



## MODERN HOSPITALITY - FROM SERVICE TO EXPERIENCE

**Abstract:** Hospitality is a dynamic field. At the present stage of development of the hotel industry a number of changes are taking place. They are determined both by the dynamic changes in the tourism industry and by the trends in the economic processes, in particular for the city of Ruse.

### Author information:

#### Yordan Adolfov

Teacher in Tourism and Geography Subjects  
„Ivan P. Pavlov“ Vocational School of Tourism – Ruse

✉ [yordan94@abv.bg](mailto:yordan94@abv.bg)

🌐 Bulgaria

#### Keywords:

trends, hospitality, services, front office,  
travel

### ВЪВЕДЕНИЕ

**Х**отелиерството е една от основните стопански дейности в туристическия отрасъл, която непрекъснато се развива и утвърждава. През последните години хотелиерският бизнес се разрасна и продължава да се развива успешно. Много повече туристи, отседнали в хотелите остават доволни от основните услуги, които се предлагат за съответната услуга. По-голям принос носи това, че гостите винаги си позволяват допълнителни услуги, които са описани в подробности по долу.

Тенденциите са трайни еднопосочни изменения, в характеристиките на хотелиерския бизнес, в следствие на комплексното влияние на различните фактори. Според същата авторка тенденция могат да се поделят на главни и второстепенни, както и на нови и съществени. За да се открият съществените тенденции е необходимо да се изследва продължителен период. Познаването на съвременните тенденции има важно познавателно и практико-приложно значение.

Съвременните промени, които се налагат във всеки един високотекатизиран хотел, предоставят на госта удоволствие от посрещането, обслужването и изпращането на един великолепен представител за всеки хотелиерски бизнес. Когато един гост остане доволен от всички използвани услуги, дори и допълнителните в сектора на „Хотелското домакинство“, следователно ние сме достигнали кулминацията на заложените от нас критерии, за постигане на очакваните резултати.

### ИЗЛОЖЕНИЕ

Туризмът, който е основата на хотелиерската дейност е водещ отрасъл у нас. Силно влияние върху туризма, в частност хотелиерството, оказва пребиваването на чуждестранните туристи. Те използват хотелиерските услуги и в значителна степен влияят върху състоянието на хотелиерския бизнес. [3]

В резултат на досегашната теория и практика в областта на туризма, понятието *хотелиерство* придобива значително по-широк смисъл, а именно: *съвкупност от дейности, предлагащи на клиентите условия, услуги и преживявания, осигуряващи удовлетворяване на техните основни (нощуване и хранене) и допълнителни потребности (рекреация, спорт, лечение и др.), по време на престоя им в дестинацията.*

Съвременното хотелиерство се характеризира със следните *особености*:

- *вид стопанска дейност*, при която се осъществява процес на покупко-продажба на специфични услуги, свързани с настаняването и пребиваването на гостите в туристическата дестинация;
- съществува *голямо разнообразие на предлаганите услуги*, определящи в значителна степен ефективността на хотелиерската дейност;
- *ограниченост на услугата във времето*, която зависи от продължителността на престоя на госта в дестинацията. Туристическата практика в нашата страна показва, че средният престой на чуждестранните туристи, посещаващи страната ни с цел рекреация, варира от една до три седмици;
- *създава и реализира връзката между туристическите ресурси и техните потребители – туристите*. Тази връзка е двустранна – от една страна наличието на ресурси определя необходимостта от заведения за настаняване, а от друга страна заведенията за настаняване дават възможност да се използват туристическите ресурси.

Развитието на хотелиерството като стопанска дейност се отличава със следните *специфики*:

- необходимост от влягане на значителни инвестиции;
- относително високи разходи за поддържане качеството на предлаганите услуги, включително периодично обновяване на обекта;
- осигуряване уникалност и атрактивност на предлагането;
- неравномерно натоварване на обектите, предлагащи различни видове туризъм;[5]



**Фигура 1: Водещите лица във всеки сектор от развитието на хотелския комплекс**

В глобален мащаб хотелиерството се превръща в основен фактор за успешното развитие на туристическата индустрия. В последните три десетилетия, тенденциите в световната хотелиерска индустрия се промениха.

Основно промените се свързват с прекомерно нарастване дела на големите и добре финансирани хотелски вериги, и намаляване на дела на независими хотели, вследствие от глобализацията на световните пазари и тяхното реструктуриране.

Промените засягат, също така и традиционните установените методи за правене на хотелски бизнес, свързани с дългосрочни договори за управление или франчайзинг.

