в определени часови периоди; неограничена консумация на определен бар от 10.00 часа до 23.00 часа);
- Алкохолни напитки (неограничена консумация на местен алкохол и смесени напитки на определен бар в определени часови периоди; неограничена дегустация на вина, на определен бар в определени часови периоди; неограничена консумация на селекция местен алкохол на определен бар от 11.00 часа до 23.00 часа;
- Допълнителни услуги (тук се включва и ползването на спортни площадки и съоръжения, анимация за деца и за възрастни и др.).

**Системата „All inclusive light“ включва:**

- Нощувки (настаняване);
- Хранене (закуска, обяд, вечеря);
- Безалкохолни напитки (неограничена консумация само по време на хранене);
- Алкохолни напитки (ограничени количества и асортимент по време на обяд и вечеря);
- Допълнителни услуги (тук се включва и ползването на спортни площадки и съоръжения, анимация за деца и за възрастни и др.).

**Системата „All inclusive superior“ включва:**

- Нощувки (настаняване);
- Хранене (закуска, втора закуска в 10.00 часа, обяд, следобедна закуска, вечеря, ежедневно плодове и шоколад в стаята, консумация в специализирани а ла карт ресторанти);
- Безалкохолни напитки (неограничена консумация на определен бар в определени часови периоди; неограничена консумация на определен бар 24 часа в денонощието);
- Алкохолни напитки (неограничена консумация на местни и определени чужди алкохолни напитки на определен бар в определени часови периоди; неограничена консумация на местен алкохол на определен бар от 11.00 часа до 24.00 часа);
- Допълнителни услуги (тук се включва и ползването на спортни площадки и съоръжения, анимация за деца и за възрастни, курсове по тенис на корт, мини голф и др.).

Местата за настаняване могат да променят офертите според спецификата на търсенето и според договорите с туроператорите. Трите посочени разновидности на системата имат почти еднакво търсене и предлагане на територията на Република България.

\*Сет меню – зададено меню; сет – комплект, група; обикновено сет менюто за вечеря е тристепенно и включва студено предястие, основно ястие и десерт; най-често компоненти от сет менюто могат да се заменят, но не и да се премахват.

**Посочете основните разновидности на системата „Ол инклузив“, които се предлагат в България.**



## Социално-психологически аспекти на хотелиерското обслужване

### Социално-психологическа характеристика на гостите и особености на хотелиерското обслужване

Гостите в местата за настаняване притежават определена индивидуалност и определен характер, които определят и поведението им. Важно е да се знае, че към всеки гост трябва да се подхожда индивидуално, учтиво и с уважение. Не трябва да се допускат конфликтни ситуации, които да оставят негативни спомени от пребиваването. Особеностите в характера на туристите до голяма степен определят поведението на обслужващия персонал. Всеки член на персонала трябва да може да направи психоанализ на госта, с който контактува.

Социалната психология се ползва с успех в сферата на туризма и в частност в световната хотелиерска практика. Тя изучава психологичните процеси и явления, които възникват в процеса на общуването между хората. В нея се съдържат богати възможности за социално-психологически изследвания и анализи, на базата на които се определя и поведението на персонала в хотелиерството, професионалната етика и фирмената политика. Използват се и се прилагат различни методи на изследване, като например: наблюдение, набиране на информация чрез анкети и интервюта, информация от картотеката на мястото за настаняване, и др. На основата на получените данни и анализи в хотелиерството се създават стандарти и норми на поведение, които са в съответствие с особеностите на хотелиерското обслужване и са в основата на общуването с гостите. Стандартите и нормите на поведение гарантират и високото качество на предлагания хотелиерски продукт.

Психологията разграничава четири основни типа човешки характери и това са:

- Сангвиник – най-общо може да се каже, че това са най-уравновесеният тип хора;
- Меланхолик – най-общо може да се каже, че това са безразлични и равнодушни хора;
- Флегматик - най-общо може да се каже, че това са хора със силни задръжки и бавни действия;
- Холерик - най-общо може да се каже, че това е нервна, бързо избухваща натура, която няма задръжки.

На основата на тези описания, според социално-психологическата характеристика има следните видове гости:

- Любезни, уравновесени гости. Тези гости са тип сангвиник и с тях се комуникира лесно и бързо. Знаят точно какво искат и се отнасят към персонала с уважение. С тези гости се препоръчва персоналят да бъде внимателен, вежлив и да ги обслужва бързо и качествено.
- Любезни, приказливи гости. Тези гости започват разговор, дори когато няма определена причина. Прекалено общителни са и без конкретен повод. Не се съобразяват с интересите, желанието и ангажиментите на слушателите си. Наблюдават се случаи, в които пречат на



персонала да контактува с други гости. С тези гости персоналът трябва да се отнася внимателно и тактично, и любезно да отклонява излишните разговори.

- Самоуверени гости, с високо самочувствие и пренебрежително отношение към останалите. Тези гости имат много високо самочувствие. Поздравяват първи, задават въпроси и дават съвети. Уверено правят поръчките си и обичат да правят забележки. Обикновено се познават по решителната походка. С тези гости се препоръчва персоналът да бъде внимателен, вежлив и да ги обслужва бързо и качествено.
- Нерешителни, плахи гости. Тези гости лесно се смущават и контактуват плахо. Когато се налага да правят избор, го правят бавно, нерешително и трудно. Комуникацията с тях отнема много време. Персоналът трябва да бъде много учтив и внимателен с тях, отзивчив и съпричастен, и да предлага помощ при затруднения в избора им. Предлаганата помощ трябва да внуши доверие на госта и да създаде усещане за сигурност.
- Капризни гости. Тези гости проявяват немотивирани желания, свързани например с отношението на персонала, начина на обслужване или вида на стаята. Те обикновено са недоволни постоянно от нещо и изразяват недоволството си грубо. Към тях персоналът трябва да влага повече такт и умение, да бъде внимателен, учтив, но сдържан.
- Недоверчиви гости. Тези гости проявяват недоверие към всичко, съмняват се в сметката и в препоръчаните им услуги. Персоналът трябва да бъде много внимателен, учтив и сдържан при комуникацията си с тях и да говори със спокоен и убедителен тон.
- Нервни, възбудени гости. Тези гости се държат предизвикателно и са нервни и нетърпеливи. Склонни са към създаване на конфликти. Имат напрегнати и неспокойни движения и неоправдана жестикулация. Задават резки и бързи въпроси. При комуникацията си с тях персоналът не трябва да се поддава на провокации и трябва внимателно да избягва създаване на конфликти. Трябва да се общува спокойно, внимателно и сдържано.

Практиката сочи, че местата за настаняване се посещават и от хора, чийто характери представляват съвкупност от черти на посочените видове гости. Обслужващият персонал трябва да умее да вниква в психиката на госта и да разпознава неговия характер, за да може да отговори с подходящ начин на поведение.

Социалната характеристика на гостите се определя от тяхната възраст, пол, служебно и обществено положение. Особеностите на хотелиерското обслужване при комуникация с гостите, в зависимост от тяхната **възраст**, са следните:

- При комуникация с **възрастни гости** е необходимо да се демонстрира подчертано внимание и уважение. Също така да се оказва помощ на гостите тогава, когато е необходимо. Възрастните гости се настаняват на по-тихи и спокойни места;

- **При деца.** Децата представляват особена категория посетители. Те са нетърпеливи, подвижни, любопитни или плахи и нерешителни според настроението си. При комуникация с деца трябва да се проявява търпение. Децата винаги се обслужват първи.
- **При тийнейджъри.** При обслужването на тийн гости персоналът трябва да бъде внимателен към тийн темперамента и да уважава тяхното самочувствие.
- **Гости на средна възраст.** Предполага се, че тези гости се обслужват най-лесно.

Особености на хотелиерското обслужване в зависимост **от пола** на гостите:

- **Жени.** Жените се обслужват с предимство пред мъжете. Като гости са по-наблюдателни и взискателни. Очакват необходимото внимание и учтивост.
- **Мъже.** Мъжете често оставят избора на персонала. Обичат да бъдат обслужвани прецизно и внимателно.

Особености на хотелиерското обслужване в зависимост от **служебното и обществено положение**:

- На гости с по-специално **обществено и служебно положение** се оказва необходимото внимание. Обикновено те предпочитат дискретност и по-спокойно пребиваване, защото тяхната популярност ги прави обект на постоянно наблюдение и на разговори от страна на останалите гости.

Особености на хотелиерското обслужване при хора в **неравностойно положение**.

- Хората в **неравностойно положение** са силно чувствителни. Те се настаняват в специално оборудвани стаи, като им се предоставя всичко необходимо. Персоналът трябва да бъде много тактичен и дискретен.

Като заключение може да се каже, че всички особености на хотелиерското обслужване са съсредоточени в обгрижването на негово величество госта.

**Посочете основните типове човешки характери.**



## Особености в психологията на гостите от различни националности

Много голям процент от гостите в местата за настаняване са туристи от други държави. Всяка националност има определена специфична линия на поведение. Особено важно за персонала е освен владеенето на чужди езици и познанието за психологията на гостите от различни националности. Познание за характера, културата, религията и различните национални особености.

България като туристическа дестинация в последните години се посещава най-вече от туристи от Гърция, Турция, Румъния, Македония, Полша, Русия, Германия и Великобритания. Всички тези туристи имат специфични особености, базирани на основата на тяхната националност.

**Гръцките гости** са мили и приятни хора. Те са изключително лежерни и не бързат. Могат да пият кафе и да четат в продължение на часове. Отличават се със своето философско отношение към живота. Мъжете са доста любвеобвилни и лесно завързват познанства. Жените понякога се държат доста надменно, капризни са и могат да предизвикат конфликти. Гърците са умерено религиозни, но много почитат празниците Рождество Христово и Великден. В църковните храмове влизат задължително с покрити рамене. Гордеят се с всичко, свързано с тяхната многовековна история. Обичат и умеят да се забавляват. Харесва им да бъдат сред хора, на открити пространства и на въздух. Никъде в Европа няма толкова много фестивали, празници и почивни дни, колкото в Гърция. По брой на ресторанти, таверни, барове и дискотеки трудно може да се намери друга подобна страна. Известни са още със задължителната почивка в средата на деня, когато се отдават на следобеден сън (обикновено между 14.00 часа и 17.00 часа), след като са обядвали. Започват да се веселят най-често след 21.00 часа. Тогава излизат на разходка и посещават заведенията. Обичат да танцуват, особено сиртаки. По правило един мъж танцува, а останалите хора седят в кръг и го подкрепят с аплодисменти. Когато се измори, някой го сменя. В местата за настаняване предпочитат обширни стаи с тераси. Обичат да консумират плодове и зеленчуци, а салатата винаги е със зехтин. Предпочитат още риба и морски деликатеси, задушени и печени ястия, различни сладкарски изделия. От напитките пият най-често узо и вина. Могат да се забавляват до зори.

**Гостите от Турция** обичат комфорта и не обичат бързането. Имат известни проблеми с точността. Любопитни са, вежливи и дружелюбни. Приветливи са, обичат компанията и дългите разговори. Силно вярващи са и очакват уважение към религията си. Хитри са и обичат много да се пазарят, особено когато купуват нещо. Мъжете често жестикулират и говорят високо. Жените са скромни, тихи и не контактуват с непознати от противоположния пол. Любимо занимание на турските гости е пиенето на чай. Не консумират свинско месо под никаква форма. Предпочитат силно сиропирани сладки десерти.

**Румънските гости** обичат доброто обслужване и качеството. Предпочитат места за настаняване с категория „две звезди“ или „три звезди“ и почивката на море. Наблюдава се тенденция за посещение и на планински курорти. Пътуват семейно, обикновено със собствен транспорт. Претенциозни туристи са и често очакват да получат повече от заплатеното. Пестеливи са и рядко ползват предплатени допълнителни услуги. Не са склонни да посещават атракции и културни мероприятия. Предпочитат ястията с месо.

Консумират всякакъв вид и асортимент напитки. Извън храненето по заплатения пакет почти не посещават заведенията за хранене и развлечения.

**Гостите от Македония** предпочитат летните почивки, планинските почивки и спа и уелнес комплексите. Обичат доброто обслужване, комфорта и качеството. По характер и темперамент са много близки до българските туристи. Някои от тях имат така наречения лют характер и са силно избухливи. Обичат веселието, песните и танците, а също така добрата компания и дългите разговори. Умеят да се забавляват. Посещават често заведенията за хранене и развлечения. Ползват различни допълнителни услуги. Предпочитат ястията с месо. Консумират всякакъв вид напитки.

**Полските гости** все по-често предпочитат България като дестинация. Нетърпеливи са да почиват на Черноморието и най-често правят резервация чрез интернет пространството. Посещават и планинските ни курорти. Определено се насочват към по-ниските цени и обикновено избират места за настаняване с категория „три звезди“. Спокойни гости са, вежливи и дружелюбни. Склонни са да потребяват различни допълнителни услуги. Умеят да се забавляват. Консумират всякакъв вид ястия, най-вече с месо. От алкохолните напитки мъжете предпочитат водката.

**Гостите от Русия** посещават все по-често както летните, така и зимните ни курорти. Ценители са на спа туризма и на културно-познавателния туризъм. Потребяват разнообразни допълнителни услуги. По-голяма част от тези туристи са високо платежоспособни. Проявяват интерес към различни видове атракции и се включват активно в предлаганите анимации. Посещават често заведенията за хранене и развлечения. Весели, дружелюбни, учтиви, обичат да се веселят и да пътуват. Понякога са шумни и емоционални. Ценители са на добрата храна и предпочитат ястия с месо, риба и морски деликатеси. Консумират често както безалкохолни, така и алкохолни напитки. Мъжете предпочитат от алкохолните напитки водка, а жените вино.

**Гостите от Германия** посещават еднакво летните и зимните ни курорти. Ценители са на културните и природните забележителности на страната ни. Посещават различни по вид и категория места за настаняване. Проявяват интерес към различни видове допълнителни услуги. Като туристи са тихи, точни, дисциплинирани и съдържани. Коректни са и държат на думата си. Отнасят се с уважение към персонала. Обичат да пътуват и да спортуват. Посещават често заведенията за хранене и развлечения. Предпочитат ястия с месо, птици или риба. Почитатели са на различните видове колбаси. Консумират много зеленчуци като картофи, зеле и аспержи. Употребяват хляб в малки количества. Може да се каже, че са едни от най-големите консуматори на бира.

**Гостите от Великобритания** също посещават еднакво летните и зимните ни курорти. Посещават различни по вид и категория места за настаняване и проявяват интерес към разнообразни допълнителни услуги. Англичаните са спокойни, учтиви (често крият емоциите си), а когато ги изразяват, понякога го правят доста бурно и шумно. Любопитни са, с интересно чувство за хумор. Гостите от Уелс, Шотландия и Ирландия са по-емоционални и темпераментни, но могат да бъдат и много сериозни. Внимателни са и понякога малко загадъчни. Шотландците в някои случаи могат да бъдат много пестеливи и

изобретателни. Англичаните не изискват специално отношение към децата си като гости на местата за настаняване. Посещават често заведенията за хранене и развлечения. Предпочитат за закуска да консумират яйца, колбаси, хемендекс. От месата консумират най-често телешко месо и птици. Почитатели са на чая, като го комбинират с топло прясно мляко. От алкохолните напитки консумират най-вече пиво и уиски (скоч и бърбън).

**Посочете как пътуват румънските туристи.**



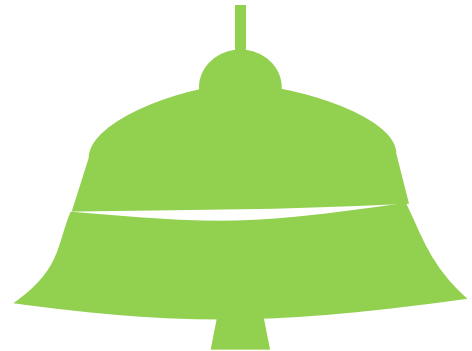
## Поведение на обслужващия персонал, взаимоотношения гост-обслужващ персонал

От момента на пристигането си в мястото за настаняване до момента на напускането му гостите комуникират постоянно с обслужващия персонал. Поведението на обслужващия персонал оказва пряко влияние върху качеството на предлагания хотелиерски продукт. Първото впечатление, което се създава у госта, е на базата на визуалното възприятие, още преди да е започнала комуникацията. Поради това е особено важно това как изглежда персоналят. Важни са:

- Личната хигиена. Лицето трябва да бъде открито, косата оформена в прическа. Да има грижа за добър дъх на устата. Да се използват средства срещу изпотяване. Ръцете и ноктите трябва да бъдат чисти и добре оформени. Ако има маникюр, той да бъде дискретен и в добър вид. Личната хигиена трябва да бъде на много високо ниво.
- Лични навици и привычки. Личните навици и привычки не трябва по никакъв начин да се демонстрират по време на работа.
- Здравословно състояние. Здравият човек е пълноценен на работното си място. Страдащите от хронично заболяване трябва да уведомят ръководителя си.
- Външен вид. Всички служители трябва да имат чист и спретнат външен вид. Униформеното облекло трябва да бъде в отличен вид, чисто и добре изгладено. Носенето на бадж е задължително. Гримът и парфюмът трябва да бъдат дискретни. Като бижута се разрешава венчална халка, семпли обици и може да се допуснат и други, отново семпли бижута.

Добро впечатление у гостите създават следните аспекти на поведението на персонала:

- Приятелската, искрена усмивка;
- Нормалният и спокоен говор;
- Жестовите на внимание;
- Добрите маниери;
- Търпението и разбирането;
- Тактичността;
- Дискретността.



Същевременно е особено важно да се подчертае, че в никакъв случай не трябва да се жертва достойнството на работещите в мястото за настаняване.

При комуникация с гостите обслужващият персонал трябва да показва, че се интересува от разговора и е съпричастен с настроенятия и желанията им. Важни при контакта са позата на служителя и начинът, по който говори и се движи. Не се допуска работещите да се навеждат през маса или през плот, или да се облягат на стената. Това създава впечатление на незаинтересованост. Персоналят трябва да седи изправен и да се движи с изправени глава и рамене, защото така създава впечатление за увереност и предизвиква доверие. Не трябва да се допускат лични симпатии или антипатии при контакт. Изражението на лицето трябва да показва разбиране и готовност за помощ. При разговор гостите се гледат в очите. Не

се допуска потропване с крак, почукване с предмет или барабанене с пръсти. Особено е важно да се внимава с жестовете по време на контакт. Когато се види гост, служителят трябва да го поздрави първи. Да остави текущата си работа и да попита с какво може да помогне. Името на госта трябва да се произнася правилно. Задължително се използва литературен език по време на разговор. Не се употребяват жаргонни или нецензурни думи и изрази. При идване на работа персоналът използва служебния вход и служебен асансьор. Ако няма такива, се дава предимство на гостите. Не е желателно да се посещават заведенията за хранене и развлечения на територията на мястото за настаняване. Забранено е използването на материали на фирмата за лични цели. Не се разрешава също така обсъждането на лични и служебни проблеми в присъствието на гости. Храна и напитки се консумират само по време на почивката. Никога не се игнорира присъствието на госта и не се задават лични въпроси. Друго важно правило е да не се влиза в конфликтни ситуации. Персоналът не трябва да се оправдава или да обвинява някой друг при възникнали проблеми. Оплакванията на гостите не се приемат лично.

Обслужващият персонал в местата за настаняване трябва да бъде:

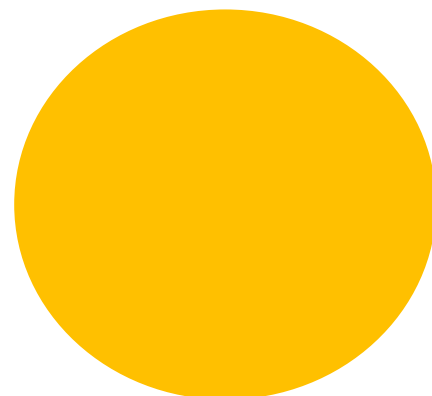
- Интелигентен. Служителите трябва да притежават богата обща култура и да имат необходимото за длъжността образование;
- Информирани. Всеки служител на територията на мястото за настаняване трябва да може да бъде в помощ на гостите;
- Добър психолог. Усетът за хората и основни познания за характера на гостите са в помощ при комуникацията;
- Добър професионалист. Високата квалификация на кадрите и вътрешните и външни обучения повишават качеството на хотелиерската услуга и това води до привличане на нови туристи и запазване на старите;
- Дипломатичен. Персоналът не взема страна при спорове между гости;
- Търпелив и спокоен. Не се проявява нетърпение и не се бърза при контакт с госта;
- Вежлив и учтив. Вежливостта и добрият тон винаги предразполагат положително госта;
- Дискретен. Не се коментират по никакъв начин гостите на мястото за настаняване.

Обслужващият персонал и гостите са в непрекъснати взаимоотношения. От вида на тези взаимоотношения зависи крайната оценка на госта за качеството на хотелиерския продукт. Персоналът трябва да осъзнава важността на госта и значението му в неговата работа. Световната хотелиерска практика напомня, че Негово величество гостът е най-важната фигура в мястото за настаняване. Без него няма да съществува хотелиерството и изобщо няма да се говори за туризъм. Много хотелиери са против определението VIP гост, защото за тях всички гости трябва да се чувстват особено важни. Важно е да се помни, че персоналът не прави услуга на госта, когато го обслужва, а гостът прави услуга, че посещава съответното място за настаняване. Гостът не е просто име от статистиката, а е човек със своите чувства и емоции, предпочитания и предразсъдъци. Никога, при никакви обстоятелства, не се надсмиваме на госта

и не спорим с него. При допускане на спор - винаги губи мястото за настаняване. Най-голямото постижение за персонала е доброто мнение на госта.

Мястото за настаняване е с определено местоположение, предлага основни и допълнителни услуги срещу определено заплащане, и предоставя определено качество на предлагания хотелиерски продукт. Обслужващият персонал няма как да окаже влияние върху местоположението, асортимента от услуги или цените им (това е в компетенциите на мениджърския състав), но може да влияе върху качеството на услугите. Работата на всеки член от персонала е еднакво важна. Всеки служител на мястото за настаняване може да повиши качеството с постъпките и действията си по време на работния процес. Взаимоотношенията гост-обслужващ персонал трябва да се основават на взаимно уважение.

**Посочете какъв трябва да бъде обслужващият персонал в местата за настаняване.**





## РАЗДЕЛ VIII

### Компютърни системи в хотелиерството

#### Характеристика на компютърните системи в хотелиерството

Все повече в местата за настаняване се използват компютърни системи за управление, обслужване и контрол. Особено са подходящи за големи хотелски комплекси, които освен хотелска част, включват различни заведения за хранене и развлечения (ресторанти, барове и др.), както и звена с други допълнителни дейности (спортно-развлекателни, балнеологични, детски кътове и др.).

Развитието им отразява динамиката на туристическите продукти, иновациите и промените в туристическата индустрия. Те са и мощен маркетингов инструмент с комуникационна функционалност, осъществяващ промоция и дистрибуция на туристическите продукти.

Компютърните системи са изградени на база на основните етапи от технологичния процес. Една цялостна компютърна система може да обхване дейности във:

- Фронт-офис (рецепция, резервации);
- Счетоводство;
- Хранене;
- Хотелско домакинство;
- Допълнителни дейности.



В зависимост от вида на софтуера, една такава система е изградена от различни модули, които най-често са следните:

#### 1. Модул „Хотел” със следните опции:

- **Настаняване** (всички операции), свързани с настаняване, което пък от своя страна може да бъде: без резервация, с резервация. Този модул дава възможност и за всички действия по време на престоя на госта: корекция на престой (удължаване или прекъсване на престой), почивка, изготвяне на адресни карти, промяна на цената, напускане на хотела.
- **Сметки** – единична сметка за престой (за индивидуални гости), обща сметка за престой (за групи), прехвърляна на сметка, сметка по договор, сметка по резервация, анулиране/сторниране на сметка, повторен печат на сметка, фактуриране по проформа, анулиране на проформа, сметки за допълнителни услуги, плащане на депозит.
- **Справки** – справки за неуредени сметки, търсене на гост, търсене на гост за дата, справка за резервациите, справка за гостите на хотела, справка за издадените сметки и фактури, регистър българи и чужденци за дата, справка за валидните резервации към дата, перспективна заетост, възможност за генериране на справки с гостите, приходите, статус на стаите.
- **Резервации** – създаване на резервация, промяна на резервация, анулиране и възстановяване на резервация, списък с гости по резервации.

- **Предаване на смяна** – отчет на дневна и нощна смяна, формиране на отчет, печат на отчет за период.
- **Системни** – в тази опция са генерирани тарифи, договори, номенклатура.

## 2. Модул „Хранене” (ресторанти и барове):

- **Рецептурник** – изграждане на рецепти без ограничение в нивата на вложеност на артикулите, калкулиране на себестойност и ценообразуване, изграждане на избор на менюто.
- **Поръчки ресторант** – регистриране на поръчките, генериране на поръчките към кухня и бюфет за напитки, изписване на продукти по поръчките, регистрация на изпълнението на поръчката.
- **Поръчки лоби бар** - регистриране на поръчките, изписване на продукти по поръчките, регистрация на изпълнението на поръчката.
- **Касов апарат** – поддържане връзка с касов апарат и фискален принтер, работа на сервитьора с компютъра и касовите апарати свързани с него.
- **Реализация** – отчитане на изписаните продукти от складовете, следене оборотите на сервитьорите, осчетоводяване и връзка със счетоводната система.
- **Сладкарски цех** (където има такъв) – изграждане на рецепти без ограничение в нивата на вложеност, калкулиране на себестойност и ценообразуване, регистриране на поръчки, регистрация изпълнението на поръчката, поддържане на вътрешни и външни връзки.

## 3. Модул счетоводство и контрол:

- **Главна книга** – аналитична и хронологична отчетност, работа със сметкоплан.
- **Материали** – счетоводно отчитане на материалните запаси, групи материални запаси, анализ на доставките на материали.
- **Клиенти** – издаване на фактури, счетоводни отчети за фактурирана продукция и услуги, плащания от клиенти, преоценка, регистри по ДДС.
- **Доставчици** – счетоводно отчитане разчетите с доставчици, плащания, преоценка, баланс на отчетите с контрагенти, изчисляване на доставна стойност, регистри по ДДС.
- **Каса** – издаване на касови ордери, водене на касови регистри, справка на наличности.
- **Основни средства** – отчитане движението на ДМА (дълготрайни материални активи), амортизационен план, амортизационни отчисления по различни методи, преоценка.

## 4. Модул управление:

- **Ръководител** – обобщаване на данните от информационната система, достъп до хотелска, ресторантска, счетоводна и др. програми.
- **Маркетинг и резервации** – служебна кореспонденция, контингенти, оперативна обработка и анализ.
- **Снабдяване** – работа със заявки, организация и обслужване на поръчки към доставчици, статистика.

- **Складова система** – въвеждане и поддръжка на документите за приход/разход, въвеждане и поддръжка на номенклатури в склада, баланс за отчетен период, статистика.
- **Рекламно-информационни системи** – представяне на мястото за настаняване в интернет пространството.

Компютърните системи създават единна информационна и комуникационна среда за много по-успешна дейност по национална, регионална и фирмена реклама, промоция и дистрибуция на предлаганите български туристически продукти и свързаните с тях допълнителни услуги. Географската неограниченост на интернет базираните системи позволява разширяването на продуктовата палитра на регионално и локално ниво и улеснява малкия и средния туристически бизнес да предлага и продава много повече самостоятелно или чрез туристическите бюра и центрове. Разработката на интегрирани интернет базирани компютърни системи за туристическата индустрия е основна предпоставка за постигане на устойчиво развитие на туристическия продукт и изграждането на имиджа на страната като конкурентноспособна, световна туристическа дестинация.

### ПРИЛОЖНА ЗАДАЧА

Посочете какви дейности може да обхване една цялостна компютърна система.



Различните компютърни системи дават различни възможности за работа с тях, но като цяло алгоритъмът за работа и съдържащите се компоненти в компютърните системи са еднакви.

Всеки потребител на компютърна система си има потребителско име и парола, които въвежда за идентификация при стартиране на програмата.

След стартирането на хотелската система, обикновено в горната част на екрана се вижда главното меню. От него се избират основните функции – настаняване, резервации, сметки, информация и др.

**1. Настаняване** – в менюто „Настаняване” са достъпни няколко функции. Трябва да се попълни периода на престой (от дата до дата). По подразбиране в полето „От дата” системата предлага финансова дата. Ако попълните престоя, системата ще изчисли датата на заминаване, като това може да стане автоматично

В полето Стая можете да въведете номера на стаята, в която ще настаните госта (ако е без резервация) или да я изберете от списъка с планирани стаи, ако гостът е с резервация.

В полето Име попълнете трите имена на госта.

Националност – избира се с помощта на падащо меню. В списъка с държави напишете буквата, с която започва търсената държава.

Полетата в долната част на екрана се попълват с информация относно типа хранене, който ще ползва клиентът – пансион, както и тарифата, по която ще се начисляват услуги на госта.

Системите дават възможност гостите да се настаняват като: индивидуални, чрез туроператор, организирано мероприятие и др.

Когато са попълнени всички детайли по екрана за настаняване се натиска бутон „Настани” и на екрана се появяват настанените гости.

Преминува се към регистър на гостите. На този екран се попълват всички задължителни данни: три имена на госта, дата на раждане, ЕГН, адрес, номер на лична карта или паспорт.

След като гостите са настанени и регистрирани, компютърните системи дават възможност да се управлява правилно всяка една промяна, когато това се налага и при искане от страна на госта, а именно: удължаване на престой, начисляване на почивка, когато гостът ще напусне хотела по-късно от установения в хотела час, промяна на цената, когато се налага, преместване, промяна на престоя, напускане на хотела.

**2. Справки** – една от най-важните и полезни функции на компютърните система е именно възможността за много и различни видове справки. Те могат да бъдат:

- Справка за неуредени сметки – извеждат се имената на гости или договори, които имат неуредени сметки в хотела;
- Търсене на гост – въвежда се цялото име или част от него и се натиска бутон „Търсене”;
- Справка за резервациите – извеждат се резервациите, които са активни за момента и тук може да се възстанови отменена резервация;

- Справка за гостите на хотела – тук може да се видят всички гости на хотела със заявления престой и салдото им към момента;
- Справка за сметките – избира се период от време, след което се извеждат всички сметки, пуснати за избрания период;
- Регистър за българи и чужденци;
- Справка за валидните резервации към дата – дава всички валидни резервации, към посочената дата, както и за типове резервирани помещения и техния брой, също така за посочената дата броя на свободните и резервираните стаи;
- Справка за издадени фактури – извежда данъчните фактури за посочен период;
- Статистика на броя на туристите и реализираните от тях нощувки;
- Перспективна заетост – дава информация за броя на заетите и свободни стаи, както и процентна заетост за даден период;
- Процентна заетост на легла и стаи – дава информация за средната заетост за посочен период от време;
- Справка за реализирани приходи в определен период от време;
- Сравнителна справка – дава възможност да се сравнят еднакви периоди за различни месеци, години;
- Издадени сметки или фактури по услуги;
- Справки за хотелско домакинство – свободни, заети, освобождаващи се стаи, както и стаи за почистване;
- Справки за хранене – брой туристи за определена дата или период, както и техния пансион;
- Неуредени сметки – дава ни информация за гостите, напуснали хотела с неплатени сметки;
- Справка за сторно операции;

Справките във всеки хотел в зависимост и от използваната компютърна система могат да бъдат съобразени с конкретната специфика на мястото за настаняване и да генерират различна по обем и вид информация.

### **3. Резервации**

➤ Правене на резервация - отваря се форма, в която попълваме всички необходими данни (на чие име, брой хора, начална и крайна дата на престой, пансион за изхранване, договор, цена, индивидуален гост или организирано мероприятие, телефон и e-mail за контакт и обратна връзка). След като резервацията е финализирана, можем да проследим и заетостта за този период. Следейки заетостта бихме могли да правим корекции, така че да уплътним максимално капацитета на хотела;

➤ Промяна на резервация – от тази функция може да се промени престоя на гостите, техния брой, вид на помещението, начин на изхранване, както и крайната цена по резервацията;

➤ Списък с гости по резервации – получаваме информация за начална и крайна дата на резервацията, броя на помещенията по типове. Оттук може да се начисли депозит по резервацията, който

при финалното плащане ще фигурира в сметката или фактурата, но с отрицателен знак. От списъка с гости по резервации можем също да добавяме или премахнем гости по тази резервация ,и да изпратим потвърждение на клиента.

➤ Анулиране и възстановяване на резервация – отваря се отново списъкът с резервациите, за да изберем коя резервация ще анулираме и я отменяме. Отменената резервация обикновено е с друг цвят (червено) и като кликнем върху нея се активира бутон „Възстанови”. Когато го натиснем, резервацията е възстановена. Планира се отново.

Тук представихме примерна работа на компютърни системи предимно за фронт офис, но те обхващат всяка една дейност, която е регламентирана в местата за настаняване в зависимост от тяхната специфика.

**Посочете какво се вижда в горната част на екрана след стартиране на  
хотелска компютърна система.**



## Интегрирана система за туристическа информация и резервация

Силната конкуренция на международните пазари и приоритетният статут на туристическия отрасъл в развитието на българската икономика, изискват съвременно съобразяване с процесите на развитие на информационните системи и инвазията на интернет и виртуалните мрежи. Определено това налага нови поведенчески алгоритми в сферата на туризма. Новото медийно пространство, даващо възможност за обратна връзка с аудиторията, предоставя алтернативни възможности за каркетиране и промоция, реално конкуриращи традиционните стереотипи.

Интегрираните информационни и комуникационни технологии оказват силно въздействие върху всички сектори в туризма. Внедряването на компютърни системи за управление, реклама, дистрибуция и комуникация допринася за съществени ползи и предизвиква генерални промени в туристическата индустрия. От гледна точка на употребата на интегрирани информационно-резервационни системи могат да се разглеждат най-общо четири области в туризма:

- Транспорт – въздушен, воден и земен;
- Настаняване – всички места за настаняване;
- Туристически посредници – туроператори и турагенти;
- Атракционен сектор – природни и антропогенни обекти, създадени да удовлетворяват образователни, рекреационни, естетически и други нужди на туриста.

Ефективният модел на интегрирана информационно-резервационна система трябва да съответства както на процесите и нивото на развитие на българската икономика, така и на световните модели, стандарти и тенденции в динамиката на пазарните механизми. Той трябва да е съобразен и със следните фактори, гарантиращи неговата приложимост:

- Специфика и особености на развитието на туризма в Република България – туристическа структура, туристически посредници, ниво на качеството на туристическия продукт, ниво на информационното, техническото и комуникационно осигуряване, квалификация на персонала, профил на управленските кадри, технология на туристическите дейности и др.
- Специфика и характеристики на свързаните с туризма сектори от икономиката, имащи отношение към внедряването и експлоатацията на модела – комуникации, банкови услуги, транспортна инфраструктура, информационни технологии, култура и културно наследство, екология;
- Правна уредба на Република България, регулираща както туризма така и свързаните с него сектори от икономиката.

С тази специфика трябва да бъде съобразена общата концепция на интегрираните информационно-резервационни системи, която от своя страна има различни вариации, обосновани от два основни аспекта – функционален и технически. Функционалността и техническата реализация на различните системи са взаимно свързани фактори, силно зависими един от друг. развитието на технологиите провокират

развитието на нови функционалности и обратно, търсенето на нови функционалности стимулират разработката на нови технически решения.

Общата концепция на информационно-резервационните системи се изразява в разработката на две интегрирани подсистеми – информационна и резервационна, изпълняващи основно маркетинг и дистрибуция на туристическите продукти.

Информационната подсистема осъществява представянето, промоцията и рекламата на туристическите продукти. Тя се използва за осъществяване на обратна връзка с крайния потребител, чрез която съществуващите туристически продукти се променят в съответствие с променящите се пазарни изисквания. Информационната подсистема маркетира туристическите дестинации на локално, регионално и национално ниво. Тя реализира и редица функционалности, подпомагащи крайния потребител при избора, оценката и комбинирането на търсените туристически услуги и подбора или изграждането на желан турестически пакет.

Резервационната подсистема предоставя специализиран интерфейс и инструментариум за извършване на резервация в реално време на туристически продукти. Тя осигурява възможност за регистрация, проверка на заетост, резервация и плащане на индивидуални продукти и услуги или туристически пакети. Резервационната подсистема осъществява комуникацията между участниците в туристическия пазар, подпомага финансовите им взаимоотношения и реализира администрацията на системата, свързана със сигурността на информацията и трансакциите. Тя поддържа индивидуална база данни за крайните потребители и бизнес ползвателите, като дава възможност за индивидуална и групов статистика.

Интегрираните информационно-резервационни системи се развиват в съответствие с тенденциите на развитие на световния туризъм, свързани с информационните технологии:

- Комуникация с клиента – позволяват гъвкава употреба на различните комуникационни и информационни канали, избор на технологии и дизайн;
- Концентрация на услугите във вериги и курорти – осъществяват свързване на различни туристически обекти;
- Услуги в реално време – информация, резервация и продажби. Системите гарантират постоянен достъп, конфиденциалност и сигурност на информацията;
- Мобилност на квалифицирания персонал – притежават вградени средства за интерактивно обучение на различните групи от потребители;
- Клиенти с по-високи изисквания и широк спектър от потребности, по-висок стандарт на услугите – представят възможност за въвеждане на богата информация за туристическата дестинация като цяло и за отделните туристически обекти, както и инструментариум за селекция и сравнение на желан продукт по редица критерии – качество, цени, допълнителни услуги и др.;
- Развитие на еко и културен туризъм – поддържа се необходимата туристическа информация за флора, фауна, демография, етнос, обичаи, поддържаща развитието на допълнителни специализирани форми на туризъм;



- Глобализация на конкуренцията – компютърните системи обединяват ресурсите и усилията на множество туристически обекти с цел повишаване на конкурентоспособността на туристическия продукт.

На практика информационно-резервационните и комуникационни системи реализират електронен туристически пазар и осъществяват функционалности свързани с : директна комуникация между търсене и предлагане, информация, резервация, онлайн продажби, маркетинг-комуникация, уебсайт, и-мейл и др., комуникационна среда за разработка, развитие и анализ на туристическите продукти.

Информационно-резервационните системи създават единна информационна и комуникационна среда за много по-успешна дейност по национална, регионална и фирмена реклама, промоция и дистрибуция на предлаганите български туристически продукти и свързаните с тях допълнителни услуги. Географската неограниченост на интернет базираните системи позволява разширяването на продуктовата палитра на регионално и локално ниво и улеснява малкия и средния туристически бизнес да предлага и продава много повече самостоятелно или чрез туристически бюра, като обединява маркетинговите им усилия и ресурси.

**Посочете в кои области в туризма се употребяват интегрирани информационно-резервационни системи.**



## РАЗДЕЛ IX

### Системи за безопасност в хотелиерството

#### Нормативна уредба за осигуряване на безопасността на българските и чуждестранните туристи

Основният нормативен акт, който урежда условията, свързани с безопасността и сигурността на персонала в хотелите, и индиректно и на техните гости, е Законът за здравословни и безопасни условия на труд (ЗЗБУТ).

С този закон се уреждат правата и задълженията на държавата, работодателите, работещите, представителите на работещите по безопасност и здраве при работа, на лицата, които за своя сметка работят сами или в съдружие, и на други организации и юридически лица, за осигуряване на здравословни и безопасни условия на труд. Законът въвежда общи принципи за превенция и мерки за стимулиране подобренията на безопасността и здравето на работещите за превенция на професионалните рискове, защита на безопасността и здравето, отстраняване на рисковете и причините за трудовия травматизъм и професионалната заболяемост, информиране, консултации, обучение, балансирано участие.

Осигуряването на здравословни и безопасни условия на труд се извършва съобразно спецификата на провежданата дейност и изискванията на техническото, технологичното и социалното развитие с цел защитата на живота, здравето и работоспособността на работещите лица. Здравословните и безопасните условия на труд в обекти, производства, процеси, дейности, работни места и при работното оборудване се осигуряват с проектирането, изграждането, реконструкцията, модернизацията, въвеждането им и процеса на тяхната експлоатация, както и тяхното поддържане, ремонт и извеждане от действие.

Работодателят е длъжен да осигурява здравословни и безопасни условия на труд на работещите, като прилага необходимите мерки, с цел да подобри съществуващото положение:

- превенция на професионалните рискове;
- предоставяне на информация и обучение;
- осигуряване на необходимата организация и средства.
- избягване на рисковете;
- оценка на рисковете, които не могат да бъдат избегнати;
- ограничаване на рисковете при източника на възникването им;
- приспособяване на работата към работещия, особено по отношение на проектирането на работните места, избора на работното оборудване, на работните и производствените методи, с цел облекчаване или премахване на монотонната работа, работата с наложен ритъм, както и за намаляване на въздействието им върху здравето на работещия;
- привеждане в съответствие с техническия прогрес;
- замяна на опасното с безопасно или по-малко опасно;
- обозначаване на съществуващи опасности и източници на вредни за здравето и безопасността фактори;

- прилагане на последователна цялостна политика за превенция, обхващаща технологията, организацията на работа, условията на труд, социалните взаимоотношения и въздействието на елементите на работната среда и трудовия процес;
- използване на колективните средства за защита с предимство пред личните предпазни средства;
- даване на съответни инструкции на работещите.

Всеки, който проектира строителни обекти и дейности, производства, конструкции, технологии и работно оборудване, е длъжен да съобрази проекта с всички правила и норми за здравословни и безопасни условия на труд, включително в областта на хотелиерството. В процеса на проектирането, строителството и въвеждането в експлоатация на хотелите и другите места за настаняване и заведения за хранене и развлечение, собственикът е отговорен и изисква, а съответните контролни органи контролират спазването на правилата и нормите за здравословни и безопасни условия на труд от проектанта и от строителя. Въвеждането в експлоатация на нови, реконструирани или модернизирани обекти се допуска при доказано съответствие с изискванията за осигуряване на здравословни и безопасни условия на труд. Работното място и работното оборудване се почистват редовно и поддържат в техническа изправност, а всички неизправности, които могат да засегнат безопасността и здравето на работещите, се отстраняват във възможния най-кратък срок, като същевременно пътищата към аварийните изходи и самите изходи се поддържат свободни по всяко време.

За всеки работещ, включително на работещите по срочно правоотношение или при условията на временна заетост, както и на работещите на смени и полагащите нощен труд, се провежда подходящо обучение и инструктаж по безопасност и здраве при работа в съответствие със спецификата на индивидуалното му работно място и на професията при постъпване на работа, преместване на друга работа или промяна на работата, въвеждане на ново или при промяна на работно оборудване и технология. Обученията и инструктажите се провеждат периодично, като се отчитат новите или променените рискове.

Минималните изисквания за здравословни и безопасни условия на труд се определят с наредба на министъра на труда и социалната политика и министъра на здравеопазването.

В Раздел IV от Закона за туризма са регламентирани мерките, които гарантират правата на хората с увреждания и на хората с ограничена подвижност при пътувания с въздушен, автобусен и воден транспорт. Туроператорите и туристическите агенти имат задължение да осигуряват предприемането на необходимите мерки в съответствие с регламентите на Европейския парламент относно правата на хората с увреждания и на хората с ограничена подвижност при пътувания с въздушен транспорт; правата на пътниците в автобусния транспорт, по отношение на лица с увреждания или с ограничена подвижност с цел пътуване с автобус; правата на пътниците, пътуващи по море или по вътрешни водни пътища, както и по отношение на лица с увреждания или с намалена подвижност с цел пътуване по море или по вътрешни водни пътища. Когато предприетите мерки не са съобразени с регламентите, лицата с увреждания или с ограничена подвижност могат да претендират обезщетение за причинените им вреди. Искът за обезщетение се предявява срещу туроператора или туристическия агент пред съответния съд.

