УДК 338.48
Ситнік В.А.[1], Віндюк А.В.[2]
[1] студ. гр. ГФ-112 НУ «Запорізька політехніка»
[2] д-р. пед. наук, проф. НУ «Запорізька політехніка»

ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ СЛУЖБИ ПРИЙОМУ ТА РОЗМІЩЕННЯ

Ситнік В.А., Віндюк А.В.

Служба прийому і розміщення (СПіР) англійською мовою називається «Recepcion» і входить як підрозділ в Front office разом із службою обслуговування. Інколи ці служби не розділяються і називаються єдиною назвою – Front office.

Front office – це командний пункт готелю, його нервовий центр, місце зустрічі гостей з готелем і прощання з ним. Для гостя Front office – це обличчя готелю і більш того, часто все спілкування гостей з готелем обмежується спілкуванням з персоналом за стійкою служби прийому. Тому уміння спілкуватися з самими різними людьми – важлива якість працівників цієї служби. Працівники цієї служби повинні уміти продавати товар – готель, створити сприятливий імідж готелю, бути представником менеджменту готелю, здатним вирішити будь-яку проблему гостя, забезпечити його безпеку і, взагалі бути кращими друзями туриста.

СПіР займається вирішенням питань пов'язаних з бронюванням номерів, прийомом гостей і їх реєстрацією та розміщенням, наданням додаткових послуг, а також виїздом. Задачею СПіР є концентрація всього процесу обслуговування гостя і єдиному центрі [1].

Основною метою СПіР є надання гостю високої якості послуг та сприяння збільшення відсотку завантаженості готелю.

Як правило, СПіР включає працівників декількох посад:

1) агент по прийому і розміщенню гостей або черговий адміністратор;

2) касир, що приймає оплату і виписує рахунок клієнтові;

3) портьє – відповідальний за надання інформації гостю про функціональні підрозділи готелю, а так само за збір, підшивання і зберігання інформації;

4) телефонний оператор що підтримує зв'язок з міжміськими і міжнародними телефонними станціями, фіксує телефонні дзвінки з номерів, контролюючий їх оплату, і що надає послуги з побудки;

5) агент по бронюванню місць в готелі;

6) портьє по видачі ключів.

7) консьєрж.

До служби прийому пред'являються наступні вимоги:

- служба прийому має бути розташована в безпосередній близькості від входу в готель. В разі великого готельного вестибюля динамічний характер інтер'єру повинен зорієнтувати гостя у напрямі розташування стійки служби прийому (стійки портьє);
- стійка портьє має бути чистою, на ній не повинно бути безладно розкиданих паперів і непотрібних предметів;
- співробітники служби прийому повинні мати бездоганний зовнішній вигляд і поводитися відповідним чином. З гостями необхідно розмовляти лише стоячи. Не можна заставляти гостей чекати. Портьє повинен усвідомлювати, що для нього немає важливішої роботи, ніж прийом гостей.

Служба прийому повинна знаходитися в холі готелю. При цьому бажано, щоб співробітники служби прийому могли зі свого робочого місця бачити ліфти. Це дозволяє здійснювати додатковий контроль за відвідувачами і багажем.

Front office функціонує цілу добу, зазвичай в три зміни: з 8 до 16, з 16 до 24 і з 24 до 8 години. Природно, нічна зміна працює в скороченому складі. Окрім перерахованих вище підрозділів в front office входить також готельна каса яка знаходиться в подвійному підпорядкуванні – службі прийому і бухгалтерії. Аналогічна ситуація із службою бронювання – її роботу контролює не лише front office manager, але і директор відділу маркетингу (комерційний відділ).

Класичне устаткування служби прийому – це стелаж з вікнами для ключів (room rack). У кожному вічку, відповідному номеру, окрім ключа знаходиться картка, в якій записана коротка інформація про номер (тариф, тип ліжка, оснащення номера, його особливості і т. д.). Коли номер проданий у відповідне вічко вставляється картка гостей з інформацією про нього

(прізвище, адреса, тариф, дати прибуття і виписки). Ця картка має певний колір. При бронюванні номера в його вікно вставляють картку іншого кольору. Завдяки цьому на стелажі портьє відразу бачить, які номери вільні а які зайняті і заброньовані.

Отже, від того, як приймуть гостя, як його привітають, як швидко будуть виконані необхідні формальності (перевірка бронювання, заповнення анкети, передоплата), багато в чому залежить перше, часто найсильніше враження від готелю в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Нечаюк Л. І., Нечаюк Н. О. Готельно-ресторанний бізнес. Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 344 с