

**П.О. Заремба**, д-р екон. наук (ДонНУЕТ, Донецьк)

**Г.В. Руденко**, асп. (ДонНУЕТ, Донецьк)

## **ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ТА СПЕЦИФІКИ ПОНЯТТЯ «ГОТЕЛЬНА ПОСЛУГА»**

*Проаналізовано різні підходи авторів до визначення сутності та специфіки готельних послуг. Розглянуто особливості готельного господарства як найважливішого сегмента ринку послуг, на основі чого запропоновано авторське визначення поняття «готельна послуга».*

*Проанализированы различные подходы авторов к определению сущности и специфики гостиничных услуг. Рассмотрены особенности гостиничного хозяйства как важнейшего сегмента рынка услуг, на основе чего предложено авторское определение понятия «гостиничная услуга».*

*The article analyzes the different approaches of authors to determine the nature and specificity of hotel services. The features of the hotel industry as a crucial market segment, based on which proposed copyright definition of «hotel services».*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Однією з найважливіших закономірностей розвитку економіки в усьому світі є взаємозв'язок економічного зростання та підвищення ролі послуг у національній економіці. Це знаходить вираження в збільшенні частки трудових, матеріальних і фінансових ресурсів, які використовуються у сфері послуг.

Потреба в готельних послугах з'явилася з тих пір, як люди почали подорожувати. Оскільки попит породжує пропозицію, з'явилися підприємства, що забезпечують надання послуг з організації розміщення та проживання, а також супутніх їм видів додаткового обслуговування.

У наш час туризм виходить на лідируючі позиції в деяких країнах світу серед інших галузей економіки за обсягом продажів, тому значення готельного сектору неможливо переоцінити. Перспективи готельного бізнесу в Україні також очевидні. Це пояснюється такими причинами:

- спостерігається підвищення ділової активності, що, як правило, викликає зростання ділового туризму;
- процес інтеграції нашої держави у світове співтовариство набирає обертів, а це дозволяє активніше залучати туристів.

З моменту виникнення наукових досліджень, присвячених готельному бізнесу, залишаються дискусійними питання щодо

формування термінологічного апарату, а саме – визначення поняття «готельна послуга».

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Існує значна кількість публікацій, присвячених висвітленню низки аспектів розвитку готельного господарства, де, як правило, розглядаються теоретичні засади та методичні підходи до дослідження розвитку готельної сфери України. Висвітленню специфіки готельних послуг, а також визначенню поняття «готельна послуга» приділяється значно менше уваги.

Дослідження сутності готельних послуг розглядали у своїх працях такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як О.П. Єфімова, Н.А. Єфімова, А.О. Змійов, Г.О. Зінов'єв, Н.М. Кузнєцова, Г.Б. Мунін, К.П. Максимець, Т.А. Олефіренко, Х.Й. Роглев, Є.В. Самарцев, Н.В. Чорненка.

Проте детально сутність та специфіка готельних послуг і загалом діяльність підприємств готельного господарства, з урахуванням сучасного спектра основних і додаткових послуг та останніх тенденцій на світовому та вітчизняному ринках готельної індустрії, ґрунтовно не розглядались, що й викликало необхідність здійснення подальших досліджень.

**Мета та завдання статті.** Метою дослідження є аналіз наукових підходів до сутності готельних послуг, а також наукове обґрунтування поняття «готельна послуга». Пропонується доповнення специфічних ознак, що характеризують готельну послугу.

У публікації визначено наступні завдання: охарактеризувати різні підходи авторів до визначення поняття «готельна послуга»; розглянути специфіку готельних послуг; виявити проблеми розвитку готельних послуг на туристичному ринку країни; запропонувати визначення поняття «готельна послуга».

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Готельне господарство є важливою складовою частиною сфери послуг, яка становить собою сукупність видів діяльності, що спрямовані на обслуговування населення.

До підприємств готельного господарства – суб'єктів підприємницької діяльності – належать такі типи підприємств: готелі, готельно-офісні центри, мотелі, кемпінги, молодіжні турбази та гірські притулки, приміщення, пристосовані під готелі, гуртожитки та інші об'єкти для короткострокового проживання.

Готельне господарство є від'ємною і значною частиною народно-господарського комплексу України. До його складу входять готелі та інші об'єкти, що призначаються для надання послуг зі тимчасового проживання (розміщення).

Оцінюючи різні підходи авторів до характеристики поняття «готельна послуга», варто зазначити, що О.О. Гаца, А.О. Змійов, Г.О. Зінов'єв, К.П. Максимець, Г.Б. Мунін, Х.Й. Роглев, Є.В. Самарцев наголошують на тому, що мешканець готелю виступає об'єктом надання готельної послуги та (або) безпосередньо бере участь у процесі її здійснення, тобто автори роблять акцент на процесі «взаємодії» готельного комплексу та мешканця готелю [1, с. 252].