Осигуряването на безопасността на българските и чуждестранни гости в различните видове хотели и други средства за настаняване е регламентирано чрез Наредбата за изискванията към местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения, за реда за определяне на категория, както и за условията и реда за регистриране на стаи за гости и апартаменти за гости. В наредбата е указано точно и ясно какви са изискванията за всеки вид хотел (градски, морски, СПА хотел и др.) в съответната категория (от една до пет звезди). Най-общо това са:

- Предоставяне на информация за сигурността на госта: телефонни номера на посолства, консулства, аптеки, лекари;
- Наличие на разписани вътрешни правила за безопасност и сигурност на туристите в обекта, като персоналът е обучен за тяхното спазване;
- Съхраняване на ценности и документи, включително предлагане на индивидуални касети за съхранение на ценности в някои видове висококатегорийни места за настаняване;
- Достъпен вход, който може да се използва самостоятелно от всички хора, като се отчитат и специфичните нужди на хората с намалена подвижност, в т. ч. на хората с увреждания;
- Тоалетна с преддверие за хотелски гости, в т. ч. и 1 оборудвана тоалетна клетка за хора с намалена подвижност съобразно наредбата от Закона за хората с увреждания;
- Осигурена безопасност и сигурност на туристите чрез технически средства;
- Обслужване на рецепция и наличие на система за самостоятелно настаняване (когато рецепцията е затворена) с осигурен достъп на госта до обекта за получаване на ключа от стаята, поставен в сейф/кутия с код;
- Предоставяне на индивидуалният код за влизане в сградата и от сейфа при потвърждаване на резервацията.
- Ежедневно почистване и дезинфекциране на стаите/апартаментите, санитарните съоръжения, чашите за вода;
- Наличие на алармена инсталация в санитарния възел за обекти, проектирани след 1.06.2003 г.

Законът за защита от бедствия и аварии урежда обществените отношения, свързани с осигуряването на защитата на живота и здравето на населението, опазването на околната среда и имуществото при бедствия. В него са уредени националните, регионални и секторни стратегии и програми, отговорните и контролни органи при бедствия и аварии, техните отговорности, задължения и правомощия, както и дейностите по защитата на населението в случай на опасност или възникване на бедствия.

В Законът за министерство на вътрешните работи са регламентираны правомощията на органите за пожарна безопасност и защита на населението при извършване на пожарогасителна и спасителна дейност, неотложни аварийно-възстановителни работи, оперативна защита при наводнения, операции по издирване и спасяване, химическа, биологическа и радиационна защита при инциденти и аварии, свързани с опасни вещества и материали, органите за пожарна безопасност и защита на населението.

Съществуват също така различни технически изисквания за електрическите инсталации и оборудване, отоплителни системи и камини, мебелировка, употреба на материали, методи за конструиране, размери и други. Условието за пожарна безопасност обикновено се проверяват от служба „Пожарна безопасност и защита на населението“.

Според изискванията за пожарна безопасност в хотела, на всеки етаж е необходимо да има прахов пожарогасител бкг, воден пожарогасител 9л и пожарогасител с въглероден диоксид 5кг, като при наличие на коридорна система, изискването е за всеки 60м коридор. Ресторантите, технически помещения и други се оборудват отделно съгласно приложението на Наредба No Из-1971 за строително-технически правила и норми за осигуряване на безопасност при пожар. Схеми и планове за евакуация се изискват за всяка хотелска стая. Мястото за настаняване трябва да има евакуационно осветление, пълна противопожарна документация, система за пожароизвестяване, система за пожарогасене, вътрешни пожарни кранове, както и указателни табели и знаци за обозначаване на противопожарните съоръжения и техника, евакуационните пътища и изходи, и други.

Съществуват технически регламенти за изграждане на инсталации и системи за водоснабдяване и канализация. В градските райони с достъп до обществени системи и инсталации обикновено няма специфики, но може да бъде изискване в селските райони. Инспекции за качеството в местата за настаняване част от селския туризъм са необходими, за да се провери дали системите функционират правилно и дали съществуват неприятни миризми или други неудобства за гостите.

**Прочете внимателно Наредбата за изискванията към местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения, за реда за определяне на категория, както и за условията и реда за регистриране на стаи за гости и апартаменти за гости и избройте какви са изискванията, свързани със сигурността на гостите в хотели с категория четири звезди.**



## Системи от охранителни мерки в хотелиерството.

### Система за пожарна безопасност

Системите от охранителни мерки в хотелиерството се основават на нормативната уредба за осигуряване на безопасността на българските и чуждестранните туристи. Въз основа на нея се търсят възможности за оптимално решаване на проблемите, свързани от една страна със сигурността и безопасността на гостите в хотела, а от друга – с осигуряването на здравословен и безопасен труд на персонала.

Структурата на системите за безопасност в хотелиерството е хоризонтална и може да бъде изобразена по следния начин:



Основен принцип на системите за безопасност е оптимизирането на защитата на хотела при извънредни ситуации, бедствия и аварии, предизвикани от пожар, престъпления спрямо личността и имуществото на гостите, терористични посегателства и др.

В тази тема ще разгледаме отделните системи за безопасност в хотелиерството като ще се спрем по-подробно на системите за пожарна безопасност.

Системата за защита от престъпления включва осигуряването на сигурност и безопасност на гостите на хотела, които са все по-важен фактор за добрия имидж и престижа на хотела. Осигуряването и организирането на охранителна дейност в хотела изисква:

- осигуряване на постоянно видеонаблюдение;
- служителите, свързани с охранителната дейност да притежават мобилни апарати за служебна, които да не се изнасят от обекта и да се съхраняват в специален сейф, а кодът на всеки абонат периодично да се сменя;
- охранителният персонал да бъде подбран, съобразно предварително определени психологически критерии (уравновесеност, бързомислещи, с бързи реакции и бързи действия);
- охранителният персонал да бъде в добра психическа и физическа форма и да притежава оръжие;
- да се провеждат периодични обучения на персонала за адекватно поведение по време на конфликт или нападение от външни лица, както и за оказване на първа помощ за пострадали от травми, сърдечни проблеми, огнестрелни рани и др.

Друга форма за осигуряване на защита от престъпления е осигуряването на пропускателен режим в хотелите. За тази цел е необходимо да се осигури ясно разграничаване и маркиране на зоните, които се

ползват само от гости на хотела и тези с общ достъп от клиенти, които не нощуват в хотела. Все по-честа практика е издаването на персонална карта-ключ с магнитна лента, която предоставя достъп до стаите. Чрез картата се предоставя персонален достъп на госта на хотела да всички хотелски услуги, които има право да ползва.

На външни посетители е забранено да имат достъп до стаите на хотела. При необходимост и по изключение могат да бъдат регистрирани в специален дневник и да заплатят застраховка. Също така служителите нямат право да предоставят информация на външни лица за гостите на хотела.

Здравословни и безопасни условия на труд, са тези условия, които предпазват служителите от професионален и здравен риск и не водят до професионални заболявания и злополуки при работа. Системата за безопасни условия на труд включва общи задължения на работодателя за предприемане на мерки за опазване на живота и здравето на служителите, включително оценка на риска на работното място, осигуряване на ефективен контрол за работа без риск за здравето, извършване на инструктажи по безопасност, хигиена на труда и противопожарна охрана. Оценката на риска е процесът, при който се оценява рискът във връзка с дейността на работното място и се определят мерки, осигуряващи здравословни и безопасни условия на труд. Инструктажите по безопасност, хигиена на труда и противопожарна охрана включват: начален инструктаж на новопостъпилите работници и служители за запознаване с основните правила и изисквания по безопасност, хигиена на труда и противопожарна охрана на територията на хотела; инструктаж на работното място, свързан с безопасно изпълнение на трудовата дейност на служителите; периодичен инструктаж, който се провежда не по-рядко от веднъж на три месеца и има за цел да допълни и задълбочи знанията по безопасност и хигиена на труда.

Системата за застрахователна защита представлява уреждане на застрахователните правоотношения между две страни: гостите на хотела и собствениците на местата за настаняване или туроператорските фирми. В този контекст, туристическата застраховка представлява застрахователен договор, сключен за времето на пребиваването на госта в хотела. За гостите, които пребивават безплатно в хотела, също се заплаща туристическа застраховка. При настъпване на застрахователно събитие (кражба, авария, пожар, природно бедствие и др.) са необходими следните документи: заявление за изплащане на застрахователно обезщетение, декларация, протокол за злополука, протокол за загуба на багаж, описване на вещите, протокол за лична отговорност за нанесени щети на трети лица.

Осигуряването на пожарна безопасност в хотелите включва разработване, внедряване и изпълнение на различни мерки и дейности, чрез които се предотвратява вероятността от възникване на пожар, а при възникване на пожар – възможност за предприемане на адекватни мерки за защита на гостите и персонала, които се намират в помещенията, където е възникнал пожара. Тя се състои от осигуряване на пожарна безопасност в средствата за настаняване, задължения на служителите в случай на пожар, както и от предприемане на превантивни мерки при защита от пожар. Необходимостта от осигуряване на системи от охранителни мерки в хотелиерството и системи за пожарна безопасност се поражда най-вече поради опасността от възникване на пожар в заведенията за развлечения към средствата за настаняване.

Статистическите данни показват, че голям процент от случаите на пожар са от дискотеки, нощни барове и клубове и други заведения за хранене и развлечения. Някои от тези случаи са с фатален край за гостите. Този факт допълнително налага необходимостта от регламентирани мерки за пожарна безопасност във всички места за настаняване, заведения за хранене и развлечения.

През последните години масовото навлизане на природния газ като енергиен източник, най-вече в средствата за настаняване, които попадат в категория А, налага засилване на мерките за пожарна безопасност. Причините са свързани с опасност от взривове и бързо разрастващи се пожари. В средствата за настаняване, които попадат в категория В не се изискват толкова строги мерки специални мерки за пожарна защита и безопасност.



Изискванията към всички видове средства за настаняване и различните категории са разписани подробно в Наредбата за изискванията към категоризираните места за настаняване и заведения за хранене и развлечения, за реда за определяне на категория, както и за условията и реда за регистриране на стаи за гости и апартаменти за гости. Те могат да бъдат групирани в четири основни направления:



Самото осигуряване на пожарна и аварийна безопасност преминава през три основни етапа:

- проектиране и съгласуване на обекта с отговорните и компетентни държавни органи;
- изграждане и приемане на обекта, съгласно изискванията за пожарна и аварийна безопасност;
- експлоатация на обекта, съобразно изискванията за пожарна и аварийна безопасност.

Изискванията за пожарна и аварийна безопасност към средствата за настаняване включват:

- осигуряване на писмена заповед от собственикът или управителят, с която да се определи отговорник за пожарна и аварийна безопасност, а когато персоналет на обекта е до 5 човека, този отговорник е управителят;
- създаване на досие, което съдържа цялата документация за пожарна и аварийна безопасност, което се съхранява при отговорника;
- издаване на писмена заповед, с която се определят: съставът на нещатната пожаро-техническа



комисия (от трима човека); длъжностните лица, които отговарят за изключването на тока в края на работното време и го отразяват в специален дневник; режимът на местата, които са разрешени за тютюнопушене;

- издаване на писмена заповед за есенно-зимния период, с която управителят определя начина на отопление през студеното полугодие; помещенията, където е разрешава да се използват локални отоплителни и нагревателни уреди и отговорници за всеки от тези уреди, както и лице, което ще извършва инструктажа на отговорниците.

Изискванията за пожарна и аварийна безопасност към сградите и съоръженията в средствата за настаняване заведенията за хранене и развлечения включват:

- наличие на пожарогасители в определените помещения, които са се поддържат в изправност;
- оборудване на определените места за тютюнопушене с неголеми съдове за хвърляне на угарки;
- забраняване заключването на обектите за евакуация, когато обектът работи и в него има хора, както и складирането на материали по пътищата за евакуация (стълбища, коридори, площадки);
- при организиране на събития с над 50 участника е необходимо да се вземат всички мерки за успешната им евакуация;
- забраняване употребата на локални отоплителни и нагревателни уреди в складовите помещения;
- поддържане на противопожарната инсталация в постоянна изправност;
- изключване на тока в края на работното време;
- периодично почистване и обезмасляване на скарите и въздуховодите от наслоени мазнини;
- при отопление с твърдо гориво, не се разрешава разпалване с леснозапалими течности, а сгурият се изхвърля в края на работното време, извън обекта в огнеупорни съдове;
- не се разрешава складиране на материали пред водопроводните пожарни кранове и противопожарни уреди, което да възпрепятства тяхното използване;
- редовно почистване на подходите към обекта през зимния период от сняг и заледяване;
- извършаване на огневи работи само с разрешително, което е съгласувано с териториалната служба по противопожарна и аварийна безопасност.

Изискванията за пожарна безопасност към складовите помещения, които са предназначени за съхранение на различни суровини и материали включват:

- поставяне на пожарогасители на достъпни места и всеки служител да знае тяхното местоположение;
- наличие на план-скица за евакуация във всяко помещение;
- стриктно спазване на забраната за тютюнопушене;
- да бъде осигурен постоянен достъп до пожарогасителите и евакуационните изходи;
- да не се допуска натрупване на отпадъци в задните помещения на хотела;

- спалното бельо да бъде винаги прибрано, а кофите за отпадъци да са от негорим материал и да са отделени в самостоятелно помещение.

Изискванията за пожарна безопасност към кухненските помещения, електрическите инсталации и съоръжения, системите за отопление и вентилация, където съществуват по-високи рискове от пожар включват:

- редовно инспектиране и почистване на кухненското оборудване и системите за вентилация;
- извършване на инструктаж за противопожарна безопасност на всички служители, които трябва да бъдат запознати с местоположението на пожарогасителите, шланговете и другите средства за гасене, както и местоположението на аварийните изходи;
- лесно горимите материали да бъдат поставяни на достатъчно разстояние от горящ пламък;
- всички кухненски уреди да бъдат изключвани след употреба;
- да се съобщава незабавно за неизправности в кухненското оборудване;
- незабавно отстраняване на всички неизправности, които могат да предизвикат искрене и нагриване на изолациите, както и незабавна подмяна на висящи контакти и счупени щепсели;
- осигуряване на противопожарна експлоатация, като се допуска експлоатация само на изправните уреди и съоръжения;
- при експлоатация на системите за отопление и вентилация е задължително да бъдат почиствани в началото на отоплителния сезон и да не се допуска употреба на лесно запалими течности, повторно запалване на печките с топло гориво, преди те да са се охладили, както и оставяне без контрол на включени електрически уреди. Забранено е използването на вентилационните канали за димоотводи.

В заключение може да се обобщи, че пожарната безопасност в туристическите обекти изисква наличие на пожароизвестително оборудване за своевременно откриване на пожар, както и адекватни средства за борба с пожара. От съществено значение е наличието на ясно маркирани пътища и аварийни изходи при пожар, пожарна безопасност на всяко работно място и на използваното оборудване.

Най-разпространените рискове от пожар са свързани с електрическото оборудване, отоплителните уреди, фритюрниците в кухнята, наличието на натрупани отпадъци или запалими аерозоли, неправилно съхраняване на лесно запалими вещества, тютюнопушене и др. Сериозни рискове от пожар пораждат и недоброто поддържане на газовите уреди, допуснатото замърсяване и отлагане във вентилационните филтри и кухненски абсорбатори, работещи кухненски уреди без надзор. Особено внимание се отделя на аварийните пътища и изходи. Те трябва да бъдат през цялото време свободни, да водят директно към безопасните места, да бъдат достъпни на максималния брой хора, които могат да се намират в съответните помещения по всяко време. Важно е още аварийните пътища и изходи да се отворят по посока на излизането. За тази цел трябва да бъдат маркирани със съответни знаци и сигнали. Персоналът на

туристическия обект трябва да има конкретни писмени задължения за действия и отговорности в случай на пожар.

1. С коя система от охранителните мерки в хотелиерството са свързани основните правила за лична и работна хигиена?
2. Избрийте някои от тях.



## **Процедури за напускане на хотела от гостите при пожар и рискови ситуации**

Промяната в поведението на туристите по света, свързана с комфорта и сигурността, предлагани от хотелите, започва да играе съществена роля в конкурентната борба. Един от главните рискове за туристическата индустрия е пожарът. Това налага разработването и реализирането на такава концепция за защита от пожар, която изключва риска. Разглеждат се различни строителни, технически и превантивни мероприятия за намаляване или изключване на риска от пожар.

Ефектът от атентатите срещу международни хотели, дискотеки и ресторанти има негативи не само за туризма, но и за редица отрасли, свързани с него. Затова много от туристическите обекти внедряват електронни системи за сигурност с компютърно управление и изключителна гъвкавост към промените.

Сигурността за гостите все по-често се издига в основен приоритет при изграждане на нови или реконструкция на съществуващи туристически обекти. Бързите темпове на развитие на технологиите и електронните устройства дават възможност за изграждане на комплексни системи за сигурност, съчетаващи контрол на достъп, пожароизвестяване, сигурни безналични разплащания за ползваните вътрешни услуги в хотела, паркинг-системи, видеонаблюдение и др. Комбинираният четец на магнитни и чип-карти дава възможност гостите на хотела да ползват по-евтините магнитни карти, които дори могат след напускане да задържат като спомен или реклама на хотела. Чип-картите обикновено се използват от персонала, като в тях се записва информация в кои стаи е влизал съответният служител и да се разпечата графика на неговото движение през работния ден. Съвременните паркинг-системи могат да бъдат изключително гъвкави и позволяват въвеждане на различни тарифни структури: гости, персонал, абонати, наематели, временни потребители.

При възникване на пожар в хотела е необходимо да се предприемат поредица от действия: незабавно се уведомява съответното длъжностно лице, съобразно противопожарните инструкции и същевременно отговорника за противопожарна защита на обекта набира телефон 112. Важно е да се запази спокойствие и да се съдейства на гостите без паника да бъдат насочени към евакуационните изходи, с внимание към децата и възрастните хора. Ако има възможност да се реагира по правилата, без да се създаде опасност за собственото здраве и живот, се действа с пожарогасителите на етаж. За тази цел обаче трябва да се има предвид с какво е зареден пожарогасителят и какво гаси, както и от какво е възникнал пожарът.

Задължително за персонала, като превантивни мерки при обработка на стаи и други помещения, е да се обръща внимание на неизгасени цигари, неизправност на електрически шнулове, кабели, контакти, нагревателни уреди, осветителни тела и др. При усещане на миризма на пушек, изгорели кабели и други незабавно се уведомяват отговорника по противопожарна безопасност и съответните технически лица по поддръжка, а при необходимост и мениджъра.

При възникване на пожар е важно да са спазени стриктно процедурите по инструктаж за пожарна безопасност, да се познават противопожарните уреди и съоръжения (вътрешни и външни), тяхното предназначение и начин на употреба.

Вътрешните биват: противопожарен кран, кофпомпа и пожарогасител. Те се монтират в търговските зали съобразно инструкциите за пожарна безопасност. Необходимо е на всеки 300m да има по един пожарогасител с въглероден диоксид и по един с прах. Изключение правят кухните, където поради наличието на нагревателни уреди и по-висока опасност от пожари, изискването е да бъдат поставени на 200 m.

		
Фиг. 1. Противопожарен кран	Фиг. 2. Кофпомпа	Фиг. 3. Пожарогасител

*Противопожарните кранове*, всеки от които е снабден с противопожарен шланг и струйник, се поставят в обособени ниши в стената с височина 1.35 m от пода, в близост до изходите на помещенията (коридори, стълби, площадки) и леснодостъпни места. Основното им предимство е, че са удобни за гасене на твърди горими материали, но съществен недостатък се явява това, че не могат да се използват при на леснозапалими и горими течности, тъй като водата е електропроводник.

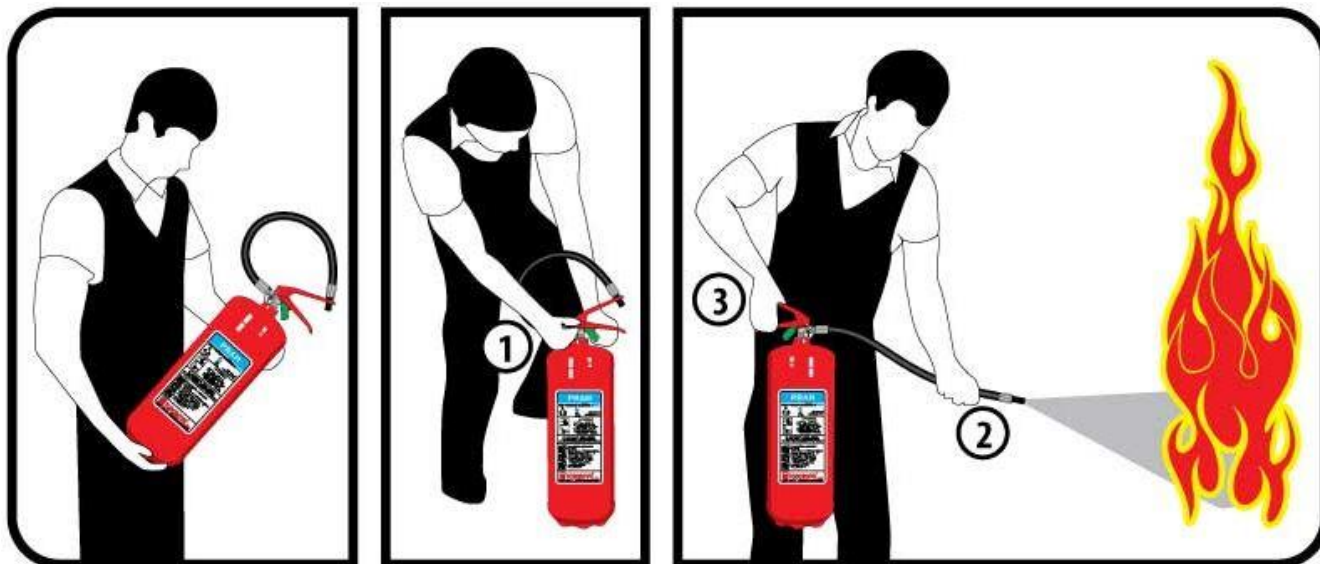
*Кофпомпата* е ръчно преносим уред за гасене на локални огнища от твърди суровини и материали при малки пожари. Уредът се обслужва от двама души, има цилиндрична форма и двойно действаща бутална помпа, чрез която се подава водна струя на 8-10m по гумиран маркуч с накрайник. Единият от обслужващите ѝ помпа, а другият гаси с маркуча. Има възможност да бъде приспособена за работа с пяна за гасене на лесно запалими течности.

*Пожарогасителите* могат да бъдат заредени с въглероден диоксид или с прах. И в двата случая това са цилиндрични бутилки, с които гасенето се извършва като струята се насочва в основата на огъня от разстояние от 1.5 до 3m.

Пожарогасителите с въглероден диоксид се използват за гасене на електрически инсталации, машини и съоръжения под напрежение, лесно запалими течности, ценни книжа и материали, компютърна и слаботокова техника, която не се поврежда. Въглеродният диоксид в пожарогасителя е в течно състояние, под налягане и при отваряне на клапата на бутилката, в следствие на високото налягане с превръща на въглена киселина, наподобяваща пяна или сняг. След като попадне върху горящи предмети, въглената киселина ги охлажда, преминавайки в газообразно състояние.

Пожарогасителите с прах се използват за гасене на електрически инсталации, машини и съоръжения под напрежение и лесно запалими течности и препарати в ограничени количества. Пожарогасителите разполагат с допълнителна камера, от която под налягане се изхвърля прахът за гасене.

Работата с пожарогасител включва няколко стъпки: изтегляне на предпазния шплент, насочване на накрайника на пожарогасителя в основата на пожара, натискане на спусъка и преминаване от основата на пожара до самия край.



Съществуват и пожарогасители с агент вода (водни пожарогасители), които са съвременна алтернатива на кофпомпите. Въпреки невъзможността на водата да се справя със сериозни пожари гасителните ѝ свойства при потушаване на малки пожари в начален стадий са безспорни.

## ЛЮБОПИТНИ ФАКТИ! ЗНАЕТЕ ЛИ, ЧЕ...?

През 1813 г. капитан Уилям Джордж Манби изобретява „Extincteur“, първият преносим под налягане пожарогасител, който се състои от меден съд от 3 галона от перлена пепел (калиев карбонат) разтвор, съдържащ се в съгъстен въздух. В горната част на цилиндъра е имал малък маркуч и клапан. При задействане на клапана, въздухът под налягане излиза от металния цилиндър, който плъзга водата с него и по този начин гаси огъня.

Изобретението е патентовано в Обединеното кралство през 1818 г.



Съществуват също така различни устройства и съоръжения за безопасност, които следва да бъдат инсталирани в средствата за настаняване: детектори за дим, детектори за въглероден оксид, стълби за евакуация и планове за аварийни ситуации.

Процедурите и действията, които е необходимо да се предприемат при пожар, включват:

- набиране на спешен телефон 112;
- незабавно да бъде уведомено съответното длъжностно лице, съобразно вътрешните правила на хотела и противопожарните инструкции;
- уведомяване на отговорника за пожарна защита на обекта;
- асистирание на гостите на хотела за евакуация към аварийните изходи;
- използване на подходящите противопожарни уреди, съобразно противопожарните инструкции, вида и мащаба на пожара;
- запазване на хладнокръвие и спокойствие.

От 22 декември 1986г. влиза в сила Препоръка 86/666/ЕИО на Съвета относно противопожарната безопасност на съществуващите хотели. Тя има за цел да определи минимална степен на пожарна безопасност за всички хотели в държавите от ЕС и препоръчва държавите от ЕС да предприемат редица мерки, които да гарантират, че хотелите отговарят на тези стандарти.

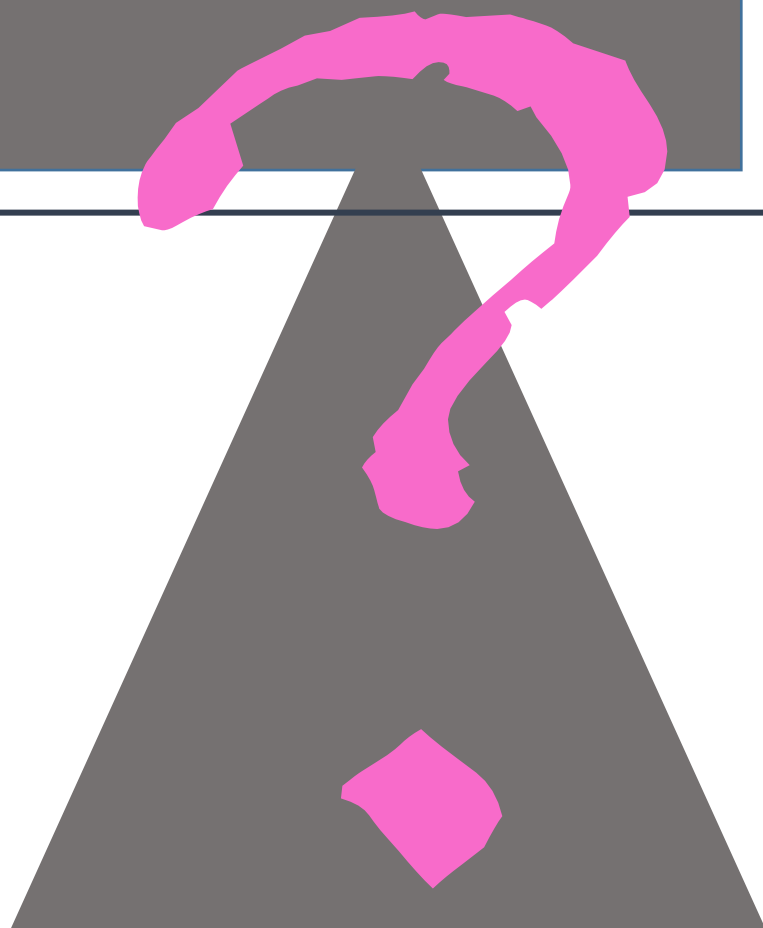
На държавите от ЕС се препоръчва да въведат противопожарни предпазни мерки, за да изпълнят следните 4 цели: свеждане до минимум на риска от избухване на пожар; предотвратяване на разпространението на огън и дим; гарантиране, че всички наематели ще бъдат евакуирани безопасно; позволяване на службите за спешна помощ да предприемат действия.

Те се призовават да предприемат действия, за да гарантират, че хотелите са подчинени на правила, основани на серия от принципи, които включват:

- осигуряване на безопасни пътища за евакуация, без препятствия и с ясни обозначения;
- осигуряване на стабилност на сградите в случай на пожар, за да могат обитателите да се евакуират безопасно;
- ограничаване наличието или употребата на леснозапалими материали в стената, тавана, подовите настилки и вътрешната декорация;
- пълна изправност на системите за предупреждение;
- персоналът да е получил подходящи инструкции и да е преминал подходящо обучение.

Приложението към препоръката съдържа техническите насоки. Те се отнасят по-специално до: местоположението и обозначенията на маршрутите за евакуация; конструкцията на сградата; настилките и декорацията; електрическата инсталация и системите за отопление и вентилация; гасенето на пожари, оборудването за известяване и предупреждение и инструкциите за безопасност.

Кой е най-подходящият уред, който бихте използвали при гасене на леснозапалими течности и какви действия ще предприемете?





## Безопасност и сигурност на гостите и персонала.

### Процедури за преодоляване на критични ситуации и непредвидени обстоятелства

В хотелите и останалите туристически обекти е възможно да възникнат различни опасни и екстремни ситуации. Такива са: природните бедствия и аварии (бури, урагани, гръмотевици), земетресенията, наводненията, опасностите от терористични действия и атентати и др.

Ефективното им предотвратяване е свързано най-вече с осигуряване на превенция, инструктажи за безопасност, тренировки и проиграване на ситуации. Именно затова е важно персоналът на хотела да познава особеностите на всяко работно място и схемите за евакуация на гостите.

Инструкциите по безопасност на труда включват запознаване с начините за боравене с противопожарните уреди, указания за повишено внимание при работата с леснозапалими и горивни материали. Както вече беше упоменато, задължително е да знае мястото на противопожарните инсталации, да се проверяват периодично наличието на план-схемите за евакуация, състоянието на вратите и достъпът до евакуационните и аварийни изходи, да се контролира ползването на електрически уреди от гостите (ютии, котлони, нагреватели, машини за коса и др.).

Съществен елемент от зареждането на стаите е да не се пропуска наличието на материали за противопожарна защита и противопожарни правила, които трябва да се спазват от гостите. Всеки служител е длъжен да знае телефонните номера на противопожарните служби и гражданска защита.

Процедурите за предотвратяване на критични ситуации при природни бедствия включват три направления: **предприемане на действия при земетресения, предприемане на действия при наводнения, предприемане на действия при бури и урагани.**



**Земетресенията** са природни бедствия, които не могат да бъдат предсказани и предотвратени. За недопускането на човешки жертви и тежки материални загуби, държавните органи предприемат мерки, свързани с антисейзмичното строителство, спазване на строителните норми, създаване на готовност за адекватно реагиране и за ликвидиране на последиците. Важно е да знаем, че правилното поведение на

всеки от нас може да бъде животоспасяващо, особено когато е свързано с оказване на съдействие на гостите на хотела. Земетресението може да доведе до тежки последици и поражения, включително върху психиката на гостите. Това изисква:

- Запазване на хладнокръвие и спокойствие;
- Успокояване на гостите, че земетресението не е силно, хотелът е изграден при стриктно спазване на техническите и строителните изисквания при земетръс, персоналът е обучен за действия в екстремни ситуации и пр.
- Отвеждане на гостите без паника към изходите, като трябва да се има предвид, че при земетресение най-опасни са балконите, външните стени, стълбищата и асансьорите.
- Ако прецените, че не можете да излезете на открито за по-малко от минута, насочете гостите да заемат най-безопасното място в сградата на хотела – под рамката на вратата, близо до вътрешна стена, колона, под стабилна маса или легло.

След преминаването на първия трясък е необходимо да се изключат електричеството, газта и водата. Придвижването към изходите трябва да бъде по стълбите и да не се ползва асансьор. При асистиране на гостите да напуснат хотела, се постарайте да осигурите предимство за майките с деца и за възрастните хора.

Необходимо е да бъдат дадени инструкции след излизане от сградата, гостите да се отдалечат на открито място, най-малко на разстояние равно на височината на най-близката постройка, далеч от далекопроводи, електрически, трамвайни и тролейбусни мрежи.

Служителите трябва да запазят хладнокръвие през цялото време и да окажат първа помощ, ако около тях има пострадали.

**Наводнението** е природно бедствие, при което временно се залива определена територия с огромно количество вода, вследствие на аварии в хотелите или на повишаването на нивото на водните басейни и речните корита. Причините за повишаването на нивото на тези водни басейни могат да бъдат различни - интензивни валежи или снеготопене, скъсване на язовирна стена, разрушаване на диги, високи вълни или човешка дейност.

При възникване на опасност от наводнение действията, които трябва да бъдат предприети зависят най-вече от мащаба на бедствието. Ако наводнението е частично се уведомяват съответните длъжностни лица (отговорници и др.), за да го отстранят.

Ако наводнението е цялостно и застрашава гостите на хотела е необходимо да се реагира съобразно предварителната подготовка и да се действа за евакуация, подобно на действията, които се предприемат при пожар: незабавно позвъняване на телефон 112. Съобщаване наименованието и адреса на място за настаняване, какъв точно е проблема (наводнение, залети площи и др.) има ли пострадали или застрашени хора.

При евакуация е необходимо:

- да се изключат газта и електричеството;

- да се спре водата;
- служителите да запазят хладнокръвие, да уведомят гостите задължително да вземат личните си документи, ценни вещи, пари (кредитни, дебитни карти) и други документи и да ги придружат към изходите.

При невъзможност за напускане на сградата на хотела, се преместете, заедно с гостите на най-горните етажи или покрива, като уведомите дежурните служители на телефон 112.

Всяка година в края на лятото се **разразяват гръмотевични бури с мълнии и градушки**, които причиняват значителни материални щети, а понякога и човешки жертви. Въпреки, че в днешно време има начини за защита от това природно явление, за хората, които работят на открито има риск. При хотелиерството опасностите от бури и урагани са свързани най-вече с опасност от счупени стъкла, които да наранят гостите и персонала на хотела, счупени клони или падащи предмети, които са оставени на открити площи (тераси, балкони, площадки, веранди).

**Действията, които трябва да се предприемат при буря или ураган са:**

- още с приближаването на бурята да се огледат и затворят всички прозорци, витрини, врати и други проходи, за да не се увреди имущество на гостите или на хотела;
- да се съдейства на отговорниците и ангажираните лица за бързи действия;
- да се предупредят гостите да се пазят от евентуални счупени клони или падащи предмети, оставени на откритите площи;
- предупреждаване на гостите да стоят настрана от метални конструкции, огради, парапети и други метални заграждения и да не държат метални предмети в ръце, както и от чешми, балконски врати и прозорци;
- да се изключат от мрежата всички електрически уреди.

За защита на материалната база на хотела от пряко попадане на мълнии, трябва да бъдат изградени мълниоприемници и мълнийотводи. Мълниезащитната инсталация на всяка сграда трябва периодично да бъде проверявана.

Заплахите от атентати бележат значителен ръст от края на 90-те години на миналия век до днес. Те могат да възникнат и в хотелиерството и представляват реална заплаха в някои страни (Египет, Израел и др.), а пред последните години и в някои европейски страни. Това налага да бъдат предприети конкретни мерки и действия:

- Най-важното в подобен случай е заплахата да се приеме сериозно и в никакъв случай да не се омаловажава;
- При получаване на заплаха по телефона, разговорът да се задържи възможно най-дълго, за да може евентуално да бъде засечено местоположението на източника;
- Незабавно да се уведомят прекият началник и мениджърът на хотела;

- Да се уведомят отговорните и специализирани институции: прозвъняване на спешен телефон 112, МВР, ДАНС, Противопожарна защита, Гражданска защита и др. (в зависимост от вида на заплахата);
- Да не се докосват изоставени подозрителни предмети, багаж, вещи и др.;
- При нужда да се евакуират гостите на хотела.

В заключение може да се обобщи, че при всякакви видове екстремни ситуации е необходимо да бъдат предприети някои общовалидни действия. Да бъде разработена и сведена до знанието на всички служители инструкция за действия в екстремни ситуации. Да бъдат сключени всички видове застраховки, както за имуществото на хотела, така и за живота и здравето на гостите и пребиваващите в хотела, застраховки трудова злополука за персонала и др. Да има медицински пункт и да бъде осигурена постоянна медицинска помощ в случай на нужда.

**Опишете кои са основните действия, които трябва да предприеме персонала на хотела при опасност от природно бедствие. Кое е по-особеното действие, което трябва да се предприеме при наводнение?**



## **Силните ветрове предизвикват: ?**



## Процедури за адресна регистрация на туристите.

### Ред за осъществяване на връзка с органите на реда

По същност и правно-нормативна основа адресната регистрация в местата за настаняване е задължителна съгласно за гражданската регистрация и закона за пребиваване на чужденци в България. Това е дейност свързана с гарантиране на сигурността и обществения ред в страната и в съответното място за настаняване. Спрямо чужденците, това е форма за установяване на временното им пребиваване в страната.

Съгласно чл.116 от Закона за туризъм, лицата извършващи хотелиерство, водят регистър за настанените туристи със съдържание на данните, утвърдени от министъра на туризма и публикувани на интернет страницата на Министерството на туризма. Вписванията в регистъра се извършват при настаняването на туриста.

Регистърът се води чрез:

- Централизирана информационна система, поддържана от министъра на туризма, достъпна чрез публично уеб-базирано или друго приложение за инлайн достъп;
- Избрана от лицето извършващо хотелиерство, информационна система, отговаряща на изискванията на Закона за електронно управление;
- Хартиен носител по образец (адресна карта), утвърден от министъра на туризма и публикуван интернет страницата на Министерството на туризма.

Реквизитите на адресните карти за българи са: трите имена, дата и място на раждане, номер на документ за самоличност, постоянен адрес, дата на регистрация, подпис от регистратора и печат на хотела.

Реквизитите на адресните карти за чужденци са: имена изписани на български и английски език, дата на раждане и държава на раждане, номер на паспорт с дата и място на издаване, гражданство, подпис от регистратора и печат на хотела.

От 01.10.2019 година всички хотелиери, включително физическите лица, които предоставят настаняване в стаи за гости, къщи за гости и апартаменти за гости, трябва да подават информация към ЕСТИ (Единна система за туристическа информация) съгласно изискванията на чл.116, ал.5 от закона за туризма.

Системата обхваща процесите по събиране и генериране на обобщена статистическа информация на базата на подадените данни в централния регистър за нощувки от местата за настаняване и данните за лица, които са граждани на Република България, страна член на ЕС, Конфедерация Швейцария или страни по Споразумението за Европейско икономическо пространство.

Данните получавани от местата за настаняване могат да се въвеждат в системата ЕСТИ по няколко начина в зависимост от потребностите и възможностите на местата за настаняване.

За да се осигури сигурен метод за регулярно подаване на данните, системата ЕСТИ предоставя на потребителите от местата за настаняване следните възможности за попълване на данни:

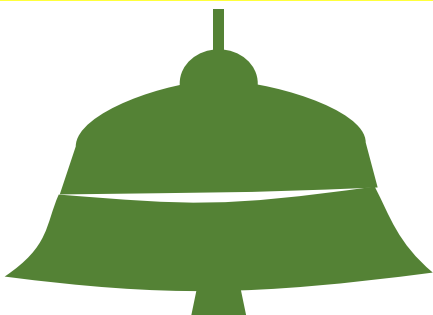
- Web service, чрез който по предварително договорен формат от хотелските информационни системи се подават статистически данни за регистрираните нощувки и идентификационни данни за лицата съгласно чл. 116, ал.5, т.2;
- Уеб базиран потребителски интерфейс, чрез който регистрирани потребители, представители на местата за настаняване имат възможност да подадат исканите данни чрез: директно въвеждане на информацията, импорт на файл с данни по предварително зададен формат.

Персонализиранта информация за лицата (име, номер на документ за самоличност, ЕГН/ЛНЧ) се съхранява в системата в криптиран вид, като въвеждането се извършва в срок до 24 часа от вписването или промяната на данните в регистъра. Когато туристически обекти се намират в райони, за които липсва комуникационна свързаност, въвеждането на данни в ЕСТИ се извършва веднъж седмично, като тези райони се публикуват на интернет страницата на Министерството на туризма.

До данните от регистрацията на туристите в местата за настаняване достъп имат:

- Лицата, извършващи хотелиерство – за данните за настанените от тях лица;
- Съответната община – за данните за броя на настанените лица, тяхното гражданство и броя на реализираните нощувки на територията ѝ;
- Националната агенция за приходите – за данните за броя на настанените лица, тяхното гражданство и броя на реализираните от тях нощувки на територията на цялата страна;
- Министърът на вътрешните работи;
- Националният статистически институт – за обобщени статистически данни, въз основа на наличните данни в Единната система за туристически информация, в обем, определен със закон.

**Посочете кой има достъп до данните от регистрацията на туристите.**



## Система за защита от престъпления в хотела

Хотелската сигурност разглежда системата от технически средства и организационни мерки, насочени към предотвратяване, намаляване и контрол на различните престъпни действия, както и защита на хората и имуществото в хотела. Осигуряването на безопасност на госта е от първостепенно значение за всяко място за настаняване. То влияе върху качеството на обслужване и имиджа на хотела.

Системата за защита от престъпления в хотела може да се изобрази по следния начин:



Мениджърът на хотела е отговорен за обучението на своя персонал, превенция, първа помощ и планиране на спешни случаи, било то за здравето на клиента, пожар или земетресение, като по този начин поема съответните отговорности. Необходимо е също на персонала от охраната на хотела да бъдат предоставени служебно оръжие и служебен мобилен апарат, който да служи само и единствено за целите на охранителната дейност и да се съхранява съобразно законовите и вътрешните разпоредби на хотела. Служителите, които не са ангажирани пряко с охраната на хотела, следва да бъдат обучени как да реагират при форсмажорни и екстремни ситуации. Да им бъдат направени първоначален инструктаж и обучение съобразно законовите изисквания, политиката и вътрешните разпоредби за сигурност и безопасност в хотела, а след това периодични инструктажи на всеки три месеца.

Престъпленията се подават срещу имущество на хотела (кърпи, пепелници и др.) или вещи на гостите (камери, лаптоп, пари, бижута и др.).

Престъплението може да бъде произведено от престъпници, от самият гост или посетител на заведението, както и от недобросъвестен персонал или трети лица, свързани с учреждението (контрагенти, доставчици на суровини, стоки и услуги).

Открояват се два компонента на системата за сигурност за превенция на престъпността:

- Човешкият компонент, който съответства на човешките ресурси, пряко или косвено свързани със сигурността в хотела или заведението.
- Технологичният компонент, който се основава на инфраструктура и техническо оборудване с превантивни и прогнозни цели на активна и пасивна защита.

Човешкият компонент е свързан с действията на персонала при ситуации, застрашаващи сигурността на гостите: кражби, нападения, опасност от атентати и др. В тази връзка персоналет е длъжен да познава добре работното си място и планове за евакуация, да следи състоянието на техническите съоръжения, инсталации и достъпа до евакуационните изходи.

Важно е да се отчете факта, че инцидентите, трудовите злополуки и неадекватните действия от страна на персонала най-често се дължат на липса на начален инструктаж и познаване естеството на работата, незаинтересованост и небрежност, липса на концентрация и разсеяност, неуравновесено емоционално поведение, неспазване на правилата за безопасност на труда и на обслужване. Персоналет следва да е добре обучен как да реагира за предотвратяване на злополуки и инциденти от различен характер, как да борави с газове и електрически съоръжения, леснозапалими вещества.