По-важните съвременни тенденции в хотелиерството се свързват с:

- разширяване и разнообразяване на световния туристически пазар – *демографски, психологически и по сегменти*;
- промени в модела на инвестиране в хотелиерската индустрия. Навлизане на няколко предприемачи при изграждане на хотели и други съоръжения, поради това, че хора извън

хотелиерската индустрия участват във финансирането и мениджмънта на туристическата база и инфраструктура;

- реструктуриране и разширяване на материалната база на хотелиерството, в полза на гигантските хотелиерски вериги. Растеж и увеличаване пазарния дял на световните хотелски (*търговски*) марки, както и висококатегоризираните хотели;
- промени в характера и структурата на националните икономики, които се трансформират и ориентират от предлагане на стоки и услуги;
- промени в начина на пътуване на хората, които предопределят промени в управлението на хотелиерството – изграждане на хотели и друга настанителна леглова база, до или около летища и другите големи комуникационни центрове;
- компютързация на всички дейности и процеси – резервации, настаняване, обслужване, счетоводна дейност, снабдяване, организация и управление – под формата на персонални и стационарни компютри, джобни компютри, комуникации, уреди и съоръжения за работа и други.
- повишаване образованието и квалификацията на кадрите заети в хотелиерската индустрия;
- управление и експлоатация на хотелите, в съответствие с екологичните норми и опазването на околната среда;
- търсене на качествени и разнообразни услуги, „*перфектно*“ управление и организация на работа на хотела и другите съоръжения, предлагащи основни и допълнителни услуги.

Факторите, които водят до нови тенденции, непрекъснато се променят и оказват влияние върху стратегиите, концепциите, организацията и управлението на съвременните хотели и хотелски комплекси. [4]

За развитието на хотелиерството оказват влияние редица фактори:

- свободно време и доходи на потенциалните гости на хотела;
- мотиви за пътувания – бизнес, почивка, ваканция;
- тенденции в развитието на туризма, транспорта, комуникациите и други.



**Фигура 2: Зоната на „Фронт офиса“ и етапите на обслужване в хотела**

В хотелиерството се предлагат услуги на гости, дошли временно да пребивават в съответното заведение. Те отново биха посетили същото заведение, ако са останали доволни от обслужването. Решаващ принос в оформянето на положително решение има хотелският персонал. Това е от особено значение за заведенията от по-висока категория. [3] С „Фронт офис“ (*Преден офис*) означава цял комплекс от работни места, помещения и свързаните с тях дейности, които имат предназначението да посрещат госта, да проведат с него всички

необходими „процедури“ по неговото настаняване и изпращането му. Хотелите, в зависимост от капацитета и класата си имат различни заведения, които съставят предния офис.

Ако в един много малък хотел цялата дейност (*резервиране на леглото, посрещане на госта, регистрирането му и заплащане на нощувката*) може да се организира от едно звено (*най-често това е рецепцията*), то в големите и висококатегорийните хотели, фронт офиса е комплектован от много отдели и служби, които заедно осигуряват всички дейности по посрещане „*предварително*“ и „*допълнително*“ обслужване и изпращане на госта. [2]

Рецепцията е звеното, в което най-често се реализират едни от най-важните технологични процеси на хотелиерското обслужване: *посрещане, регистриране и настаняване* на гостите. Посрещането е един от най-важните елементи при настаняването – *служителите на рецепция трябва да посрещат гостите, прави и на всяка цена с поздрав*. Ако не е известно на какъв език говори гостът, поздравът е на български и след това се преминава на езика, на който гостът говори.



**Фигура 3: Екипът от стажант-ученици, които ще се погрижат за пребиваването на госта, в процес на учебна практика по хотелиерство**

Ако служителите на рецепцията, при посрещането извършват някаква друга дейност, то тя трябва да бъде прекъсната и обърнато необходимото внимание на госта. Ако служителят комуникира по телефона, то трябва да кимне или да направи някакъв друг жест, за да разбере гостът, че е забелязан.

След приключване на процедурите по регистрирането на госта се предоставя ключ за неговата стая [1]. През последните години ключовете постепенно се заменят с магнитни карти (*х-л Булевард, Пловдив*), (*х-л Дунав Плаза, Русе*) или безконтактни (*Рачев Хотел Резидънс, Арбанаси*) карти/медальони. Вратата на дадената хотелска стая може да се отвори само при поставяне на картата в електронното устройство, за което е предназначено. Безконтактните карти или медальони предлагат удобството да се използват от разстояние. Тази тенденция добива популярност от редовните посещения на автора в различните хотелски комплекси в България. Тази технология с магнитни карти се предлага и в хотелите в Русе, като за улеснение на гостите се обясняват стъпките на стажант-ученици от Професионална гимназия по туризъм „Иван П. Павлов“, които осъществяват учебната си практика на съответните звена.