У свою чергу, О.П. Єфімова, Н.А. Єфімова, Т.А. Олєфіренко зосереджують увагу на широкому спектрі діяльності підприємств сфери індустрії гостинності, адже вчені зауважують нематеріальний характер готельної послуги, який супроводжується виробництвом товарів, що характеризують матеріальну її частину або «супутніми» проживанню товарами та послугами [2, с. 7].

Чорненька Н.В. визначає готельну послугу як дію або операцію [3, с. 72]. Необхідно зауважити, що таке розуміння послуги має базуватися на основі створюваної цінності готельного продукту. Ці дії можуть бути інструментом для виробництва цінності, вони можуть створити цінність, проте, по суті, не є самостійною цінністю.

За визначенням А.С. Кускова, готельна послуга – це організована взаємодія мешканця готелю та персоналу, що безперервно діє протягом усієї своєї тривалості. Цей продукт існує тільки протягом перебування мешканця в готелі, і в цей час постійно йде діалог між клієнтом і готелем, його неможливо запрограмувати або створити якийсь алгоритм обслуговування [4, с. 57].

Король С.Я., автор ґрунтовних досліджень у галузі готельного бізнесу, вважає надання готельної послуги готельним продуктом [5, с. 18].

Дискусійною є думка Є.М. Гараніної, що готельна послуга – це «результат людської праці, представлений у матеріально-речовинній, духовній, інформаційній формі або у вигляді виконаних робіт і послуг», оскільки процес надання та споживання готельних послуг співпадає за часом [6, с. 266].

За визначенням Ф. Котлера, «готельні послуги – це об'єкти продажу у вигляді дій, вигод або задоволень» [7, с. 246]. Готельні послуги не мають матеріальної форми, а відтак – не підлягають зберіганню. Готельна послуга – поняття складне і комплексне, вона сприймається суб'єктивно. Причина цього в її невідчутності, хоча деякі готельні послуги можуть містити в собі і високовідчутні речовинні елементи.

Інші авторські визначення готельної послуги видаються не зовсім коректними, оскільки можуть застосовуватись для багатьох

видів послуг і не відображають особливостей готельної послуги. До цієї групи можна віднести визначення С.М. Немцова та Ю.Ф. Волкова.

Аналіз визначень поняття «готельна послуга» дозволив сформулювати висновок, що в даний час ведуться дискусії щодо сутнісно-змістовного визначення готельної послуги.

Усі послуги, за визначенням А.С. Кускова, характеризуються п'ятьма фундаментальними характеристиками: мінливість якості, нерозривність виробництва та споживання, гетерогенність, відсутність права власності на послугу, нездатність до зберігання [4, с. 51].

На готельні послуги розповсюджуються всі вказані характеристики, але готельні послуги мають і специфічні риси. Найважливіші специфічні риси готельних послуг були визначені Т.І. Черняєвою і М.С. Отнюковою: неодноразовість процесів виробництва та споживання; обмежена можливість зберігання; строковий характер готельних послуг; широка участь персоналу у виробничому процесі; сезонний характер попиту на готельні послуги; взаємозалежність готельних послуг та мети поїздки [8, с. 54].

Наведений перелік специфічних рис готельних послуг для цілей конкретизації пропонується доповнити ще двома:

- індивідуальність – кожному клієнту фактично надається індивідуальний набір послуг за його бажанням;
- комплексність – за час перебування в готелі клієнт може обрати будь-який комплекс послуг, пов'язаних або не пов'язаних із готелем.

Таким чином, готельну послугу можна визначити як сукупність взаємодоповнюючих послуг за колективне розміщення та забезпечення проживанням клієнтів готелю відповідно до їх платоспроможного попиту.

Існує безліч думок вчених і фахівців практиків з приводу типології та класифікації готельних послуг. Так, Г.А. Яковлев виділяє три категорії послуг, наданих у сфері готельного бізнесу: окремі послуги та групи послуг; готельний продукт як комплекс послуг; розширений продукт [9, с. 132].

Крім того, послуги підприємств готельного господарства розподіляються на декілька видів: основні послуги, супутні послуги, додаткові послуги та послуги в широкому розумінні (табл. 1).