Всеки хотел, независимо от категорията си, трябва да има отличителни табели в коридори, асансьори и стаи за гости. Всички негови служители трябва да бъдат обучени да се справят с различни ситуации, за да не се създава напрежение, паника или несигурност при кризисна ситуация.

Трябва да помним, че туристът изисква по-голямо внимание и помощ поради липсата на познания за дестинацията, така че предоставянето на информация е необходимо да стане фактор с най-висока стойност.

Основните изисквания към охранителната дейност включват:

- осигуряване на видеонаблюдение;
- осигуряване на специализирана охрана на хотела;
- правилен подбор и обучение на персонала за охрана;
- наличие на пропускателен режим в хотела.



## ЛЮБОПИТЕН ФАКТ! ЗНАЕТЕ ЛИ, ЧЕ...?

*Охранителните камери се разпространяват в целия свят и стават все по-многобройни.*

*Вече има над 25 милиона камери по света.*

*Само на летището в Сингапур, те са около 30 000.*



Техническият компонент се съставява, както от охранителните камери, алармени инсталации и съоръжения, така и от различните системи за достъп в хотелите, а именно:

- Безконтактни (чип) карти с вградена антена. Тяхното основно предимство е, че информацията се чете от разстояние, без физически контакт. Използват се основно в системи за контрол на достъп. Има различни карти според използваната радиочестота и протокол за обмен на данни.
- Смарт карти, които са микропроцесорни интегрирани системи със собствена операционна система, оперативна памет, файлова структура и възможности за вътрешна обработка на данни. Смарт картите намират широко приложение в областта на сигурността, цифровите сертификати, електронния подпис, предплатените услуги, мрежовата сигурност, защитата на софтуер и др. Вградените криптиращи алгоритми и механизми осигуряват висока степен на надеждност.
- Електронни брави с кодове, които осигуряват по-високо ниво на сигурност и удобство. При тях след употреба се изтриват старите пароли и се въвеждат нови за следващият гост или наемател.

Предимствата, които дават подобни системи са:

- Понижаване на консумираната електрическа енергия. Гостите няма да забравят и оставят включени осветлението, климатика или телевизора, когато са извън стаите, тъй като картата за достъп до стаята служи и за подаване на ел. енергия в нея.
- По-добро обслужване и контрол, тъй като бравите регистрират всяко влизане в стаята. Тази информация може да бъде използвана и при проверка на обслужващия персонал: кога и в колко часа са почистени стаите, кой е влизал последен в стаята и др. Това е изключително предимство и при кражба.
- Осигуряване на удобство и контрол, тъй като на всеки служител от персонала се издава индивидуална карта със закодирани в нея името, типа на картата, етажа или сградата, която може да обслужва, часовия интервал, в който може да отваря стаите, както и валидността на картата.

При изгубване или кражба на карта на гост – тя може да бъде анулирана, като му се издава нова. Така сигурността на багажа на госта е гарантирана в максимално кратки срокове (избягва се смяната на патрони, както е при механичните брави). Освен това картите имат защита от копиране, което повишава сигурността при оставяне на картата без надзор.

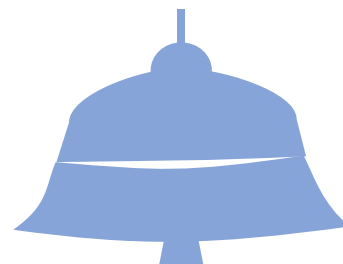
Картите дават възможност да се използват като разплащателно средство за безкасово плащане на територията на хотелския комплекс. Това улеснява клиентите, като премахва необходимостта да носят пари в брой. Сметките се записват на номера на стаята и при напускане се извършва плащането. Картите представляват своеобразна реклама на комплекса и същевременно дават достъп на госта до стаята за точно определен период от време, след което стават невалидни. По този начин се допринася за повишаване на имиджа и сигурността на хотела.

Охранителната дейност на хотела е свързана с редица разпоредби. Подобни примерни разпоредби могат да включват следните дейности: моментално информиране на охраната при оставени без надзор предмети

и багаж; при опасност от наличие на взривно устройство, да не се ползват мобилни апарати, тъй като набирането на номер може да активира взривно устройство, а вместо тях служебна кодова система; изключване на централното електрическо захранване и включване на аварийното, което е с понижено напрежение, като по този начин се намалява опасността от взрив; стриктно спазване на инструкциите при кризи, бедствия и аварии.

Системата за обществена сигурност, която позволява свободното движение на туристи през дестинацията, намалява процента на конфликтни ситуации, главно престъпни деяния – кражби, грабежи и злополуки. Тя следва да осигури:

- защита на гостите и посетителите от хората;
- защита на гостите и посетителите от престъпника;
- защита на туристите от културната среда;
- защита на привличането на туриста, който взема „сувенир“;
- Защита на туристите и посетителите от туристическата атракция.



Правилно и добре обучен, мотивиран и удовлетворен служител ще изпълни всичките си задачи много по-добре, мислейки не само за своето удовлетворение, но и за своите колеги, компания, за която работи и разбира се, клиентите на тяхната компания - гостите и посетителите на хотела.

Това важи за служителите във всички отдели, включително администрация, логистика, производство, боравене, поддръжка, почистване, транспорт и много дълги и други. Рецепционистът е толкова важен, колкото сервитьорът на стаята или стаята, камериерката, която отговаря за почистването на помещенията, или доставчиците на стоки, суровини и услуги. Всички те работят за по-добро обслужване на своите клиенти и за задоволяване на техните нужди и очаквания.

**Какви действия трябва да предприеме хотелски служител, който види забравен багаж?**



## Охранителни процедури при работа с вещи на клиенти, материали и оборудване

Безопасността трябва да се тълкува като субективно състояние, което ни позволява да възприемаме, че се движим в пространство, свободно от реални или потенциални рискове. Липсата на сигурност поражда конфликт, сблъсък или борба на ценности и права, които отчитат: обстановката, където гостите се движат постоянно или временно; личните интереси, тъй като гостът несъзнателно превръща в соматични симптоми страданието и несигурността за семейството си, живота си, имуществото си и в някои случаи морални щети, ако те вече са били жертва на престъпно деяние, което поражда конкретно усещане за загуба на социални и лични ценности.

Хотелиерът организира и ръководи цялостния процес по посрещане, настаняване и изпращане на гостите. В това число контролира състоянието на стаите за гости, на общите помещения, тяхната чистота и изрядност, следи за спазването на всички нормативни изисквания, качеството на предлагане, трудовата дисциплина, спазването на изискванията за безопасност.

Съгласно Закона за туризма, хотелиерство на територията на Република България се извършва само в категоризирани по този закон туристически обекти. Законът също така задължава лицата, извършващи хотелиерска дейност да водят регистър за настанените туристи и ежедневно да подават по електронен път информация в Единната система за статистическа туристическа информация (ЕСТИ) за броя на реализираните нощувки.

Политиката на хотела за сигурност установява три възможни стратегии при проблем:

- Превантивна, която се стреми да намали рисковите фактори;
- Стратегия основана на случайност и опит на хотелиера да сведе до минимум сериозността на проблема, след като се е появил;
- Коригиране на ситуацията.

В туристическата индустрия се използват най-разнообразни системи за контрол, повечето от които са базирани на микропроцесорни технологии и се разработват на модулен принцип, позволяващ не само адаптация в зависимост от размера и функциите на съответния обект, но и интегриране в обща система за контрол. Интегрираните системи осигуряват възможност за голяма гъвкавост при разширение на съществуващите или развитие на нови функции по контрол, както и за бързи промени при възникване на необходимост.

Видеонаблюдението е традиционен способ за гарантиране сигурността на гостите на хотела и техните вещи. Охранителните камери са изложени на видими места на сградата на хотела сгради, входове, коридорите и общите помещения. По този начин отделните помещения и части на хотелските обекти могат да бъдат наблюдавани денонощно, а при необходимост може да се проследи записаната на видеокамерите информация.

Практиката показва, че обектите, защитени със системи за видеонаблюдение, по-рядко са обект на престъпни атаки, а и при наличие на такива, разкриваемостта им е значително по-голяма спрямо обекти без подобни системи.

Бързото развитие на технологиите и поевтиняването на видеосистемите и компютърната техника, направиха възможно създаване на евтини и ефективни системи за видеонаблюдение, напълно приложими за всякакъв размер хотели и места за настаняване. Тази тенденция води до масовизация на употребата им и повсеместно приложение.

## ЛЮБОПИТНИ ФАКТИ! ЗНАЕТЕ ЛИ, ЧЕ...?

*Въпреки наличието на охранителни камери от фоайето на луксозен италиански хотел изчезнало цяло пиано. Трима непознати просто го изнесли и никой повече не го видял. На хотел близо до Залцбург пък дървените пейки на сауната били откраднати.*

Информацията може да допринесе за генериране на сигурност или несигурност в госта и неговите вещи, така че е от изключително значение да се борави с информационната комуникация като ценен инструмент за създаването.

По принцип информацията е цялото познание на данни, което разширява или потвърждава факти, които могат да бъдат полезни при вземането на решения за нашите цели или за нашите клиенти, улеснявайки тяхното предвиждане или прогнозиране на събития. Задачата за комуникация във връзка с безопасността, от стратегическото планиране на хотела през комуникационната стратегия с клиента, трябва да е в основата на всички мениджърски действия, изпълнения, изказвания, съобщения и др. По този начин компанията ще може да се съобрази изцяло със своята мисия: да генерира сигурност за госта.

Информационната сигурност има за своя основна мисия защитата, ориентацията и помощта на госта. Важно е да се предоставя на гостите изчерпателна, точна и ясна информация за определени спешни служби (здравни пунктове, полиция, банкомати, туристически информационни центрове и др.)

Едни от най-често задаваните въпроси са:

- Безопасно ли е мястото за посетителите?
- Какво да правите при кражба и обир?
- Има ли дежурна аптека?
- Къде най-близо има банкомат или банка?
- Какво да направите, ако сте загубили паспорта си и трябва да се върнете в страната си?
- Как да продължите, ако ви свършат пари за вашия билет за връщане?

Сходни въпроси обикновено се задават от гостите на хотела и е изключително важно да се знае, че информацията генерира сигурност, а липсата ѝ води до генериране на страх и тревожност или дори паник атаки в зависимост от вида на проблема, който гостът представя.

За да могат да отговорят от фронт офиса на всички подобни въпроси, служителите трябва да разполагат с изчерпателна база данни и по този начин да могат да предоставят систематизирана информация, която да спомага за бързото и коректно задоволяване на нуждите на госта. Това от своя страна рефлектира върху неговата удовлетвореност и спокойствие, както и върху цялостното качество на обслужване.

Докато повечето гости депозират своите ценности и документи в сейфовете на хотела, някои предпочитат да не правят това, което понякога може да им причини неудобства. В този смисъл портиерът или рецепционистът трябва да посъветва гостите да съхрани ценностите си в съответните сейфове, като ги предупреждава, без да създава паника, за ситуацията в курорта или града, тъй като неочаквани и неприятни събития обикновено се случват във всички големи градове и оживени курорти.

Обичайно при пристигането си туристите оставят багажа си на рецепцията, пренебрегвайки го, докато се регистрират, и това е мястото, където охраната на хотела трябва да направи всичко възможно, за да ги защити.

В случай на грабеж вътре или извън хотела, гостът никога не трябва да бъде изоставен. Хотелиерът трябва да бъде винаги с него, дори трябва да го придружи до полицейското управление или полицейския пункт, за да направи съответния доклад и дори да предложи финансова помощ, ако случаят го изисква.

Някои гости претърпели лошо преживяване, могат да демонстрират параноични или фобични реакции. Например: наблюдават и питат за сейфове, охранителни камери, съоръжения за сигурност и аварийни изходи. Поради тази причина по време на настаняването всеки хотел трябва да предостави алтернативен план, който включва аварийните изходи, детекторите за дим и пръскачки, така че гостът ще забележи организацията и превенцията и ще се почувства по-спокоен, знаейки, че всичко е предвидено и контролирано.

Грижата за съхраняването на вещите на клиентите на хотела се осъществява от съответните отговорни служители. Така например съхраняването и движението на ключовете от хотелските стаи се извършва от звено консиерж- те се съхраняват в специално табло (казие), разделено на клетки, където освен ключа се поставят съобщенията и пощата за госта. От съображения за сигурност таблото се поставя под плота на рецепцията, за да се вижда само от служителите от Фронт офиса, а на гостите от стаята (независимо от техния брой) се предоставя само един ключ.

В съвременните хотели се налага използване на ключ-карта, която има собствен код, със съответната поредност на настаняване и служи като идентификационна карта на клиента, която му предоставя достъп и до други услуги на хотела. Информация за кодовете на всички ключ-карти от хотелските стаи се съдържа в мастър модулет за електронно заключване.

Съхраняването на ценности се извършва от служителите във фронт офиса и може да бъде уредено по два начина:

- предлагане на индивидуални сейфове;
- съхраняване в общ трезор.

В зависимост от политиката на хотела, услугата може да бъде както платена, така и безплатна. При желание на госта да ползва сейф, е необходимо да попълни специална бланка, съдържаща лични данни на госта и информация за стаята, в която е настанен, срещу което получава уникален ключ. В случай на загубване на ключа, гостът е длъжен да заплати направените разходи за подмяна на ключалката. Самите сейфове трябва да бъдат разположени в зона с ограничен достъп в хотела, но същевременно да бъдат видими от служителите във фронт офиса. Всяко ползване на сейфа се отразява в попълнената от госта бланка.

**Как ще реагирате ако сте служител във Фронт офиса на хотела и видимо притеснен за своята сигурност клиент Ви зададе въпрос, на който не можете да отговорите?**



## Организация на дейността и процедурите за оценяване на риска

Хотелиерството се реализира като услуга, която се предоставя на различни по националност, манталитет, образование, социален статус, семейно положение, пол и т.н. гости. Хотелите трябва да са спазили всички правила за безопасност, свързани с пребиваването на гости, както и за персонала.

Гостите много се влияят от факторите „сигурност” и „безопасност”, в които се включват здравната безопасност и сигурността по отношение на престъпления, бедствия и аварии, при пребиваването им в хотела, а също са и от голямо значение са здравословните и безопасни условия на труд за персонала.

Рискът се свързва обикновено с възможността да се случи неблагоприятно събитие и всички вероятни негативни последици от него. В понятието риск се влага различен смисъл, като възможност или вероятност за настъпване на щета, загуба, вреда, обект, който е застрашен от неблагоприятно събитие, или неблагоприятно отклонение от очаквания резултат. Възможно е инциденти и щети да са минимални, но да се случват много често, например техническа неизправност на хладилните съоръжения. Повредата на хладилните съоръжения предизвиква значителни загуби от повреждането на хранителните продукти. Риск, който също не бива да се подценява, е например пожар в хотела, защото може вероятността за възникване на да е малка, но последициите от него да бъдат съществени.

Хотелиерът трябва задължително да направи оценка на риска за здравето и безопасността на гостите и работещите. Тази оценка е за работните места, процеси, оборудване, организация на труда, гости. Трябва да се планират мерки за свеждане на рисковете до минимум и да се осигури ефективен контрол за спазването на правилата без риск за здравето на работещите и гостите.

### Цел на оценката на риска

Целта на извършването на оценка на риска е да позволи на работодателя да вземе необходимите мерки за защита на безопасността и здравето на работниците, а на хотелиера за защита на безопасността и здравето на гостите.

### Тези мерки включват:

#### За персонала:

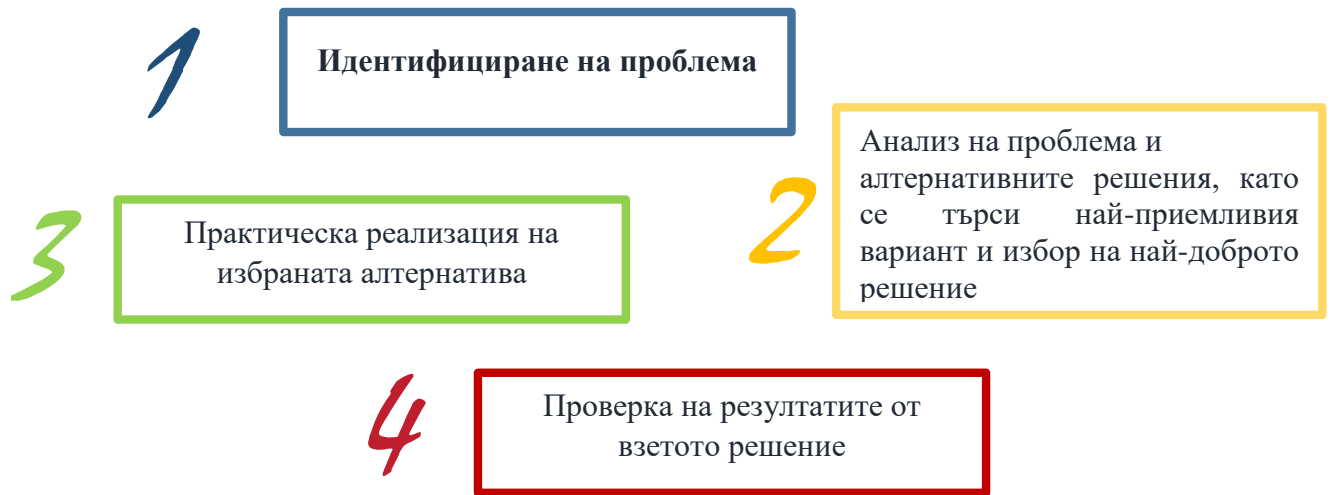
- Превенция на професионалните рискове;
- Осигуряване на изправност на уредите и съоръженията за работа;
- Предоставяне на информация на работниците;
- Осигуряване на обучение на работниците.

#### За гостите:

- Осигуряване на обща безопасност;
- Предоставяне на информация на гостите за аварийни изходи;
- Осигуряване на безопасност на басейните и СПА центровете;
- Безопасност за деца;
- Безопасност на храните.

Осигуряване на организация и средства за изпълнение на необходимите мерки.

## Управлението на риска изисква спазването на определена процедура:



Оценката на риска се преразглежда, ако настъпят промени, по преценка на работодателя или по предписание на контролните органи. Работодателят определя и периодичността на оценяване на риска, както и оценителите на риска, и изискванията към тях .

### Поетапен подход към оценката на риска

#### Стъпка 1

#### Определяне на опасностите и на застрашените лица

Търсене на факторите в работната среда, които имат потенциал да причинят увреждане, и определяне на работниците, които могат да бъдат изложени на опасности. За персонала в хотел оценката на риска се изготвя от служба по трудова медицина. За гостите – търсене на причините и опасните зони. Рисковете са много, затова те се степенуват по важност, период (време) на възникване на опасност (зимни месеци, вечерни часове), за кого са най-големи, места с най-много рискове и т.н.

Твърде е висок риска за хотелиерите, тъй като се предлагат много допълнителни услуги на гостите. Възможни са инциденти при ползването на басейна, също за деца, оставени без надзор. Поставят се обозначителни и предупредителни табели за местата, носещи рискове от подхлъзвания, спъвания, електрически токове, на изходите – съответно „вход“, „изход“, на стъклените врати с цял светъл отвор. На големите басейни се назначават спасители, ако няма такива, се поставя табела. Асансьорите трябва да са обслужени от фирма и с необходимите придружаващи документи. Трябва да има писмена процедура за заседнали в асансьора лица. В ресторантите и баровете се пораждат рискове от инциденти, свързани с развалена храна и алергични реакции. Хотелите трябва да разполагат с план за охранителната дейност и план за действие в аварийни ситуации, защита от пожар, план за евакуация, аварийни изходи. За предпазване от пожар има редица изисквания. Поставят се димни датчици, а също така трябва да е съобразен капацитета на мястото за настаняване с възможностите му за евакуация при пожар или други бедствия.

#### Стъпка 2

#### Оценка на рисковете и тяхното подреждане по степен на важност

Преценяване на съществуващите рискове (сериозност и вероятност на възможното увреждане), и подреждането им по степен на важност.



Стъпка 3



**Решение за предприемане на превантивни действия**

Определяне на подходящите мерки за отстраняване или контролиране на рисковете.

Стъпка 4



**Предприемане на действия**

Изпълнение на превантивните и защитни мерки, посредством план за определяне на приоритетите.

Стъпка 5



**Контрол и преглед**

Оценката следва да се преразглежда периодично, за да се гарантира нейната актуалност. Да се изпълняват и спазват нормативните документи, и да се правят проверки според изискванията (ежедневни проверки и периодични проверки).

1. Какво трябва да се направи, когато асансьорът не работи?
2. Какви опасности може да има за гостите около басейна?
3. Може ли да има опасност за децата на детските площадки?



## Застрахователна защита

### КАКВО Е ЗАСТРАХОВАНЕ?

Застраховането представлява събиране на вноски (премии) от много лица, изложени на еднотипен риск. Когато риск или вреди са се реализирали за някое от лицата, сумата, събрана от всички, помага да се покрият загубите му и в този случай има застрахователно събитие.

Застраховането осигурява средства за финансова защита на хората при настъпване на неблагоприятна ситуация и гарантира сигурност и спокойствие. Застраховките в хотелиерството са доброволни. Могат да се сключват от хотелиерите и от гостите на хотелите. Застраховането се извършва с договор, в който се уточнява срокът на действие на застраховката, лимита на покритието на застрахователната сума, условията и случаите, при които важи това покритие.

### ВИДОВЕ ЗАСТРАХОВКИ

Застрахователните компании предлагат различни видове застраховки, както за хотелиерите, така и за гостите. Най-популярни застраховки са:

#### „Отговорност на хотелиери и ресторантьори“

Този вид застраховка спада към категорията „Обща гражданска отговорност“. Като цяло рискът на хотелиерите е твърде висок. Макар, че повечето от причинените наранявания на гостите са дребни (падания и подхлъзвания), делът на заведените иски срещу собствениците е твърде висок.

Изискването да се предприеме такава мярка произтича от Закона за задълженията и договорите, според който всеки носи отговорност за вредите, които е причинил, поради небрежност, пропуск или грешка на трети лица.

Много от хотелите предлагат редица допълнителни услуги за своите гости, което се отразява и върху нивото на риска. Ако хотелът разполага със собствен басейн например, това означава възможни инциденти, свързани с ползване на басейна от някои от гостите в нетрезво състояние, деца, оставени без родителски надзор и др. Затова се поставят изисквания за подходящи указателни и предупредителни табели, наличие на спасители и др.

Ресторантите (включително и тези, които са част от допълнителни услуги, предлагани от хотела), пораждат рискове от инциденти, като наранявания от счупени чаши и чинии, подхлъзвания, инциденти, свързани с развалена храна и алергични реакции, които също се покриват от застраховката. Параметрите на застрахователната защита могат да бъдат твърде различни и зависят както от избраните покрития, така и от характера и мащаба на бизнеса, и възприетите мерки за предотвратяване на възможните инциденти. Застрахователят има право да извършва проверки на съществуващите правила и процедури за опазване на здравето и сигурността на посетителите, както и на тяхното практическо съблюдаване и приложение. Така се гарантира на клиента, че съответният хотел отговаря на минималните стандарти за безопасност.

Хотелите и заведенията за хранене и развлечения задължително трябва да разполагат с подробен план за действие в аварийни ситуации, защита при пожар, план за евакуация, наличие на определен брой ясно обозначени аварийни изходи. Поставят се и редица изисквания за предпазване от пожар, като например димни датчици. В повечето развити страни има дори условие в застрахователната полица, което поставя ограничение за броя на хората, допускани в обекта - той трябва да бъде съобразен с капацитета му и възможностите за евакуация при пожар или друго бедствие.

#### **За застрахователно събитие се счита:**

- унищожаване или увреждане на движимо имущество на трети лица;
- телесно увреждане (включително фатален край), на лице, вследствие на злополука или вследствие на хранително отравяне след консумиране на храни и напитки.

#### **Застрахователното покритие включва:**

- сумите, които застрахованият на законно основание е отговорен да заплати, като компенсация за причинени неимуществени и имуществени вреди на гости, клиенти и посетители;
- сумите, които застрахованият е отговорен да заплати за вреди, причинени от лица, работещи под негово ръководство или за негова сметка, при осъществяване на всяка дейност или длъжност, посочени в Полицата;
- разходите, които застрахованият целесъобразно е направил за предотвратяване и ограничаване на вредите, предмет на настоящите условия, както и други разходи, извършени със съгласието на застрахователя;
- съдебните разходи по граждански дела срещу застрахования, във връзка с искове по изброените по-горе покрития, извършени с предварителното съгласие на застрахователя.

#### **„Злополука“**



Застраховка „Злополука“ на гости на хотели е подходяща за юридически лица - собственик, управител или наемател на хотел за български и чуждестранни граждани, които пребивават в хотели, мотели, хижи или други места за настаняване, намиращи се на територията на Република България. Тази застраховка осигурява покритие в случай на злополука, смърт или трайно намалена работоспособност, по време на престой в хотел. При подписан застрахователен договор, застраховката за всеки гост се счита за сключена с регистрацията на госта в хотела и заплащането на нощувката. Застрахователят е отговорен за събития, настъпили на територията на хотела и прилежащите му територии – градини, басейни, външни барове, както и по време на кратки екскурзии на госта в страната и/или в чужбина, когато не е прекратена регистрацията му в хотела.

#### **„Туристическа застраховка“**



Застраховат се групово или индивидуално български граждани, при пътуванията, почивки и престоя им на територията на Република България. Застраховката се предлага за всички лица на възраст до 69 години и може да се сключи при пътувания на семейства, туристически дружества, организирани екскурзии, също така за всички деца, участници в бели, зелени и сини училища, детски лагери и екскурзии. Покритите рискове са смърт, трайна и временна загуба на работоспособност вследствие на злополука, и медицински разноски, и репатриране вследствие на

злополука и акутно\* заболяване. При настъпване на застрахователно събитие, на пострадалото лице се изплаща обезщетение за претърпените вреди и разходите, свързани с лечението.

### **„Спасителни разноски“**

Застраховката е доброволна и се сключва за индивидуални или групови пътувания. Предназначена е за български и чуждестранни граждани на възраст до 69 години, които предприемат туристически излети, пътувания, почивки, спортни и тренировъчни мероприятия на територията на Република България, при които е възможно да настъпи злополука или заболяване. Застраховката покрива реално направени разходи по издирване, спасяване, оказване на първа медицинска помощ и транспорт, както и разходи на организации, ангажирани в действия за издирване и/или спасяване на застрахован (БЧК, Гражданска защита, Противопожарна служба и т.н.). На пострадалия се осигурява морско или планинско спасяване по суша, въздух и вода, включително подводно издирване и спасяване. Цената на застраховката зависи от размера на застрахователната сума и срока на застраховката.

### **„Медицинска застраховка за чужденци в България“**

По условията на „Медицинска застраховка за чужденци в България“ се застраховат чужденците, които пребивават краткосрочно или продължително в Република България, или преминават транзитно през страната. Застраховката е валидна само за територията на Република България. Покрити рискове по застраховката са:

- медицински разноски вследствие злополука и/или акутно заболяване;
- репатриране вследствие злополука и/или акутно заболяване;
- спешна дентална помощ;
- смърт вследствие злополука.

## **СРЕЩУ КАКВО НЕ СА ЗАЩИТЕНИ ГОСТИТЕ?**

- Предумишлено себенараняване, самоубийство или опит за самоубийство (независимо дали застрахованият е бил вменяем или невменяем);
- Преднамерени действия на застрахования, довели до загуба на работоспособност или смърт;
- Извършване или опит за извършване на престъпление от общ характер от страна на застрахования;
- Изпълнение на смъртна присъда или злополука, настъпила, докато застрахованият е задържан от органите на властта или се намира в затвор;
- Война или военни действия, бунтове;
- Температурни влияния – слънчев и топлинен удар, измръзване, простуда, освен ако те не са следствие от застрахователна злополука, настъпила по време на застраховката или не е уговорено друго;
- Практикуване на високорискови дейности – за такива се считат всички видове моторни, летателни, въздухоплавателни, водоплавателни и подводни спортове и занимания, скокове от високо, катерения, изискващи специална екипировка;

- Къпане на застрахования в неохраняеми водни басейни или извън работното време на водоспасителната служба, или при вдигнат забранителен и предупредителен флаг;
- Зимни спортове в неподдържаните за целта места;
- Злоупотреба с алкохол или наркотични вещества;
- Раждане и аборт, освен ако не са предизвикани от настъпила злополука;
- Заболяване от каквото и да е естество, включително епилептични припадъци или припадъци от други заболявания, кръвоизливи, парализи, стомашно-чревни инфекции, хранителни отравяния и други, освен в случаите, когато вследствие на застрахователно събитие се породят болестни страдания, и те причинят смърт или телесно увреждане;
- Атомна енергия и/ или ядрен взрив, или радиоактивно излъчване;
- Акутно заболяване на лица, навършили 70 години към датата на сключване на застраховката;
- Зъболечение, включващо замяна или поставяне на пломби, коронки и/ или мостове;
- Премахване на физически дефекти или аномалии, приложение на козметични средства или процедури;
- Лечение на всички форми на психични, нервно – психични заболявания и неврози, психоанализа, психотерапия, лечение на алкохолизъм и наркомания;
- Рехабилитация и физиотерапия, санаториално – курортно или друго подобно лечение, дори и когато се е наложило в резултат от покрит по полицата риск, и е предписано от лекар;
- Всякакви рутинни медицински прегледи и тестове;
- Протези и коригиращи устройства;
- Медицински преглед и лечение, когато те са цел на пътуването и пребиваването на територията на Република България;
- Лекарствени средства и лечение на състояние, което е съществувало преди влизането в сила на застрахователното покритие.



\*акутно заболяване - заболяване, което възниква внезапно и непредвидено, представлява опасност за живота или здравето на застрахования и изисква спешна медицинска намеса.

1. **Дайте собствен пример за настъпило застрахователно събитие и анализирайте кои видове застраховки ще бъдат подходящи?**
2. **Помислете и дайте собствен пример за акутно заболяване ?**



## РАЗДЕЛ X

### Санитарно-хигиенен контрол и безопасност на труда в хотелиерството

#### Санитарно-хигиенни изисквания, свързани с проектирането, строителството и откриването на хотела за експлоатация

От съществено значение при проектирането на хотелската сграда е избирането на подходящ интериор, който трябва да кореспондира с категорията, тематиката и местоположението на хотела.

Хотелът е обществена сграда, която едновременно трябва да създаде гостоприемна и близка до домашната и уютна атмосфера за своите гости. Проектирането и построяването на хубава сграда не е достатъчно. Сградата трябва да е удобна, да осигурява здравословна среда, да са използвани най-новите съвременни бързо променящи се материали за задоволяване на все по-високите изисквания на съвременните туристи.

Планирането и проектирането на съвременен тип хотели, трябва да се съобрази със следните принципи:

- Локация, природни дадености, терен, климат, природа или природни феномени в близост
- Да изрази на преден план местната визия, традиции, култура и идентичност
- Целевата група
- Конкуренция
- Иновации при използването на материали, технологии и бъдещо обслужване
- Енергийна ефективност и мерки за опазване на околната среда

В хода на проектирането има три задължителни проекта:

**Идеен проект** - решават се визията и габаритите на сградата, приблизителна стойност, позиционирането на сградата в парцела, строителните материали, функционалното решение, площта на помещенията, височината на етажите.

**Технически проект** – с него се доизясняват и допълват проектните решения на идейния проект. При него са изяснени много от въпросите, свързани със строително-монтажните работи.

**Работен проект** – съдържа чертежи, позиционното решение, спецификация на материали и технологии, подробна количествена сметка за вложените материали, обяснителна записка, всички проектни части: конструктивна, архитектурна, водоснабдяване и канализация, електрическа, топлоснабдяване, отопление, вентилация и климатизация, енергийна ефективност, газоснабдяване, геодезическа, трасировъчен план и вертикална планировка, част технологична (за хотелските технологии), пожарна безопасност, план за управление на строителните отпадъци, план за безопасност и здраве. Всички тези части трябва да отговарят на стандартите и нормативните изисквания, установени в Република България.

Например водоснабдяването трябва да отговаря на БДС 2823-83 (Български държавен стандарт) за питейна вода. Канализацията трябва да бъде свързана към градската канализационна мрежа или да е изградена септична яма, която периодично се изпразва. Електрозахранването да отговаря на общите стандарти на подаваното напрежение и ток, за да не създава допълнителни опасности от токови удари и

предпоставки за наранявания на работещите и гостите. Осветлението трябва да отговаря на БДС 1786-84 – изкуствено и естествено. Отоплителните, вентилационните и климатичните инсталации се проектират и изграждат в съответствие с Норми за проектиране на отоплителни, вентилационни и климатични инсталации. На територията на обектите не се допуска разкриването на дейности, които отделят вредности в околната среда.

### **Някои основни и задължителни компоненти на един хотел**

Заради своята повторяемост (или неповторяемост), прецизното проектиране на хотелската стая е от първостепенно значение за рентабилността. Нейният размер, форма, ориентация, мебелно и електрическо оборудване се съобразяват едновременно с очаквания клас по категоризация, идеите на архитекта, и възможностите на инвеститора. Тя е основната градивна единица и с нейното прецизиране стартира всеки проект. На същия този етап схематично се правят връзките между отделните зони. Когато площта не позволява връзките между зоните да се развият на едно ниво, се търси вариант според приоритета на зоната и нейната зависимост с друга, те да бъдат разпределени на друго, най-подходящо ниво. Един от най-често срещаните казуси е желанието рецепция, лоби и ресторант да са на едно ниво, но от своя страна всеки от тях има обслужващи части със значителна площ, локални входи, режим на ползване, и не бива да се пресичат с потоците и пространствата за гости. Има много примери, в които кухнята или ресторантът се изместват частично или изцяло, на друго ниво, различно от това на рецепция или основен вход.

Приемният блок е стратегически разположен спрямо външните подходи, посоките на света и позиционен план, полифункционално решение на зоните - рецепция, фойе, лоби бар, информация, места за хранене, магазини, салони за красота, обмяна на валута, администрация, санитарни възли, място за куфари, зони за анимация и туроператорски услуги и др., както и оптимизираните връзки с всички останали зони на хотела, са решаващи за неговата функционалност.

Задължителни и понякога подценявани компоненти за всеки хотел са следните площи – сервизните помещения, складове, специализирани, технически, и служебни помещения, рампи. За повечето от тях има нормативни изисквания, според които те трябва да са проветриви, сухи, с влажност в помещенията до 65%, но се съобразяват и с конкретната ситуация.

Много важна и силно изявена е екологичната насока при създаването на проект. Понякога се свързва с традиции, етнос или природните елементи-вода, въздух, земя. От друга страна екофилософията може да превърне дизайна в експеримент на база проби с материали, технологии и нетрадиционност, а крайният резултат да води до решения, които щадят околната среда и се придържат към най-новите тенденции в икономически план.

Най-често срещаните начини на застрояване на хотелски сгради са: *едностранно и двустранно*. При едностранното застрояване, всички хотелски стаи са позиционирани от едната страна на коридора. Този вариант е подходящ за планински и морски хотели, за да се осигурява на всички помещения изглед към море или планина, които са основната притегателна сила за гостите. Двустранното застрояване се

характеризира с двустранно разположение на стаите от двете страни на коридора, което не гарантира красив изглед, но дава възможност за гъвкаво ценообразуване.

Нивата на застрояване на хотелските сгради са условни, но всички разполагат с подземен етаж, приземен етаж и жилищен блок. Всички нива трябва да бъдат осигурени със стълбищна и асансьорна връзка (за сгради над четири етажа), за гости и служители. Ако към сградата има подземен гараж, то той задължително трябва да има топла връзка с хотелското фоайе.



### ХИГИЕННИ ИЗИСКВАНИЯ КЪМ ТЕХНОЛОГИЯТА

**ВАЖНО!**

1. Всяко легло (комплектовано с матрак или дюшек, възглавница, одеяла, чаршафи и калъфки) се използва от едно лице. При смяна на лицето, леглото се комплектова с чисто спално бельо и кърпи.
2. Постелъчният инвентар се почиства, изпира и дезинфекцира веднъж годишно, и при замърсяване.
3. Периодичността на подмяната на спалното бельо и кърпите, са съобразно категорията на обекта, но не повече от 7 дни за спалното бельо и 3 дни за кърпите.
4. Не се допуска употребата на скъсано и захабено спално бельо и кърпи.
5. Замърсеното спално бельо и кърпи при подмяна се събират в предназначени за целта полиетиленови или платнени торби.
6. Зареждането с тоалетна хартия е ежедневно.
7. Зареждането с тоалетен сапун за хотелите с категория 5 и 4 звезди е ежедневно, а за останалите категории – при нов гост или изразходване на половината от сапуна.





**ВАЖНО!**

## ХИГИЕННИ ИЗИСКВАНИЯ КЪМ ЕКСПЛОАТАЦИЯТА НА ОБЕКТИТЕ

*Собствениците или стопаните на обектите осигуряват:*

- 1. Поддържане на сградния фонд и оборудването.*
- 2. Поддържане на водопроводните, канализационните, отоплителните, вентилационните, климатичните и електрическите инсталации в техническа изправност.*
- 3. Подмяна на тапетите и боядисване на помещенията веднъж на три години.*
- 4. Подмяна на подовите настилки при захавяване и нарушаване на целостта им.*
- 5. Специално работно облекло, лични предпазни средства и обувки за работещите в обектите.*
- 6. Почистващи, перилни и дезинфекционни средства.*
- 7. Постелъчно бельо и кърпи – редовна подмяна.*
- 8. Поддържане на чистотата в обектите, като най-малко веднъж дневно помещенията се почистват и дезинфекцират съобразно предназначението им.*
- 9. Поддържане на чистотата на прилежащата към обекта територия.*
- 10. Ефективна защита на всички помещения от насекоми и гризачи, и провеждане на дезинсекции и дератизации.*

За въвеждане на обект в експлоатация се събира определен набор от документи, съпътстващ цялостната дейност до момента, и се подава в съответните служби по местонахождение. Документът, който се издава от компетентните органи е Удостоверение за въвеждане в експлоатация на строеж от четвърта и пета категория.

Преди да бъде пуснат на пазара, продуктът на хотела се разработва през един продължителен период. Правят се маркетингови проучвания, избира се мястото, прави се географско позициониране, проектиране на хотела, строителство, обзавеждане и оборудване, пускане в експлоатация, категоризиране, създаване на рекламни материали, наемане на персонал. Всичко това може да отнеме много време в зависимост от големината, категорията и локацията.



## ХИГИЕННИ ИЗИСКВАНИЯ КЪМ ПОЧИСТВАНЕТО

**ВАЖНО!**

1. В битовите помещения за персонала не се разрешава съхраняването на спално бельо и инвентар.
2. Инвентарът за почистване, почистващите и дезинфекционните средства, се съхраняват в помещението за инвентар за почистване.
3. Почистващите и дезинфекционните средства се използват в обявения срок за годност, и в концентрации, съгласно посочените в указаниято им за употреба, при съблюдаване мерките за безопасност, и недопускане замърсяване на околната среда.
4. Камериерките в обектите подлежат на ежегодни медицински прегледи .Резултатите от прегледите се нанасят в лични здравни книжки, които се съхраняват в обекта.
5. Мениджърите на обектите утвърждават правилник за вътрешния ред, в който задължително се изброяват задълженията и правата на временно пребиваващите, спазването на реда, и хигиенните изисквания в различните помещения.
6. Не се допуска отглеждането на животни в помещенията на обектите.
7. Във всеки обект има книга за санитарно-хигиенното му състояние.

1. Каква е разликата между едностранно и двустранно застрояване на хотелските сгради?
2. Направете схема на вертикална планировка на хотел и отбележете на кое ниво какво ще разположите.



## Организация на ремонтната дейност в хотела.

### Текущи ремонтни дейности. Основен ремонт.

Организацията на ремонтната дейност в хотелиерството обединява дейности в една система, която гарантира постигането както на качествен и конкурентноспособен хотелиерски продукт, отговарящ на нарастващите потребности на туристите, така и на здравословните и безопасни условия на труд на персонала. В процеса на поддръжка на хотелска сграда се оценява не само нейното физическо влошаване, но и функционалното ѝ остаряване. В зависимост от състоянието на помещенията и от нивото на съответствие на параметрите на елементите със стандартите, приети в хотелиерството, са предвидени ремонтни дейности. Те са насочени към безаварийно функциониране на технологичното и техническо оборудване в хотела. Прилагат се в две направления: текущо техническо поддръжане и основен ремонт. В малките хотели ремонтната дейност се осъществява от група техници, които са на подчинение на управителя. Понякога се сключват договори с външни фирми за техническа поддръжка и ремонтни дейности. В големите хотели или хотелски комплекси, техниците са пряко подчинени на техническия директор. Ремонтните дейности имат своя собствена инфраструктура – цехове, лаборатории, техническо оборудване.

#### Средствата на труда, които подлежат на ремонтна дейност, са:

- **пасивна част** - сградата на хотела, в която се настаняват гостите.
- **активна част:**
  - апарати, машини, съоръжения за производство на хотелиерски услуги (перални машини, прахосмукачки, парочистачки, други);
  - транспортни средства, свързани със снабдителната дейност и с обслужването на гостите (екскурзии, трансфери и други);
  - обзавеждането и оборудването на хотелските стаи и на всички останали помещения в хотела;
  - стопански инвентар, който включва различни предмети, свързани с хотелиерската дейност (перални, компютри, телефони, климатични и отоплителни системи, озвучаване и други).

Всеки хотел разработва собствена организация за поддръжане на материално-техническата база, която може да се оптимизира, като се отчитат промените в хотела.

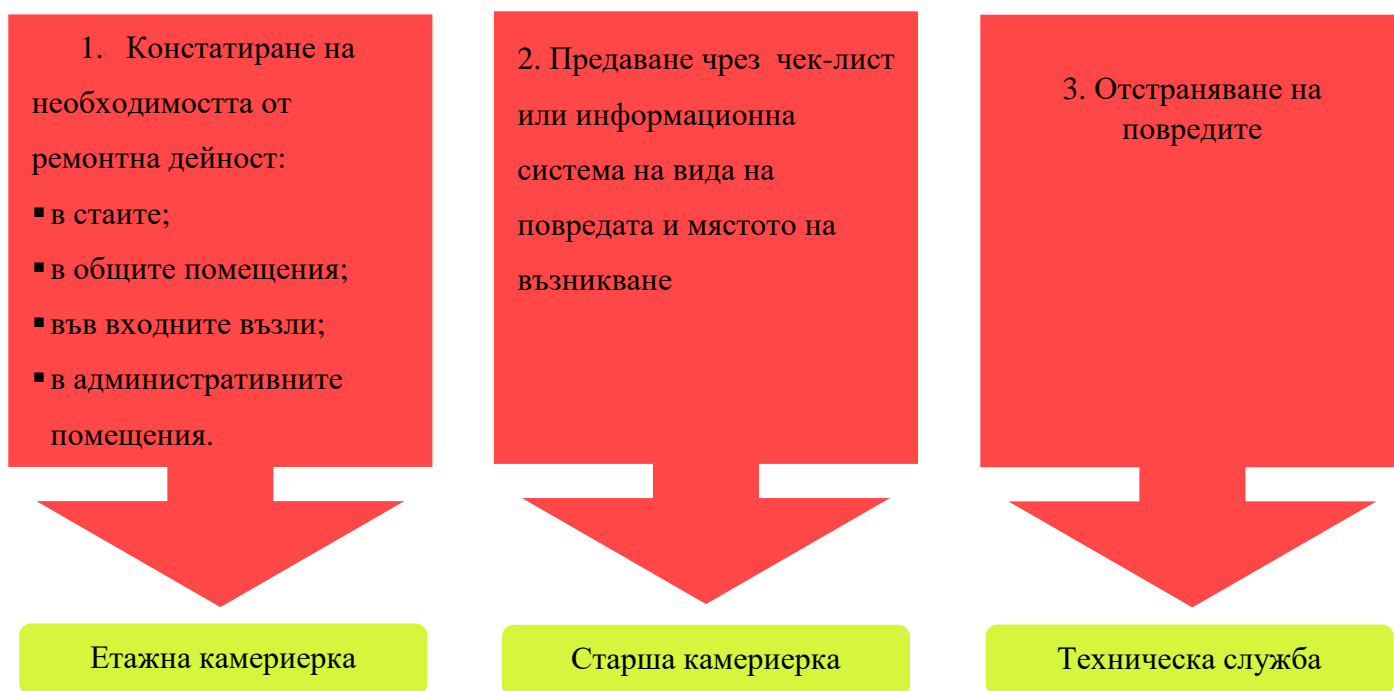
Всички повреди на телефони, асансьори, електрически повреди, водопроводни и други повреди, се регистрират на рецепцията, в специална тетрадка за техническите повреди, по вид или в конкретния модул на компютърната система.

