

УДК 338.482.22

ГОТЕЛЬНИЙ КОМПЛЕКС ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

О. Погоріляк

Ужгородський комерційний технікум

У дослідженні висвітлено різноманітні підходи до тлумачення основних категорій готельної індустрії, окреслено проблеми макро- та мікрорівня на ринку готельних послуг.

Ключові слова: готельний бізнес, індустрія гостинності, готельне підприємство, готельна послуга, готельна мережа, готельний оператор, торгова марка.

Постановка проблеми. Готельний бізнес є органічною складовою частиною сфери послуг та тісно пов'язаний із розвитком туризму, оскільки забезпечує послугами проживання як зовнішніх так і внутрішніх туристів. Значної уваги потребує розгляд основних особливостей функціонування готельного господарства, виявлення характерних відмінних ознак, які відрізняють його від інших видів підприємницької діяльності в індустрії гостинності, що дозволить відобразити реальний стан його сучасного розвитку в Україні, і в подальшому, запропонувати власну методику управління готельними підприємствами для покращення ефективності їх функціонування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняні дослідники Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є., Скибінський С.В., Іванова Л.О., Моргун О.Ф., Федоренко В.К., Лук'янов Л.Г., Дорошенко Т.Т., Мініч І.М., Шканова О.М. виділяють ряд специфічних особливостей, характерних для готельного господарства, дають визначення основних категорій.

Постановка завдання. Розуміння природи основних теоретичних категорій дасть змогу чітко окреслити межі дослідження, виявити істотні ознаки об'єкту, а також виявити місце та роль готельного господарства у вирішенні соціальних проблем.

Виклад основного матеріалу. У економічній науці під економічною інфраструктурою розуміють сукупність допоміжних галузей, виробництв і видів діяльності з обслуговування основного виробництва і населення.

Економічна інфраструктура високорозвинених країн характеризується не лише великим обсягом пропозиції в сфері обслуговування, але й високою якістю такої пропозиції. У господарстві таких країн особливе місце займає індустрія гостинності. Сам термін "гостинність" (фр. hospice) означає "притулок подорожніх", "благодійний дім", а як наукове поняття - це система заходів та порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших побутових, господарчих і культурних потреб клієнтів туристичних підприємств, що забезпечується наданням відповідних послуг. [1]. Зазначена категорія була введена експертами конфедерації HOTKES -

конфедерації національних асоціацій готелів і ресторанів у Європейському економічному співтоваристві (ЄЕС), що була створена 1982р. [1].

Отже, виходячи з того, що поняття гостинності означає надання комплексних послуг, яким притаманний особливий характер, що створює позитивний імідж підприємства та зумовлює "вторинний попит" на ці послуги, можна стверджувати, що на сьогодні розвинулася потужна індустрія гостинності. Вона займає помітне місце в економіці країни, оскільки охоплює своїм впливом майже всю сферу послуг: готельне й ресторанне господарство, туристичний та транспортний бізнес, індустрію розваг тощо.

Готельне господарство є частиною економічної інфраструктури країни і становить сукупність послуг з розміщення та харчування населення. На сьогодні таке визначення готельного господарства вже не відповідає реаліям часу, оскільки до класичних готельних послуг у зв'язку із прискореним розвитком туризму, прагненням підприємств до отримання найвищого прибутку та зростаючою платоспроможністю споживачів послуг додаються все нові додаткові послуги для обслуговування ділових зустрічей, оздоровлення, організації розваг клієнтів тощо. Це приводить до збагачення змісту самого поняття "готельне господарство", оскільки готельне господарство вже надає послуги не лише власного виробництва, але й інших сфер економіки: транспорту, туризму, страхування, рекламної діяльності, роздрібною торгівлі тощо. [2]. Це дає підстави для визначення даного поняття в широкому та вузькому його розуміннях. Готельне господарство у широкому розумінні включає проживання, харчування та додаткові послуги; у вузькому розумінні — лише проживання.