У роботі Н.І. Кабушкіна і Г.А. Бондаренко запропонована чотирирівнева модель готельного продукту у вигляді ядра, оточеного трьома кільцями [10, с. 28]. Ядро – родовий продукт, що включає базові вміння і ресурси, необхідні для участі в ринковому процесі. Перше коло, безпосередньо оточуюче ядро, називається очікуваним продуктом. Очікуваний продукт – це послуги, що задовольняють

мінімальним очікуванням клієнтів: час і умови обслуговування, інтер'єр, зовнішній вигляд співробітників. Наступне коло позначене як розширений продукт. Його складають ті додаткові переваги, пов'язані з його придбанням і споживанням, які відрізняють даний продукт від ринкових аналогів. Як додаткові переваги найчастіше виступають компоненти місця розташування. Останнє коло називається потенціальним продуктом. На відміну від розширеного продукту, який фіксує тільки те, що вже зроблено, він містить усе, що потенційно досягнене та реалізоване в перспективі для залучення клієнтів [10, с. 64].

*Таблиця 1 – Класифікація послуг готельного господарства [1, с. 255-256]*

Види готельних послуг			
Основні послуги	Супутні послуги	Додаткові послуги	Послуги в широкому розумінні
Це обсяг готельних послуг, який включається до вартості номеру і надається мешканцю готелю згідно з укладеним договором	Це сприяючі послуги, які необхідні постояльцям для споживання основних готельних послуг	Це обсяг послуг, що не відносяться до основних послуг готелю, замовляються та сплачуються мешканцем готелю за окремим договором	Цей вид включає доступність основних, супутніх та додаткових послуг

Визнаючи в цілому загальнотеоретичний характер даної моделі, ми не можемо погодитися із запропонованою авторами деталізацією її складових. На нашу думку, не можна віднести до очікуваних продуктів деякі чинники, на яких заострюють увагу автори, а саме – інтер'єр готелю або зовнішній вигляд співробітників. Клієнт очікує, приїхавши в готель, у першу чергу, надання мінімального набору послуг, при цьому йому не завжди важливо, чи будуть штори в його номері та якого вони кольору. Крім того, деякі види послуг, віднесені авторами до розширених, можуть згодом розглядатися як очікуваний продукт.

**Висновки.** Готельна послуга не може мати готової, закінченої форми, вона формується в ході обслуговування під час тісної взаємодії клієнта та готелю. Процеси виробництва та споживання готельної

послуги відбуваються з моменту дзвінка до відділу бронювання до моменту від'їзду клієнта з готелю і проводів його в аеропорт на місце відбуття, протягом усього циклу клієнт сприймає послугу як готельну, як результат діяльності персоналу готелю, незалежно від того, виконувалась вона персоналом готелю або іншими службами.

Ураховуючи вищезазначене, можна сформулювати таке визначення одного з ключових понять теми дослідження: готельні послуги – це сукупність операцій, які виконуються для задоволення потреб мешканця готелю і характеризуються наявністю певної вартості.

Таким чином, готельні послуги характеризується складними системами взаємозв'язків, які охоплюють низку сфер економіки. Саме тому дослідження сутності готельних послуг може істотно підвищити ефективність функціонування готельного господарства країни.

#### *Список літератури*

1. Управління сучасним готельним комплексом [Текст] : навч. посіб / Г. Б. Мунін. [та ін.] ; за ред. чл.-кор. НАН України, д.е.н., проф. С. І. Дорогунцева. – К. : Ліра, 2005. – 520 с.
2. Єфімова, О. П. Економіка готелів і ресторанів [Текст] : навч. посібник / О. П. Єфімова, Н. А. Єфімова, Т. А. Олефіренко; під ред. Н. І. Кабушкіна. – 2-ге вид. – М. : Нове видання, 2005. – 396 с.
3. Чорненька, Н. В. Організація туристичної діяльності [Текст] : навч. посібник / Н. В. Чорненька. – К. : Атіка, 2006. – 264 с.
4. Кусков, А. С. Гостиничное дело [Текст] : учеб. пособие / А. С. Кусков. – К. : ИТК Дашков и К, 2008. – 328 с.
5. Король, С. Я. Бухгалтерський облік у готельному господарстві [Текст] : навч. посібник / С. Я. Король. – К. : КНТЕУ, 2005. – 354 с.
6. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь. Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лазовский, Е. Б. Стародубцева. 2-е изд., исправ. – М. : ИНФА-М, 1999.
7. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Текст] / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз – М. : ЮНИТИ, 2003. – 1063 с.
8. Уокер, Дж. Р. Введение в гостеприимство [Текст] / Р. Дж. Уокер. – М. : ЮНИТИ – ДАНА, 2008. – 736 с.
9. Яковлев, Г. А. Экономика гостиничного хозяйства [Текст] / Г. А. Яковлев. – М. : Изд-во РДЛ, 2007. – 328 с.
10. Кабушкин, Н. Менеджмент гостиниц и ресторанов [Текст] / Н. Кабушкин, Г. Бондаренко. – Мн. : Новое издание, 2002. – 432 с.

Отримано 30.03.2011. ХДУХТ, Харків.

© П.О. Заремба, Г.В. Руденко, 2011.