**Текущата техническа поддръжка** се състои в ежедневно наблюдение на сградния фонд, обзавеждането, оборудването и инсталациите. Следи се за тяхната изправност, правилно функциониране и отстраняване на възникналите технически проблеми.

Своевременното регистриране и бързото и качествено отстраняване на повредите (в много хотели), се контролира от управителя на хотелското домакинство или от домакина на хотела.

Създаването на ефективна организация на процеса по регистриране и отстраняване на повредите в хотела, свежда до минимум оплакванията и рекламациите на гостите, относно технически неизправности на оборудването, съоръженията, обзавеждането в хотелските стаи и санитарните възли.

Необходимостта от ремонтни дейности се установява и подава в техническата служба за отстраняване по следния ред:



**Текущи ремонтни дейности.** Изискванията на гостите по отношение на качеството на хотелските услуги непрекъснато се повишават, което налага влагането на все повече средства за внедряване на най-новите и модерни технически съоръжения. Големият брой посетители води съответно до по-бързо амортизиране на МТБ от една страна, и бързото развитие на технологиите, и на критериите за качество, от друга страна.

Ето защо, за да отговори на потребностите на своите гости, един хотел непрекъснато трябва да бъде обновяван, т. е. в него ежегодно трябва да се реинвестира\*\* чрез текущи ремонтни дейности.

Чек – лист за поддръжка на хотел.

Отбележете критичните точки.

Стая № .....

- Стени
- Таван
- Под
- Прозорци
- Врати
- Осветление

- Баня
- Санитарен фаянс
- Информационна система
- Чаршафи
- Възглавници
- Телевизор
- Хотелски минибар
- Легло
- Гардероб

**Основен ремонт.** Извършва се по инвестиционна програма\*\*\*, която технически трябва да отговаря на изискванията за категоризация на хотела.

Планирането на основния ремонт в хотелиерството се извършва на база на:

- анализ на приходите и разходите за текущ отчетен период;
- допълнителни инвестиции (смяна на собствеността, изменение на вида, категорията и предназначението на хотела);
- екстремни обстоятелства – природни бедствия, земетресения, пожари и др.



Примери:

**ВАЖНО!**

1. Напълно изгорелият хотел „Мусала“ в Боровец е трябвало да бъде изграден отново – това основен ремонт ли е? Не. Това е строителство.
2. Хотел „Рила“ в Боровец е изцяло реновиран\*. Броят на леглата е намален, тъй като част от стаите са преустроени в апартаменти и студия, обзавеждането е напълно подменено, санитарните възли обновени. Обособени са няколко зали, които чрез подвижни стени побират, както голям, така и по-малък брой гости. Тези дейности строителство ли са? Не, това е основен ремонт.

\*реновиран – поправен, реставриран, освежен, обновен.

\*\*реинвестира – инвестира печалбата в нова дейност или фирма.

\*\*\*инвестиционна програма – инвестиране на средства в дадена дейност, съгласно предварително уговорени периоди и срокове.

1. В хотелска стая има констатирана повреда на душа в банята. В стаята има настанени гости и чакат, за да се изкъпят. В същото време в съседната стая е развалено кранчето на мивката в банята, а гостите в тази стая спешно се нуждаят от мивка, тъй като се подготвят за напускане на хотела. Как ще се разреши проблемът, като се знае, че на работа е един техник - водопроводчик?

2. Как се констатират и отстраняват следните проблеми: липса на осветление в стаята, теч в хотелската стая, магнитната лента на картата не работи?

3. Срещу всяка от изброените дейности отбележете дали е основен ремонт или текущ ремонт:

Подмяна на дървена и PVC дограма

Подмяна на подова настилка в общите части на хотела

Смяна на батерията на душа в банята

Смяна на външна мазилка на фасадна стена с метални плоскости и орнаменти

Смяна на бравата на врата

Смяна на крушка

Смяна на душ кабина в баня



## РАЗДЕЛ XI Хотелиерството и околната среда

### Хотелът и околната среда

Необходимостта от справяне с екологичните проблеми се превърна във важна гледна точка за собствениците на хотели и техните мениджъри по целия свят. Поотделно хотелите нямат значително отрицателно въздействие върху околната среда. Колективно обаче те консумират огромно количество ресурси – вода и енергия, генерират и също такова количество отпадъци.

### ЛЮБОПИТНИ ФАКТИ! ЗНАЕТЕ ЛИ, ЧЕ...?

*В световен мащаб хотелите и другите видове места за настаняване допринасят за 2% от 5% емисии на CO<sub>2</sub> (въглероден диоксид) от туристическия сектор. Изчислено е, че 75% от въздействията върху околната среда на хотелите могат да бъдат пряко свързани с прекомерното потребление на ресурси!!!*

### ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА ХОТЕЛИТЕ ВЪРХУ ОКОЛНАТА СРЕДА

Трите ключови области с отрицателно въздействие на хотелиерството върху околната среда са:

#### ➤ Енергията

Средното потребление на енергия на легло на нощ в хотелите може да бъде от порядъка на 130 мегаджаула. Хотелите обикновено използват повече енергия на посетител, отколкото местните жители, тъй като разполагат с енергоемки съоръжения - барове, ресторанти и басейни, и разполагат с по-просторни стаи. Проучванията са установили, че хотел отделя средно 20,6 кг въглероден диоксид на нощ.

#### ➤ Водата

Туристите и жителите се нуждаят от чист и надежден запас от вода за оцеляване, включително пиене, готвене и чистене. Водата обаче е неразделна част от удобствата, които обикновено се очакват от туристите - басейни, озеленени градини и голф игрища. Водата е необходима и за индустрии като селското стопанство, които подпомагат туристическата индустрия.

#### ➤ Отпадъците

Генерирането на отпадъци е един от най-видимите ефекти върху околната среда. Един среден хотел произвежда повече от един килограм отпадъци на един гост. Отпадъците от хотели и ресторанти допринасят за около 25-30% от общия брой генерирани отпадъци.



Всяка година се сблъскваме с все по-тежки последици от климатичните промени и обществото все повече осъзнава, че трябва да се промени отношението ни към околната среда. Хотелската индустрия започна да променя своите практики, водена и от търсенето от страна на потребителите. Гостите на хотелите се интересуват все повече какви практики съществуват и какво правят хотелите, за да минимизират въздействието си върху околната среда.

#### **НАЧИНИ ЗА НАМАЛЯВАНЕ НА ОТРИЦАТЕЛНОТО ВЪЗДЕЙСТВИЕ:**

##### **➤ Рециклиране и намаляване на отпадъците**

Рециклиране на отпадъци днес е задължително за много хотели по света. Предметите за рециклиране се почистват и сортират по категории преди да се изхвърлят в съответните контейнери. Добра практика в хотелите е насърчаването на гостите да рециклират сами, като се предоставят отделни кошчета в стаите за разделно събиране. Много гости ще оценят положително възможността да рециклират в стаите си. Хранителните отпадъци могат да бъдат компостирани или, ако хотелът няма условия за това, може да се обединят усилия с местни фермери за такава дейност.

##### **➤ Намаляване на потреблението на вода и енергия**

Преминаването към напълно устойчиви енергийни източници означава определено ниво на инвестиция, но това не означава, че хотелиерите не могат да направят нищо, за да намалят настоящото си потребление на вода и енергия. Експертите са изчислили, че в съвременните хотели консумацията на електроенергия може да бъде намалена с до 20% само с предприемането на някои прости мерки, които не изискват значителни допълнителни инвестиции. Интегрирането на системи за контрол на осветлението, оптимизираното управление на ОВК (Отоплението, вентилацията и климатизацията) инсталациите и провеждането на информационни кампании сред служителите са само част от мероприятията, които собствениците и мениджърите на хотели могат да приложат с цел подобряване на енергийната ефективност в тези обекти. Подобни инициативи обикновено се отразяват позитивно не само на сметките за електричество, но и на имиджа на съответния хотел.

##### **➤ Отопление и топла вода**



Да се избягва излишното поддържане на прекалено високи температури в хотелските стаи и коридорите. Препоръчителните стойности са 19-21°C.

Да се вградят превключватели с таймер и термостатични и вентили за радиаторите.

Котелните инсталации да се обслужват редовно.

Системата от тръби (по която топлоносителят се транспортира към хотелските стаи, коридори и общи помещения), да е изключително добре топлоизолирана.

Водните кранове и душове да бъдат тип „спрей“, които пръскат по-малко количество вода за единица време за да се пестят допълнително вода и енергия.

Горещата вода отново не би трябвало прекомерно да се подгръва, като затоплянето ѝ до 60°C се оказва най-подходящо на практика. Така сметките за електричество не са твърде високи, налице е комфортна топла вода за нуждите на гостите и хотела, и температурата е достатъчно висока, за да унищожи бактерията легионела в системата.

#### ➤ Осветление

Ефективна мярка за постигане на икономии в тази посока е инсталирането на сензори за присъствие и за дневна светлина, които изключват осветлението, когато помещението е празно или го намаляват в синхрон с наличната дневна светлина. Силно препоръчително е инвестирането в енергоспестяващо осветление. Съвременните осветители произвеждат и много по-малко количество отпадна топлинна енергия, което ги прави по-екологичен вариант.

#### ➤ Климатизация и хладилни системи

Специалистите препоръчват системите за охлаждане и отопление в хотелите да не се оставят да работят едновременно. Макар на пръв поглед да изглеждат нелогични, на практика се оказва, че подобни практики са често срещан проблем. Отоплението би могло спокойно да бъде изключено при достигането на температура от 21°C. Аналогично – включването на климатика може да изчака, докато температурите не надвишат 23-24°C.

По отношение на хладилните системи, препоръчително е те редовно да бъдат размразявани. Важно е да се проверяват вратите и уплътненията на хладилните стаи, както и да се поддържат чисти кондензаторите и изпарителите на инсталациите.

#### ➤ Почистване на стаи

Зелена политика относно почистването на стаите. Не е нужно да почистване на стаите всеки ден - колко от нас наистина почистват личното си пространство всеки ден? Същото важи и за спалното бельо и кърпите – могат да се сменят по-рядко, а не всеки ден. Това пести вода, ел. енергия и химикали. Най-доброто решение е да се почиства според заявките на гостите.

Добра практика в много хотели - те възнаграждават гостите (които не изискват почистване на стаята им и смяна на спално бельо и кърпи за определен брой дни) с безплатни напитки, безплатна пица, купони за спа процедури и др.

На практика включването на служителите в програмите по енергоспестяване се оказва най-устойчивият аспект на енергийната ефективност в хотелите.

### ➤ **Обучение на персонала**

Служителите в хотелите са най-важният капитал и повишаването на енергийната ефективност - неминуемо е свързано с ангажирането им в процеса. Специалистите съветват собствениците и мениджърите да окуражават персонала не само да спазва съответните мерки и предписания, но и да дава свои идеи за допълнително намаляване на въздействието на хотела върху околната среда. Важно е да се избягват практики, като ненужно работещи уреди, ръчно задаване на прекалено високи или ниски стойности на ОВК системите, оставяне на отворени врати на стаи и хладилни помещения и др.

Когато е възможно, документите за комуникация с персонала да бъдат в електронен вид, така се намалява ненужната употреба на хартия.

### ➤ **Подкрепа на местния бизнес**

Хотелите могат да подкрепят местния бизнес по много начини – като продават техните ръчно изработени продукти в магазина за подаръци, закупуват хранителни продукти от местни производители и фермери, както и други консумативи, необходими за хотела.

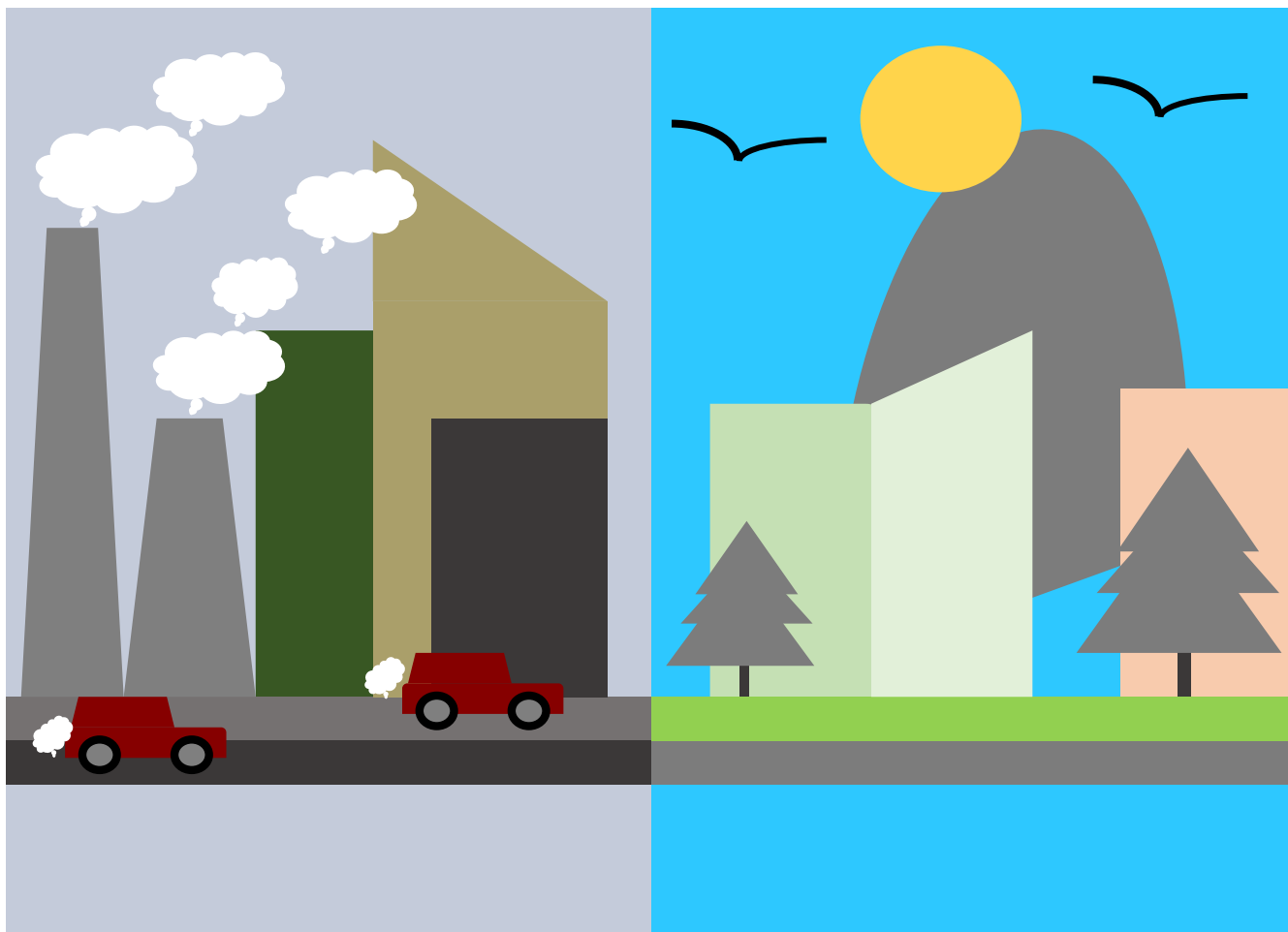
По-голямото разстояние, което определена храна трябва да измине, за да стигне до определен хотел, води до по-голям въглероден отпечатък. Например авокадото пътува много километри, за да стигне до която и да е точка на Европа и затова има голямо въздействие върху околната среда. Важно е менюто в ресторантите да бъде съставено от предимно местни продукти. Невинаги е възможно, но предлагането на местни продукти ще бъде голям плюс за бизнеса, тъй като гостите обичат автентичния вкус на местния район.

### ➤ **Други**

- Възможност за намаляване на вредното въздействие - чрез отстраняване на минибара от стаите и приканване на гостите да пият по нещо в бара или ресторанта на хотела.
- Друга възможност е вместо вода в пластмасови бутилки - да се консумира вода от бутилки за многократна употреба.
- Използването на насипен чай от местни смеси вместо пакетчета чай е добра алтернатива.
- Малките пластмасови шишенца с шампоан и балсам може да се заменят с дозатори за многократно зареждане - те няма да навредят на луксозния имидж на хотела, а в същото време няма да навредят и на околната среда.



- Хотелиерите могат да насърчават гостите си да ползват велосипеди или да ходят пеша в района , предоставяйки им велосипеди под наем, както и карти с веломаршрути и пешеходни маршрути.
- Хотелиерите трябва да разказват и да показват на гостите си „зелените практики” и причините, поради които ги провеждат. Загрижеността за околната среда ще вдъхнови гостите и ще увеличи резервациите.



**В свят, който търси нови модели на икономически растеж и развитие, борбата с изменението на климата, и възприемането на практики за устойчиво управление на околната среда, вече не е опция, а условие за оцеляване и успех. Една от възможностите за справяне с последствията от Ковид кризата в хотелиерството е изграждане на устойчив „зелен имидж” на местата за настаняване.**

**Дайте предложение за намаляване на отрицателното въздействие на хотела върху околната среда, без да се използват големи инвестиции.**



## Система за опазване на околната среда

Системите за опазване и управление на околната среда са разработени с цел намаляване на вредното въздействие върху природата, съхраняване на природните ресурси и постигане на устойчиво икономическо развитие чрез намаляване на разходите и увеличаване на печалбата. Хотелите, които внедряват система за управление на околната среда, увеличават престижа си и получават висока оценка от гостите си. Тези системи функционират след сертифициране на хотела за определен период от време (от оторизиран орган) и подлежат на постоянен контрол. Хотелите, получили сертификат за наличие на система за управление на околната среда, се считат за сигурни, надеждни и конкурентноспособни.

Системата за управление на околната среда може да бъде мощен инструмент, който да помогне на хотелиерството да подобри своите екологични показатели и да намали въглеродния си отпечатък. За някои собственици и мениджъри въвеждането на система за управление е морално-етичен въпрос.



### Ползи от прилагането на система за управление на околната среда (СУОС):

- Намаляване на отпадъците;
- Ефективно ползване на ресурсите;
- Минимизиране на риска от замърсяване на околната среда;
- Подобряване на имиджа сред потребители, сътрудници и служители;
- Увеличение на обществената загриженост и информираност относно опазването на околната среда в хотела и в мястото за настаняване;
- Маркетингово предимство – хотелът се представя за „зелен” хотел с ангажимент за непрекъснато подобряване на околната среда;
- Знаещи и мотивирани служители;
- Увеличение на възможността за привличане на повече клиенти, инвеститори и акционери;
- Увеличени печалби от по-ниски разходи.

## ЛЮБОПИТНИ ФАКТИ! ЗНАЕТЕ ЛИ, ЧЕ...?

*Рециклирането на една стъклена бутилка ще спести достатъчно енергия за хранене на лаптоп за половин час. Рециклирането на пет пластмасови бутилки създава достатъчно изолационни влакна, за да запълни ски яке. Рециклирането на една пластмасова бутилка ще спести достатъчно енергия за хранене на крушка за три часа или повече. Дори автомобилите могат да бъдат рециклирани, като до 80% от превозното средство се използва повторно.*

### Недостатъци на система за управление на околната среда

Като недостатък на системите за управление на околната среда може да се отбележат разходите за внедряването им. Понякога негативното отношение на персонала към нова система на работа може да бъде недостатък. В този случай собствениците и мениджърите трябва да обяснят основните цели и предимства на системата още в началото на процеса, например чрез презентация или чрез допълнителна комуникация с екипа.

**Всички системи за управление на околната среда имат общата цел: да осигурят опазването на околната среда и нейното добро управление.**

### Видове системи за управление на околната среда:

В **Европа** има различни екологични сертификати. По-долу са изброени по-известните от тях:

➤ **ISO 14001** е международно признат стандарт за системи за управление на околната среда, който изисква организацията ефективно да управлява въздействието си върху околната среда чрез ангажираност към предотвратяване на замърсявания, спазване на законодателството и непрекъснато подобрене. Това се постига чрез намаляване на отпадъците, и спестяване на енергия и други природни ресурси. Издава се удостоверение за съответствие със стандарт ISO 14001.



➤ **ISO 26000** е стандарт, който разглежда принципите на социалната отговорност и дава указания за нейното прилагане на практика в организациите. ISO 26000 не е стандарт за система за управление и не е предназначен или подходящ за целите на сертифициране.



➤ **EMAS** (Европейска схема за управление на околната среда и одит) е инструмент за управление на околната среда, разработен от Европейската комисия за фирми и организации, които желаят да направят оценка на своето въздействие върху околната среда и да подобрят своите дейности в тази област. EMAS обхваща всички сектори на



икономиката и услугите и е приложим по целия свят. Внедряването на тази схема изисква периодично подновяване на регистрацията и постоянен контрол. Сертифицирането по EMAS е свързано със съответствието с много строги норми (в сравнение със стандарт ISO 14001, EMAS включва още 4 допълнителни изисквания) и носи на притежателя неоспорим престиж.

➤ **Европейски екоетикет** – поставя се върху стоки за ежедневна употреба (с изключение на храни, напитки и лекарства), които отговарят на определени критерии за екологичност във всяка фаза от техния жизнен цикъл – производство, употреба и изхвърляне от употреба. Това се удостоверява от специални оторизирани организации. Те извършват необходимите проверки на производствените мощности и тестове на продукта на производителя, който кандидатства за правото на използване на екоетикета.



➤ **„Зелен ключ” (Green Key)** е независима, неправителствена система за сертифициране на хотели, ресторанти и други туристически обекти - иницирана от Скандинавските държави. Тя има за цел да повиши осведомеността на персонала и гостите за опазването на околната среда, да промотира прилагането на методи и технологии за постигане на устойчиво развитие и корпоративна социална отговорност, както и да намали консумацията на енергия и природни ресурси. Сертификатът е валиден в продължение на една година, след което трябва да се актуализира. Сертифицираните обекти се контролират два пъти в годината. В случай, че резултатът от проверката е незадоволителен, сертификатът не се преиздава.



➤ **„Зелен глобус” (Green Globe)** е глобална система за сертифициране за устойчив туризъм, насочена към хотели, конферентни центрове и туристически атракции. Високата репутация на сертификата се потвърждава от факта, че обектите, които прилагат тази система, са оценявани по 300 критерия, свързани с устойчивото управление, ефективното управление на природните ресурси, опазването на околната среда и подкрепата за местната общност и култура. Сертификатът се подновява всяка година.



➤ **Travelife** е международна програма за сертифициране, подобна на „Зелен глобус”. Тя е насочена към хотелиерството, туроператорите и турагентите. Сертифицирането се извършва на три етапа, а придобиването на сертификат „Travelife” дава възможност да комуникирате своите постижения в сферата на устойчивостта пред своите клиенти и партньори.



➤ **BIO HOTELS** е най-голямата асоциация на еко-приятелски хотели: със седем „основни дейности“, близо 100 био хотели в седем европейски страни предлагат всичко, което искате за органична ваканция, семейна почивка, уелнес уикенд, конференция или зелена среща и екологично ориентирана услуга за бизнес пътници. Дори сватби и различни събития се провеждат в най-красивите кътчета с БИО ХОТЕЛИ: на брега на морето, в планината или в прекрасни природни условия.



➤ **ECOTEL** сертифицирането се основава на пет области на екологията, всяка от които е определена с награда Globe, наречени стълбове на екологичната отговорност. Те са ангажимент за опазване на околната среда, управление на твърдите отпадъци, енергийна ефективност, пестене на вода и образование на служителите и участие на общността. Сертификацията ECOTEL, дава възможност за създаване на екологични системи, процеси и оперативни действия в областта на хотелиерството, в резултат на което го прави по-устойчиво. През последните години в България се разработват екологични сертификати в областта на настаняването, които все още не са добили широка популярност:

➤ **Зелена къща®** е сертификат на Българска асоциация за алтернативен туризъм (БААТ) и се присъжда на къщи за гости и семейни хотели, които успешно са преминали оценка за съвместимост с европейските критерии за качествено настаняване, където отрицателното въздействие върху природата е сведено до минимум.



➤ **„Автентична България“** – марката за качество на Асоциация Автентична България, създадена в подкрепа на качеството и оригиналния туристически продукт на базата на няколко основни ценности - професионализъм в обслужването и истинско българско гостоприемство, безупречно качество на обслужване, отговорно отношение към околната среда и постоянен стремеж за подобряване на работната среда; за места за настаняване – малки хотели и къщи за гости, винарски изби, туристически атракции, маршрути, населени места и дестинации.



➤ Системите за управление на околната среда се обновяват непрекъснато, за да отговарят на съвременните аспекти на опазването на околната среда, като се съгласуват с резултатите от научните изследвания и се съобразят с екологичното отношение на хората и специалистите в международен мащаб.

Тези системи са приложими за всяка организация в сферата на туризма, независимо от нейната големина, предмет на дейност, степен на развитие или местоположение. Единственото важно е - тази организация да желае да подобри ефективността си по отношение на околната среда.

**Етапите за внедряване** при различните системи за управление на околната среда са сходни. Тук са посочените етапи за внедряване на ISO 14001:2015:

- Преглед - установяване на съществуващото състояние на процесите във фирмата;
- Планиране –определяне на отговорници и срокове;
- Разработване на документацията на системата – наръчник и/или процедури;
- Обучение на представители на организацията относно прилагането на системата;
- Внедряване на разработената и съгласувана система за управление в организацията;
- Провеждане на вътрешен одит на системата;
- Провеждане на преглед на системата за управление от ръководството.

- Сертификация на системата за управление – извършва се от трета независима сертификационна организация, акредитирана за извършване на такава дейност. **Символи за обозначаване на рециклиране, използвани в държавите членки на Европейския съюз, в т.ч. България:**



Хотелите могат да поставят различни видове информационни карти, стикери или флаери, които да информират гостите за вредното въздействие и да ги стимулират да щадят околната среда.

### Примерни карти:



**Създайте стикер за банята, в който да поканите гостите на хотела да използват отново кърпите и хавлиите, а да не се сменят всеки ден. Опишете ползите от по-рядкото пране.**





## РАЗДЕЛ XII

### Управление на качеството в хотелиерството

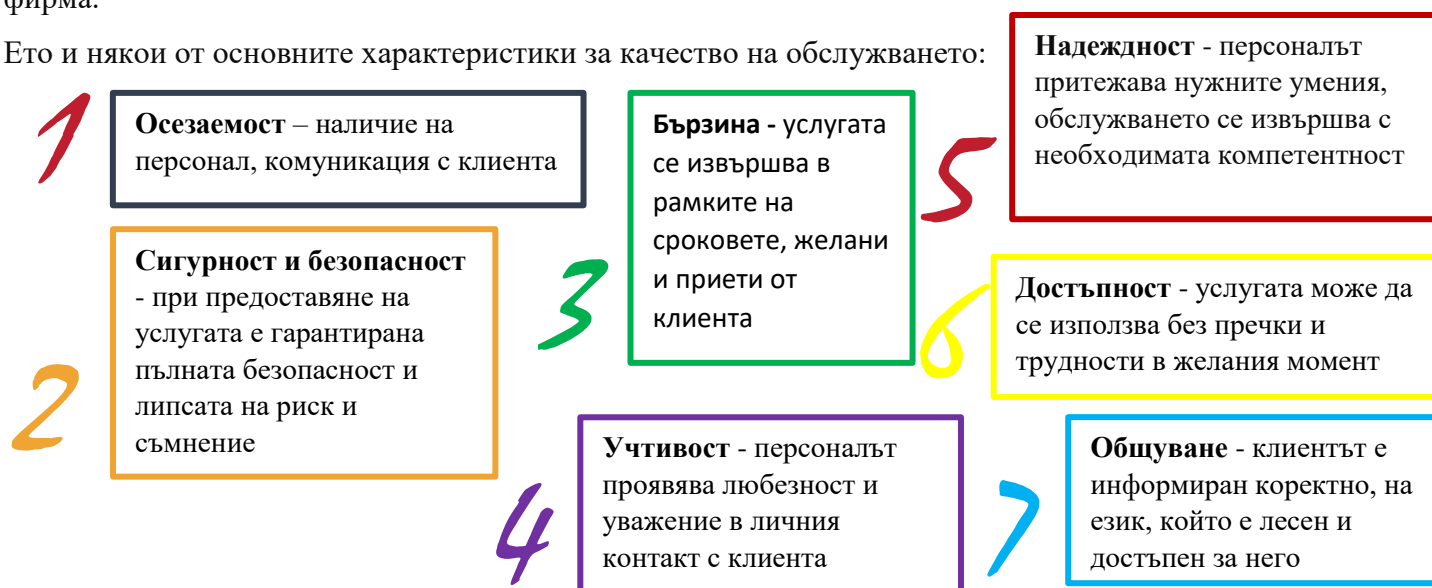
#### Същност на понятието „качество на хотелиерското обслужване“

Качеството е най-важното конкурентно предимство на туристическата компания. Доставчиците на туристически продукти и услуги са принудени все повече да поставят на първо място потребностите и изискванията на потребителите. Клиентите са вече по-добре информирани и предпочитат все по-често да закупят продукти и услуги с възможно най-добро качество на разумни цени. Следователно, мениджърите и служителите от туристическата индустрия трябва да се стремят да предоставят само услуги с високо качество на подходящи цени.

В момента въпросът за качеството на туристическите услуги е една от най-важните теми на модерното управление и това са неговите визия, ценности, цели и стратегии, добри практики, въвеждане и спазване на най-високите стандарти и модели, както и въвеждане на система за управление на качеството в сферата на туризма, която включва планиране, контрол и подобряване качеството на туристическите услуги.

Качеството на услугите предполага максимално съответствие с изискванията на клиента. Принципите за качество следва да бъдат наложени на всички структурни и организационни нива в туристическата фирма.

Ето и някои от основните характеристики за качество на обслужването:



Освен спазване на нормативните изисквания за отделните видове дейности в туристическото предприятие, стопанската дейност изисква използване на вътрешнофирмена система за контрол и управление на качеството. Тук са представени основни характеристики за планиране и контрол на качеството в туристическото предприятие.

## Някои основни направления за осигуряване качеството в хотела:

- Изследване на работния процес, създаване на стандарти за работа;
- Обучение на служителите (въвеждащо обучение на място, обучение за подобряване знанията и компетенциите на служителите);
- Получаване обратна връзка от клиентите чрез анкетиране, поставяне на кутия за мнения и препоръки, книга за отзиви;
- Обобщаване и анализиране на информацията и предложенията от потребителите;
- Упражняване на качествен контрол на всеки етап от предоставяне на продукта/услугата.

В туризма, поради неосезаемия характер на туристическия продукт и невъзможността той да се пробва предварително, показването на неговото качество на крайния потребител се осъществява предимно чрез символи. Те се асоциират от крайния потребител с постигнато ниво на стандарти, които елиминират в значителна степен риска от закупуването и потребяването на некачествена услуга. Споменатите символи попадат в четири групи, които взаимно се допълват и паралелно оформят система, предоставяща на туриста все по-пълни гаранции за качество.

### Тези четири групи символи са:

- **Символи за категория на туристическите обекти** като част от системата за категоризация. Както показва практиката обаче, присъждането на дадена категория на обект не означава автоматично постигането на съответно качество. Понякога категорията поражда определени очаквания, които в действителност не могат да бъдат задоволени. Но в повечето случаи категорийната система е обективна и ориентира туристите при техния избор.
- **Брандове и търговски марки** – в някои случаи те могат да изместят категорийната система, особено ако носят някои атрибути на качеството. По-често се свързват с определена услуга или ниво на качеството – например марките на световноизвестните хотелски вериги „Хилтън“, „Шератон“, „Риц“ и др.
- **Знак за качество** – в много страни вече са се наложили системи за присъждане на национален знак за качество на туристическите продукти и услуги, с разработени параметри на качеството и съответните индикатори.
- **Сертифициране по международните стандарти ISO\* и други системи.** По същество се създават процедури, които се отнасят до управленските практики, насочени към по-високо качество. По този начин те подпомагат създаването на качествен продукт, без да го гарантират изцяло.

### Основни принципи на качеството

- **Обучение на персонала;**
- **Политика за удовлетвореност на госта;**
- **Почистване и поддръжка;**
- **Информация, предоставяна на госта.**

За да се постигне по-високо качество по всички нива в работата на една организация, което на свой ред да доведе до по-високо удовлетворение сред потребителите, е създадена философията за „**Тотално управление на качеството**“ (от англ. Total Quality Management), която се прилага от голям брой компании в цял свят.

„Тотално управление на качеството“ е управленски подход за **дългосрочен успех чрез удовлетворение на клиентите**. В усилията за тотално управление на качеството са въвлечени **всички членове на организацията**, които участват в **непрестанно подобряване** на процесите, продуктите и културата, в която работят.

**Характеристиките на „тотално управление на качеството“ са:**

- Фокусиране върху очакванията на клиентите;
- Предотвратяване на проблемите;
- Откритост при вземането на решения;
- Ангажираност на персонала за постигане на качество.

\*международни стандарти ISO (International Organization for Standardization) - е световно обединение на националните органи по стандартизация (органи – членове на ISO) от различни страни. ISO разработва доброволни стандарти, които дават добавена стойност на всички видове икономически дейности.

## Знаете ли, че...?

*Като бизнес практика, тоталното управление на качеството възниква в Япония след края на Втората световна война. Благодарение на това японската индустрия преживява бурен разцвет.*

1. Кои са основните характеристики за качеството на обслужване в хотела?
2. Каква е разликата между брандове и търговски марки и знак за качеството?



## Измерване на качеството на обслужване в хотелиерството

Качество



Ниво на предлаганите услуги

Очакванията на клиентите  
Нормативни изисквания

Качеството в хотелиерството е от първостепенно значение и изразява съотношението между нивото на предлагане на услугите и обслужването, и очакванията на клиентите. За оценка на качеството се прилагат стандарти с критерии и показатели за измерване на всички предлагани хотелиерски дейности. Необходимо е осъществяването на обратна връзка с гостите за информиране, за степента на тяхната удовлетвореност, както и съответствие с изискванията за хигиена, безопасност и достъпност.

**В хотелиерството качеството се оценява със следните показатели:**

- Местоположение и прилежаща инфраструктура – какво има в близост до хотела.
- Сграден фонд, обзавеждане и оборудване, функционалност и комфорт на хотелски фойейта, стаи.

Оценка за съответствие с категорията на хотела:

- външен вид и изглед на сградата;
- големина на стаите;
- функционалност и комфорт на санитарните възли и помещения;

- Настаняване и престой.

Оценка на съответствие със стандартите за обслужване при посрещане, регистрация, настаняване и напускане на хотела:

- топло посрещане от портиер-пиколо;
- пренасяне на багажа;
- експедитивност при регистрация и оформяне на документите за настаняване;
- носене на багажа до и от стаята;
- оформяне на сметката при напускане;
- подобаващо изпращане съобразно категорията;

- Камериерско обслужване по време на престоя и оценка за съответствие съгласно изискванията за категория:

- подмяна на бельо и консумативи;

- почистване и хигиенизиране на санитарните възли и стаите;
- подредба на легла, гардероб;
- Заведения за хранене и развлечения и оценка в съответствие с броя, обзавеждането и оборудването им, асортимента и начините на обслужване;
- Допълнителни услуги. Оценка в съответствие с изискванията за брой, вид и начин на предоставяне на допълнителните услуги в хотела:
  - предлагане на екскурзии и маршрути;
  - на търговско – битови услуги;
  - спортно-развлекателни услуги;
  - предлагане на анимация и екскурзоводство.
- Сигурност и безопасност за гостите. Оценка на съответствие с изискванията за безопасност и сигурност на гостите:
  - наличие на постоянна охрана и присъствието на охранители;
  - наличие на технически средства за видеонаблюдение;
  - наличие на пожароизвестителна техника и съоръжения.



Моментното състояние на услугите и обслужването в хотела е показано в оценката, и дава представа за качеството на предлаганите услуги, на база изразено мнение на гостите на хотелите чрез личните контакти, и разговори на персонала с гостите. В един непринуден разговор може да се получи обратна информация относно тяхната удовлетвореност и препоръки за работата в хотела или ресторанта. Много хотели и ресторанти въвеждат позиция „Guest relations” („Връзки с госта“). Служителите, които отговарят за оплакванията и рекламациите на гостите, както и за приятния престой на гостите на хотела, ги информират за възможностите, които той предлага. В по-малките хотели за това отговарят администраторите на хотела и фронт офис мениджър, които се грижат за поддържане на пряка връзка с гостите, и предотвратяване на проблеми и конфликти.

Измерването на удовлетвореността на гостите и качеството на продукта се осъществява чрез **въпросници или анкети**. За по-голяма обективност и истинност, потребителите на хотелиерски услуги трябва да бъдат убедени, че тяхното мнение е важно. Информацията е от значение за набелязване на мерки за повишаване на качеството на продукта и обслужването. Въпросите трябва да бъдат ясни и конкретни, голяма част от тях трябва да бъдат затворени (само с отбелязване на верния отговор).

Въпросите трябва да са съобразени с особеностите на клиентите, с тяхното образование и опит при спазване на етичните норми.

- **Формулиране на въпросите**

Използват се ясни и прости думи, без сложни фрази и терминология.

- **Форма на въпросите**

Затворените въпроси имат предварително зададени отговори и се избира един или няколко отговора на въпроса, а също така включва отговори „други“ и „не мога да преценя“.

• **Подредба на въпросите**

В началото се поставят по-лесните въпроси и тези, които предизвикат интерес, а в края по-трудните. Трябва да има логическа последователност на въпросите.

• **Техническа характеристика**

Анкетата трябва да съдържа кратко въведение с обръщение към клиента, обяснение за целите на проучването, за защита на личните данни и благодарност за отзивчивостта на клиента.

Добре е анкетната карта да бъде лист формат А4 и да се попълва за кратко време - не повече от 5 мин.

При оформянето да няма правописни, пунктуационни, граматически или печатни грешки.

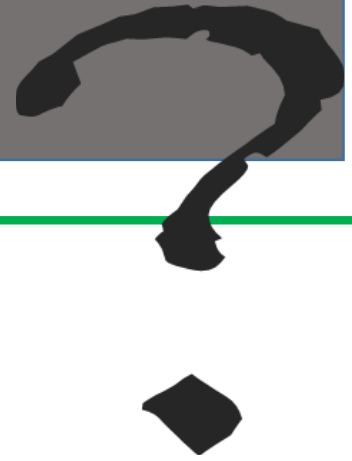
**АНКЕТНА ФОРМА:**

	лошо	незадоволително	задоволително	добро	отлично	неприложимо
<b>Настаняване и регистрация</b>						
1. Бързина на обслужване при настаняване	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Учтивост на персонала	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Вашата стая</b>						
1. Чистота на стаята	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Състояние на стаята	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Камериерките са любезни и отговорни	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Чистота на санитарен възел	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Налягане на водата	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1. Чистота на стаята	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Техническа обезпеченост</b>						
1. Интернет връзка	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Осветление	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Кабелна телевизия	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Други услуги</b>						
1. Вашето мнение за закуската	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Мнението Ви за обслужването в ресторанта	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Вашите впечатления от лоби бара	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Място, на което може да споделите допълнително мнението си за хотела:						
Стая №						
Дата на пристигане:						
Дата на заминаване:						
Вашето име:						
Телефон и e-mail за контакт:						

Друга ефективна форма за оценка на продукта и удовлетвореността на гостите е методът „*таен клиент*“ или „*мистъри гест*“. Темата е подробно обяснена в първата част на помагалото.

**Бенчмаркинг** или сравняване на две или повече услуги с предварително определен стандарт – измерване спрямо конкуренцията. Използва се за определяне предимствата пред конкуренцията. Целта на бенчмаркинга е усъвършенстване на бизнес процесите в компанията и в крайна сметка постигане на конкурентно предимство.

Направете анкета за качеството на хотелската услуга, като посочите показатели, които според вас биха дали по-добра представа за оценката на потребителя?



## Моделите и системи за управление на качеството

Хотелиерската услуга не съществува преди нейното потребление, което прави невъзможно сравнението или оценката ѝ. Освен това услугата се характеризира с голяма несигурност, което поставя туристите в неизгодно положение, а продавачите се затрудняват при предлагането на услугите на пазара. Тук постигането на високо качество, подкрепено от оценката на доволните клиенти, е главната причина за развитие на хотелиерското предприемачество и постигане на целите, а именно:

Да се осмислят, осъзнаят и придобият знания и умения за интерпретиране в реална среда на:

- какво представляват моделите за управление на качеството;
- основните елементи на управление на качеството;
- главните принципи за управление на качеството;
- съвременните концепции и цели за тотално управление на качеството;
- функциите и структурата на съвременното тотално управление на качеството.

### Моделите за управление на качеството

#### ➤ Модел на Едуард Деминг

Според Едуард Деминг управлението на качеството трябва да бъде приоритет за цялата организация. На тази основа, използвайки управленските функции, той създава известния цикъл за подобряване на качеството:



➤ **Модел на Джордж Джуран** – известен още като трилогията на Джуран. Този модел включва три етапа:

1. Първи етап – планиране на качеството, т.е. създаване на продукти, удовлетворяващи потребностите на клиентите.
2. Втори етап – контрол на качеството, включващ сравняване и оценка на качествените показатели на изработеното изделие или продукт, с предварително заложените.
3. Трети етап – повишаване (подобряване) на качеството, състоящ се от разработване на проекти за подобряване на качеството, както и провеждане на обучение, и изработване на системи за мотивиране на участниците в проектите.

#### ➤ Модел на Арманд Файгенбаум

Според него, системата за управление на качеството трябва да се състои от подсистеми, свързани помежду си на принципа „вход – изход“, които да позволяват осъществяването на вътрешен контрол на качеството, извършван от специализирано структурно звено.



### ➤ **Модел на Каору Ишикава**

Основните принципи на този модел са:

1. Приоритет на качеството пред печалбата и реализирането му на всички управленски равнища.
2. Продължаващо обучение на персонала, с цел разкриване и развитие на способностите.
3. Формиране на дългосрочна ориентация към потребителите.
4. Оценяване на силните и слабите страни в дейността по качеството.
5. Преминаване към система за тотално управление на качеството.

➤ **Модел на Имей** - създател на подхода KAIZEN\* подобрене. Характерно за този модел е, че предвижда всеки зает в организацията да се стреми да влияе положително върху качеството, използвайки за целта иновации и др. Въведен и използван много успешно в Япония.

Какво представляват по-популярните системи за управление и системи за сертифициране на качеството в областта на туризма?

**Системи за доброволно сертифициране на качеството.** Прилагането на високи стандарти, норми и изисквания, чрез въвеждането на различни системи за управление, и системи за сертифициране на качеството, са все стратегически подходи за развитието на туристическите предприятия и дестинации. Всички те осигуряват интегритета\*\* на националния туристически сектор, гарантират устойчивостта на туристическите практики и налагат дългосрочни приоритети. Независимо от начина, по който са въведени, подобни системи изискват синхронизация и добра координация, както и участие на всички заинтересовани страни в туристическия сектор. Най-общо, **съществуващите** системи за управление на качеството и по-разпространените етикети за качество в туризма са от полза, както за самите дестинации, така и за отделните туристически обекти, с конкретните пакети от услуги и продукти, които предлагат.