Огромно съдействие забелязваме от работодателите в Русе, понеже в повечето хотели в града, те помагат на учениците да се обучават на хотелски системи, програми и комуникация. В ролята на ментори участват самите служители в обекта. Учениците са винаги под „зоркото око“ на опитните лица в съответния хотел. Голяма част от гостите, които се настаняват изказват мнение, чрез електронно устройство на хотела, за тяхното пребиваване в комплекса. Винаги отговорите на гостите са положителни и препоръчителни да се прилага тази практика и за напред. Спрямо емпиричният опит на автора, по този начин на обучение, учениците успяват да

натрупат опит и визия за бъдещата им професия или казано по друг начин „ранно кариерно развитие“.

Специално, когато авторът е отседнал в „Рачев Хотел Резидънс“ с група ученици от ПГ по туризъм „Иван П. Павлов“ – Русе, беше изненадващо, че тази нова технология навлиза и в България. Тази опция е позната на автора, още от временния престой във Великобритания, в частност „х-л Best Western London Queens Crystal Palace“. Това приложение за автора е най-удобната за всеки един гост, понеже още от изхода на асансьора или от разстоянието в коридора, системата долавя обхвата и специално вграденият код в приспособлението за отключване на вратата. Другият плюс е осветлението, защото преди да бъде поставена тази карта или медальон, електричеството се включва в стаята, но в рамките на 3 отчетени минути. Когато ключът се постави в гнездото за електричеството, то остава да работи постоянно, докато приспособлението не се извади от този джоб. След изваждането му, електричеството остава активирано до 2 минути, след напускането на стаята.



**Фигура 4: Посрещане на ученическа група в „Рачев Хотел Резидънс“, Арбанаси**

Използването на тези умни приспособления (*електронни брави*) в хотелите, показват сигурност на госта, но дори и други възможности, които са характерни за контрола и оптимизирането на работата на персонала.



**Фигура 5: ученички от пг по туризъм – русе са на учебна практика по хотелиерство и предоставят ключа/магнитната карта на госта**

В заведенията за пребиваване и преди всичко в съвременния хотел, освен основната услуга – *нощувка*, и основна допълнителна услуга – *хранене*, се предлагат и редица други услуги, свързани с потребностите на гостите по време на тяхното пребиваване. Те се означават

като *допълнителни хотелиерски услуги*. Най-общо класификацията на допълнителните услуги може да се направи на база на сходни моменти от технологията, организацията и целта им (*хранене, информация, комуникация, търговска дейност, битови услуги, развлекателни услуги, спортно-развлекателни услуги, козметични, балнео и СПА услуги*).

Всеки един хотел трябва да предлага минимум от допълнителни услуги, най-ползваните и непосредствено свързаните с пребиваването на госта – информация и комуникация, както и битови услуги. Ако един хотел е в развит туристически район, към множеството допълнителни услуги, може да има по развита екскурзоводска дейност, а ако е посещаван от организирани туристи – да практикува анимация. Това е становището от емпиричното изследване на автора в „х-л Ана Палас, Русе“, „х-л Космополитан, Русе“, „х-л Дунав Плаза, Русе“ и „х-л Вемара клуб, Бяла, Варненско“. Към днешна дата в първите два хотела се предлага тази услуга, за задоволяване нуждите на госта.

В сектора „Хранене“ се включват различни подразделения на ресторантьорството. В някои атрактивни хотели, може да са включени допълнителни услуги от развлекателен тип, при едно изхранване на гостите в ресторанта. През вечер може да се организират туристически анимации, за разчупване на атмосферата в ресторанта и настроението на гостите и туристите. Нека Ви представя един пример, който е осъществен сполучливо, така че един гост да остане доволен от тези услуги, по време на една вечеря

([https://www.youtube.com/watch?v=5ErV9BuDUGI&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=5ErV9BuDUGI&feature=emb_title)). Във видеото читателите ще открият представянето на ученическия отбор от ПГ по туризъм „Иван П. Павлов“ – Русе в „**Национално състезание по хотелиерство и туристическа анимация**“, проведено през 2019 г. в к.к. Златни пясъци. Тази изява беше завоювана със сребърен престиж, чрез който успяхме да представим тази услуга на избрани хотели от град Русе, с цел да се развие туризъм и да се открие ново поприще в културния календар на Община Русе. Програмата е включена в дните на „**Уикенд туризъм**“ и „**Кулинарен туризъм**“ в Русе, където отново се представят други ученици на гимназията със съответните дарби и успехи.