Шканова О.М. у своїй праці "Маркетинг послуг" дає таке визначення: "Готельне господарство - це складова частина сфери послуг, основним видом діяльності якої є приймання, розміщення, надання різноманітних видів послуг, пов'язаних з перебуванням споживачів за межами свого постійного місця проживання" [2]. Категорія **"готельна справа"** (український аналог "готельного бізнесу") застосовувалось спочатку для визначення діяльності готелів. Нині ж ця категорія охоплює діяльність кемпінгів, мотелів, туристичних баз, котеджів тощо. Оскільки готель був першим типом підприємств що надавали послуги проживання гостям, то саме він дав назву всій галузі.

Існує ряд інших підприємств (будинки відпочинку, санаторії, пансіонати, дитячі табори відпочинку, профілакторії тощо), які надають послуги щодо тимчасового проживання громадян, але не входять до системи готельного господарства, тому, що надання послуг проживання не є їх основною діяльністю, а ціна послуг, як правило, не набагато перевищує їх собівартість [3].

У сучасній економічній науці існує кілька підходів до вивчення категорії «готельна справа», вона розглядається з кількох позицій:

- 1) економічна наука, яка вивчає готельну справу як галузь господарства країни чи регіону;
- 2) суспільна наука, що вивчає поведінку у сферах виробництва готельного продукту, його споживання, розподілу та обміну;
- 3) сучасна економічна теорія, яка вивчає поведінку людей як господарюючих суб'єктів на всіх рівнях туристичної економічної системи в процесах виробництва, розподілу та споживання готельних послуг з метою задоволення людських потреб.

Вітчизняні дослідники Агафонова Л. Г. та Агафонова О. С. виділяють ряд специфічних особливостей, характерних для готельного господарства:

- 1) потреби та побажання споживачів завжди визначають міркування економічної ефективності роботи підприємства;
- 2) календарне планування робіт залежить в основному від коливань попиту споживачів;
- 3) визначення та вимірювання якості послуг є проблематичним завданням та потребує комплексного підходу;
- 4) працівники повинні добре володіти навичками гостинного спілкування з клієнтами;
- 5) ефективність роботи працівників важко піддається управлінню, оскільки низька продуктивність може бути зумовлена відсутністю попиту з боку споживачів, а не низькою якістю роботи персоналу;
- 6) маркетинг та виробництво в сфері послуг гостинності необхідно розглядати як двоєдине завдання, яке іноді важко поділити.

Економічна сутність готельної діяльності полягає у тому, що вона має нематеріальний характер, оскільки результатом виробничо-експлуатаційної діяльності готелів є не "готовий продукт", а пропозиція особливого виду послуг. При цьому послуги не можуть вироблятися окремо від існуючого матеріального продукту, тобто без експлуатації матеріально-технічної бази (будівлі, споруди, устаткування, інвентарю), яка виступає основою виробництва та реалізації пропонованих послуг.

Отже, готельна послуга є результатом взаємодії виконавця та споживача, яка спрямована на задоволення потреб відвідувача та надається безпосередньо в готельному підприємстві. Слід зазначити, що попит на готельні послуги є нерівномірним, що зумовлюється економічними, демографічними, природо-кліматичними факторами. Дуже часто він залежить від сезону, днів місяця і навіть тижня. Тому готелі, мотелі, кемпінги повинні мати певний резерв номерного фонду, а також матеріальних і трудових ресурсів, щоб оперативно і ефективно реагувати на його коливання.

Крім того, фахівці у галузі готельного бізнесу виділяють такі чотири характерні особливості готельної послуги:

- 1) Невловимість. На відміну від товару в матеріальній формі, послуги не можна відчутися до моменту їх надання. Для того щоб зменшити непередбачуваність щодо якості послуг, клієнт, перед тим як звернутися за ними, шукає щось матеріальне, що свідчить про їх якість.
- 2) Невід'ємність процесів виробництва та споживання послуги. В більшості випадків, типових для індустрії гостинності, надання послуг потребує присутності того, хто їх надає, і того, кому вони надаються.
- 3) Неоднорідність (мінливість) якості послуг. Якість послуг індустрії гостинності залежить від того, при яких умовах вона надається. Послуги надаються і приймаються одночасно, і їх якість залежить від стану того, хто їх надає в момент надання.