Те имат за цел да:

- измерват и проследяват непрекъснато нивото на предлаганото качество във времето, чрез набор от предварително съгласувани индикатори, на територията на туристическите дестинации;
- промотират добри бизнес практики и наложени стандарти за качество, като едновременно с това подпомагат подобряването на бизнес резултатите и бизнес възможностите;
- служат като интегриран работен инструмент, благодарение на който стават възможни подобрения в областта на планирането, управлението, оценката на резултатите и анализа на постигнатото;
- осигуряват платформа, чрез която се улесняват детайлните съпоставки с конкурентни бизнеси и/или дестинации;
- подобряват осведомеността на потребителите за успешно приложени стратегии от страна на туристическите предприятия и цялостно повишаване на предлаганото качество;
- информират своевременно за редицата маркетингови предимства, които тези практики носят след себе си, както и промотират поэтапното разработване на високоефективни модели на управление сред представителите на бранша.



ISO 9001:2015 е приложим за всяка организация, независимо от нейния размер, вид и дейността, която извършва. Той е еднакво приложим, както за производствени компании, така и за фирми в сферата на услугите, и за организации с нестопанска цел.

Стандартът съдържа изисквания и/или препоръки за правилна и ефективна работа. Тези изисквания или препоръки са съставени на база изследване на „know-how” на най-успешните световни компании.

### **Ползите от работещата система за управление на качеството**

- Работещ механизъм за следене на изпълнението на изискванията на клиента още от заявката;
- Единни правила за работа, които са документирани, обявени и разбрани в цялата организация;
- Ясни отговорности и разписани инструкции за това кое, как и от кого се извършва;
- Ефективен механизъм за самопроверка и усъвършенстване – вътрешните одити и прегледи от ръководството.

### **Ползите от акредитирана сертификация по ISO 9001:2015**

- Повишен фирмен имидж и международно разпознаваема гаранция за надеждно партньорство;
- Отговорност, дисциплина и проследимост на дейността на база ежегодните надзорни одити;
- Все по-често необходимо условие за участие в търгове, конкурси и поръчки.

Всяка организация, която иска да увеличи ползите от непрекъснатото си усъвършенстване и се стреми към постоянно подобрене на управленската си дейност, и процеса на работа, трябва да внедри и сертифицира **ISO 9001**.

**Уеб-базираните\*\*\* системи за оценка и сравнение на качеството** на предоставяните туристически услуги, на основата на удовлетвореност на клиентите: същност, предназначение и ползи.

С все по-широкото навлизане на технологиите в редица управленски стратегически ходове на компании от различни отрасли и, в частност, в сектора на услугите и туристическите предприятия, онлайн платформите за управление на качеството придобиват голямо значение за успеха на всяка бизнес единица. Били те неразделна част от по-мощни програми за управление и сертифициране на качеството, или съществуващи под формата на самостоятелни онлайн/мобилни инициативи, по своята функция, голям брой съществуващи уеб-базирани инструменти за оценка и управление на качеството в туризма представляват комбинация от няколко и различни на брой приложения, които включват:

- системи за проследяване и отразяване на мненията и общата удовлетвореност на посетителите;
- системи за отразяване на оплаквания и инциденти; рейтинг-системи, измерващи репутацията на туристическите предприятия (най-често, хотели и други места за настаняване);
- системи за измерване на имиджа и възприетото качество на обслужване;
- системи, допитващи се до удовлетвореността и мненията на персонала на туристическите предприятия; системи, проследяващи специфични бизнес индикатори и измерващи маркетинговата ефективност на отделните туристически предприятия, и други.

## Модел на пропуските

Един от най-популярните модели за анализ и управление на качеството в хотелиерството е моделът на пропуските. Той определя, че една услуга е качествена, ако клиентите я определят за такава. Качеството е субективно понятие, резултат от сравнението между очакванията на клиентите за една услуга преди потреблението и възприетата от тях по време и след потреблението ѝ. Тук важно значение имат предвосителните очаквания на потребителите. Една и съща услуга може да бъде възприета като качествена, ако клиентите са имали първоначално ниски очаквания и те са надхвърлени, или некачествени, ако очакванията са били свръхвисоки.

\* Kaizen – японска дума, която буквално преведена означава промяна за „по-добро“. Някои наричат Кайзен непрекъснатото подобрене.

\*\* интегритет - цялост, целокупност;

\*\*\* Web - **World Wide Web** (*Уърлд уайд уеб*; съкратено *WWW* или *W3*; още *The Web*, буквално „Паяжината“), наричана също **световна мрежа**. Термините „интернет“ и „уеб“ биват употребявани често, без да се прави разлика между тях, но те са за различни неща. Интернет е глобалната система от взаимно свързани компютърни мрежи (свързани компютри чрез преносна среда за предаване на информация), докато уеб е една от услугите, предлагани по интернет.

1. Кой са целите на доброволното сертифициране за качество на предлаганите услуги?
2. Какви са големите предимства на уеб-базираните системи за оценка на качеството?

## Стандартизация в хотелиерството

### Общи изисквания при съставяне на стандарти в хотелиерството

Туристическият пазар през последните десетилетия се характеризира с все по-голям брой и все по-разнообразни места за настаняване. Тази световна тенденция важи и за България, където туристическият отрасъл е добре развит. Тенденциите в туристическото търсене и факторът „взискателен клиент“ изискват все по-разнообразно и качествено хотелиерско предлагане. Затова удовлетвореността на клиентите е свързана не само с качеството и комфорта на материалната база, но също така с предлагането на качествено обслужване и богата и разнообразна гама хотелиерски услуги.

От втората половина на XX в. до момента в България е изградена значителна хотелска база, със сходни параметри и характеристики, съобразно изискванията за категоризация на туристическите обекти, но това не е достатъчно, за да удовлетвори изискванията на съвременния турист. Не случайно проблемите с предлагането на качествени хотелиерски услуги и качествено обслужване стават все по-осезаеми и периодично излизат на преден план пред хотелиерската индустрия. Това налага все повече хотелиери да осъзнаят тези дефицити и да ориентират своите приоритети към внедряване на стандарти за качество в хотелиерството, а мениджмънтът да се трансформира в мениджмънт на качеството.

Предвид субективния характер на оценката на предлаганите услуги от гостите на хотелите, можем да кажем, че качеството в хотелиерството изразява съотношението между нивото на предлагане на услугите (и обслужването) с очакванията на гостите.

Факторите, които формират удовлетвореността на гостите могат да се обобщят в две основни категории:

- натрупан жизнен опит на клиентите;
- нагласата за съответствие на цена и качество.

Изискванията или критериите за качество следва да включват измерими параметри, с които да може да бъдат измерени удовлетвореността на клиентите и техните очаквания. Тези критерии също могат да бъдат групирани в няколко категории:

**Критерии, свързани с личните очаквания на гостите за стандарт на предлаганите услуги и обслужване**, където влизат следните параметри:

- *материална база* – сграден фонд, местоположение, вид, големина и брой на помещенията;
- *обзавеждане и оборудване* – интериор и обзавеждане, технологично оборудване, автоматизирани съоръжения, подреденост, чистота на помещенията и др.;
- *хранене* – лични нагласи за разнообразие на храната, хранителни и гастрономични навици за вид, състав и начин на приготвяне на храната, начин на аранжиране и сервиране и т.н.;
- *опит на гостите* – изградени представи за обслужване и база, въз основа на предишни посещения в хотели и други места за настаняване, личен опит от предишни пребивавания в същия хотел (нагласи за асортимент и качество на услугите, състояние на материалната база, обслужване) и др.;

- *цел на пътуването и потребности на гостите* – почивка, развлечение, бизнес, хоби интереси, грижа за здравето (профилактика, лечение и възстановяване), вид, категория на туристическия обект.

Всички тези очаквания и нужди за удовлетворяване на личните потребности на гостите водят до необходимост за създаване на съвкупност от характеристики, които да бъдат формулирани и трансформирани в общоприети стандарти за качество на услугите. По този начин ще можем да измерваме и определяме - „качество на материалната база“, „качество на предлаганите услуги“, „качество на обслужването“ и др.

Това налага Световната организация по туризъм (СОТ) да формулира единни правила (критерии), по които всяка държава да се ръководи при формулиране на националните стандарти за качество в областта на хотелиерството.

**Критериите за качество на материалната база** и осигуряване на комфорт в мястото на пребиваване включват:

- здравина и устойчивост на сградата;
- големина и удобство на помещенията;
- подходящо обзавеждане и оборудване;
- чистота и хигиена;
- зареждане с необходимите материали и консумативи;
- осигуряване на необходимия за съответната категория хотел асортимент услуги.



**Критериите за качество на хотелиерските услуги , свързани с храненето** и задоволяването на потребностите на гостите от храни и напитки включват:

- осигуряване на места в заведенията за хранене и развлечение;
- осигуряване на безопасна храна;
- осигуряване на обслужване в заведенията за хранене и развлечения, заведенията за хранене и развлечения.

**Критериите свързани със сигурността и здравето на гостите** и задоволяване на потребностите от безопасен и сигурен престой в средствата за настаняване включват:

- безопасност и сигурност по време на престоя;
- пожарна и лична сигурност на гостите;
- осигурена медицинска помощ.



Въз основа на тези изисквания са изградени основните стандарти за качество в следните направления: стандарти, свързани с МТБ на средствата за настаняване; стандарти, свързани с услугите и обслужването в средствата за настаняване; стандарти, свързани с външния вид на обслужващия персонал и неговата квалификация.

Изработването на водещите стандарти по видове дейности и звена в средствата за настаняване е обвързано с националната, браншова и фирмена политика на всяка страна, съобразно нейните стратегии и приоритети в областта на хотелиерството и социално-икономическото ѝ развитие.



## ЛЮБОПИТНО! ЧУВАЛИ ЛИ СТЕ ЗА

### Стандарт HOTEQ 500?

Стандартът HOTEQ 500 е стандарт за обслужване, предназначен за качество на хотелиерството, околна среда, здраве и безопасност на храните. Този стандарт няма международна валидност и е валиден за клиента. Целта му е да изведе на преден план ангажимента на организациите и да декларира пред клиента за удовлетвореността и удовлетвореността на клиента.

HOTEQ 500 Системата за управление на качеството на хотелите се бори за поддържане на удовлетвореността и удовлетвореността на клиентите в челните редици на институциите и организациите в туристическия сектор (и за изпреварване на конкурентите в сектора). Целта ѝ е да предоставя на клиентите качествени, здравословни и безопасни за храните услуги и да предпочитат екологично чувствителни предприятия. По този начин се улеснява разбирането на отношенията между предприятията и клиентите, обслужващи туристическия сектор, и предоставянето на услугите.

Благодарение на тези и други видове стандарти се гарантира, че клиентите ще направят информиран избор, докато получават туристически услуги. Компаниите в сектора също ще имат потенциала да отговорят на очакванията на клиентите и да предоставят разбиране за услугата, което увеличава удовлетвореността на клиентите.

При определянето на стандартите за система за управление на качеството на хотелите HOTEQ 500 се взема под внимание факта, че клиентите предпочитат здрави, качествени и хранителни принципи и продължителност на услугата и екологично чувствителни организации. Това определя необходимостта от система за управление на околната среда. Тъй като туристическите предприятия не увреждат екологичната система от една страна и от друга страна предотвратяват вредните практики от гледна точка на човешкото здраве, то зависи само от правилните практики за екологична политика.

Организациите, които включват тази система и изпълняват своите стандарти без никакви проблеми, могат да получат сертификат за система за управление на качеството HOTEQ 500. Това създава значително конкурентно предимство в туристическия сектор. По този начин клиентите са направили по-информиран избор. От друга страна предприятията, които притежават този сертификат, са увеличили своя потенциал, за да отговорят на очакванията на клиентите. Това води до повишена производителност и увеличаване на приходите.

Друг пример е **сертификационната програма „Eco Hotel“**, която е насочена към удовлетворяване на потребностите и очакванията на гостите за мениджърска политика за опазване на околната среда,

енергоспестяване и устойчиво ползване на ресурсите. Програмата стартира през 1993г. от консултантската група HVS International EcoServices в сътрудничество с екологични експерти, инженери и други консултанти и обхваща 14 елемента, базирани на ISO 14001, както и някои изисквания, които са адаптирани към аспектите на околната среда в туристическия бранш.

Тези четиринадесет елемента са следните:

- Политика и организационна структура по околната среда;
- Сигурност и безопасност;
- Мотивация на персонала;
- Управление на енергийните ресурси;
- Управление на отпадъците;
- Вода и канализация;
- Опасни вещества;
- Комуникации;
- Хранене и кухни;
- Вътрешно обзавеждане/офис артикули;
- Закупуване;
- Транспорт;
- Обучение;
- Външни пространства (ландшафт).



Годишните доклади по изпълнението включват: анализ на резултатите от външния одит, потвърждение на основните данни за околната среда, степен на изпълнение на целите и задачите, действия, извършени от заинтересованите страни. За проверяваните 14 елемента са въведени екологични и социални критерии, разделени в три категории: основни въпроси, второстепенни въпроси и трети въпроси. Основните и второстепенни въпроси са задължителни. Третите са въпроси тип „бонус“.

Управлението, измерването и лимитиращите критерии касаят екологична отговорност (ангажменти), управление на твърдите отпадъци, рационално ползване на енергията, опазване на водите, обучение на персонала и приобщаване на местното население.

**Съставете въпросник за гостите на хотела, съобразно посочените по-долу критерии, чрез който да проучите:**

- **нагласите и оценката на гостите към местоположението на хотела;**
- **степената на удовлетвореност от ресторанта на хотела, храненето и качеството на обслужване;**
- **степената на удовлетвореност на потребностите на гостите на хотела от цялостния престой.**

## Основни стандарти в местата за настаняване

В глобалния и бързо променящ се туристически пазар все повече нараства и се засилва значението на стандартите. В условията на голяма конкуренция и на завишени изисквания на потребителите на туристическа услуга относно качество, сигурност, доверие на потребителя, опазване на околната среда - стандартите гарантират устойчиво туристическо развитие. Гостите в местата за настаняване могат да оценят ползата от използването на стандартите като сравняват нивото на полученото обслужване в различните места.

**Стандартът в хотелиерството е документ, който предоставя правила, указания или характеристики за дейности или за резултати от тях, които могат да се ползват от всички служители многократно. Целта на всеки стандарт е постигане на оптимален ред при извършване на дейността и удовлетвореност на гостите.**

**Ползи от създаване на стандарти:**

- регламентират се “правилата” във всеки етап и момент от обслужването в хотела и ресторанта;
- гарантира се устойчиво качество на продукта и услугата;
- създават се условия за оценка и контрол на предлаганите продукт и услуга;
- персоналът знае и спазва „правилата“ на обслужване и с това гарантира стабилно качество;
- избягват се възможностите за недоразумения между „ръководител – обслужващ персонал – гост“;
- създават се предпоставки за подобряване на организацията и повишаване ефективността на труда;
- отразяват научните изследвания и развитието на технологиите;
- увеличават конкурентоспособността на местата за настаняване;
- помагат за опазване на околната среда и екологичното равновесие;
- позволяват на хотелиерите да спазват националното и европейското законодателство;
- улеснява се въвеждането на системите за самоконтрол.

### **Цел на стандарта**

Целта на стандарта за обслужване на хотел е да осигури предлагането на минималните услуги и на качество на обслужване, което потребителите очакват. Стандартите са важен елемент от осигуряване на качеството.

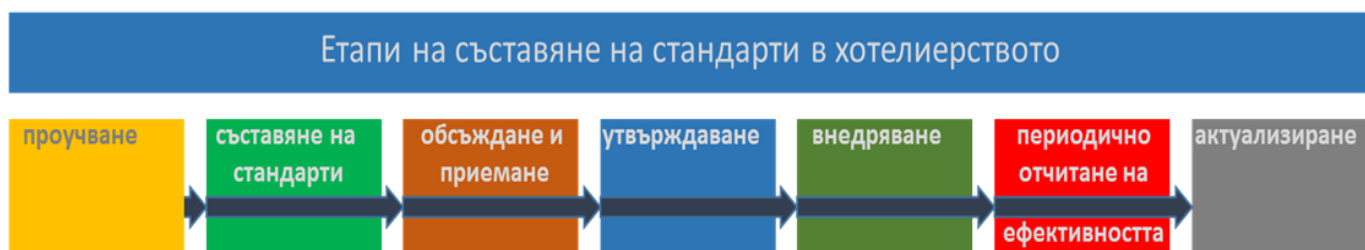
### **Съставяне на стандарт**

Всяко място за настаняване само създава своите стандарти за обслужване, като отчита специфичните особености на обекта и целите, които си поставя, както и особеностите на пазара.

- Стандартът трябва да обхваща всяка технологична операция и етап на производство на продукт или услуга;



- Съставянето на всеки стандарт започва с предварително проучване на изискванията и очакванията за качество на гостите;
- Изготвя се стандарт, който се предоставя за обсъждане в различните отдели на хотела;
- Провежда се обучение на персонала, за да може да прилага стандартите;
- Съставя се процедура за оценка, за да се определи съответствие на предлаганото обслужване със стандарта;
- Обратна връзка с потребителите, за да се отговори на непрекъснато променящите се очаквания. В съответствие с тях трябва да се изменя и стандартът.



## Нормативни документи

При разработване на стандартите могат да се ползват:

- Български нормативни документи – Наредба на категоризиране на средствата за подслон, местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения, приета с постановление № 357 от 27.12.2004г. и други подобни;
- Закони, свързани с дейността – Закон за туризма, Закон за храните и др.;
- Специализирана литература, свързана с правилата за обслужване в хотелиерството и ресторантьорството и др.;
- Опитът от стандартизацията на водещи чуждестранни хотелиерски компании;
- Опитът на наши хотели и туристически комплекси в стандартизацията на продуктите и услугите.

## Ролята на европейските стандарти

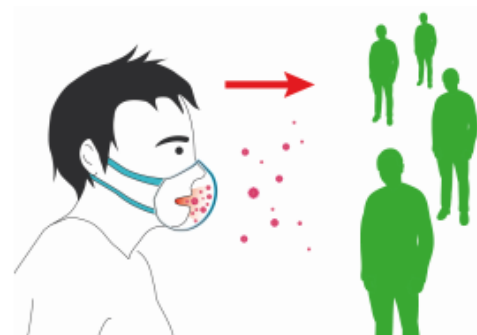
Обединена Европа функционира благодарение на единни европейски стандарти. Европейските стандарти се изработват с консенсус и отразяват икономическите и социалните интереси на всички държави членки. Свободното движение на стоки, хора, услуги и капитали в Европа днес вече е реалност. Уеднаквяването на българските национални стандарти с европейските е едно от важните условия за осигуряване достъпа на българския туристически продукт до европейските пазари.

## ЛЮБОПИТНИ ФАКТИ! ЗНАЕТЕ ЛИ, ЧЕ...?

*Един европейски стандарт заменя 33 различни национални стандарта в Европа и създава достъп до пазара на над 600 милиона потребители!!!*

## Ключови области в местата за настаняване, за които се изготвят стандарти:

- Вид и поведение на служителите – табели, външен вид, коса, брада, бижута, маникюр;
- Обслужване – униформи, поведение, поздрав на госта, отговаряне на телефон;
- Комуникация – между служители, с гости;
- Чистота – във всички зони;
- Общи площи – рецепция, фойайе;
- Стаи – гардероб, легла, нощни шкафчета, осветление, телефон, телевизор, интернет;
- Бани – тоалетна чиния, мивка, душ, огледала, сешоар, кърпи;
- Външни пространства – градина, паркинг;
- Техническа поддръжка;
- Сигурност и безопасност.



## Хотелиерство в условията на пандемия



Днес, в условията на пандемия, представата за качество на туристическия продукт включва осигуряване на безопасност и сигурност като основен фактор. Това наложи създаването на стандарти за безопасност в местата за настаняване, съобразени с правилата, препоръчани от Световната здравна организация и Министерството на туризма в България.

**България е туристическа дестинация с печат за безопасност и хигиена (Safe Travels Stamp) от Световния съвет за пътувания и туризъм.**



Българският институт по стандартизация въведе новия европейски документ CEN/CWA 17553:2020 „Маски за лице за населението. Ръководство за минимални изисквания, методи за изпитване и използване“ като **български стандартизационен документ СД CEN/CWA 17553:2020**. Европейската комисия установи спешната необходимост от хармонизирано и съгласувано ниво на безопасност на

маските за лице. На базата на тази необходимост и в отговор на неотложността на ситуацията, се разработи ускорено този стандартизационен документ, който е плод на колективна работа на експерти, добавили своя опит към вече съществуващи национални указания.

### **Резултати от внедряването на стандарти**

- Подобряване на качеството на предлаганата туристическа услуга;

Прилагането на стандарти подобрява качеството и увеличава продажбите, а това е един от най-добрите начини да се задържат постоянните клиенти.

- Привличане на нови клиенти;

Стандартите са най-ефективният начин за убеждаване на потребителите, че туристическият продукт отговаря на най-високите и разпространени изисквания за качество, безопасност и сигурност.

- Повишаване на конкурентоспособността;

Прилагането на стандарти затвърждава репутацията и дава голямо предимство пред конкурентите, които не прилагат стандарти.

- Повишаване на доверието в мястото за настаняване;

С въвеждането на стандарти ще се увеличи доверието на клиентите към туристическия продукт.

- Намаляване на вероятността от грешки;

Стандартите предоставят на бизнеса сигурна отправна точка, която намалява риска от грешки и недоразумения. Освен загуба на пари, грешките вредят и на репутация на хотела.

- Постигане на съответствие със задължителните изисквания;

Стандартите са доброволни и законово хотелиерите не са задължени да ги прилагат. Но когато стандартите съответстват и на задължителни нормативни разпоредби, свързани с определени критерии за качество и безопасност, както и опазването на околната среда, това ще повиши имиджа на хотела не само на местния туристически пазар, но и на чуждите пазари.

- Увеличаване на шансовете си за успех.

Включването на стандартите като част от маркетинговата стратегия на хотела ще даде много по-голям шанс за успех. Прилагането на стандарти увеличава шансовете за успех на пазари, където те се изискват.



### **ПРИЛОЖНА ЗАДАЧА**

**Създайте стандарт за безопасност по време на Ковид пандемия.**



## Основни стандарти в заведенията за хранене и развлечения към местата за настаняване

Съвременните условия, както и световната практика в хотел-ресторантския бизнес налагат все повече повишаване качеството на стоките и услугите, задоволяване очакванията на гостите, гарантиране безопасността на госта и т.н. Всичко това би се гарантирало с въвеждане на стандарти в хотелиерството и ресторантьорството, т. е. приемане на задължителни правила във всички етапи на създаване и реализиране на туристическия продукт и услуга.

Въздействието върху здравето, безопасността на хората и околната среда при използването на съвременните технологии - прави стандартите жизненоважен елемент за предотвратяване на рисковете.

Стандартите играят важна роля за осигуряване на условия за защита на потребителите, безопасност на работещите, насърчават социалната отговорност, играят важна роля за опазването на здравето и живота на хората и на околната среда.

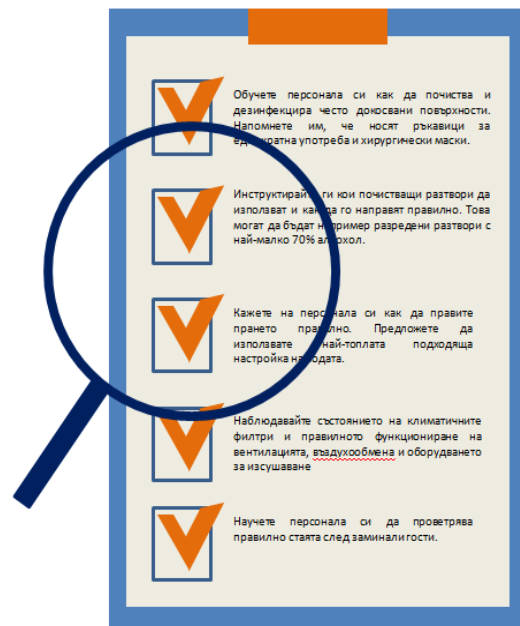
**Стандартите са общият език, на който говорят производителите, потребителите, научните и академичните среди, органите на държавната администрация, обществените институции, сдруженията на потребители, застрахователи и други.**

Изготвянето и въвеждането на оперативни стандарти и процедури за звено „Хранене“ (на място за настаняване) има за цел подготовка на служителите за предоставяне на висококачествени услуги и продукти, които клиентите очакват от заведенията за хранене и развлечения. Стандартите осигуряват очаквания минимум, който трябва да се постига и поддържа постоянно. Служителите следва да се стараят да предоставят услуги над стандарта.

Оперативните стандарти и процедури са разработени, за да осигурят достигането и поддържането на единен стандарт при предоставяне на услугите от отдела. Доброто познаване на стандартите и процедурите и последователното им спазване са задължителни за всички служители, за да бъде гарантирано качеството на предлаганата услуга.

Внедряването и системното следване на набора от оперативни стандарти и процедури подпомага изпълнението на ежедневните задължения на служителите от отдела. Въвеждането на системата само по себе си не отменя отговорността и задълженията на мениджмънта на хотела да следи за ефективното и правилно функциониране на процедурите и за постоянното им следване.

Директорът на мястото за настаняване съвместно с Управител Хранене може да променят или да допълват процедурите в зависимост от функционалността, спецификата и ефективността на оперативния процес и особеностите на предлаганата услуга.



Оперативните стандарти се състоят от ясно изписани процедури, които са лесни за изпълнение от персонала и намаляват в значителна степен вероятността от допускане на грешки. Следвайки тези стандарти, Управителят на звено „Хранене“ към съответния хотел може лесно да коригира представянето на служителите си във всеки един момент от дейността. Ефективните стандарти са подробни, ясни и се основават на добри професионални практики. Спазвайки стандартите, служителите предоставят професионална услуга с високо качество. Липсата на стандарти води до хаос и лошо представящи се служители. Работните стандарти трябва периодично да бъдат анализирани и актуализирани от Ръководството на мястото за настаняване.

Всеки нов служител трябва да премине през обучение, което да го запознае с ценностите, историята и целите на хотела, както и с оперативните стандарти.

**Работата по оперативни стандарти показва професионализъм и води до мотивирани служители, доволни гости и добри финансови резултати. Качеството на предоставената услуга ще се помни много по-дълго от платената цена.**

Стандартите за обслужване в заведенията за хранене и развлечения към местата за настаняване зависят от брой маси, обслужвани от един сервитьор, среден брой консуматори на една маса, период на „обръщаемост“ на една маса, продължителност на консумация.



**Продължителност на обслужване** – повечето гости сами определят продължителност, като някои от тях бързат например за работа, за кино, а други изчакват, докато дойде време за тяхното следващо мероприятие. При стандарт на обслужване 5 маси на 1 сервитьор, средната продължителност на хранене в ресторант е 60-75 минути. Когато има пикови часове или дни с голяма посещаемост на заведението, т.е. има по-висок коефициент на обръщаемост на едно място, трябва да се увеличи броят на

сервитьорите, без да има бездействащи сервитьори в по-малко натовареното време.

Времето, което сервитьорът отделя за обслужване на гостите, е критерий за оценка на качеството на обслужване. Ресторантите от по-висок клас имат стандарт на обслужване 3 маси на един сервитьор.

**Брой консуматори на една маса** – повечето ресторанти имат между 2-4 консуматори на маса. Колкото гостите са повече, толкова повече е времето за взимане на поръчка и обслужване.

**Време на „обръщаемост“ на една маса** = продължителност на консумация – необходими са 25% повече усилия за обслужването на гостите с консумация от 75 мин в сравнение с консумация от 60 минути.

**Опитът на обслужващия персонал** – сервитьор с опит обслужва гостите по-бързо от негов колега с по-малък опит, затова в стандарта трябва да се определи диапазона на обслужените маси – най-често той е в границите 3.5 - 4.0.

**Обслужени брой посетители на час** – при хранене на шведска маса се следи за времето на зареждане с нови ястия, за да се избегнат опашки. Необходимо е да се проучи, кога се получава затруднение и забавяне и да се отстрани с правилно изписан стандарт.

В заведенията за хранене и развлечения към местата за настаняване се изготвят следните стандарти:

а/ основен (общ) стандарт, в който се отразяват общите изисквания и правила, както и списък с всички стандарти;

б/ специфични стандарти за различните дейности и операции – кухни - приготвяне и издаване на храна, бюфети, търговски зали;

в/ инструкции – прилагат се към съответния стандарт – за поддържане на хигиена (дезинфекция, миене, съхранение).

В стандартизационната система може да се включи и системата HACCP. Това е съкратено наименование на „Hazard Analysis and Critical Control Points“, което означава „Анализ на опасностите и контрол на критичните точки“. Системата HACCP е система за контрол и управление на безопасността на храни и напитки.

### **Видове стандартите и техния обхват**

Общ стандарт - покрива изискванията към вида и поведението на служителите

- Униформа;
- Табели;
- Коси;
- Бижута;
- хигиена – ръце, нокти, грим;
- управление на персонала.

Специфични стандарти:

Система за комуникация:

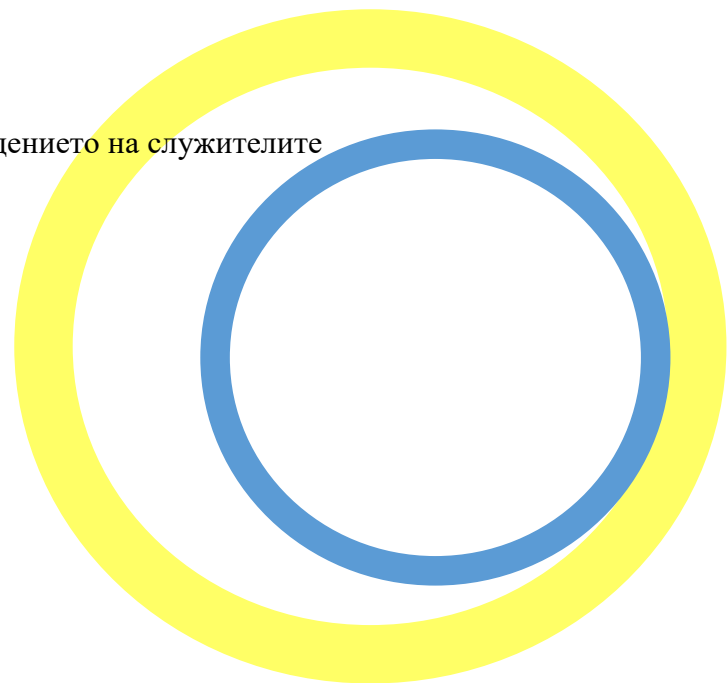
- между служители;
- с гости.

Подреждане на търговските зали в заведенията към местата за настаняване:

- зареждане ресторант;
- зареждане блок маса;
- а ла карт обслужване;
- зареждане на лоби бар;
- зареждане на помощни сервитьорски маси;
- пране на мръсни покривки.

Меню:

- изготвяне на меню;
- изготвяне на рецепти.



#### Храна в ресторант:

- блок маса;
- обяд и вечеря на блок маса;
- а ла карт;
- сух пакет;
- лоби бар;
- храна в стаите – румсървис;
- ВИП зареждане с храна в стаите.

#### Обслужване:

- а ла карт;
- блок маса.

#### Напитки:

- в ресторант и лоби бар;
- в стаите – румсървис.

#### Организираны мероприятия:

- Разработване на сценарий за мероприятие;
- Меню;
- Обслужване;
- Кафе паузи.

#### Контролни процедури:

- Издаване на сметка;
- Представяне на сметка на клиента;
- Контрол на блок маса;
- Регистрация на прихода;
- Финансова политика за организираны мероприятия.

#### Складово стопанство:

- Изготвяне на заявки към звено „Хранене”;
- Складовы помещения за съхранение на хранителны продукты и напитки;
- Складовы помещения за съхранение на консумативы и материалы за звено „Хранене”.

#### Стандарти за материална отговорност и инвентаризация.

#### **Примери на стандарти за обслужване в заведенията за хранене и развлечения към местата за настаняване:**

##### **Стандарт: Храна в ресторанта – обяд и вечеря на блок маса:**

- Менютата за обяд и вечеря на блок маса съдържат пълен набор от разнообразны и подходящи за обяд и вечеря елементи;



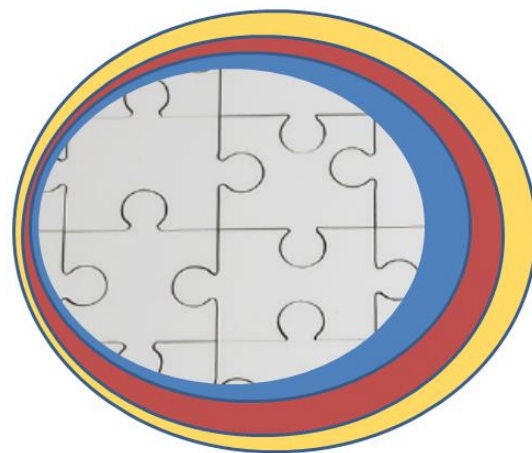
- Разработването на менютата се осъществява и на база на изисквания за постигане на показател за себестойност на обяд и на вечеря на турист или на храноден;
- Разработва се от главен готвач съвместно с Управител Хранене на база на образец за меню на закуска на блок маса;
- Минималното съдържание на менюто се одобрява от Директор;
- Менюто се разработва в зависимост от продължителността на туристическите пакети (3-дневни, 5-дневни, 7-дневни);
- За вечеря се разработват тематични менюта - в зависимост от предлаганите пакети.

#### **Стандарт: Материална отговорност:**

- ДМА\* – материалната отговорност се носи от Главен готвач;
- Малоценни и малотрайни активи – материалната отговорност се носи от всички работници в кухнята;
- Хранителни продукти – 50% от материалната отговорност се носи от Главен готвач, 50% се носи от всички работници в кухнята;
- ДМА лоби бар – материалната отговорност се носи от ОТЗ;
- Напитки – материалната отговорност се носи от бармани;
- Малоценни и малотрайни активи ресторант – материалната отговорност е солидарна;
- Малоценни и малотрайни активи лоби бар – материалната отговорност е солидарна.

#### **Стандарт: Организираны мероприятия - Разработване на сценарий за мероприятие:**

- 30-45 минути преди обявения начален час на мероприятияето, Управителят Хранене дава инструкции на целия обслужващ персонал от отдел Хранене за задълженията, които всеки има, за разпределяне на районите, за цялостния сценарий на събитието;
- В сценария, като минимум, трябва да бъдат включени следните точки, касаещи организацията на храненето:
  - ✓ Посрещане на гостите (с или без напитки в зависимост от изискванията). При посрещане с напитка за „Добре дошли” - сервитьорите навременно и регулярно допълват таблите с напитки;
  - ✓ Настаняване на гостите в залата;
  - ✓ В зависимост от организацията на обслужване и от избраното меню по време на самото мероприятие: сервиране на чинии, чаши, разливане на напитки от бутилка, зареждане на бара с чаши и други;
  - ✓ Организация по изпращане на гостите;
  - ✓ Организация по отсервиране, прибиране на чиста и неизползвана посуда и прибори, почистване на залата, сваляне на драперии и покривки от масите и събиране в колички за пране;





- ✓ При организация с мокър бюфет за напитки – прибиране на чисти и неизползвани чаши в касети и на колички в офиса на определените места, прибиране на предварително заявени, но неконсумирани напитки с вътрешен протокол в присъствието на организатора на мероприятиято.
  - При посрещане на гости протоколът изисква да не се подава ръка за поздрав от обслужващ персонал. Гостът решава дали да се ръкува и с кого;
  - По желание на организаторите обслужващият персонал може да се подреди в редици от двете страни на входа за посрещане на гостите от мероприятиято. Може да се приложи и при изпращане на гостите на събитието, ако всички напускат залата едновременно;
  - Маса за VIP гости – броят и размерът на столовете се определя от организаторите;
  - Масата се зарежда с изискана посуда и декорация.
- \*ДМА – Дълготрайни материални активи

**Направете примерен стандарт: Храна в стаите (румсървис)!**

?

?

## РАЗДЕЛ XIV

### Маркетинг и реклама в хотелиерството

#### Определение за маркетинг услуги. Значението и появата на маркетинга в туризма.

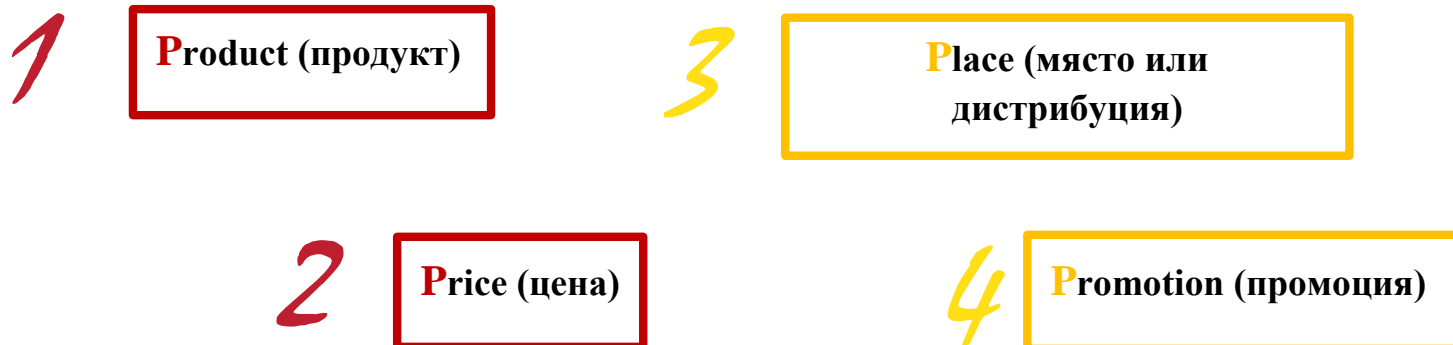
Понятието маркетинг идва от английски език – marketing. В основата му стои думата market, в буквален превод – пазар. Всъщност, маркетингът се занимава с откриването на най-ефективните пътища между цялостната дейност на предприятието и възможностите на пазара. Той представлява пазарно ориентираната политика на предприятието, чиято крайна цел е потребителят с неговите нужди, възможности и интереси. За първи път за маркетингови стратегии може да се говори по време на индустриалната революция в началото на 19 век. По това време се наблюдават сериозни икономически промени в масовото производство и търговия, в логистиката\*, както и прилагане на все по-сложен рекламен подход към крайния потребител. Като цяло, теорията на маркетинга се променя и развива непрекъснато, следвайки интензивните промени на самия пазар.

Американската асоциация по маркетинг – American Marketing Association или АМА, преразглежда и допълва определението си за маркетинг на всеки 3 години. Последната им дефиниция е от 2017г.: „Маркетингът е дейност, набор от процеси и системи за създаване, дистрибуция и размяна на предложения, които имат стойност за клиенти, купувачи, партньори и обществото като цяло.“ Маркетингът определено участва в управленската дейност на хотелите и хотелските вериги - планиране, организиране, ръководство и контрол на всички дейности, свързани с реализацията на услугите.

Основната задача на маркетинга е да намери най-прекия път между производителя на стоката или услугата и нейния потребител.

В основата на маркетинга стои маркетинговия микс. Той представлява комплекс от контролируеми маркетингови елементи, които фирмата съчетава, за да популяризира бранда и продукцията си на даден целеви пазар. Той съдейства за ефективното придвижване на стоката или услугата на пазара и максимално бързата ѝ реализация.

Маркетингов микс е термин, предложен от проф. Нейл Бордън през 1960 г. и според неговото определение той се състои от 4 основни елемента. Или от английски: 4P / четирите „П“:





Продуктът по своята същност е обект на размяна, придобиване и консумиране. Той се предлага на пазара и служи за задоволяване на определени потребности или желания на клиента.

Той е съвкупност от атрибути (свойства, функции, приложения), които могат да се използват или разменят. Продуктът може да бъде предмет с реални физически параметри, идея, услуга или комбинация от трите.

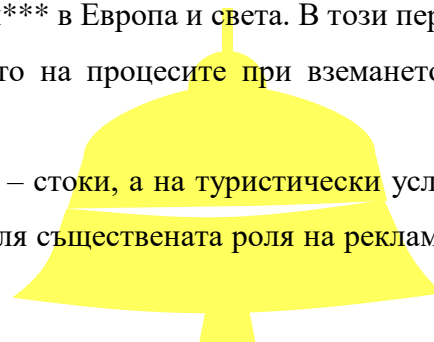
Когато се говори за маркетинг в туризма, следва да се вземат предвид специфичните особености на туризма като индустрия, в сравнение с производството и търговията на потребителски и инвестиционни стоки.

За маркетинг в туризма започва да се говори в средата на 20в. в някои европейски страни като Италия, Швейцария и Франция, като основните фактори за развитието на туризма през този период са:

- Бързото развитие на транспорта;
- Увеличаване на свободното време;
- Увеличаване на доходите на населението.

Постепенно хотелските вериги започват да поставят клиента, неговите изисквания и предпочитания в центъра на своята пазарна политика. Това налага да бъдат изследвани факторите на туристическото търсене, неговата еластичност\*\* и основните туристически сегменти\*\*\* в Европа и света. В този период се разработва теорията за туристическата мотивация и изучаването на процесите при вземането на решение, при пътувания и туризъм.

Туристическият маркетинг не е маркетинг на материални продукти – стоки, а на туристически услуги, материални и природни блага, мечти и представи, което предопределя съществената роля на рекламата, и стимулирането на продажбите в неговия маркетингов микс.



За да се разбере правилно спецификата на маркетинга в туризма, трябва да се разгледат разликите между продукт и услуга:

	<b>Продукт</b>	<b>Услуга</b>
<b>Осезаемост</b>	Може да се държи, да се види, усети, ухае – физически осезаем.	Работа, извършена от едно лице за друго – физически неосезаема.
<b>Трайност</b>	Може да се складира и след покупка може да се върне за подмяна или ремонт.	Не може да се складира, върне или подмени; неизползваната услуга означава пропусната завинаги стопанска изгода.
<b>Делимост</b>	Отделя се от собственика след сделката, а купувачът придобива собственост над продукта. Може да бъде изпратен до купувача.	Консумира се по време на създаването ѝ, не се отделя от този, който я извършва. Купувачът трябва да дойде до производителя.
<b>Количествена измеримост</b>	Може да бъде количествено определен и се предлага в различни форми, размери, опаковки и т.н.	Не може да бъде количествено определена или измерена.
<b>Качествена измеримост</b>	Може да бъде измерен и сравнен спрямо физическите си характеристики.	Трудно може да бъде качествено измерена и сравнена.