**Фигура 6: Отбор „Русе“ на националното състезание по хотелиерство и туристическа анимация**

Един хотел с хоби туризъм е необходимо да има развит спортно-развлекателна дейност, от която гостът да се възползва и по този начин да почувства рекреацията, за която е избрал този хотел. Ако в България имахме същите мотели, както в САЩ, тогава ще развиваме автомобилния туризъм, като по този начин всеки пътуващ гост ще си отпочине за няколко часа или за едно, две или повече денонощия. В близост госта не открива станция за зареждане на

гориво, това е възможността той да благодари за допълнителната услуга, която ние ще му предоставим, за да използва станцията за зареждане на хотела.

В град Русе има само два хотелски комплекса, предлагащ Балнео- и СПА услуги, както и един който в момента се изгражда. Ще е необходимо да се открият и други хотели, но маркетингът, ако не е франчайзинг на тази верига хотели, тогава загубите от всички гости и живущи в града ще спаднат. **Следователно, дали е необходимо да се открива още един такъв хотел с други работодатели???** Помислете рационално и назовете обяснения и за двата варианта – *да се открие* или *да не се открие!*



**Фигура 7: Записване за час за допълнителни услуги в хотелският комплекс**

Напускането на гостите е последният етап от целия процес на хотелското обслужване. Той е много важен, тъй като създава финално впечатление на госта и силно влияе върху оформяне на оценката за цялостното обслужване, по време на пребиваването му. Ето защо е от особено значение поведението на служителите на рецепцията, в общуването им с госта през това време. За да бъдем иновативни, трябва да предлагаме на рецепция и в ресторанта дигитална система за оценяване на персонала, в дадения хотелски комплекс, наречена:

**„Survey on tablet“**

(<https://www.youtube.com/watch?v=pSKpni64iA>), (<https://www.youtube.com/watch?v=Yj2Ht6oL2M>)

Чрез тази система, ние може да подобрим качеството на обслужване в хотела, хотелския комплекс или в ресторанта, от гледна точка на клиента/гост. Такива софтуерни системи има вградени за оценяване на престоя на всеки клиент/гост в четири хотела в Русе, това са: х-л „Дунав Плаза“, х-л „Ана Палас“, х-л „Космополитан“ и х-л „Рига“. Само два от тях се прилага иновация за оценяване на престоя в звено „ресторант“. В друг вид заведение, като р-т „Хепи“ се прилага тази опция от предходни години. Това заведение за хранене винаги поддържа висока рейтингова система, благодарение на рефракцията, обратната връзка на клиента с управленската част на дадения обект.



Фигура 8: Системата за оценяване на персонала, по време на престоя на един гост „Survey on tablets“

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Умелото включване на подходяща комбинация от допълнителни услуги в хотелиерския продукт, което придобива все по-голямо значение, тъй като формира неговите конкурентни предимства, създава добавената стойност на продукта и повишава удовлетвореността на клиентите. В хотелиерството едни от най-удачните варианти да се създаде уникален хотелиерски продукт е да се включат допълнителни услуги към него, които могат да се индивидуализират според конкретния клиент или дадена целева група от клиенти, да повишат клиентското преживяване и да увеличат процента на лоялните клиенти.

### References:

1. **Dacheva, S.**, i kolektiv, Hotelierstvo (organizaciya, obsluzhvane i funkcionirane na hotela), Dionis, Sofia, 2008 g.
2. **Stamov, St.**, Nikovska, K., Organizaciya i funkcionirane na hotela (Treta chast ot seriyata “Organizaciya i funkcionirane na kuhnyata, restoranta i hotela”), Matkom, Sofia, 2009 g.
3. **Stamov, St.**, Nikovska, K., Hotelierstvo, Tehnologiya, organizaciya i upravlenie, Kota, S.Z., 2013 g.
4. Todorov, D., Predpriemachestvo i hotelski menidzhmant. Izgrazhdane, funkcionirane i upravlenie na hotela, Matkom, Sofia, 2017 g.
5. <http://www.referati.org/syshtnost-opredelenie-i-osobnosti-na-syvremennoto-hotelierstvo/31598/ref>