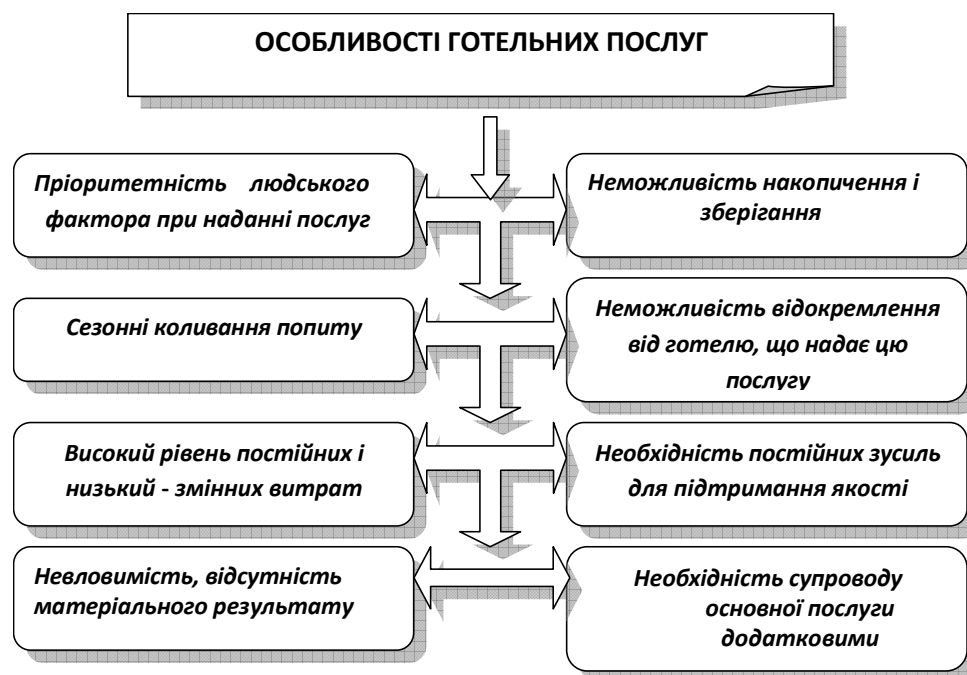


Рис. 1. Особливості готельних послуг
Джерело: побудовано за [6]

1) Нездатність послуги до зберігання. Послуги не можуть зберігатися. Якщо готельні підприємства хочуть максимізувати прибуток, вони повинні маневрувати між своїми можливостями і мінливим попитом, оскільки втрати від незадоволення попиту компенсувати неможливо [4].

Скибінський С.В., Іванова Л.О. та Моргун О.Ф. також вважають готельну послугу специфічним товаром і виділяють цілий комплекс її специфічних особливостей (рис. 1).

Вказані особливості надання послуг гостинності перетворюють управління організаціями у цій сфері на більш складну справу, ніж в промисловості та інших сферах економіки, з точки зору забезпечення ефективності механізмів ціноутворення, і визначають специфіку управління та маркетингу в даній сфері [5].

Всі послуги виробляються та надаються на підприємствах готельного господарства. Готельні підприємства виконують одну з основних функцій у сфері обслуговування туристів та місцевих жителів (внутрішніх туристів) - забезпечують їх житлом і побутовими послугами під час подорожі. Біля 60% витрат на подорож припадає саме на розміщення та харчування. Проте, існують загальні вимоги до всіх видів послуг у готельному господарстві, які можна систематизувати за окремими напрямками. (рис.2)