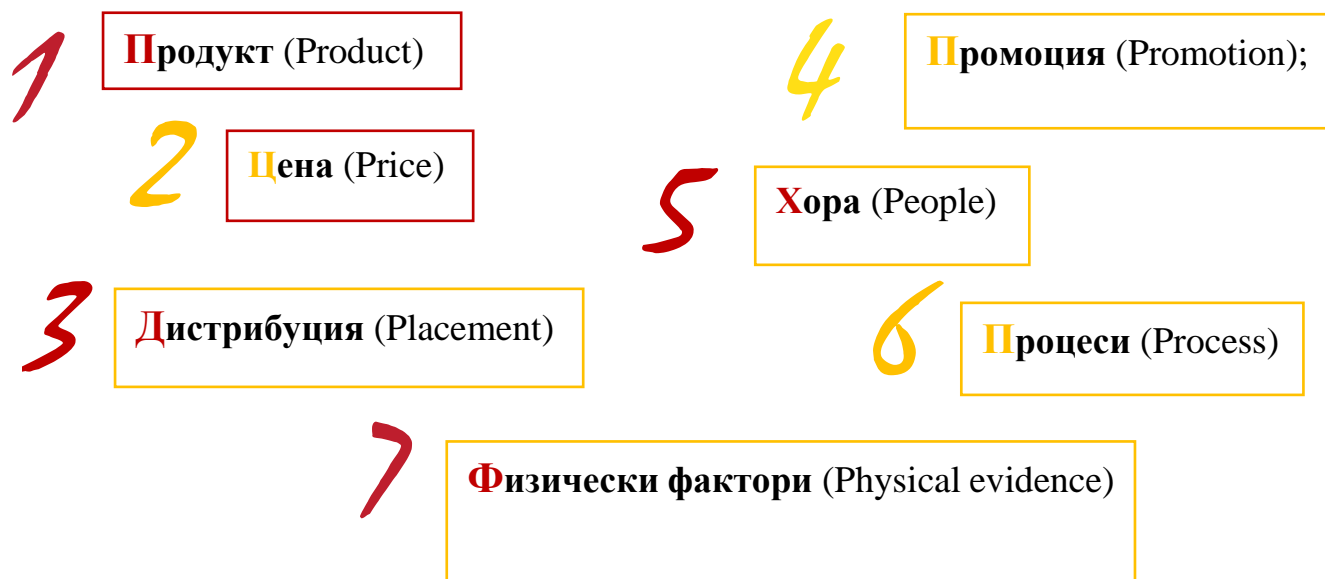
Маркетингът в туризма е основно маркетинг на услуги и това определя неговите специфики. Той представлява управленски подход, чрез който цялостната дейност на туристическата фирма се осъществява в съответствие с изискванията и състоянието на туристическия пазар.

Маркетингът в туризма е непрекъснат процес, но може да се обобщи в няколко етапа:

- Откриване на желанията за пътуване от потребителите;
- Създаване на туристически стоки и услуги, съгласно с желанията на туристите;
- Предлагане на туристически стоки и услуги;
- Продажба на туристически стоки и услуги;
- Регистриране на поведението на туристите - удовлетвореност, желание пак да пътува, възникнали нови потребности и т.н.

Всички етапи от процеса се осъществяват чрез правилното разпределение на 4-те Р, които съставляват маркетинг микса. Но традиционният модел 4-те Р за маркетинг микс е създаден с акцент към компании от сферата на производството. За бизнесите, които предлагат услуги, като тези в сферата на туризма, този

модел се явява недостатъчно добър. Мнозина смятат, че в маркетинга на услугите има и три други важни съставки, които го правят успешен. През 1981г. Бумс и Битнер добавят още 3 елемента към класическия маркетинг микс и създават т.нар. „разширен маркетинг микс“ или „**Модел 7Р за маркетинг микс**“.



- **Продукт (product)** - отнася се към това, да се създаде и развие точния продукт/услуга, за целевия пазар;
- **Цена (price)** - отнася се към стойността, която е вложена в продукта или услугата. Зависи от разходите, пазарния сегмент, към който е насочен маркетингът, възможностите на потребителя и още други фактори;
- **Място или дистрибуция (place)** - отнася се към откриването на най-добрите точки на реализация и максимално улесняване на целевия клиент, за да може да купи продукта или да използва услугата;
- **Промоция или комуникация (promotion)** - отнася се към конкретните действия за популяризиране на бранда и за информиране на целевите потребители, за предлаганите от компанията продукти и услуги, както и насърчаването им да станат клиенти на фирмата;
- **Хора (people)** - всички, които играят роля в процеса на купуване или използване на продукта и влияят на възприятията на клиента. Дори когато качеството на няколко продукта, предлагани от конкурентни фирми, е еднакво, чрез подходящо обслужване компанията може да получи чувствително конкурентно предимство. Ето защо, факторът „хора“ (човешкият фактор), е от огромно значение в сферата на услугите;
- **Процеси (Process)** - Това са правилата и процедурите, с помощта на които се извършва една услуга. Процесите са системи, които спестяват на една фирма време, енергия и пари;
- **Физически фактори (Physical evidence)** - средата, в която се оказва определена услуга на клиента. Това е мястото, в което фирмата и клиентът си взаимодействат. Това е всеки един материален, измерим компонент, който влияе или подпомага на комуникацията с клиента. Или, казано по друг начин, физическите фактори са материалната част на една иначе нематериална

услуга. Това са неща като помещение, външен вид на служители, обзавеждане, рекламни материали, документи и всякакви елементи на фирмена идентичност, в т.ч. и визитни картички.

Маркетингът в хотелиерството изследва потребностите от хотелиерски услуги и особено тенденциите в тяхното изменение, и представя получените резултати от изследването на мениджърския екип на хотела, за да се вземат съответни решения, за осигуряване на производство на търсените услуги, и кулинарна продукция, така че да се повиши търсенето им.

Огромната конкуренция изисква от маркетинга в хотелиерството да направи бизнеса различен и уникален чрез продукта, който създава, така че да е различим, и да привлича потенциалните гости. Маркетинг кампанията и стратегията на един хотел трябва да е индивидуална и със собствен почерк.

\*логистика - логистиката е термин, който визира планирането, разработването и приложението на стратегия, с цел извършване на дадена оперативна дейност, и постигането на желан краен резултат. Докато в миналото думата е визирала военни действия, днес най-често тя е обвързана с транспортирането на стоки и услуги.

\*\*еластичност на туристическото търсене - еластичността на търсенето е зависимостта на количеството, и търсената продукция от факторите доходи и цени. Търсенето се нарича еластично, когато малки промени в цената на дадена стока или в доходите на потребителите се изразяват в големи промени на търсенето на тази стока.

\*\*\*туристически сегменти – при всеки пазар съществуват отделни, по-малки съвкупности(групи), които имат различни предпочитания и покупателно поведение спрямо отделните продукти, които се предлагат. Критериите, според които могат да се формират по-малките групи, са най-различни, в зависимост от спецификата и предназначението на продуктите, които предлага фирмата.

1. Кога е дадено последното определение за маркетинг и какво е то?
2. Какво означават 4P и 7P?
3. Посочете разликите между продукт и услуга.



## Фактори, влияещи върху маркетинга на хотелиерските услуги. Търсене и предлагане в хотелиерството. Ценова политика в хотелиерството. Маркетингът в хотелиерството



Хотелиерството е икономическа дейност, която задоволява потребителското търсене за подслон, храна и напитки далеч от постоянното местожителство. Хотелът, основното звено в хотелиерската индустрия, е съвкупност от материално-техническа база, персонал и организационна и управленска системи, които да задоволят потребностите на консуматора при временното му пребиваване извън дома. С развитието на хотелиерството се развива и разбирането за този вид продукт. Първоначално възникнал като средство за подслон, хотелът определя хотелиерския продукт, като съвкупност от условия за нощувка. По-късно се обогатява с услуги за хранене и допълнителни услуги, необходими за пребиваването на госта. Хотелът е затворена общност със собствени магазини, заведения за хранене, развлечения и забавления. Така хотелиерският продукт се превръща в съвкупност от условия, услуги и стоки, за задоволяване потребностите на гостите от нощувка, почивка, храна, лечение, делови срещи, развлечения и други, съобразно целта и мотивите на пътуването им.

### ▶ Видове маркетинг в хотелиерството



Така нареченият „триъгълник на маркетинга на услугите“ показва трите взаимосвързани групи, които работят заедно за създаването, промотирането и предлагането на услуги. В частност това са компанията (хотелът) и клиентите и служителите (всички онези, които създават услугата). В този смисъл съществуват три вида маркетинг, които трябва да бъдат успешно управлявани: вътрешен, външен и интерактивен (маркетинг на взаимодействията). В сферата на услугите и трите вида маркетинг играят важна роля за доброто функциониране на хотела.

- Външен маркетинг - чрез външния си маркетинг хотелиерите представят услугата и дават обещания на клиентите си за това, което да очакват, и начинът, по който ще го получат. Тук

основна роля имат традиционните маркетингови задачи като реклама, продажби, връзки с клиентите и т.н.

- Маркетинг на взаимодействията (интерактивен маркетинг) - чрез интерактивния маркетинг хотелът управлява взаимодействията си с потребителите. Това всъщност представлява изпълняването на обещанията, дадени на потребителите чрез външния маркетинг. Тези обещания могат да бъдат спазени или нарушени от работещите в хотела или трети компании (транспортни фирми, туроператори).
- Вътрешен маркетинг - вътрешният маркетинг е насочен към служителите на хотела. Важен момент тук е, че много често удовлетвореността на клиентите и служителите е неразривно свързана. В този процес се включва привличането и задържането на качествени служители, и създаването на работна атмосфера, която да удовлетворява работещите в нея, и съответно те да осигурят високо качество на услугите, които хотелът предлага.

### **Фактори, влияещи върху хотелския маркетинг**

Върху хотелиерския продукт влияят редица фактори, като те основно се делят на вътрешни и външни, управляеми (продукт, цена, реклама) и неуправляеми (икономически, политически, правно-нормативни, изпълнителна власт, социални и демографски структури, бит, религия, търговия и медии).

Неконтролируемите фактори са тези фактори, върху които фирмата не може да влияе, но трябва да се съобразява с тях и да се опитва да свежда до минимум отрицателното им влияние (макросреда).

**Демографски фактори** - демографските фактори са винаги в центъра на вниманието на специалистите по маркетинг. Това е така, защото пазарът се състои предимно от хора.

- пренаселеност и замърсяване – около 70 % от световното население населява 17% от сушата, което насърчава пътуванията в по-ненаселени и екологично запазени райони;
- застаряване на населението и удължена продължителност на живота - туристическите сегменти от възрастни хора стават все по – големи, което води до предлагане на специфични ваканционни пакети за възрастни хора;
- нарастване на градското население.

### **Социални фактори**

- увеличаване на общия обем свободно време на хората;
- увеличаване на сегмента на пътуващите сами;
- увеличаване на сегмента родител, пътуващ с дете;
- увеличаване на индивидуалните пътувания.

### **Икономически фактори**

- състоянието на семейните доходи и разходите за отпих, развлечения, образование, култура;
- инфлация, обменен курс на националните валути, централизация на капитала и др.



## Екологични фактори

- опазване на околната среда;
- климат и сезонност;
- природни стихии.

## Политически фактори

- правно-нормативна база;
- визов режим;
- международни отношения, които благоприятстват за чуждестранни инвестиции;
- граждански войни, размирици, тероризъм и др.

## Технологични фактори

- комуникационни и информационни технологии и платформи;
- резервационни системи.

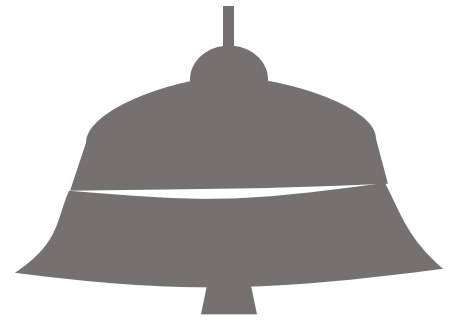
## Конкуренция

### Търсене в хотелиерството

Търсенето на хотелиерския продукт е част от туристическото търсене, то изразява платежоспособността на гостите, за задоволяване на потребностите им от подслон, почивка, развлечение и услуги, за удовлетворяване на различни интереси, при временно пребиваване извън дома.

Търсенето в хотелиерството се характеризира с:

- В туристическото търсене има два основни компонента – задоволяване на естествените, физиологични потребности, като подслон и храна, и на специфични потребности, като разтоварване, физическа и психическа почивка, създаване на емоции и спомени, докосване до култура, религия, наука, изкуство и др.;
- Търсенето е неорганизирано и нееднородно, което се дължи на териториалната разпръснатост и мобилност на гостите, и различните им финансови възможности. Освен това е социално детерминирано, т.е. всеки индивид сам определя на основата на собствените си социални условия на живот, онези елементи на даден туристически продукт, които представляват интерес за него;
- Взаимозаменяемост или кръстосана еластичност – това означава, че потребителят може да заменя един туристически продукт или компонент от него с друг, сходен, например един хотел с друг, или също така да замени туристически продукт с друг такъв, задоволяващ друга потребност;
- Концентрация на търсенето по време (сезонност) и обекти (локализация);
- Неуправляемост - много рядко явление е даден турист да избира все един и същи обект за посещение. Обикновено той сменя дестинацията, средно между 2 години и 5 години;



- Туристическото търсене обикновено е еднократно за една календарна година, като повторните пътувания са под 18% .

### Предлагане в хотелиерството

Предлагането в хотелиерството представлява съвкупност от услуги, които се предоставят на госта с цел превръщане на стойността им в пари. Туристическото предлагане има следните особености:

- Основната предпоставка за осъществяването на туризъм е наличието на съответните природни и антропогенни ресурси;
- Подчертана нееластичност – хотелът трудно реагира както на промените в търсенето, така и на изменения в други външни фактори. Последното е особено характерно за сезонните хотели;
- За нарастване на предлагането са необходими големи инвестиции и финансови средства.

### Тенденции в хотелиерското предлагане през последните години

- Значително превишаване на хотелиерското предлагане спрямо хотелиерското търсене;
- Нарастване на броя и влиянието на хотелиерските вериги и консорциуми;
- Специализация на хотелиерския продукт или ориентиране от масовия към индивидуализирания пазар;
- Гъвкавост на продукта – като обзавеждане и функционалност на стаите, обособяване на центрове за активен отдих и развлечения и др.;
- В ресторантите към хотелите по-широко се застъпва диетично меню, щадящи храни с ниско съдържание на мазнини и въглехидрати и др.;
- Широко навлизане на електронната техника;
- Прилагане на екологично ориентиран мениджмънт в хотелиерството и ресторантьорството;
- Паралелно развитие на луксозния или икономичен пазар на хотелиерски услуги, като по-нисък темп отчитат средните категории хотели;
- Максимална достъпност на услугата за клиента- чрез предлагане на мини бар, румсървис, 24 - часово обслужване в магазини, ресторанти и др.;
- Повишаване на комплексността в предлагането на услугите - т.е. непрекъснато насищане с допълнителни услуги, които се комбинират в пакети, според сегмента от търсенето, и вида на практикувания туризъм.



### Ценообразуване в хотелиерството

Цената на стоката или услугата е паричният еквивалент, който се получава при размяната срещу нея на пазара. Цените в пазарната икономика се влияят от търсенето (потребителския избор) и предлагането (разхода на ресурси от страна на производителя). Между търсенето на една стока или услуга и нейната цена съществува обратнопропорционална зависимост (закон на търсенето), т.е. колкото е по-висока цената, търсенето намалява и обратното. Между предлагането на дадена стока или услуга и нейната цена,

съществува правопрпорционална зависимост (закон на предлагането) - при равни други условия и неизменни разходи за производство ѝ, по-изгодно е тя да се реализира на пазара.

### **Видове цени в хотелиерството**

Разнообразието на цените в хотелиерството произтича от разнообразието на предлаганите услуги, както и в резултат на изготвянето на много и различни оферти, с цел лансирането на хотелиерския продукт на пазара.

#### **Цени според вида услуги:**

##### ***Цени за основни услуги:***

- цени за стаи и легла в хотела;
- пансионатни цени - включват нощувка и даден вид изхранване.

***Цени за допълнителни услуги*** - включват цени за битови, посреднически услуги, вещи под наем, спортни, атракционни, балнеолечебни услуги и др. Обикновено се предлагат като цени на дребно на място в хотела, но могат да бъдат включени в пакет с основните услуги в различни комбинации.

#### **Според преследваните цели:**

- стимулиращи цени – цени с отстъпки и промоции;
- рекламни цени (цени за въвеждане) - специални офертни цени, които обикновено се използват за лансиране на нов продукт, при навлизане на нов пазар;
- сезонни цени;
- клубни цени – характерни са предимно за луксозни хотели от висока категория. Редовни клиенти на хотела закупуват клубни карти, които им осигуряват отстъпки в цената на нощувката, на допълнителните услуги, дават правото и на определени безплатни услуги

### **Фактори на ценообразуването в хотелиерството**

Върху ценообразуването в хотелиерството влияят фактори, породени от спецификата на хотелиерския продукт, като основно се делят на две групи: вътрешнофирмени и външни.

#### ***Към вътрешните се отнасят следните фактори:***

- равнище на разходите, което принципно определя долната възможна граница на цената. Разходите се делят на преки – това са конкретните разходи, които се правят за определена услуга, и непреки – разходите, които се извършват за цялостното функциониране на фирмата;
- позициониране на продуктите и услугите. Възможни са два варианта - продажба на малки количества на високи цени или продажба на големи количества на ниски цени;
- известността на мястото за пребиваване, неговия имидж и популярност на търговската марка. Те правят съответния хотел по-търсен и цените му са по-високи от тези на конкурентите;
- категорията на мястото за пребиваване – тя дава най-общата качествена характеристика на хотелиерския продукт и цената трябва да съответства и на категорията на съответното заведение за пребиваване;

- броя и размера на плащаните комисионни, тъй като продажбата на хотелиерския продукт се извършва с помощта на много посредници.

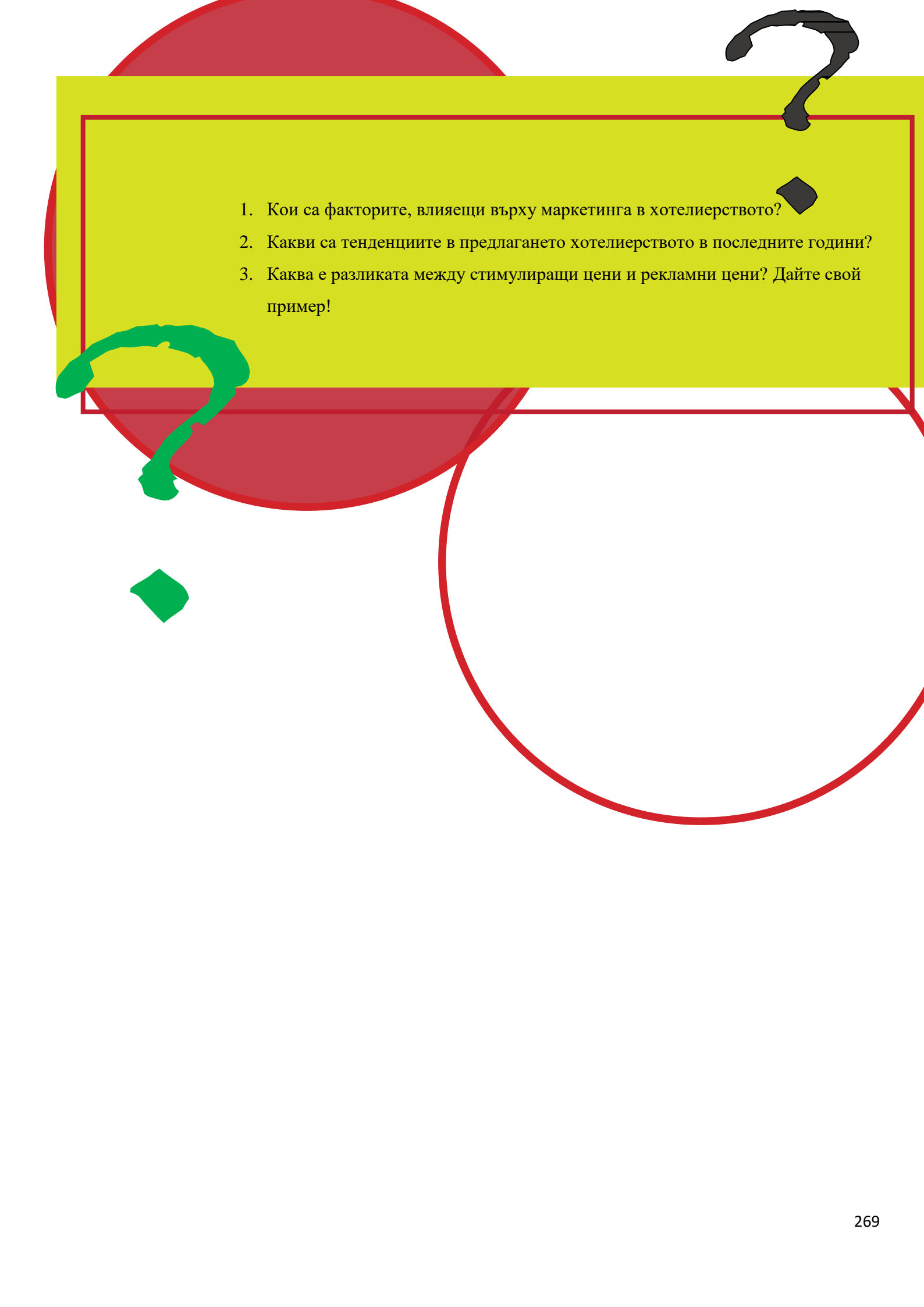
***Към външните фактори се отнасят:***

- платежоспособност и готовност за покупка. При вземането на решение за покупка, туристът обмисля съотношението цена - качество, както и очакваните ползи;
- конкуренция и пазарна ситуация – туристическият пазар се характеризира със силна конкуренция, а силният конкурентен натиск обикновено води до понижаване на цените;
- държавни и международни фактори, инфлационни процеси, колебания във валутни курсове, доходи на населението;
- ценността на туристическите ресурси, в близост до които е построен хотелът, местоположение, изглед на стаите, височина на етаж и т.н.;
- природно-климатични фактори. Тази група фактори са основание за формиране на сезонни цени;
- социално-психологически фактори – това са модата, подражанието, т.н. „ефект на снобизъм”, които могат да увеличат търсенето към даден хотел, а оттам и цената му.

Хотелската индустрия претърпя големи промени през последната година след разпространението на Covid 19 и това се отрази на туристическия маркетинг. Според последните проучвания, има няколко нови тенденции в хотелския маркетинг, оформили се след Ковид кризата и част от тях са:

- Най-важен фактор за избор на хотел са процедурите по хигиена и безопасност;
- Тенденция да се прилага т.нар. „neighborhood marketing“ или буквално – съседски маркетинг. Това означава фокусиране и привличане на местни туристи за сметка на международни;
- Прилагане на т.нар. „виртуални разходки“ на сайта или рекламната платформа на хотела. Тенденциите показват, че потребителите са много по-склонни да избират хотели и места за настаняване, които предлагат подробна визуализация на базата си;
- Потребителите все повече се насочват към природата – търсят се екологични обекти за настаняване, както и допълнителни услуги (като екскурзии) сред природата;
- Драстично увеличаване на сегмента пътуващи на възраст над 65, което е напълно нов фокус за хотелския маркетинг.

Увеличаване на директните резервации с над 50% в сравнение с резервациите чрез агенти, предлагащи туристически пакети.

- 
1. Кои са факторите, влияещи върху маркетинга в хотелиерството?
  2. Какви са тенденциите в предлагането хотелиерството в последните години?
  3. Каква е разликата между стимулиращи цени и рекламни цени? Дайте свой пример!

## Определение и характеристика на рекламата в хотелиерството. Видове реклама. Рекламни инструменти

Основната цел на всяка компания е увеличаването на печалбата, като това най-общо идва от увеличаване на продажбите. Задачата на маркетинга е именно с помощта на всички елементи на маркетинг микса да се привлекат нови потребители и пазари, и да се задържат старите такива. Рекламата заема важно място сред маркетинговите средства за постигане на целите, като преди всичко целта ѝ е насочена към въздействие върху мнението на съществуващите и потенциалните потребители, към промяната на тяхното поведение по отношение на предлаганата стока или услуга. Целта на рекламата е да създава имидж на новата стока, да подобрява имиджа на съществуващите стоки, да повишава с определен процент известността на марката сред избраната сегментна група, да насърчава покупката и ползването на стоката в период на намаляване на продажбите и да привлича потребителите от все още необхванат сегмент на пазара.

Като масова комуникация (за разлика от личните продажби, където комуникацията е личностна), рекламата се отличава с това, че:

- ✓ съобщението (рекламното послание), се предава не до отделно лице или последователно на поредица от хора, а едновременно на група от лица;
- ✓ връзките между компанията и потребителите се осъществяват чрез избран канал за масово комуникиране, по който съобщението стига до адресантите;
- ✓ обратната връзка не възниква естествено и не протича незабавно.

Рекламата в туризма и още повече в хотелиерството се различава в някои аспекти от рекламата на другите стоки и дори на услугите. Тя борави в много по-малка степен с факти, цифри и статистики, и изключително много с емоционално-художествени средства, тъй като основната цел е да се предадат на потребителите представи за бъдеща ваканция, емоции, мечти или спомени.

В този смисъл е важно да се изяснят основните характеристики на туристическото потребление:

1. Туристическите потребности не са от първа жизнена необходимост. Върху тях трябва да се въздейства по-активно, за да се възбудят, да се превърнат в необходимост и да се реализират.
2. Туристическите услуги не могат да бъдат показани на изложба, панаир, чрез мостра, много е важно те да се разясняват, описват, да се изтъкват качествата им със средствата на рекламата.
3. Хотелиерските услуги са почти несравними едни с други в много отношения. В много случаи тези услуги и стоки изразяват някои национални, традиционни и други особености. Тъкмо тези особености налагат специфичните качества на услугите и стоките да бъдат детайлно описвани със средствата на рекламата.
4. В света съществуват много и уникални туристически райони, като всяка страна, туристически център и място за настаняване, трябва сами да организират и осигуряват собствена информация за своето рекламиране.

5. Туристическите потоци принципно са с тенденция за непрекъснато увеличаване, като туристите имат склонността често да променят посещаваните от тях места, което определя необходимостта да се поддържа известна информация със средствата на рекламата.

6. Наличието на посреднически туристически бюра прекъсва до известна степен връзката между „производителите“ на услуги и стоки, и големия брой потребители. Със средствата на рекламата се поддържа постоянна връзка между търсенето и предлагането в туризма.

7. Общото икономическо развитие и техническият прогрес довеждат до увеличаване в количеството и качеството на предлаганите услуги и стоки, и до изменение на тяхната структура по асортимент. Туристите предявяват все нови и нови изисквания към туристическите услуги и стоки, за задоволяване на културни потребности.

### Видове реклама. Класификация.

Познаването на основните видове реклама в туризма означава правилно да се използват предимствата на всеки вид, за постигане на по-евтино, но трайно и ефективно въздействие.

1. Според целите (тази класификация отговаря на жизнения цикъл на рекламирания обект) рекламата бива:

- Информираща – прилага се при създаването на нови видове туристически продукти и тяхното въвеждане на пазара. Характеризира се с голяма интензивност и високи разходи;
- Убеждаваща – има за цел да предизвика покупка. Това е най-често използваният вид реклама за хотелските и ресторантьорските продукти. Тя формира в потребителя предпочитание към една или друга марка, повишава посещаемостта на местата за настаняване;
- Поддържаща – има за цел да убеди туристите в правилността от направената покупка. Характерна е за цикъла на нарастване на продажбите, като има за цел да стабилизира и постепенно да разшири търсенето;
- Сравняваща - цели въвеждане и утвърждаване на една марка за сметка на сравняването и с други, в рамките на една категория продукти;
- Напомняща - цели да напомни на потребителя за продукта или услугата. Характерна е за продукти, навлезли в етап на зрялост, когато по-важна е рекламата на марката, за да се формира в потребителя лоялност към нея, и нагласа за закупуване продукти на производителя.

2. Според целевата аудитория:

- Потребителска – насочена към крайния потребител;
- Институционална – насочена към партньори, турагенти и други туристически предприятия.

3. Според източника:

- Производствена – директно от името на хотела;
- Търговска – от името на дистрибутори на туристически и хотелски услуги;
- Лична – от частни лица;

- Правителствена или от държавни организации.

#### 4. Според обхвата:

- Локална;
- Регионална;
- Национална;
- Международна.

#### 5. Според механизма на убеждаване:

- Автоматична - въздейства върху паметта, като създава мисловен рефлекс;
- Рационална - разчита на използване на доказателства за предимствата на продукта;
- Внушаваща - стимулира желание за покупка, чрез създаване на атмосфера, съответстваща на мотивите.

#### 6. Според времето:

- Периодична – рекламното съобщение се разпространява през близки интервали от време;
- Епизодична – рекламното съобщение се разпространява на големи интервали от време или по специален повод;
- Постоянна.

От изключително голяма важност за рекламата в туризма са т.нар. „самостоятелни рекламни средства“. Те представляват завършен рекламен продукт, както от гледна точка на съдържащата се в тях информация, така и поради възможността да съществуват самостоятелно. По принцип няма ограничения от технически характер при тяхното разпространение и в този смисъл те могат да достигнат до всички целеви групи и заинтересовани страни.

Рекламен носител е материалният посредник, а рекламното средство е материалният израз на рекламното послание, при комуникирането му през даден канал.

При оформянето на печатни реклами от търговската фирма могат да се използват две стратегии. Те са представяне на ограничен брой продукти от асортимента на атрактивни цени и представяне на по-голям брой продукти от асортимента на фирмата.

В рекламата на туризма и пътуванията, печатът и печатните рекламни издания притежават доста предимства, осигуряващи масовото им приложение и за в бъдеще. Те:

1. Дават възможност за по-обемна информация и илюстрации, както и за високо качество на възпроизводството на рекламираните обекти;
2. Чрез тях се създава престиж и се налага фирмен стил;
3. Позволяват да бъдат използвани продължително и да оказват трайно въздействие върху потребителите;
4. Чрез тях туристическият продукт може да бъде описан най-пълно, най-изчерпателно и най-трайно.



Към печатните рекламни издания спадат каталози, проспекти, диплянки, листовки, брошури, пътеводители, календари, флайери, както и редица допълващи печатни издания, например менюта, пътни карти, проспектни папки и др.

- Каталог - луксозно рекламно издание, което осигурява максимално пълна информация за конкретните характеристики на предлагания туристически продукт (стоки или услуги). Каталогът е обемен по съдържание, като включва информация не само за туристически атракции, но и условията за покупко-продажба и подробна ценова информация. Каталогът е едно от най-важните рекламни средства в туризма и главното рекламno средство на туроператорите. Туристите, предпочитани организирани пътувания с обща цена, определят каталога, като най-важното средство за тяхното осведомяване, защото съдържа всички оферти или офертите от една продуктова група на даден туроператор за сезона. За разлика от проспекта - туристическият каталог е инструмент за резервации, тъй като съдържа пълният набор от правно необходими елементи - цени, срокове, договорни клаузи, купони и др.;
- Проспект - проспектът е едно от най-често използваните рекламни средства в туризма. То е графично печатно издание, предлагащо относително богата, най-често пълна информация за туристическия обект. Проспектът съдържа голям обем от текстова информация, таблици, графики и снимков материал. Проспектите в туризма могат да бъдат общи или специализирани (тематични), в зависимост от тяхното предназначение. Туристическият проспект представлява извадка от фирмения каталог, като се цели по-силно рекламno въздействие на офертата чрез отделянето ѝ от другите оферти, и по-изчерпателното ѝ представяне с допълнителен илюстративен материал, и създаване на осезаема атмосфера;
- Диплянка - графично рекламno средство, което разчита на силната си привлекателност, постигната чрез оригинално нагъване и раздипляне на отпечатания лист, богатството на илюстрирания материал, и възможността да бъде съхранявано от потребителя по-дълго време. Тя е основно средство на печатната реклама, използвано заедно с брошурите, при участие на туристически панаири и салони, за популяризиране на конкретни обекти за посещение;
- Плакат (постер) – рисувано или печатно рекламno средство, което чрез ярките си картини, цветове и кратък текст цели да постигне непосредствено художествено въздействие към целевата аудитория. Обикновено плакатът акцентира на най-главното, което се възприема веднага, и което привлича (грабва) вниманието на туриста. Особено значение за плакатите и постерите има техният размер и тяхното разположение;
- Рекламни календари, визитки, листовки, пликосе и др. – те са самостоятелни рекламни средства и се използват в ежедневната кореспонденция, работни срещи или при директен контакт с туристите;
- Флайер – рекламен материал с малки размери.

Към днешна дата, най-ефективната и успешна реклама в почти всеки аспект на бизнеса, е интернет рекламата. Интернет отдавна вече не е просто средство за общуване, но и поле за правене на сериозен бизнес. Почти всяка компания има виртуален офис в интернет. Сумарният оборот на компаниите, които търгуват в интернет, достигат милиарди долари годишно. Аудиторията, до която Интернет достига, го прави все по-апетитна хапка за рекламодателите. В добавка рекламните уеб-формати осигуряват разнообразие, което да изпълни целите на всякакъв вид рекламна кампания. Електронният маркетинг повишава значително възможностите на фирмата за управление на отношенията с клиенти и партньори, за намаляване на разходите за маркетингова дейност, дори за получаване на допълнителни приходи от интелектуалните продукти, създадени в процеса на извършване на рекламните дейности. Успешният дигитален маркетинг означава построяване и поддържане на интензивно онлайн присъствие в различни платформи като Фейсбук, Туитър, Инстаграм, Гугъл и други. Дигиталният маркетинг е най-добрият начин за един хотел да постигне повече популярност, увеличаване на резервациите, достигане до повече потенциални потребители, изграждане на лоялна мрежа от клиенти, както и стабилен бранд на пазара изобщо. В днешно време повечето потребители търсят именно онлайн за места за настаняване и други хотелски и туристически услуги, затова присъствието в някои основни платформи е задължително.

1. Гугъл – „Моят Бизнес в Гугъл“ е като онлайн визитна картичка за бизнеса. Гугъл профилът е от изключително значение за хотела, защото дава възможност на потребителите да проверят и разгледат хотела, който са харесали, преди да направят резервация – снимки, локация, съоръжения, коментари от гости и други.
2. Уебсайт – това обикновено е втората стъпка в дигиталния маркетинг след създаването на профил в Гугъл. Уебсайтът трябва да има подробно съдържание, информация за стаите, както и за другите услуги в хотела, цени, снимки, локация и др. Вече е по-важно сайтът да е приложим и леснодостъпен през смарт телефон, отколкото през компютър.
3. Оптимизация за търсачки или SEO – SEO е абревиатура на **Search Engine Optimisation** (оптимизация за търсещи машини). Гугъл оптимизацията всъщност дава възможност за **по-високо класиране в резултатите** на търсачките, по дадени заявки за търсене. Фактически, колкото по-рано (или по-напред в страницата) и по-често се появява един сайт в резултатите, толкова повече посетители е вероятно да му генерира търсачката. Така сайтът получава присъствие в интернет пространството. Оптимизацията може да включва различни аспекти за търсене, като търсене в определена сфера или регион, както и търсене на картинки, видео или новини.
4. Booking, Air.bnb, Trivago и други резервационни платформи – тези платформи дават възможност за управление не само на резервациите на хотелите, но и сами по себе си представляват международни канали за реклама и популяризиране. Понятието ремаркетинг е сравнително ново в дигиталния маркетинг, но има огромно значение за увеличаване на резервациите. Според

статистиката над 75% от потребителите започват онлайн резервация и я оставят недовършена, прекъснати от друга интернет реклама, колебание, че може би ще намерят по-добър хотел или друга причина. Ремаркетинг означава достигане отново до всички онлайн потребители, които са започнали процедура по резервация в някоя от платформите, на които се рекламира даден хотел – чрез имейл или чрез реклами във Фейсбук, Инстаграм и други.

5. Фейсбук, Инстаграм, Туитър и други социални мрежи – рекламата в социалните мрежи е може би икономически най-ефективната интернет реклама в днешно време. Събирането на голям брой последователи в социалните мрежи предполага популяризиране на бранда, но също така е метод за директна комуникация с крайния потребител. Много хотели използват услугите на инфлуенсъри за популяризирането си. Инфлуенсърите обикновено са известни личности, които имат огромен брой последователи в социалните мрежи и рекламират различни продукти и услуги в профилите си, за което получават съответното възнаграждение.
6. Имейл маркетинг – имейлите са много добър начин за официална комуникация в бизнеса. Повечето хотели разполагат с база данни с имейл адресите на свои предишни, настоящи и бъдещи (вече резервирани) гости, като могат да използват тази база данни, и да изпращат поздравителни писма или напомняне за промо цени, което е лесен и бърз начин за утвърждаваща реклама.

1. Обмислете какви рекламни средства бихте използвали за рекламиране на реновиран хотел?
2. Проучете и опишете предимствата на Booking за реклама на местата за настаняване.

## Ефективност на рекламата. Рекламна кампания

Планирането и провеждането на маркетинг кампании е игра на цифри, и контролиран процес на взимане на решения. Но как се измерват с точност резултатите при провеждането на рекламни кампании? По своята комуникационна същност, рекламата въздейства върху масови аудитории, с цел да повлияе върху тяхното познаване, отношение и реагиране спрямо обекта на рекламата. Тя постига своето въздействие със силата на художествено внушение, използвайки художествени методи и средства.

### ► Ефективност на кампанията

Най-общо чрез понятието ефективност на рекламата една фирма може да определи дали дадена рекламна кампания е постигнала поставените социални и икономически цели. Анализът на ефективността предоставя две стойности. Първият от тях е степента на психологическо въздействие върху потребителя, а вторият е същинската икономическа ефективност.

**Психологическата ефективност** на рекламната кампания на хотел има няколко аспекта:

1

**Комуникационната ефективност** на рекламната оценява способността на дадено съобщение, да премине т.нар. степен на безразличие и да бъде видно, прочетено, чуто и запомнено от целевата аудитория. Първото качество на дадено съобщение е да бъде забелязано.

2

**Психо-социологическата ефективност** на рекламната кампания определя въздействието на възприеманото съобщение върху отношението спрямо хотела или неговата марка. Съдържанието на посланието трябва да бъде желано, изключително и достоверно.

3

**Социалната ефективност** на рекламната се отнася и към процеса на тестване на вариантите за представяне на услугата.

4

**Поведенческата ефективност** на кампанията оценява купуваческото поведение. Използваните показатели за измерването ѝ са брой посещения на уебсайт, онлайн резервации, продажбите и пазарния дял.

**Икономическа ефективност** на рекламната кампания, изразяваща се в съпоставка на прираста на продажбите, приходите или печалбата, към разходите за реклама. На микроравнище ефективността на рекламната се измерва по отношение на конкретно осъществяваните рекламни кампании и акции за отделни стоки и марки.

Ефектът на рекламната води до **краткосрочни**, а също така и до **дълготрайни** ефекти. Т.е. един потребител, запознал се с марката или хотела и осъществил резервации или фактически посещения по време на дадена рекламна кампания, в редица случаи ще продължи да посещава хотела, ако той отговаря на очакванията и изискванията му. Естествено съществува и другият вариант – да престане да посещава хотела в даден момент, когато вече е на лице решение за ново пътуване, в различна дестинация например. Рекламната дейност на фирмата включва и ресурси, които се влагат за направата на една реклама.

Успешната реклама със своята ефективност допринася за нарастване броя на клиентите на фирмата, повишаване реализацията на рекламираните продукти, увеличаване печалбата на фирмата чрез продажбите, нарастване доверието и подобряване имиджа на фирмата, и респективно на фирмената марка, чрез която се предлагат продуктите на пазара.

Рекламна кампания е термин от маркетинга, с който се означава планирана и координирана дейност по осъществяване на реклама, при която мероприятия се провеждат по различни комуникационни канали, и средства за разпространение на рекламната дейност. По отношение на обхвата на рекламната дейност, кампанията е по-мощна и продължителна от рекламната акция. Една цялостна рекламна кампания може да се състои от поредица рекламни акции.

► **Разработването на плана за рекламна кампания преминава през няколко основни етапа:**

1. Определяне на целите и целевите групи, провеждане на маркетингови проучвания;

**Изборът на маркетингови цели и рекламна стратегия** зависи от конкуренцията, икономическата ситуация, социалния климат, бюджета, техническите и трудовите ресурси. Целта може да е повишаване на продажбите, намиране на нови потребители или повишаване известността на хотела, и създаване на положителен имидж.

**Целева аудитория** – това е групата на потенциалните посетители, до които се цели да достигне рекламното съобщение. Целевата аудитория може да включва в себе си предишни посетители на хотела, посетители на конкурентни хотели или потенциални посетители на този хотела.

2. Съставяне на рекламен бюджет;

Избор на направление на маркетинговата комуникация – при рекламната кампания има три направления на комуникация:

- Недиференцирано направление. Към всички потенциални потребители се създава едно и също рекламно обръщение;
- Диференцирано направление в условия на конкуренция, когато рекламното съобщение се обръща по отделно към всеки сегмент от аудиторията;
- Конкретно направление, съсредоточено към един пазарен сегмент.

3. Избор на рекламни средства - след избирането на окончателните варианти на рекламното послание, следва производството на рекламната (рекламно оформление в пресата, аудио и видео петна, рекламен печат и др.);

4. Медийно планиране. Успехът на рекламната кампания и нейната рентабилност до голяма степен се определят от правилния избор на средства за предаване на рекламното послание, и оптималния план за тяхното използване. Основната задача на медийното планиране е да предоставя рекламното послание до възможно най-голям брой потенциални купувачи, с минимални разходи в рамките на разпределения бюджет;

5. Оценка на разходите за реклама. Изготвя се план за финансиране на някои промоционални дейности. На този етап трябва да се изчислят възможните разходи за отделните промоции, да се определят общите прогнозни разходи за рекламната кампания;

6. Закупуване на време и място в средствата за разпространение на рекламата. Много е важно организацията, която поема създаването на комплексната реклама за клиента, да поеме отговорността за ефективното поставяне на рекламната продукция. Ако широко се използват печатни продукти, е необходим и отговорен подход към тяхното разпространение. Например, разпространението на брошури, листовки и флайери на обществени места, и доставка на рекламни материали за тематични, профилни и други публични събития като изложби, форуми, презентации и други активни публични събития;

7. Организиране и осъществяване на рекламни дейности;

8. Резюме на рекламната кампания. Разкрива се степента, до която е постигната целта на рекламната кампания. Определя се комуникативната и икономическа ефективност от рекламата. Оценява се рентабилността на рекламната кампания, ефективността на рекламните средства и събития, степента на въздействие на рекламните върху потребителите и т.н. Такава оценка е важна за подобряване на рекламната дейност в бъдеще.

1. Кои са ефектите на рекламата?
2. През кои основни етапи преминава рекламната кампания?
3. Коя е основната задача на медийното планиране?

## РАЗДЕЛ XV

### Връзки с обществеността в хотелиерството

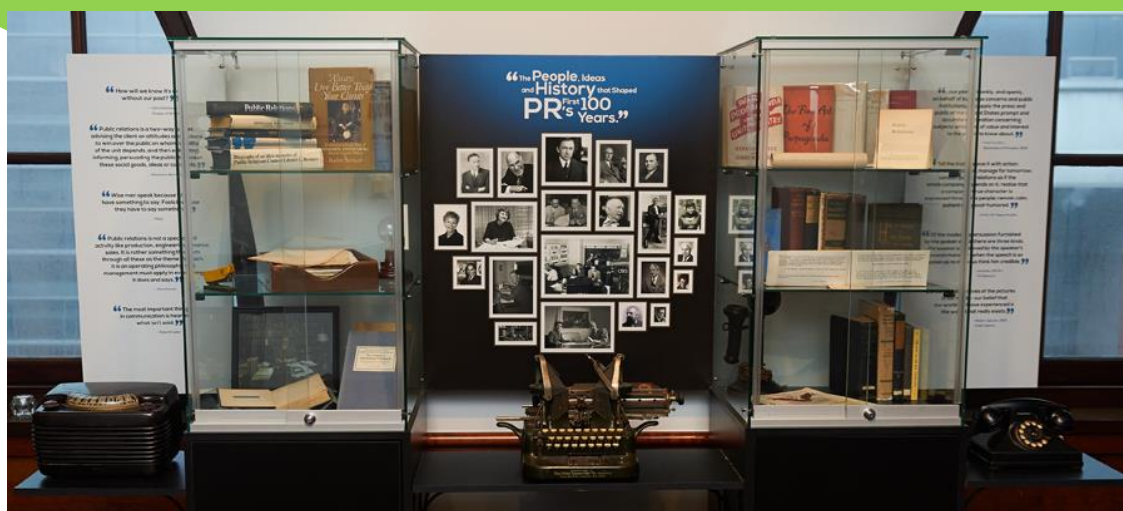
#### Определение и характеристика

Хотелиерството функционира в пазарни условия и независимо дали хотелът е малък, евтин, голям, луксозен, на море, в планина или градски, той трябва да бъде конкурентноспособен. Предпоставка за успех на хотела и неговия просперитет е ефективното използване на връзки с обществеността, което е непрекъснат процес. Ролята на връзки с обществеността е да създаде репутация на хотела, да я поддържа и да не допуска вреди и щети. Връзки с обществеността (ВО) е процес на управление, чрез който се изгражда и поддържа двустранна комуникация и сътрудничество между една организация и нейните потребители. В хотелиерството ВО осигуряват информираност на мениджмънта, обратна връзка от гостите и създаване на положително обществено мнение, ефективна работа на служителите и предотвратяване на кризисни ситуации.

„Връзки с обществеността” е превод от английски език на популярния термин Public Relations (PR). В международната практика и в България се наложи използването най-вече на съкращението PR или разговорно- пиар.

### ЛЮБОПИТНИ ФАКТИ! ЗНАЕТЕ ЛИ, ЧЕ...?

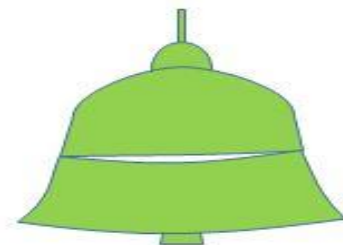
*Музей за връзки с обществеността – основан е през 1997 г. в Ню Йорк и е единственият музей в света, посветен на професията на международните връзки с обществеността. Той разкрива историята на професията и изследва ролята на PR в бизнеса, обществото, културата и политиката.*



Посредством ВО в хотела се осъществява активен и ползотворен диалог като условие за безконфликтно развитие на отношенията между служителите, както и на обществените отношения във всички области и на всички равнища.

### **Цели на връзките с обществеността:**

- Повишаване на осведомеността на общността относно предимствата на хотела - хотелиерите могат да предизвикат внимание и да генерират осведоменост на потребителите чрез медийни изяви и специални събития;
- Създаване на интерес в потребителите към хотела - независимо дали се публикува кратка статия за хотела или услуга, включена в пакет, отразяването в медиите ще привлече целевата аудитория да посети хотела или да изпробва услугата. Например - специална сезонна храна може да бъде популяризирана с ВО чрез рекламни съобщения, изпратени до медиите или чрез специални събития, по време на които да се изпробва храната;
- Предоставяне на информация за хотела - ВО могат да се използват, за да предостави на потенциалните клиенти по-детайлна информация за хотела и услугите, които той предлага. Това се случва чрез статии, съпътстващи материали, бюлетини, социални платформи и уебсайтове;
- Създаване на търсене от страна на потребителите - положителна статия във вестник, в телевизионно предаване или информация в интернет, често води до забележимо увеличение на продажбите;
- Подсилване/освежаване на имиджа на хотела - в много хотели функцията за връзки с обществеността е ангажирана и с подсилване на репутацията, като поддържа положителни отношения с ключова аудитория и по този начин помага за изграждането на силен имидж. Добрият имидж днес съдейства развитие и просперитет на хотела, като може да изиграе положителна роля и по време на кризи.



**Изпълнението на целите на ВО води до нарастване на продажбите и съответно увеличение на печалбите.**

### **Целите във Връзките с обществеността могат да бъдат:**

- Специфични – целите трябва да отразяват определени аспекти на хотелската дейност;
- Измерими – трябва да се създадат мерки, с които да се измерват резултатите от дейността;
- Постижими - поставените цели трябва да бъдат в рамките на капацитета и бюджета на хотела;
- Подходящи - зададените цели трябва да бъдат съобразени с потенциала и възможностите на хотела;
- Ограничени във времето - поставените цели трябва да могат да се постигнат в рамките на определено време.





Дейностите на ВО са неразделна част от управлението на местата за настаняване. Връзките с обществеността в хотелиерство са съвкупност от дейности, насочени към гостите на хотела, служителите, медиите, туристически агенции и туроператорите, банки и др.

### **Инструменти и дейности за връзки с обществеността.**

- **Връзки с медиите** - публикуване на медийни изявления и информационни бюлетини, провеждане на обиколки с представители на медиите в хотела за насърчаване на положителни съобщения за хотела, използване на социални медии, съставяне на списъци с контакти за медии и изграждане на взаимоотношения с ключови журналисти, представяне на медийни съобщения и идеи за истории в местни, регионални или национални медии;
- **Реклами** – реклама в печатни издания, важно е да се избере медия с висок рейтинг и голяма аудитория. За реклама в телевизия много хотели ползват услугите на външни маркетингови фирми;
- **Социални медии** - социалните медии позволяват да се „заобиколят“ останалите медии и да се стигне директно до клиентите. Използването на сайтове за социални мрежи като Facebook и Twitter позволява на хотелиерите да следват и да бъдат следвани от журналисти, да стимулират уеб трафика, да управляват проблемите, като реагират бързо на критиките или негативните възприятия и да увеличат имиджа на хотела;
- **Бюлетини** - Печатните или имейл бюлетини са добър начин за популяризиране на хотела, за общуване с клиенти и информация за нови продукти и услуги. Редовните бюлетини могат да укрепят личните връзки с клиентите и да повишат имиджа на хотела;
- **Брошури и каталози** - Правилно проектираните брошури и каталози дават на клиентите увереност в хотела и насочват вниманието на клиентите към уеб сайта или към социални медии на хотела. Това може да способства за продажби онлайн;
- **Бизнес събития** - Събитията са възможности за популяризиране на нов туристически продукт или услуга и гарантират, че точната информация достига до целевите клиенти. От гледна точка на продажбите събитията са шанс за противодействие на съмненията на клиентите и за изграждане на доверие на клиентите. Изнасянето на беседа или лекция по време на събития, на които присъстват потенциални клиенти, помага за позициониране на хотела на ново ниво, за изграждането репутация и привличането на нови клиенти;
- **Спонсорство или партньорство** - Партньорствата и спонсорствата са полезни за хотела. Подкрепата за кауза с нестопанска цел показва добра воля и създава положително отношение към хотела. Партньорствата в общността помагат на потребителите да идентифицират хотела с добра бизнес практика и добра етика;
- **Комуникации с работещите в хотела** – служителите се явяват посланици на хотела и неговата политика. Изграждането на добри взаимоотношения в екипа, споделянето на информация, насърчаването на екипа и внушаването на чувство на принадлежност и гордост за постиженията -

ще подобри работата в екип, ще задържи обучения персонал и ще увеличи производителността на персонала, което ще гарантира, че персоналът представя хотела на ниво и отправя правилните послания към гостите;

- **Отношения с местната общност**- изграждането на добри отношения с членовете на общността, където се намира хотела, помага за изграждането на положителен профил на хотела, за увеличаване на лоялността на клиентите;
- **Кризисни комуникации** - управление на кризи означава, че хотелът е направил оценка на риска и разполага с процедури за справяне с кризисни ситуации, както и с обучен екип. Запознаването на общността с наличните правила и мерки гарантира престиж на хотела.

Използването на доказани инструменти и дейности за връзки с обществеността ще доведе до превръщането на заинтересованите потребители в клиенти. Инструментите на ВО са много рентабилни и често дават по-голяма степен на удовлетвореност от по-широко насочените рекламни кампании.

### Връзките с обществеността и рекламата



Връзките с обществеността не са реклама, но често използват рекламата като свой инструмент. Но за разлика от рекламата, при която има еднопосочна комуникация, при ВО целта е да има взаимодействие между хотела и обществеността, вследствие на което и двете страни да получат удовлетворение и ползи.

Разлики между връзките с обществеността и рекламата:

- ВО има комуникативни цели, а рекламата – продажбени;
- ВО има за цел дълготрайни социални комуникации, които да изградят престиж на хотела, а рекламата преследва определени интереси като продажба, завладяване на пазари и др.;
- ВО представя хотела като цяло, а рекламата има за предмет продуктите и тяхното качество;
- ВО търси установяване на диалог, а при рекламата няма лична комуникация;

- ВО печели общественото мнение и убеждава общността, че хотелът е обществено значим и необходим, а рекламата цели да превърне марката в предпочитана;
- ВО е функция на управлението, а рекламата е обект на маркетинговия отдел и на отдела по продажбите;
- ВО предшества и съпътства рекламата в кампаниите;
- ВО обхваща вътрешната и външната среда на фирмата, а рекламата е насочена само към външната аудитория;
- ВО не са повторими, а рекламата е повторима.

### Социалните медии – новите връзки с обществеността в туристическата индустрия.

Традиционно връзките с обществеността в голяма степен са фокусирани върху генерирането на медийно отразяване. Но интернет и социалните медии са фрагментирали публиката и позволяват на хотелите сами да публикуват материали, т.е. да си бъдат сами издатели и да изграждат свои собствени аудитории. В същото време сайтовете и социалните мрежи позволяват на потребителите на туристическата услуга да търсят информация и да четат коментари на приятели и на други туристи.



#### ➤ **Намиране на влиятелните лица - инфлуенсъри в социалните медии**

Взривяващата популярност на социалните мрежи породила нов вид масово влияние, а именно използването на известни личности - инфлуенсъри. Независимо дали са известни личности, журналисти или експерти в социалните медии, тези хора имат огромен брой последователи в социалните платформи и могат да повлияят на мнението и поведението в голям мащаб.

#### ➤ **Квалифицирани блогъри**

Друго предизвикателство за хотелите е да решат кои блогъри да поканят да ги представят.

Важно е да се изберат блогъри, които са получили висока оценка на аудиторията, заради ангажираността им и качеството на съдържанието на публикацията.

#### ➤ **Оценка на стойността на покритието онлайн и офлайн**

Много важен е „шумът“ в социалните медии в сравнение с отразяването в печат и излъчване по радио или телевизия. Едно от предимствата на твитове и публикации в блогове, които отпечатването на материали и излъчването по радио и телевизионни канали не предлагат, са препратки към уебсайта на хотела, както и възможността за проследяване на кликания и реализации.

#### ➤ **Достоверност на информацията**

Днес туристите проверяват информацията за хотела, в който са избрали да отседнат като преглеждат сайтове, четат ревюта в социалните мрежи. Затова хотелиерите трябва да бъдат предпазливи и към така

наречените инфлуенсъри в социалните медии. Преди ВО да ги включат в кампаниите си, трябва да се провери на каква аудитория ще повлияят, съдържанието на рекламното съобщение, как ще предадат информацията.

➤ **Създаване на истории в онлайн пространството и в печатни издания.**

Хотелите сами трябва да създават истории, които да публикуват. Те трябва да забавляват аудиторията, да я информират за местни забележителности и културни прояви, да включват ефектни изображения и да бъдат в крак със съвременните тенденции.

Дългосрочното планиране е ключът към успеха за всеки хотел. Връзките с обществеността са неизменна част от това планиране и играят важна роля за разрастването на хотелиерския бизнес и увеличение на продажбите за години напред.

**Реален пример за ВО – използване на инфлуенсър.**

- Място: бутиков СПА хотел „.....Х.....“ - град Сапарева баня
- Инфлуенсър: Златка Райкова и Благой Георгиев
- Послание: Погрижихме се Златка Райкова и Благой Георгиев да се насладят на ексклузивно SPA изживяване в луксозната крепост на светския живот – „.....Х.....“ Hotel & SPA.



**Изберете влиятелна личност – инфлуенсър, чрез която ще промотирате новото меню в хотела, в който работите.**

**Създайте послание, придружаващо снимките на инфлуенсъра.**



## Изграждане на връзки с обществеността

Хотелската индустрия се развива във все по-конкурентна среда, която изисква усилията на хотелиерите да запазят пазарните си позиции и да продължат успешно да развиват бизнеса си. Изграждането на връзки с обществеността е правилният инструмент, който ще гарантира благоприятни отношения с медиите и с общността, създаване на положителен имидж и като резултат - увеличение на клиентите и печалбата.

### Процесът на изграждане на връзки с обществеността минава през няколко етапа:

➡ Дефиниране на проблема – описва се естеството на проблема и основните причини за неговото възникване; прави се оценка на общественото мнение и оценка на имиджа на хотела;

➡ Определяне на целите – определянето на целите ще позволи да се проектира кампанията и компонентите, които ще я направят успешна. Цели като създаване и укрепване на имиджа на хотела и информиране на потенциални клиенти за услугите, които хотелът предлага, както и генериране на повече продажби или дори отървяване от негативната публичност са ефективни. Каквито и да са целите, важно е те да са ясни и постижими;

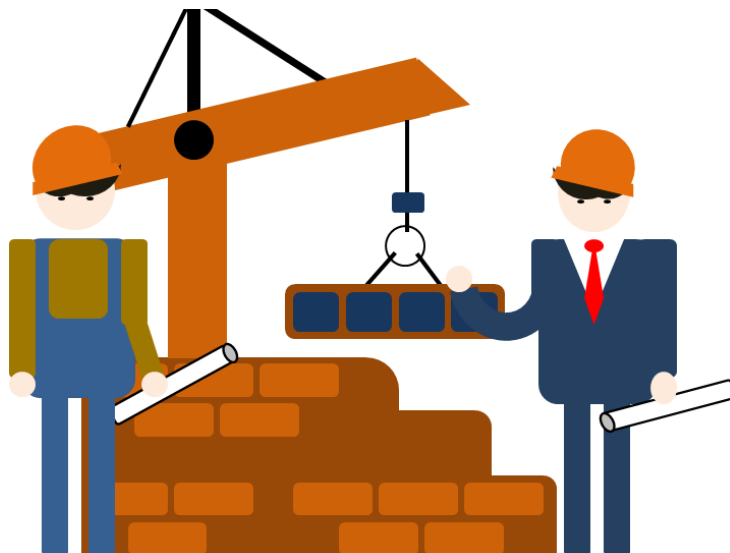
➡ Целеви групи - те са ключът към всяка кампания за връзки с обществеността. Определя се целевата аудитория, до която да достигне кампанията и ключовите послания, които да й изпрати хотелът. Подходът трябва да бъде възможно най-конкретен, като например да се определи целевата група по пол, възраст, местоположение, харесвания/нехаресвания;

➡ Планиране на комуникационна програма - планирането включва избор и разработване на комуникационните средства, чрез които ще се изпращат ключовите послания на кампанията до целевата аудитория. Избирането на повече от едно средство за комуникация гарантира достигането на посланието до по-широка аудитория. Това може да бъде постигнато чрез:

- Съобщения за пресата;
- Пресконференции;



- Интервюта;
- Статии във вестници или списания;
- Отзиви на клиенти;
- Телевизия;
- Радио;
- Интервюта за пресата;
- Събития;
- Социални медии.



➔ Определяне на бюджет –

хотелът предвижда разходи за изпращане на посланието в средствата за масова информация, но прави разходи и за спонсорство, персонал, наемане на зали, транспортни разходи и др.;

➔ Създаване на график - създаването на график за провеждането на кампанията за връзки с обществеността - позволява да се определи началото, края и продължителността на всеки етап от кампанията;

➔ Изпълнение на дейностите по реализиране на целите - изпълнението на дейностите, заложи в кампанията, трябва да се проследява постоянно, за да се види дали целите и задачите са постигнати и за да се определи дали целевата аудитория е получила ключовите послания на кампанията;

➔ Оценка на ефективността на програмата - оценката на резултатите ще позволи да се прецени дали първоначалният план трябва да бъде променен по някакъв начин, ще даде и индикация за по-нататъшни идеи за кампанията.

**Добре обмислената кампания за връзки с обществеността е много ефективно средство за постигане на най-добрия резултат за хотела.**



За създаване на успешна кампания за връзки с обществеността, хотелиерът трябва да отговори на **пет важни въпроса**: Какво? Кой? Защо? Кога? Къде?, в превод от английски език на въпросителните думи What? Who? Why? When? Where? – известни в международната практика като 5 W.

➤ **какво** – определя се каква е целта на кампанията и посланието, което изпълнява целта и трябва да достигне до публиката. Посланието има три основни качества - информираност, честност,

разбираемост. Отговорът на този въпрос „какво“ трябва да бъде нещо, от което другите ще се интересуват;

- **кой** - кой ще прави кампанията, основната цел тук е изпълнителят да се фокусира върху комуникацията с клиентите;
- **защо** - защо другите трябва да се интересуват от хотела и каква полза ще имат, ако го посетят?. Това е въпрос, който много хотелиери са склонни да пренебрегват и е причина да не постигнат успех с кампанията;
- **кога** – кога ще се проведе кампанията и отговорът на това трябва да бъде „през цялото време.“ ВО са чудесен начин за изграждане на репутацията на хотела, но тази репутация не може да се изгради за една нощ. Затова хотелите трябва да правят чести кампании с актуални съобщения за нови услуги, събития, нови лица;
- **къде** – къде ще се разпространява медийната кампания? Планира се и се посочва аудиторията.

Публиката трябва да се информира, а не да се игнорира. В зависимост от големината и бюджета си, хотелът може да разполага с един служител, който да поеме функциите на ВО, може да има самостоятелно функциониращ отдел „Връзки с обществеността” или отдел, в който служителите съвместяват маркетинг дейности и връзки с обществеността. Понякога хотелите наемат външни фирми, които да реализират програма за ВО.

Отделът или служителят за връзки с обществеността трябва да разполага със следния информационен пакет:

- Контактна информация на основни медии;
- Одобрени правила за комуникация с медиите и конфиденциалност;
- Контактна информация на основния персонал;
- Кратка справка за хората, хотела, заведенията, услугите и т.н.;
- Брошури, флаери и др. печатни реклами на хотела;
- Маркетингова политика на хотела;
- Фирмени лога;
- Фото материал за хотела;
- Информация за цени и условия за отстъпки, промоционални пакети.

Практикуващите връзки с обществеността предприемат различни PR дейности през жизнения цикъл на комуникациите, тъй като се стремят да идентифицират правилните медии и да изградят взаимоотношения с тях, както и да бъдат конкурентни в печатните издания, радио и телевизионни излъчвания, онлайн и социални медии.

## Комуникации във ВО



**Външни комуникации** - съобщения, разпространявани до външна аудитория чрез медиите.

**Вътрешни комуникации** - планирани съобщения, разпространявани до служителите чрез различни комуникационни канали, включително бюлетини, табла за обяви, платформи за работа, плакати и др.

**Връзки с медиите** - разпространение на целенасочено планирани и изпълнени съобщения/ послания до избрани медии, за да се стимулира интересът на аудиторията без конкретно заплащане на медиите. Връзките с медиите разчитат на намирането и свързването с журналисти и влиятелни лица, които могат да помогнат за разпространението на съобщенията/посланията.

**Платена реклама** - подготовка, изработка и публикуване/излъчване на целенасочено създадени съобщения в избрани печатни издания, телевизионни и радио излъчвания, онлайн или социални медии.

**Корпоративна социална отговорност** - предоставяне на подкрепа за събитие или кауза, или за благотворителни организации чрез отделяне на корпоративни ресурси в замяна на възможност за подобряване на имиджа на хотела.

**Промоция** - използване на техники като събития, промоции, реклами за създаване и стимулиране на интерес към хотела или услуга, която той предлага.

**Публичност** - информация за събитие или лице, част от хотела, публикувана или излъчена в новинарските медии поради нейната стойност или значимост за общността или за аудиторията на медията.

**Изборът на медия зависи от вида съобщение, което трябва да се изпрати и съответната целева публика, до която е адресирано. Добрата комуникация с медиите създава публичност, а тя е основна при връзките с обществеността.**



#### **Видове връзки с обществеността:**

- в зависимост от насочеността на ВО: вътрешни и външни отношения. *Вътрешните отношения* укрепват и развиват отношенията в колектива, а *външните отношения* създават и укрепват връзките с обществеността;
- в зависимост от източника на ВО: бели и черни. При *белите ВО* източникът е известен и се цели положително представяне на хотела чрез законно позволени методи. При *черните ВО* източникът остава скрит и се цели да се възпрепятства конкуренцията, най-често с незаконни и некоректни средства;
- в зависимост от продължителността: постоянно действащи- *перманентни*, частични – *кампанийни* и *непосредствени*.

#### **Функции на връзките с обществеността:**

- Информираща функция – предава информация за дейността на хотела;
- Престижна функция – съдейства за изграждане на престиж на хотела;
- Коригираща функция – коригиране на създадено лошо мнение за хотела чрез убеждение;
- Бариерна функция – блокира дейността на конкурента на пазара;
- Предрекламна функция – създава предпоставка за добра реализация на рекламната дейност.



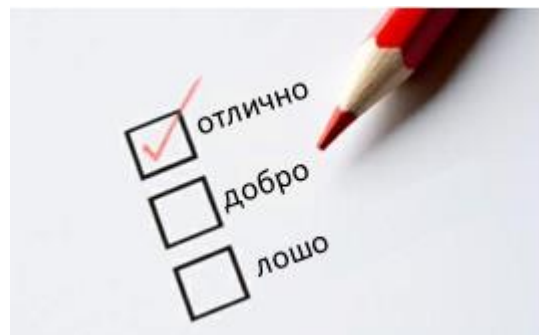
## Връзка с гостите на хотела

Трябва да се изгради връзка с гостите. Комуникацията с тях трябва да бъде непрекъснат процес, докато те се намират в хотела или заведенията към хотела. *Привличането на нов клиент струва пет пъти повече, от задържането на стария или повторното му посещение.* Освен това удовлетвореният гост би препоръчал хотела на други потенциални клиенти. Така връзките с гостите мултиплицират в нарастване на продажбите.

Стъпки за успешна връзка с гостите:

- Гостите трябва да се чувстват ценни и важни;
- Персоналът трябва да изслушва гостите и да отговаря на техните нужди и оплаквания;
- Хотелът трябва да кани постоянните гости на специални събития, организирани от хотела;
- Гостите трябва да се информират за всички нови услуги или подобрения;
- Служителите трябва да отговарят на всички запитвания и оплаквания в срок;
- Служителите трябва да записват предложенията на гостите;
- Служителите трябва да говорят често и вежливо с гостите, като ги уверяват, че се интересуват от мнението им;
- Служителите трябва да задоволяват всички разумни молби на гостите като смяна на стая или ястие в менюто;
- Служителите и ръководството на хотела трябва да се запознават своевременно с попълнените анкети и с коментарите на гостите, за да ги анализират и за да предприемат съответни действия.

Анкетирането е част от комуникацията с гостите. Анкетите, които се поставят в стаите на хотела или на масите в ресторантите, са инструмент за оценка на отношението на персонала към гостите, за качеството на обслужването, за предлаганите услуги и др. Резултатите ще посочат на ръководството насоките за корекции, ако са необходими.



**Създайте анкета, която да бъде поставена в хотелската стая и която да отразява обслужването на гостите от пристигането им до напускане на стаята.**



## Франчайзинг и таймшеъринг

### Същност на франчайзинга. Основни видове франчайзинг. Франчайзодател и франчайзополучател. Особенности на франчайзинга в хотелиерството. Сключване на договор за франчайзинг в хотелиерството

Днес, в условията на глобализация и изключителна динамика на развитие, туризмът, и в частност хотелиерството, постоянно търсят и въвеждат нови форми на стопанисване и управление. Може смело да се каже, че франчайзингът е съвременен метод за интеграция и дистрибуция в хотелския бизнес.

Началото на франчайзинговите договори се поставя в края на XIX век и началото на XX век.

## ЛЮБОПИТНИ ФАКТИ! ЗНАЕТЕ ЛИ, ЧЕ...?

*Първият франчайзингов договор в света е сключен за продажбата на машините „Сингер“ в САЩ.*

Франчайзингът в хотелиерството е договорна форма на отношение, при която едната страна, наречена франчайзодател, предоставя на друга страна, наречена франчайзополучател, запазената си марка, утвърдените си стандарти и репутацията си за продажба на хотелиерския си продукт. Наблюдава се съвместна дейност и партньорство между двата икономически независими субекта. Франчайзодателят се нарича още франчизор, а франчайзополучателят - франчизант. Франчайзодателят е хотелиерска верига. Франчайзополучателят е собственик на място за настаняване с определена категория и от определен вид. При тази форма се съчетават дългогодишен опит и практика на хотелската верига и предприемачески дух на независима фирма, т.е. на мястото за настаняване. Договорът е сложна цялостна система от юридически, финансови и управленски взаимоотношения между двете страни. От франчизора на франчизанта се предоставя ноу-хау\* и дългогодишен опит при маркетинга, мениджмънта и маркетинговите услуги. Освен това се предоставя и общата система за резервации на франчайзодателя. И двете страни са облагодетелствани от сключване на договора. За франчайзодателя ползите са:

- Утвърждаване имиджа на търговската фирмена марка (бренд\*\*);
- Териториална и пазарна експанзия\*\*\* на фирмения продукт;
- Увеличаване на приходите;
- Увеличаване на капацитета и на възможностите на фирмата, без да се налага да се влагат собствени капитали за изграждане на нова материално-техническа база.

Ползите за франчайзополучателя са:

- Ползване на утвърдена марка, което гарантира конкурентоспособност на хотелиерския пазар;
- По-малък риск при стартиране на бизнеса;

- Повишаване на приходите;
- Ползване на утвърдена и с голям потенциал резервационна система, което гарантира посещаемост;
- Включване в обща рекламна кампания и връзки с обществеността (PR);
- Ползване на готови и утвърдени стандарти при модернизация, обзавеждане и оборудване на мястото за настаняване;
- Ползване на утвърдени типизирани информационни, счетоводни и маркетингови програмни продукти;
- Ползване на готови и утвърдени стандарти при мениджмънта и при организацията и технологията на обслужването на гостите.

Според договора франчайзополучателят се задължава да спазва точно всички предоставени стандарти и да не допуска отклонения от качеството на продукта, с цел да се запазят доброто име и завоюваните пазари на франчайзодателя. В договора има клауза за контрол върху финансовата, търговската и управленската дейност от страна на франчайзодателя към франчайзополучателя. Фиксиран е и срокът за валидност на договора, като той може да бъде за пет години, за десет години или за петнайсет години, като през определени периоди от време се актуализира. Много важна особеност на договора е запазването на относителна самостоятелност и на двете страни. Също така в договора са регламентирани и плащанията на франчайзополучателя към франчайзодателя. Те могат да бъдат:

- Плащане първоначално на определена сума и следващи плащания според заетостта на мястото за настаняване;
- Всяка година плащане на определена твърда сума;
- Плащане на еднократна сума и последващи плащания на базата на реализирана годишна печалба;
- Други комбинации за плащане.

Важно е да се отбележи, че франчайзодателят няма претенции за собственост върху обекта на франчайзополучателя и не е пряко отговорен за резултатите от оперативния мениджмънт. Франчайзодателят и франчайзополучателят са изцяло независими в юридически и финансов план, но споделят общи цели. Франчайзополучателят остава собственик на мястото за настаняване, но притежава лиценз и има право да работи под името на определената чужда търговска марка - като спазва стандартите ѝ.

Основни видове франчайзинг са:

**Според степента на комплексност:**

- Пълен франчайзинг, при който се ползва целият франчайзингов пакет, а именно търговска марка (бренд), технологии и дистрибуция;
- Непълен (частичен) франчайзинг, при който се ползват само елементи от франчайзинговия пакет. Например договорът е само за ползване на бранда или само за ползване на технологии или дистрибуция.

### Според основния предмет на дейност:

- Продуктов (производствен) франчайзинг за производство на стоки;
- Пласментен франчайзинг за права за продажба на определени стоки;
- Франчайзинг на услуги за производство и начин на предоставяне на услуги.

### Според характера на отношенията между двете страни:

- Подчиняващ (субординационен) франчайзинг, при който има строга йерархия и стриктно съобразяване с изискванията;
- Кооперационен франчайзинг, при който има сътрудничество между двете страни;
- Коалиционен франчайзинг, при който се съюзяват равнопоставени партньори.

При сключване на договор за франчайзинг в хотелиерството трябва да има следните клаузи:

- Страни и предмет на договора. Описват се страните и характеристиките на франчайзинговия пакет;
- Предоставяне на франчайзинг. Описват се правата, които се предоставят на двете страни;
- Задължения на франчайзодателя. Описват се подробно всички задължения;
- Задължения на франчайзополучателя. Описват се подробно всички задължения;
- Клауза за приемане на резултати от работата. При установяване на нередности, франчайзодателят има право да иска от франчайзополучателя да ги отстрани за своя сметка;
- Клауза за разваляне на договора;
- Заключителни разпоредби.

В България франчайзодатели в сферата на хотелиерството са „REWE Touristik Hotels”, „Best Western”, „RIU Hotels“, „Hilton”, „Radisson”, „Sheraton” и „Holiday Inn”.

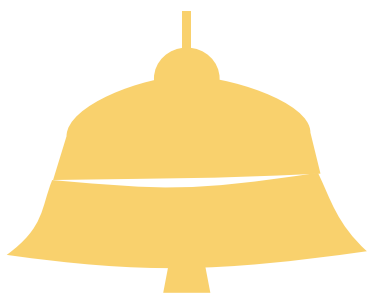
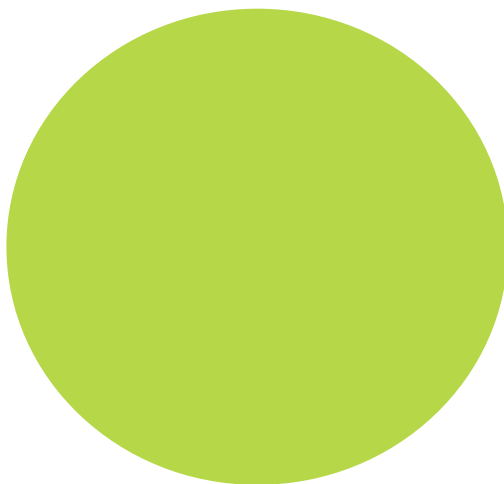
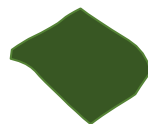
Факт е, че в днешно време много от хората предпочитат да ползват определени утвърдени търговски марки. На това се дължи успехът и популярността на франчайзинга. Франчайзингът преодолява разстояния и предоставя на гостите гарантиран качествен продукт.

\*Ноу-хау – това е специфично знание, необходимо за изпълнение на дадена задача; пълно, подробно описание за направата на нещо.

\*\* Бранд – продукт, услуга или идея, която публично се разграничава и може лесно да бъде разпозната; търговска марка.

\*\*\* Експанзия – разширение, разпространение на нещо.

**Посочете видовете франчайзинг според степента на комплексност.**



## Определение за таймшеъринг в хотелиерството. Същност и развитие. Характеристика, съдържание и особености на договорите за таймшеъринг. Съвременни изменения и приложение на „Таймшеър“ в българското хотелиерство

В последните години се наблюдава създаване и популяризиране на нови, съвременни начини за ползване и владеење на хотелиерска собственост.

Таймшеърингът представлява съвместно придобиване на права върху определена вещь, обикновено недвижим имот, от няколко лица, като всяко лице получава правото да ползва самостоятелно имота през строго определен период от годината. Разпределението на времето на ползване е основната характеристика на таймшеъринга. В превод от английски език time-share означава разделяне на времето, споделено време. Договорът е вещноправен, за учредяване на ограничено вещно право на ползване. Таймшеърингът е известен още и като таймшеър или таймшеринг.

Таймшеърингът в хотелиерството представлява съвместно придобиване на хотелиерска собственост, от няколко лица, като всяко от лицата има право да ползва самостоятелно хотелския имот за определено време и през определен период от годината. Може да се каже, че това е придобиване на собственост от хотелски имот за определено време или „продажба“ на ваканционно настаняване. Таймшеъринг е оригинален хотелиерски продукт (хотелска стая, студио, апартамент, вила, каюта на круизен кораб и др.), който е собственост на клиентите или се ползва от тях за определен период ваканционно време в рамките на юридически регламентиран срок. Таймшеър е продукт, който включва туристически ресурси, предназначени за определени потребители, локализиран в туристически курорти, туристически места или обширни рекреационни територии. Има особен начин на реализация, защото условията за настаняване (нощувка) не се наемат, както при класическото хотелиерство, а се купуват като недвижима собственост или право на ползване, но за определен период. Най-разпространеният период е една седмица - това е и минималният период. Настаняването е разделено на едноседмични и двуседмични периоди - всеки период се продава отделно.

Взаимодействието на таймшеъринг обектите с околната среда е идентично с това на традиционното хотелиерство. Наблюдава се подчертан стремеж към опазване на околната среда, на природните и антропогенни ресурси.

Таймшеърингът възниква в Швейцария през 1966 г. През 1986 г. се осъществява на практика във Франция. През същата година в САЩ и в Япония отделно и независимо една от друга възникват подобни форми. Наблюдава се разрастване на таймшеър индустрията. Най-големият пазар на таймшеъринг индустрията са САЩ. Най-развитият таймшеър в Европа е морският рекреационен таймшеър, следван от планинския. Най-много собственици на таймшеър има във Великобритания и Ирландия, следвани от Германия, Австрия и Швейцария. Най-голям брой таймшеър курорти са разположени на Канарските острови, следвани от Балеарските острови. Наблюдава се тенденция на нарастване на продадените дялове

ваканционно време. Този ръст на продажбите засилва значението на таймшеър в световната туристическа индустрия.

Договорите за таймшеъринг се характеризират със следните особености:

- Договорът трябва да бъде в писмена форма и на езика на купувача;
- Както при всички договори, и тук участват две страни. От едната страна са собствениците на таймшеър обектите, а от другата – индивидуалните собственици или ползватели;
- Обект на договора е правото на ползване на вещь (хотелски обект);
- Правото на ползване се разпределя във времето между две или повече лица;
- Договорът се сключва за срок, по-дълъг от една година;
- Договорът е възмезден, защото вещьта (хотелският обект) се ползва срещу заплащане;
- Предмет на договора е вещь (хотелски обект);
- Ползването на вещьта (хотелския обект) се осъществява не непрекъснато, а през определени периоди от време;
- Съдържа точно описание на периода, през който може да се ползва имотът;
- Съдържа задължение за продавача - да не начислява в тежест на купувача разходи, които не са посочени изрично в договора;
- Съдържа информация относно възможността за промяна на описаното в договора право и свързаните с него разходи;
- Съдържа място и дата на подписване на договора.

Развитието на таймшеър индустрията се дължи на съвременни изменения, като например:

➤ Навлизането в бизнеса на таймшеър на големите хотелиерски вериги като „Mariott“, „Sheraton“, „Hilton“ и „Ritz Carlton“. Импиджът на марката оказва благоприятно влияние и покачва доверието. Опитът на международните вериги в мениджмънта и маркетинга, в стандартизацията на хотелиерския продукт, висококвалифицираните кадри, достъпа до всички видове резервационни системи, финансовите и инвестиционни възможности, издигат таймшеър на ново качествено равнище. Още повече, че световните вериги са заинтересовани да поддържат ценността на марката и полагат усилия да намалят негативните аспекти.

➤ Усъвършенстване на законодателството, касаещо таймшеъринг, на национално и международно ниво. Постепенно се въвеждат мерки срещу нелоялна техника на продажби и срещу финансови измами. В Европейския съюз, на база на директива 94/47/ЕС за защита на купувачите на таймшеър, страните членки хармонизират законодателствата си относно задължителния срок за размисъл преди покупка (15 дни) и забрана на авансовите плащания.

➤ Повишаване на еластичността на таймшеър продукта. Наред с фиксираните седмици по място и по време се въвеждат плаващи, разделени по място седмици. Рекреационният таймшеър успешно се допълва с културно-познавателен и делови таймшеър. Появяват се и видоизменени форми, като съчетание на класическо хотелиерско настаняване с таймшеър, като обектите могат да бъдат обособени или смесени.

Разширява се приложението на така наречената частична собственост, при която има само няколко собственика годишно на обекта.

В България таймшеърингът е в начален етап на развитие. Налице са редица предпоставки за успешния му напредък, като например увеличаването на хотелската суперструктура и наличието на законодателни промени. Договорът за разпределено във времето ползване на вещ е сравнително нов договор на българското право, уреден в Закона за защита на потребителите, в сила от 10.06.2006г. Правната му уредба е наложена от задължението на България, преди да стане държава членка на Европейския съюз, да съобрази законодателството си с Директива 94/47/ЕО от 1994 г. на Европейския парламент и на Съвета от 26.10.1994г., относно защитата на купувачите, с оглед на определени аспекти от договорите, свързани с придобиването на правото на временно ползване на недвижими имоти. Чл. 151 от Закона за защита на потребителите, го определя като договор, сключен за срок, по-дълъг от една година, чрез който потребител срещу заплащане придобива право да ползва един или няколко имота или друга движима собственост, използвана за настаняване с нощувка за повече от един период на обитаване. Предмет на договора е учредяване или прехвърляне на право на частично ползване на недвижим имот за определен период от време. За останалите периоди от време търговецът може да сключи договори с други лица. С други думи, един недвижим имот се ползва от няколко лица, които имат право да го ползват само през определени периоди в годината – напр. само през лятото или през уикендите и т.н. Недвижимият имот е ограничен само до сграда или част от сграда, предназначена за живеене, т.е. само до жилище. Така уреденият договор е известният на европейското право договор за time-sharing.

Освен с туристически мотиви, придобиването на таймшеъринг се свързва с престиж и стил на живот. Таймшеърингът е многовариантен и еластичен хотелиерски продукт, неговото разнообразие ще продължава като се съобразява с динамичните характеристики на пазара.

**Посочете за какъв период от време се сключва договор за таймшеъринг.**





# ПРИЛОЖЕНИЯ

## ВЕРНИ ОТГОВОРИ

### РАЗДЕЛ I: Персонал в хотелиерството

**ТЕМА:** Определение, класификация и характеристика и изисквания към персонала в хотелите

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**



1. Самостоятелна работа.
  2. Качества-позиции.
- упорита работа за преодоляване на трудностите, свързани с работата с хора от различни националности или различни характери-администратори, управител на хотел, пиколо, портиер, сервитьори и бармани;
  - професионализъм свързан с притежаваните квалификации и опит – всички позиции;
  - фокусиране върху резултатите – мениджъри, вайзор, отговорници;
  - желание за развитие – всички позиции.
  - целеустременост – ръководни позиции – управители, вайзъри;
  - способност за работа в екип – всички позиции;
  - постоянство – всички позиции, редовно идване на работа навреме, добър външен вид винаги, позитивно отношение винаги, проява на търпение винаги;
  - старание – всички позиции, старание всеки да изпълнява задълженията си без забележки;
  - ангажимент – когато се поеме задача, тя трябва да се изпълни независимо от пречките, които може да се появят.

**ТЕМА:** Административно-управленски персонал:

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

1. Мениджър продажби.
2. Да, главният мениджър като висш управленски персонал трябва да обсъжда с подчинените си изброените изисквания.
3. Финансовият мениджър.
4. Мениджър продажби.

**ТЕМА:** Обслужващ персонал:

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

1. Не, не е необходимо.
2. Да, трябва да се създаде атмосфера на гостоприемство за гостите.
3. Да, зависи в голяма степен.

**ТЕМА:** Селекция, атестация, развитие на кадрите в хотелиерството

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Какво е Вашето образование? Какъв е Вашият предишен опит на такава или подобна позиция? Владеете ли чужд език? При натоварен сезон, можете ли да поемете допълнителни смени или ангажименти?

## **РАЗДЕЛ II: Технология на камериерското обслужване**

**ТЕМА:** Камериерски сервизен блок – предназначение, планировка и обзавеждане

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

**Мисловна карта**



**ТЕМА:** Графици за работното време на камериерски персонал

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

**Мисловна карта**



**ТЕМА:** Хотелска стая. Предназначение, планировка, обзавеждане

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Багажникът в двойна стая на хотел с категория „три звезди“ може да се намира в предверието на стаята или в спалнята.

**ТЕМА:** Технология и организация на камериерското обслужване. Длъжностна характеристика на камериерката

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

**Мисловна карта**



**ТЕМА:** Стандарти за работа в хотелска стая

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Да, задължително е камериерката да работи с ръкавици. При работа в стаята се използват латексови ръкавици за еднократна употреба, а при работа в санитарния възел се използват гумени ръкавици за еднократна употреба.

**ТЕМА:** Стандарти за работа в общите помещения

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Оперативните стандарти и процедури за почистване на асансьори са следните:

- Поставят се тънки латексови ръкавици за еднократна употреба.
- Почиства се таванът на кабината.
- Почистват се стените на кабината.
- Почиства се огледалото.

- Почистват се бутоните.
- Почиства се пода.
- Почистват се вратите отвътре и отвън, както и пространството пред тях.

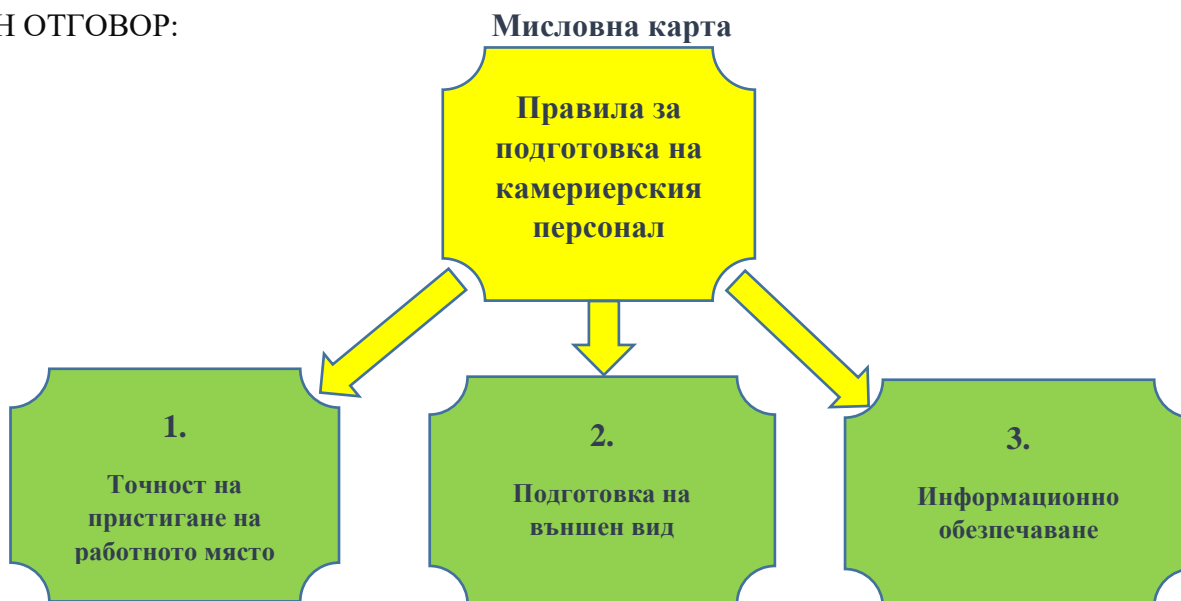
**ТЕМА:** Стандарти за работно облекло и лична хигиена

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Оперативните стандарти и процедури за бижута са следните:

- Бижутата, които се носят над униформите и се виждат, са дискретни.
- Не се допуска носенето на висящи обици.
- Допуска се носенето на венчална халка.
- Допуска се носенето на дискретен пръстен.
- Служителите могат да носят часовник.
- Не се допускат обици (пиърсинг) по видими части от тялото.