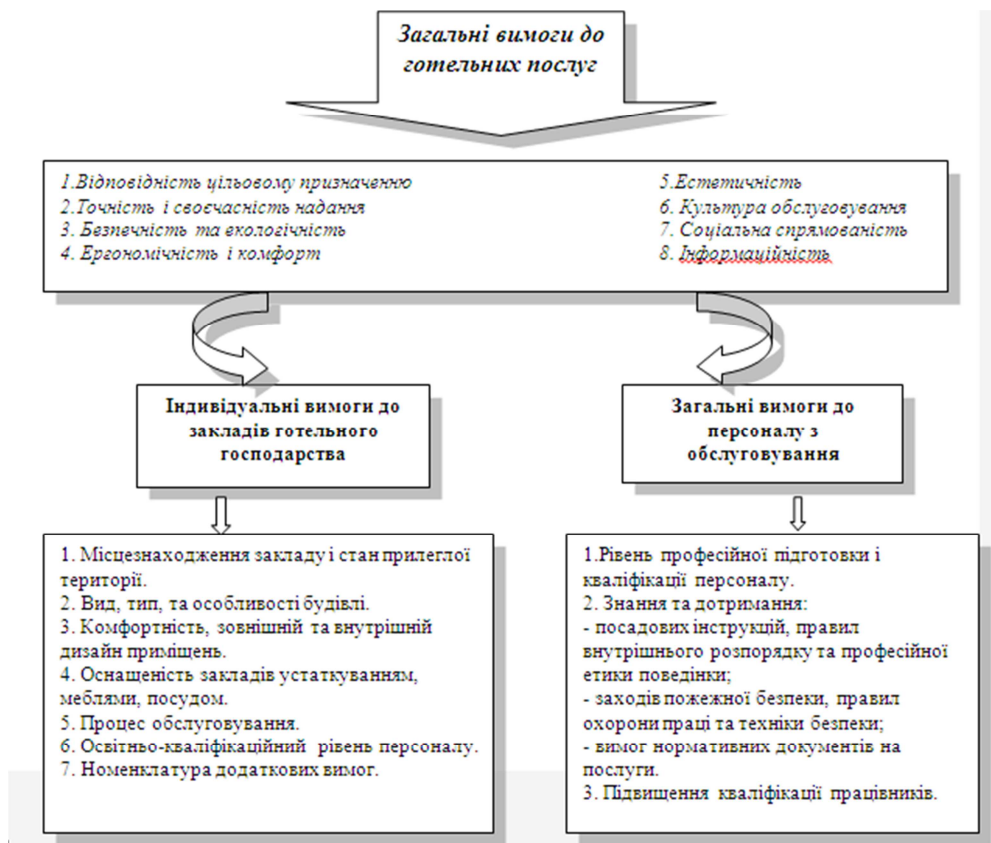


Рис.2. Структура законодавчо регламентованих вимог у готельному господарстві
Джерело: побудовано за [6]

Судячи із вищесказаного, основна роль, яка відведена готельному господарству – це створення для приїжджих усіх необхідних умов для проживання та відпочинку, забезпечення всебічного рівня їх обслуговування, на короткотривалий період часу всім необхідним: від нічлігу – до харчування, від інформації про місто – до проведення масштабних конференцій тощо. Як вже було згадано вище, сервіс, який надає готель вимагає від підприємства готельного господарства наявності додаткових супутніх послуг, об'єктами яких є автостоянки, автозаправки, кафе, бари, сауни, басейни, пральні, заклади торгівлі, тощо. Наслідком цього є створення нових робочих місць в інших галузях сфери обслуговування, що безумовно впливає на зайнятість населення.

З огляду на розширення основних послуг готелів, доцільно згрупувати додаткові послуги за такими основними ознаками:

- довідково-інформаційні;
- оздоровчо-відпочинкові;
- побутово-господарські;
- транспортні;
- розважальні.

Важливим питанням для науковців-теоретиків та практиків є уточнення та узгодження понятійно-термінологічного апарату щодо готельного господарства та його діяльності. Для визначення виробничо-технологічних характеристик суб'єктів господарювання в Україні спираються на Класифікацію видів економічної діяльності (КВЕД), яка затверджена наказом Держстандарту України від 11 жовтня 2010р. Згідно з новою редакцією КВЕД нефінансові послуги є окремим видом економічної діяльності, структуру якої на рівні розділів і груп подано у табл. 1.

Таблиця 1

Структура видів нефінансових послуг у КВЕД (витяг)

55.10 Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування	55.10.0	Діяльність готелів	Включає усі види економічної діяльності, які відносилися до позиції 55.10.0
55.20 Діяльність засобів розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання	55.21.0	Надання місць молодіжними і гірськими туристичними базами	Включає діяльність молодіжних та гірських турбаз.
	55.23.0	Надання інших місць для тимчасового проживання, н. в. і. г.	Включає: - надання житла у шале, котеджах (літніх будиночках) і кімнатах на період відпустки; - діяльність дитячих оздоровчих таборів, крім подібних закладів санаторного типу.
55.30 Надання місць кемпінгами та стоянками для житлових автофургонів і причепів	55.22.0	Надання місць кемпінгами	Включає усі види економічної діяльності, які відносилися до позиції 55.22.0.
55.90 Діяльність інших засобів тимчасового розміщування	55.23.0	Надання інших місць для тимчасового проживання, н. в. і. г.	Включає надання житла для тимчасового, переважно короткотермінового, перебування в: - гуртожитках вищих навчальних закладів, університетських містечках, школах-інтернатах; - гуртожитках для робітників-мігрантів; - інших засобах для розміщування, не віднесених до інших угруповань.

До суб'єктів підприємницької діяльності належать готелі, готельно-офісні центри, мотелі, кемпінги, молодіжні турбази та гірські притулки, приміщення, пристосовані під готелі, гуртожитки та інші об'єкти для короткотермінового

проживання, які надають місця для проживання приїжджим терміном до 45 діб. Проте, найпоширенішим видом підприємства галузі готельного господарства є саме готель, тому метою нашого дослідження є саме аналіз розвитку готельного господарства.

Уся робота працівників готелю полягає у виробництві та кваліфікованому наданні послуг своїм гостям. Задоволення якістю отриманих послуг переходить у формування позитивного іміджу про місто, регіон, країну та забезпечує потенційну можливість повторного використання послуг та зростання попиту на певний готель. Слід наголосити, що на даний час найбільше цінується адекватність ціни до якості послуг. Наявність закладів розміщення та їхня позитивна робота безпосередньо впливає на вирішення соціальних проблем міста, регіону, країни.

Висновки. Окрім теоретичних дискусій у готельному господарстві існує низка не вирішених проблем прикладного рівня, зокрема на макrorівні - це відсутність комплексної стратегії розвитку і відповідної політики у цій сфері, нестача інвестицій, недосконалість нормативно-правової бази та системи обліку суб'єктів господарювання, незадовільний рівень якості комплексу готельних послуг тощо. На мікрорівні основними проблемами у готельному господарстві на сьогодні можна вважати: проблему забезпеченості готельними місцями; проблему сертифікації готельних послуг в Україні; складні економічні умови, в яких вимушені виживати готелі – значні витрати на утримання та експлуатацію номерного фонду і проблему платежів готелів за комунальні послуги, значний податковий тиск, високі тарифи на готельні послуги тощо.

1. Уніфіковані технології готельних послуг: Навчальний посіб./За ред. проф. В.К. Федоренка, Л.Г. Лук'янова, Т.Т. Дорошенко, І.М. Мініч. – К.: Вища школа, 2005.- 237с.
2. Шкапова О.М. Маркетинг послуг: Навч. Посібник. – К.: Кондор, 2003. – 304с.
3. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент: Навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2003.-348с.
4. Черных Н.Б. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов: Учебное пособие. – М.: Советский спорт, 2002.-320с.
5. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання / Навч. Посібник. – К.: Знання України, 2002.- 358с.
6. Скибінський С.В., Іванова Л.О.Моргун О.Ф. Маркетинг готельних послуг. – Львів, 2000. -245с.
7. Національний стандарт України. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення. Чинний з 01.10.2006
8. Готелі та інші місця для короткотермінового проживання, стат. зб./Головне управління статистики у Львівській області – Львів, 2012.-89с.

HOTEL COMPLEX AS A PART OF REGIONAL ECONOMIC INFRASTRUCTURE

O. Pohorilyak

Uzhgorod Commercial College, Teacher

The study highlights the different approaches to the interpretation of the main categories of the hotel industry, outlined the problems of macro and micro market of hotel services.

Keywords: hospitality, hospitality industry, hotel business, hotel services, hotel chain, hotel management brand.

ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Е. Погоріляк

Ужгородский коммерческий техникум, преподаватель

В исследовании освещены различные подходы к толкованию основных категорий гостиничной индустрии, обозначены проблемы макро- и микроуровня на рынке гостиничных услуг.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, индустрия гостеприимства, гостиничное предприятие, гостиничная услуга, гостиничная сеть, гостиничный оператор, торговая марка.

*Стаття надійшла до редколегії 28.11.2013,
прийнята до друку 02.12.2013.*