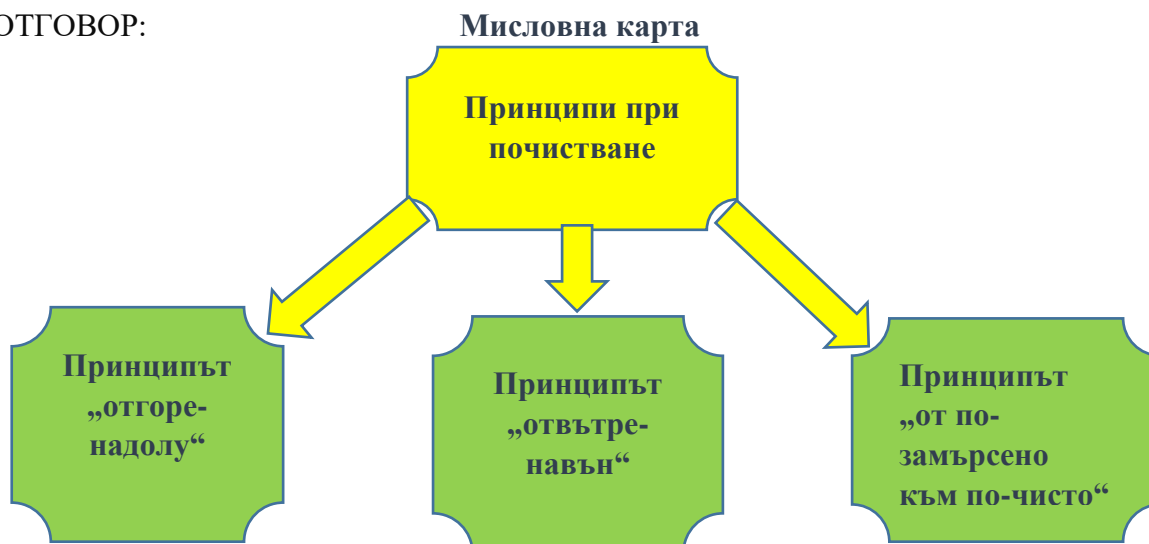
**ТЕМА:** Подготовка на камериерското обслужване – подготовка на камериерски персонал, подготовка на камериерския офис, подготовка на камериерска количка – консумативи, козметика и препарати

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**



**ТЕМА:** Обработка на хотелски стаи и апартаменти – видове технологични операции и последователност. Предаване на забравени вещи

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**



**ТЕМА:** Обработка на санитарни възли – видове технологични операции и последователност

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Таванът на санитарния възел се почиства след отстраняването на отпадъците от коша за отпадъци и след отстраняването на бельото.

**ТЕМА:** Обработка на общи площи и помещения

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Общите площи около хотели и паркинги се обработват, като първо се почистват отпадъците, а след това тревните площи, храстите и цветята. Преминава се към алеите и пътеките. Почистват се кошовете за отпадъци и се поставят чисти торби. Последно се почистват подовите настилки.

**ТЕМА:** Хотелски минибар – зареждане и отчитане

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** При зареждането на минибар, липсващите асортименти се попълват с помощта на SOP.

### **РАЗДЕЛ III: Технология на обслужването в преден офис**

**ТЕМА:** Характеристика и предназначение на преден офис. Длъжностна характеристика на персонала

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** В място за настаняване с категория „две звезди” и малък капацитет, длъжностите във фронт офис са администратор и пиколо.

**ТЕМА:** Основни функции на преден офис. Организационна структура на управление на преден офис

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**



**ТЕМА:** Обзавеждане и планировка на преден офис

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Резервационният плот е с препоръчителна височина 1.20 м – 1.30 м и място за обслужване на хора с намалена подвижност, с височина 90см. Плотът има две нива, като по-високото е за обслужване на гостите, а по-ниското е за работа на резерваторите.

**ТЕМА:** Резервации. Видове резервации. Резервационни системи. Управление на резервациите

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**



**ТЕМА:** Поддържане на картотека на резервациите. Отчет на резервациите

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Всеки роуминг лист трябва да съдържа следната информация:

- Имена на гостите по стаи;
- Вид на стаите, в които трябва да се настанят;
- Изисквания към стаите (душ, вана, балкон, изглед);
- Брой и възраст на децата (ако има такива в групата).

**ТЕМА:** Посрещане и настаняване на гости в хотела check-in – стандарти при посрещане

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Хотелският паспорт е луксозно изработен, с джобен формат, с името и логото на мястото за настаняване, и съдържа името на госта, номера на стаята, периода на престоя, адрес и телефон на обекта, скица на района с местоположението на обекта. Може още да има информация за заведенията за хранене и развлечения в обекта, и за предлаганите допълнителни услуги. Информацията в хотелския паспорт е на български език и на два чужди езика (чуждите езици са в зависимост от структурата на туристопотока). Паспортът на хотела представлява всъщност пропускателна карта за госта в обекта по време на престоя му.

**ТЕМА:** Регистрация на гости. Настаняване на гости в хотела – гости с предварителна резервация, без резервация и организирани туристи. Настаняване на ВИП-гости. Настаняване на гости в неравностойно положение. Настаняване на семейства с деца

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Служители на Националната следствена служба, членове на Министерски съвет, на Президентството, на Дипломатическия корпус не попълват адресна карта, но задължително се легитимират. Вписват се имената им и по възможност заемания пост. ВИП гости попълват адресна карта, само когато нямат такава в картотеката.

**ТЕМА:** Настаняване по видовете места за настаняване

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** В местата за настаняване от клас Б – семейни хотели, хостели, пансиони, почивни станции и къщи за гости, пренасянето на багажа е грижа на гостите.

**ТЕМА:** Отчетност и обслужване на гости по време на престоя – задължения на дежурните администратори по смени. Консиерж – основни задачи при обслужване на гости в хотела

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Администраторът нощна смяна изготвя всички необходими справки за изтичащото денонощие, съгласно утвърдения ред, а именно справка за хотелско домакинство, която включва заети стаи, освобождаващи се стаи и планирани стаи за нови резервации, и справка за отдел „Хранене”, която включва брой гости в хотела, и вида на изхранването им.

**ТЕМА:** Предоставяне на допълнителни услуги. Обработване на рекламации

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Мотото на Международната асоциация на елитните консиержи е: „Консиержът ще изпълни всяка молба, стига да е в рамките на морала, да е законна и да е в рамките на човешките възможности“.

**ТЕМА:** Изпращане/Отписване на госта. Check out

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

**Мисловна карта**



**ТЕМА:** Комуникация на преден офис с гостите и другите звена в хотела

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

**Мисловна карта**



## РАЗДЕЛ IV: Хотелско домакинство

**ТЕМА:** Характеристика и управление на хотелското домакинство

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

1. Да, защото техническата служба отговаря за целия хотел, но е причислена към Хотелското домакинство.
2. Хотелското домакинство включва следните звена:  
Складово стопанство, Перално стопанство, Техническа служба, Камериерско обслужване, Поддържане на външните площи и озеленяване.
3. Управителя на перално стопанство.
4. Не, камериерките получават материали от домакина, складираат една част за резерви в камериерския офис или други помещения.
5. Камериерките, а в ресторантите – чистачките и сервитьорите.

**ТЕМА:** Организация на работа в хотелското домакинство

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

1. Фини тъкани се перат при 20-30<sup>0</sup>, а бели чаршафи се перат при 40-90<sup>0</sup>
2. За вълнени, за да се подобри материята и за лесно гладене при памучните и ленени тъкани.
3. Почистване, поддръжка, снабдяване, съхраняване на стоките, поддържане на външните части на хотела.
4. Помещение за приемане и разпределяне на прането, помещение за пране, сушене, гладене, помещение със стелажи (не е задължително) за издаване на готовото пране.
5. Пране, гладене, химическо чистене, почистване на петна.

**ТЕМА:** Координация и взаимодействие на хотелското домакинство с други служби и звена в хотела

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

1. Сектор храни и напитки използва пералното стопанство заради прането на покривки салфетки и карета и кърпи. Освен това понякога извършва румсървис и се налага да разменят посуда и друг инвентар, сектор храна и напитки в повечето хотели изхранват персонала на хотелското домакинство и се налага комуникация.
2. Човешки ресурси заедно с мениджър хаускипинг извършват подбор на персонала, правят атестация и оценка на работата на всеки работник.

**ТЕМА:** Графици на работно време на техническия и спомагателен персонал в хотела

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

Работник	Понеделник	Вторник	Сряда	Четвъртък	Петък	Събота	Неделя	Брой часове
Перачка 1	08.00-17.00	15.00-23.00	20.00-06.00	почивка	06.00-15.00	15.00-23.00	почивка	44
Перачка 2	20.00-06.00	почивка	06.00-15.00	15.00-23.00	почивка	08.00-17.00	06.00-15.00	44
Перачка 3	15.00-23.00	20.00-06.00	почивка	06.00-15.00	15.00-23.00	20.00-06.00	почивка	48
Перачка 4	06.00-15.00	20.00-06.00	почивка	15.00-23.00	20.00-06.00	почивка	08.00-17.00	48
Перачка 5	почивка	почивка	06.00-15.00	08.00-17.00	06.00-15.00	15.00-23.00	20.00-06.00	44
Перачка 6	почивка	15.00-23.00	08.00-17.00	20.00-06.00	почивка	08.00-17.00	20.00-06.00	48
Перачка 7	15.00-23.00	08.00-17.00	20.00-06.00	почивка	08.00-17.00	06.00-15.00	почивка	44



**ТЕМА:** Контрол по изпълнението на операциите в звената на хотелското домакинство

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

1. Камериерката и старшата камериерка (супервайзър).
2. Препаратите се използват по предназначение. Не може с препарат за бяло пране да се пере цветно, тъй като ще избледнеят цветовете по-бързо от нормалното време. Обратно, не може да се пере бяло пране с препарат за цветни тъкани, тъй като ще се захаби, поради щадящия ефект. Има универсални препарати и може да се използват комбинирано.

#### **РАЗДЕЛ V: Допълнителни хотелиерски услуги**

**ТЕМА:** Характеристика и видове

Самостоятелна работа.

**ТЕМА:** Сервиране в хотелските стаи (румсървис)

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

1. Това е лека закуска, която включва, чай или кафе, сок, масло, конфитюр, кифлички или други зърнени храни, варено яйце, сирене или колбаси, плодове.
2. Почукване на вратата два пъти и след като получи отговор, сервитьорът влиза в стаята, ако не получи, изчаква, пак почуква и след това звъни на рецепция откъдето се свързват с него, за да му съобщят, че поръчката е готова.
3. Да, може, особено ако няма висока маса в стаята, количката играе роля на маса, около която могат да седнат двама души.

**ТЕМА:** Хотелски минибар

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

1. Да, може понякога да му се делегират задълженията свързани с поддържането на минибара.
2. За поддържането на чистотата и реда в минибара се грижи отговорника на минибара, който може да бъде и камериерката.
3. Самостоятелна работа.

**ТЕМА:** Търговска дейност. Битови услуги. Перално стопанство

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

1. Самостоятелна работа.
2. Плик в стаята – камериерката го взема и носи в приемната на пералнята, където описват на кой е и какво се изисква за тези дрехи, следва обработка на дрехите, поставянето им в плик или на закачалка и пак плик и накрая връщане в стаята.

**ТЕМА:** Спортно-развлекателни, климато-балнеолечебни и други специализирани услуги в хотелиерството

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

1. Спортно-развлекателни – ски, плуване, каране на колело, езда, волейбол, футбол, водна топка, тенис, развлекателни игри, танци, аеробика, каланетика, водна гимнастика, фитнес и други спортни развлечения, които могат да се практикуват в хотелите, разполагащи със съответната материална база.

Балнеолечебни – свързани с природните ресурси и климата – калолечение, лугалечение, водолечение, упражнения под наблюдение на специалист, инхалации, масажи, физични методи с апаратура и други.

2. Да, възможно е, ако хотелът има необходимото оборудване и специалисти.

3. Самостоятелна работа.

**ТЕМА:** Предоставяне на бизнес услуги

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

1. Да, може. Едно от предназначенията на големите зали е провеждането на различни събития и част от тях са семейните тържества.

2. Да, може ако разполага със съответната материална база за уелнес и СПА.

**ТЕМА:** Технология на транспортното обслужване в туризма

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

1. За ученици по този маршрут най-подходящ транспорт е: от Хасково до София – автобусен трансфер, София - Рим – самолет, метро до място за настаняване, от Рим до Неапол – влак.

2. Автобус с три звезди.

3. Например: до остров Тасос – автомобил или автобус до Керамоти и ферибот до острова.

4. Самостоятелна работа.

**ТЕМА:** Технология на екскурзоводското обслужване

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

1. Екскурзионна справка, коментар (репортаж).

2. Планово-подготвителни и координационно-посреднически.

3. Може, това са част от задълженията на екскурзовода.

4. Самостоятелна работа.

**ТЕМА:** Туристическа анимация

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

1. Танци и състезания с танци, пеене, викторина, игри за бързина, мозъчна атака, надяждане и др.

2. Самостоятелна работа.

3. Обогаляване на познанията за света, разнообразяване на дейностите по време на ваканция, творчески занимания, задоволяване на потребностите от физическа активност, емоции, създаване и увеличаване на контактите чрез общуване, участие в специално подготвени програми и игри.

**РАЗДЕЛ VI: Системата ALL INCLUSIVE в хотелиерството**

**ТЕМА:** Характеристика и развитие на системата „Ол инклузив“

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Системата „Ол инклузив“ в хотелиерството представлява почивка, при която се заплаща обща сума, като в сумата са включени транспортните разходи до дестинацията и от

дестинацията, ношувката, хранене (закуска, втора закуска в 10.00 часа, обяд, следобедна закуска и вечеря), безалкохолни напитки (без енергийни безалкохолни напитки), алкохолни напитки (местен алкохол и смесени напитки), и определени допълнителни услуги, включително спортни съоръжения.

**ТЕМА:** Световната практика в „Ол инклузив“ бизнеса

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** В световната практика системата „Ол инклузив“ съществува под формата на три основни разновидности. Това са:

- Почивка „Ол инклузив“;
- Курорт „Ол инклузив“;
- „Супер, ултра ол инклузив“.

**ТЕМА:** Практиката „Ол инклузив“ в България

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Основните разновидности на системата „Ол инклузив“, които се предлагат в България, са: „All inclusive drink“, „All inclusive light“, „All inclusive superior“ и др.

## **РАЗДЕЛ VII: Социално-психологически аспекти на хотелиерското обслужване**

**ТЕМА:** Социално-психологическа характеристика на гостите и особености на хотелиерското обслужване

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Психологията разграничава четири основни типа човешки характери и това са: сангвиник, меланхолик, флегматик и холерик.

**ТЕМА:** Особенности в психологията на гостите от различни националности

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Румънските гости най-често пътуват семейно, със собствен транспорт.

**ТЕМА:** Поведение на обслужващия персонал, взаимоотношения гост-обслужващ персонал

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Обслужващият персонал в местата за настаняване трябва да бъде интелигентен, информиран, добър психолог, добър професионалист, дипломатичен, търпелив и спокоен, вежлив и учтив, дискретен.

## **РАЗДЕЛ VIII: Компютърни системи в хотелиерството**

**ТЕМА:** Характеристика на компютърните системи в хотелиерството

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Една цялостна компютърна система може да обхване дейности във фронт офис (рецепция, резервации), счетоводство, хранене, хотелско домакинство, допълнителни дейности.

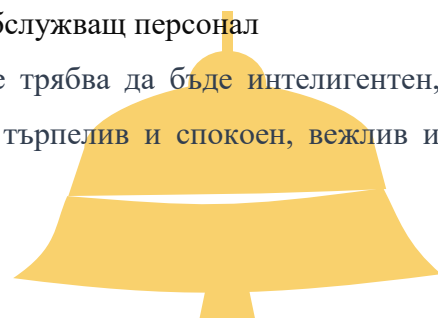
**ТЕМА:** Работа с компютърни системи в хотелиерството

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** След стартирането на хотелската компютърна система, обикновено в горната част на екрана се вижда главното меню.

**ТЕМА:** Интегрирана система за туристическа информация и резервация

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Интегрирани информационно-резервационни системи се употребяват в четири области в туризма, и те са транспорт – въздушен, воден и земен, настаняване – всички места за настаняване, туристически посредници – туроператори и турагенти, и атракционен сектор – природни и антропогенни обекти, създадени да удовлетворяват образователни, рекреационни, естетически и други нужди на туриста.

## **РАЗДЕЛ IX: Системи за безопасност в хотелиерството**



**ТЕМА:** Нормативна уредба за осигуряване на безопасността на българските и чуждестранни туристи

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Според Наредбата за изискванията към местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения, за реда за определяне на категория, както и за условията и реда за регистриране на стаи за гости и апартаменти за гости, изискванията насочени към сигурността на българските и чуждестранните гости на хотела включват:

- Главен вход: две секции - за пътници и за багаж, или втори вход за багаж в непосредствена близост до главния вход (ако е с една секция), с „достъпен вход“, който може да се използва самостоятелно, като се отчитат и специфичните нужди на хората с намалена подвижност, в т.ч. на хората с увреждания;
- Броят на асансьорите е съобразен с изискванията на Наредба № 2 от 2009 г. за избор и проектиране на асансьорни уредби в жилищни и общественообслужващи сгради;
- Наличие на секция със сейфове за съхраняване на ценности в приемния блок;
- Изисквания към басейните, включващи: обозначаване на различните дълбочини на басейна по ръбовете му; в най-плитката и най-дълбоката част на басейна има стълби с перила; забрана на трамплини и платформи за гмуркане; 2 м от повърхността около басейна се облицова с материали със специално покритие против подхлъзване; наличие на оборудване за сигурност: спасителен пояс (2 броя) с въже с дължина 1,5 пъти дължината на басейна, поставено на видно и леснодостъпно място; табели с разписани правила за сигурност; комплект за оказване на първа помощ;
- Алармена инсталация в санитарния възел за обекти, проектирани след 1.06.2003 г.;
- Телефонна инсталация с единен вътрешен телефонен номер 9 за връзка с рецепция;
- Наличие на индивидуални касети за съхранение на ценности, освен ако обектите не разполагат със сейф във всяка стая;
- Предоставяне на информация за сигурността на госта: телефонни номера на посолства, консулства, аптеки, лекари;
- Наличие на разписани вътрешни правила за безопасност и сигурност на туристите в обекта, като персоналът е обучен за тяхното спазване.

**ТЕМА:** Системи от охранителни мерки в хотелиерството. Система за пожарна безопасност

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Основните правила за лична и работна хигиена са свързани със системата за осигуряване на безопасност на труд и лична хигиена.

Те включват:

- спазване на стандартите за хигиена в хотела;
- поддържане на личната хигиена от служителя на хотела;
- поддържане на хигиената на работното място от служителя на хотела;
- уведомяване на колектива, когато служителът е болен;
- редовно миене и дезинфекциране на ръцете;

- поддържане на прическа, която не пречи на работата и свеждане на бижута до минимум;
- използване на маска и ръкавици в общи помещения, съобразно противоепидемичните изисквания;
- други.

**ТЕМА:** Процедури за напускане на хотела от гостите при пожар и рискови ситуации

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Пожарогасителят с прах е най-подходящият уред в случая, защото се използва за гасене на електрически инсталации, машини и съоръжения под напрежение и лесно запалими течности и препарати в ограничени количества. Алтернативен вариант е пожарогасителят с въглероден диоксид. Кофпомпа и воден пожарогасител не са подходящи, тъй като водата е проводник.

Действията, които трябва да се предприемат са съобразени с инструкциите за пожарна безопасност и указанията за работа с пожарогасителя, които са в три стъпки:

1. изтегляне на предпазния щелент;
2. насочване на крайника на пожарогасителя в основата на пожара;
3. натискане на спусъка и преминаване от основата на пожара до самия край.

**ТЕМА:** Безопасност и сигурност на гостите и персонала. Процедури за предотвратяване на критични ситуации и непредвидени обстоятелства

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Основните действия, които трябва да предприеме персонала на хотела при опасност от природно бедствие включват:

- следване на правилата и инструкциите за безопасност в хотела;
- незабавно уведомяване на управителя и на отговорните лица, а при необходимост прозвъняване на спешен телефон 112;
- запазване на хладнокръвие и асистиране на гостите на хотела при необходимост от евакуация;
- осигуряване на предимство на майките с деца и възрастните хора при евакуация;
- изключване на електричеството, газта и спиране на водата при по-голяма заплаха.

При по-голямо наводнения действията могат да бъдат като при пожар. При невъзможност за напускане на сградата на хотела, е необходимо да се преместите, заедно с гостите на най-горните етажи или покрива.

**ТЕМА:** Процедури за адресна регистрация на туристите. Ред за осъществяване на връзка с органите на реда

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** До данните от регистрацията на туристите в местата за настаняване достъп имат:

- Лицата, извършващи хотелиерство – за данните за настанените от тях лица;
- Съответната община – за данните за броя на настанените лица, тяхното гражданство и броя на реализираните нощувки на територията и;
- Националната агенция за приходите – за данните за броя на настанените лица, тяхното гражданство и броя на реализираните от тях нощувки на територията на цялата страна;
- Министърът на вътрешните работи;
- Националният статистически институт – за обобщени статистически данни, въз основа на наличните данни в Единната система за туристически информация, в обем, определен със закон.

**ТЕМА:** Система за защита от престъпления в хотела

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

Основните действия, които трябва да предприеме хотелски служител, попаднал на забравен багаж са:

- да запази хладнокръвие;
- да уведоми незабавно дежурния служител от охраната като избягва употребата на мобилен телефон;
- при установена опасност да уведоми управителя на хотела и/или да се обади на спешен телефон 112;
- да следва вътрешните разпоредби за сигурност в хотела;
- при опасност от взривно устройство да асистира гостите на хотела за придвижване към изходите, като обърне по-голямо внимание на майките с деца, възрастните и трудно подвижните гости.

**ТЕМА:** Охранителни процедури при работа с вещи на клиенти, материали и оборудване

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** При досег с клиент с големи притеснения за сигурността си и/или сигурността на своите вещи, се постарайте да се държите максимално любезно и хладнокръвно. Необходимите действия, които е желателно да предприемете включват:

- Учтиво и любезно поведение, дори клиентът да се държи натрапчиво и леко агресивно;
- Съобщавате, че не можете да отговорите веднага, но ще проверите в информационната база данни на хотела;
- Подканяте госта да се настани удобно и да изчака, уверявайки го, че политиката на хотела е свързана с повишено внимание към здравето и сигурността на своите гости;
- Проверявате в информационната база данни на хотела и при необходимост се консултирате със свой колега;
- Отговаряте любезно на госта, като подхождате психологически и опитвате да вдъхнете сигурност и увереност.

В случай, че не успеете да намерите отговор, помолете госта да намине по-късно, за да осъществите връзка с мениджъра или отговорните лица. В случай, че клиента прояви паникатака или фобични наклонности и агресия, извикайте охраната да Ви окаже съдействие, но без Вие да навлизате в конфликт с госта.

**ТЕМА:** Организация на дейността и процедурите за оценяване на риска

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

1. Да се запази спокойствие и да се натисне съответния бутон, който ще сигнализира за проблема.
2. Опасност от подхлъзване, дори да не е мокро, падане от шезлонг, при неохраняемите басейни – опасност от удавяне, изгаряне, ухапване от насекоми.
3. Винаги има риск за децата дори и на детските площадки – опасност друго дете да удари вашето, опасност от падане от съоръжението, опасност от сбиване с други деца, ако дете минава близо до разлюляна люлка има опасност от голям удар и др.

## ТЕМА: Застрахователна защита

1. Самостоятелна работа.
2. Самостоятелна работа.

## РАЗДЕЛ X: Санитарно-хигиенен контрол и безопасност на труда в хотелиерството

ТЕМА: Санитарно-хигиенни изисквания, свързани с проектирането, строителството и откриването на хотела за експлоатация

### ВЕРЕН ОТГОВОР:

1. При едностранното застрояване стаите са разположени от едната страна на коридора и има красив изглед от всички стаи. При двустранното застрояване стаите са разположени от двете страни на коридора и има вероятност да няма еднакво красив изглед от всички стаи. Тогава цената на някои стаи става по-ниска.

2.

Последен етаж- бар панорама, басейн, голф и др
2-ви етаж- стаи за гости
1-ви етаж- администрация, складове на камериерките, няколко стаи за гости, лекарски кабинети и др. подобни
Приземен – фойе, ресторант, лоби бар, рецепция, търговски обекти, фризьор, маникюр
Подземен етаж-гаражи, стопански блок, пералня, складове, инсталации, СПА център

ТЕМА: Организация на ремонтната дейност. Текущи ремонтни дейности. Основен ремонт

### ВЕРЕН ОТГОВОР:

1. Гостите, които си тръгват, ще ползват тоалетната и банята на най-близката свободна стая. Гостите със счупения душ, ще изчакат във фойето или на лобито да се разреши проблема, в случай че не може да бъде поправен или ще отнеме време, гостите ще се преместят в друга стая.

2. Тези повреди може да бъдат открити от гостите или от камериерката. Ако гостите открият проблемите, се обаждат на рецепция, ако камериерката ги открие, тя сигнализира на старшата камериерка или супервайзъра.

3. Подмяна на дървена и PVC дограма – основен ремонт.

Подмяна на подова настилка в общите части на хотела – основен ремонт.

Смяна на батерията на душа в банята – текущ ремонт.

Смяна на външна мазилка на фасадна стена с метални плоскости и орнаменти – основен ремонт.

Смяна на бравата на врата – текущ ремонт.

Смяна на крушка – текущ ремонт.

Смяна на душ кабина в баня – текущ ремонт.

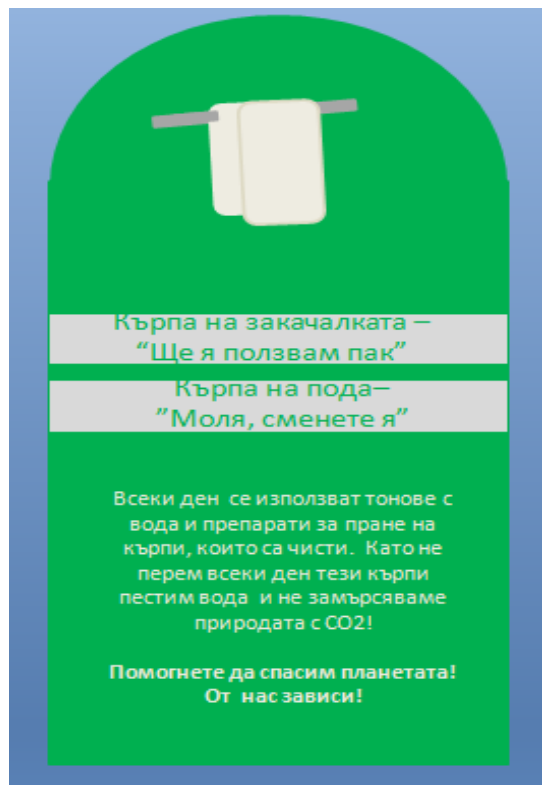
## РАЗДЕЛ XI: Хотелиерството и околната среда

**ТЕМА:** Хотелът и околната среда

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Изхвърляне от употреба на пластмасовите сламки.

**ТЕМА:** Система за опазване на околната среда

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**



## **РАЗДЕЛ XII: Управление на качеството в хотелиерството**

**ТЕМА:** Същност на понятието „качество на хотелиерското обслужване“

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

**1. Осезаемост** – наличие на персонал, комуникация с клиента; **Бързина** - услугата се извършва в рамките на сроковете, желани и приети от клиента; **Надеждност** - персоналет притежава нужните умения, обслужването се извършва с необходимата компетентност и експертиза; **Достъпност** - услугата може да се използва без пречки и трудности в желания момент; **Сигурност и безопасност** - при предоставяне на услугата е гарантирана пълната безопасност и липсата на риск и съмнение; **Учтивост** - персоналет проявява любезност и уважение в личния контакт с клиента; **Общуване** - клиентът е информиран коректно, на език, който е лесен и достъпен за него.

**2. Брандове или търговски марки** – са атрибути на качеството. Марката е знак за разпознаване на хотел или хотелска услуга, а знакът за качество показва нивото на дадената марка или бранд в различни категории (на национално или на международно ниво).

**ТЕМА:** Измерване на качеството на обслужване

Самостоятелна работа – Изработване на анкета за качество на хотелиерската услуга.

**ТЕМА:** Модели и системи за управление на качеството

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

1. Доброволното сертифициране показва на потребителите на хотелиерски услуги, че се поддържа добро ниво на обслужване, материална база, продукти, материали и др, промотират се „добри бизнес



практики“, повишава се осведомеността. Сертифицираните хотели получават маркетингови предимства, успешни стратегии за повишаване на качеството и др.

2. Чрез уеб базираните приложения може да се използват системи за проследяване и отразяване на мненията и общата удовлетвореност на посетителите; системи за отразяване на оплаквания и инциденти; рейтинг-системи, измерващи репутацията на туристическите предприятия (най-често, хотели и други места за настаняване); системи за измерване на имиджа и възприетото качество на обслужване; системи, допитващи се до удовлетвореността и мненията на персонала на туристическите предприятия; системи, проследяващи специфични бизнес индикатори и измерващи маркетинговата ефективност на отделните туристически предприятия, и други.

### РАЗДЕЛ XIII: Стандартизация в хотелиерството

**ТЕМА:** Общи изисквания при съставяне на стандарти в хотелиерството

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

#### ПРИМЕРНА АНКЕТА

1. Как оценявате местоположението на хотела:

- а) отлично
- б) много добро
- в) добро
- г) средно
- д) лошо
- е) не мога да преценя

2. Дайте оценка на храненето в хотела като отбележите цифра от 5 до 1:

- оценка на атмосферата и комфорта в ресторанта
- качество на храната
- разнообразие на храната
- ресторантърско обслужване
- чистота и хигиена в ресторанта

(5 - отлично, 4 – много добро, 3 - добро, 2 – средно, 1 – лошо)

3. До каква степен престоят в нашия хотел удовлетвори Вашите очаквания:

- а) напълно
- б) удовлетворен съм, но не достатъчно
- в) по-скоро не
- г) престоят в хотела не оправда моите очаквания

4. Препоръчайте как да подобрим качеството на нашите услуги и обслужването в хотела:

.....  
.....

**ТЕМА:** Основни стандарти в местата за настаняване

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

**Стандарт за безопасност по време на Ковид пандемия**

- Обучение на персонал за новите условия на работа.
- Носене на маска.
- Почистване и дезинфекция на често докосвани повърхности с разтвори с най-малко 70% алкохол - персоналът е оборудван с ръкавици за еднократна употреба и хирургически маски.
- Поддържане на физическо дистанциране от 1,5 до 2 м.
- Спазване на дихателния етикет - гостите и служителите трябва да кихат или да кашлят в еднократна хартиена кърпичка или в лакът.
- Често миене на ръцете със сапун и топла вода за поне 20-30 секунди.
- Поставяне информационна графика относно хигиената на ръцете на ключови места в хотела.
- Осигуряване на лесен достъп до разтвори за дезинфекция.
- Контрол на състоянието на климатичните филтри и правилното функциониране на вентилацията.
- Проветряване на стаята след заминали гости.
- Прането на мръсното бельо да бъде на висока температура.
- При съмнения за коронавирусна болест сред служители или гости на хотела - лицето трябва да се изолира и да се изследва в местно медицинско заведение.
- Ако в хотела е имало болен гост, почистващият персонал трябва да почисти стаята в костюм за опасни материали.



**ТЕМА:** Основни стандарти в заведенията за хранене и развлечения към местата за настаняване

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

**Стандарт: Храна в стаите (румсьрвис)**

- Осигуряване на висококачествено, експедитивно, вежливо и дискретно обслужване по стаите в рамките на утвърдено от Директор работно време;
- **Приемане на поръчки**
- На телефонното повикване се отговаря до третото позвъняване;
- Служителят, приемащ разговора, се представя;

- Служителят, приемащ обаждането по телефона, е запознат със съдържанието на менюто, отговаря на въпроси на госта и дава препоръки;
- Предлагат се допълнителни елементи – например: вино, десерт;
- Гостите се уведомяват за времето, необходимо за приготвяне на избраните ястия (когато това е уместно) и за доставяне на поръчката;
- При приемане на поръчката служителът пита госта, как ще плати. Не се приключва сметка без дадена от госта информация за начин на плащане. Служителят не взема сам решение за начина на приключване на сметката;
- Благодарят се на госта. По възможност се използва името на госта.
- **Стандарти на обслужване**
- Поръчката се обслужва в рамките на 30 минути от приемането ѝ;
- Сервитьорът винаги чука на вратата на стаята с реплика: Румсървис (обслужване по стаите);
- Гостът се поздравява по име;
- Отделните закуски, сандвичи, напитки и десерти се сервират върху висококачествен поднос, покрит с качествена памучна салфетка.
- **Отсервиране**
- Посудата се отсервира от стаята на госта в рамките на 20 минути от заявката на госта (ако има такава);
- Посудата се отстранява от коридора в рамките на час и половина от сервитьора;
- Посудата се отсервира на следващия ден от камериерката. Тя отсервира мръсната посуда в камериерския офис и се обажда да информира ресторанта за прибиране на посудата;
- Сервитьорът има ангажимент за прибирането/връщането на посудата.

#### **РАЗДЕЛ XIV: Маркетинг и реклама в хотелиерството**

**ТЕМА:** Определение за маркетинг и услуги. Значението и появата на маркетинга в туризма

**ВЕРЕН ОТГОВОР:**

1. Последната им дефиниция е от 2017г.: „Маркетингът е дейност, набор от процеси и системи за създаване, дистрибуция и размяна на предложения, които имат стойност за клиенти, купувачи, партньори и обществото като цяло.“
2. 4P са 4 елемента на маркетинговия микс и означават: продукт, цена, място, промоция  
7P са още следните три елемента: хора, физически фактори, дистрибуция.
3. Продуктът може да се пипне и хване, докато услугата е неосезаема, продуктът може да се складира, използва по-късно, услугата не може да се складира, върне или подмени, продуктът се отделя от собственика и купувачът става собственик, докато услугата не се дели, продуктът може да бъде количествено и качествено определен и измерен, а услугата – не.

**ТЕМА:** Фактори, влияещи върху маркетинга на хотелиерските услуги. Търсене и предлагане в хотелиерството. Ценова политика в хотелиерството. Маркетингът в хотелиерството

## ВЕРЕН ОТГОВОР:

1. Върху хотелиерския продукт влияят редица фактори, като те основно се делят на вътрешни и външни, управляеми (продукт, цена, реклама) и неуправяеми (икономически, политически, правно-нормативни, изпълнителна власт, социални и демографски структури, бит, религия, търговия и медии). Неконтролируемите фактори са тези фактори върху, които фирмата не може да влияе, но трябва да се съобразява с тях и да се опитва да свежда до минимум отрицателното им влияние (макросреда).

2. Предлагането се е увеличило спрямо търсенето, нарастване броя на хотелските вериги, хотелиерския продукт се ориентира към индивидуализирания пазар, ново съвременно обзавеждане на стаите, промяна в предлаганите асортименти в ресторантите – вегетариански, гурме, фюжън, диетични и др. ястия, навлизане на електрониката – лесен достъп до информация и резервация, екологична философия, голям брой допълнителни услуги и пакети, които са лесно достъпни.

3. Стимулиращите цени са тези, които включват отстъпки и промоции, а рекламните цени, наречени още „цени за въвеждане“, се прилагат при нови продукти или нови пазари.

**ТЕМА:** Определение и характеристика на рекламата в хотелиерството. Видове реклама. Рекламни инструменти

1. Самостоятелна работа.

2. Самостоятелна работа.

**ТЕМА:** Ефективност на рекламата. Рекламна кампания

## ВЕРЕН ОТГОВОР:

1. Психологическа ефективност, която е свързана с въздействието върху потребителите и икономическа ефективност, която се изразява в съотношение между приходите и печалбата с разходите за нея. Ефектът на рекламата може да бъде дълготраен и краткосрочен.

2. Изборът на маркетингови цели и рекламна стратегия, целеви групи (потенциални потребители), съставяне на бюджет, избор на рекламни средства, медийно планиране, оценка на разходите, закупуване на време и място в средствата за разпространение на рекламата, организиране и осъществяване на рекламни дейности, накрая се оценява рентабилността на рекламната кампания, ефективността на рекламните средства и събития, степента на въздействие на рекламите върху потребителите и т.н.

3. Успехът на рекламната кампания, нейната рентабилност до голяма степен се определя от правилния избор на средства за предаване на рекламното послание и оптималния план за тяхното използване. Основната задача на медийното планиране е да предоставя рекламното послание до възможно най-голям брой потенциални купувачи с минимални разходи в рамките на разпределения бюджет.

## РАЗДЕЛ XV: Връзки с обществеността в хотелиерството

ТЕМА: Определение и характеристика

ВЕРЕН ОТГОВОР:

- Място: ресторант „Морска сирена” в луксозния морски хотел „Синева”;
- Инфлуенсър - Натали Трифонова – синоптик на телевизия БТВ - атрактивна и известна дама с много последователи в социалните мрежи;
- Послание: Сбъднах кулинарните си фантазии в ресторанта на хотела.



ТЕМА: Изграждане на връзки с обществеността

ВЕРЕН ОТГОВОР:

### Анкета

В случай, че сте били наш гост, моля оценете получената услуга:

Обслужване на рецепция	<input type="radio"/> Отлично	<input type="radio"/> Добро	<input type="radio"/> Лошо
Пиколо	<input type="radio"/> Отлично	<input type="radio"/> Добро	<input type="radio"/> Лошо
Хигиена в стаята	<input type="radio"/> Отлично	<input type="radio"/> Добро	<input type="radio"/> Лошо
Удобство и комфорт в стаята	<input type="radio"/> Отлично	<input type="radio"/> Добро	<input type="radio"/> Лошо
Хигиена и почистване на общи площи	<input type="radio"/> Отлично	<input type="radio"/> Добро	<input type="radio"/> Лошо
Бързина и качество на работа на техническа служба	<input type="radio"/> Отлично	<input type="radio"/> Добро	<input type="radio"/> Лошо
Закуска	<input type="radio"/> Отлично	<input type="radio"/> Добро	<input type="radio"/> Лошо

**Други**

СПА център	<input type="radio"/> Отлично	<input type="radio"/> Добро	<input type="radio"/> Лошо
Конферентен център	<input type="radio"/> Отлично	<input type="radio"/> Добро	<input type="radio"/> Лошо
Wi – Fi	<input type="radio"/> Отлично	<input type="radio"/> Добро	<input type="radio"/> Лошо

Бихте ли отседнали отново в нашия хотел?  Да  Не

Общи впечатления от престоя?  Отлично  Добро  Лошо

**Ако някой служител от персонала Ви е направил специално впечатление, моля отбележете!**

**Ако имате препоръки към нас, моля отбележете!**

Ще препоръчате ли хотела ни на Ваши приятели?  Да  Не

Бихте ли желали да получавате нашите промоции?  Да  Не

Вашият e-mail адрес \*

## **РАЗДЕЛ XVI: Франчайзинг и таймшеъринг**

**ТЕМА:** Същност на франчайзинга. Основни видове франчайзинг. Франчайзингодател и франчайзингонаемател. Особенности на франчайзинга в хотелиерството. Сключване на договор за франчайзинг в хотелиерството

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Според степента на комплексност франчайзингът може да бъде пълен или частичен (непълен) франчайзинг.

**ТЕМА:** Определение за таймшеъринг в хотелиерството. Същност и развитие. Характеристика, съдържание и особености на договорите за таймшеъринг. Съвременни изменения и приложение на „Таймшеър“ в българското хотелиерство

**ВЕРЕН ОТГОВОР:** Договор за таймшеъринг се сключва най-малко за период от една година.



## ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

ЗАКОН за туризма; в сила от 26.03.2013 г.; ДВ. бр.60 от 7 Юли 2020г.

ЗАКОН за защита от бедствия и аварии: <https://www.lex.bg/laws/ldoc/2135540282>

ЗАКОН за министерство на вътрешните работи: <https://www.lex.bg/laws/ldoc/2136243824>

ЗАКОН за здравословни и безопасни условия на труд:

<https://www.lex.bg/index.php/mobile/ldoc/2134178305>

<https://www.lex.bg/en/laws/ldoc/2137203780>

НАРЕДБА за изискванията към категоризираните места за настаняване и заведения за хранене и развлечения, за реда за определяне на категория, както и за условията и реда за регистриране на стаи за гости и апартаменти за гости; Приета с ПМС № 139 от 26.06.2020 г.; Обн. ДВ. бр.59 от 3 Юли 2020г.

НАРЕДБА за изискванията към местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения и за реда за определяне на категория, отказ, понижаване, спиране на действието и прекратяване на категорията

Приета с ПМС № 217 от 17.08.2015 г., обн., ДВ, бр. 65 от 25.08.2015 г

НАРЕДБА № 15 ОТ 16 АВГУСТ 1996 Г. ЗА ХИГИЕННИТЕ ИЗИСКВАНИЯ КЪМ УСТРОЙСТВОТО И ЕКСПЛОАТАЦИЯТА НА ОБЕКТИ ЗА ВРЕМЕННО НАСТАНЯВАНЕ, Издадена от Министерството на здравеопазването

НАРЕДБА No Из-1971 за строително-технически правила и норми за осигуряване на безопасност при пожар

УКАЗАНИЯ за функциониране на местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения в условията на опасност от заразяване с covid 19 в България

ПРЕПОРЪКА 86/666/ЕИО на Съвета от 22 декември 1986 г. относно противопожарната безопасност на съществуващите хотели (ОВ L 384, 31.12.1986 г., стр. 60—68): available in: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/?uri=celex%3A31986N0666>

НАРЪЧНИК за сигурност и безопасност:

Охрана чрез видеонаблюдение: <http://www.ho-re.com/pages/4.2.php>

**Дачева, С., Е. Господинова, М. Ичева, С. Колева.** Хотелиерство (организиране, обслужване и функциониране на хотел), изд. Дионис, София, 2007 г.

**Дъбева, Таня .** Хотелиерство, Университетско издателство Икономически университет Варна, 1998г.

**Стамов, Стамен Николов, Йорданка Алексиева .** Хотелиерство, Пловдив, 2005г.

**Стамов, Стамен Николов, Кремена Никовска.** Организация и функциониране на хотела, Матком, 2009г.

**Тодориев, В.** Хотелиерски операции, Матком, 2008 г.

**Тодоров, Димчо.** Хотелиерство, Матком, 2009

**Тодоров, Димчо.** Организация, технология и икономика на хотелиерството, Матком, 2011 г.

[http://safety.euogites.org/download/handbook/files/SafetyAndSecurity\\_bg\\_Handbook.pdf](http://safety.euogites.org/download/handbook/files/SafetyAndSecurity_bg_Handbook.pdf)

<https://alphaquality.org/eco-hotel>

<https://www.moew.government.bg/bg/1387-izdavane-na-sertifikati-za-zakonno-pridobivane-turgovska-dejnost-i-prenasyane-na-jivi-ekzemplyari-ot-zastrasheni-vidovete-ot-divata-fauna-i-flora-chrez-regulirane-na-turgoviyata-s-tyah-na-teritoriyata-na-evropejskiy-8971/>

<http://responsalliance.eu/rplearn/>

<https://www.bg-ikonomika.com/>

<http://konkursi.unwe.bg/documents/>

<https://infoaboutlawyers.com/4095550-standards-of-hotel-service-model-regulations-certification-methods-types>

<https://www.kaminata.net/forum/viewtopic.php?t=90685>

<http://www.referati.org/>

<https://www.ipa.government.bg/>

<https://dropt.ru/bg/terminy/organizacionnaya-struktura-upravleniya-gostinicei-tipy-organizacionnyh/>

<https://referatite.org/>

<https://pixabay.com/bg/images/>

<https://pixabay.com/bg/photos>

<https://kd43.ru/bg/questions/>

<https://smartmoney.bg>

<https://defakto.bg/2016/11/21>

<https://horecaconsult.net>

<https://gradat.bg/sgradi/>

<https://www.tourism.government.bg/>

<https://e-edu.nbu.bg/pluginfile.php/>

Снимков материал от онлайн източници