

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ГОТЕЛЬНА ПОСЛУГА

У статті досліджено зміст поняття «готельна послуга», трактування різними авторами її специфіки та основних видів.

Ключові слова: готель, готельна послуга.

В статье исследовано содержание понятия «гостиничная услуга», трактовка разными авторами ее специфики и основных видов.

Ключевые слова: гостиница, гостиничная услуга.

The maintenance of concept "hotel service", interpretation of different authors, their specification and the main kinds are considered in the article.

Key words: hotel, hotel service.

Постановка проблеми. Одним з найважливіших напрямів туристичної діяльності є вирішення питань, пов'язаних з забезпеченням туристів засобами розміщення. Готелі вважаються основним і найбільш розповсюдженим видом житла. Сьогодні світова мережа готелів може запропонувати послуги закладів розміщення для найвибагливіших споживачів. Готельне господарство є головним фактором і основною складовою туристичної інфраструктури, відіграє провідну роль у презентації вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг.

Формування готельного господарства як пріоритетної галузі розвитку економіки багатьох регіонів України та держави загалом обумовлює необхідність комплексного вивчення можливостей використання території для розвитку туристичної діяльності на ринку туристичних послуг. Прискорений розвиток сфери послуг, прагнення підприємств отримати найвищий прибуток та зростаюча платоспроможність споживачів сприяють розширенню та урізноманітненню діяльності готельних підприємств. Готельна сфера в структурі індустрії гостинності виконує ключові функції, оскільки пропонує відвідувачам комплекс послуг, у формуванні та реалізації яких беруть участь всі сектори й елементи індустрії гостинності. Таким чином, доцільно виділити готельну індустрію як найбільш комплексну складову індустрії гостинності та розглядати її самостійно.

Аналіз останніх джерел та публікацій. Дослідженню сутності готельних послуг присвячені роботи вітчизняних і зарубіжних вчених Л.Г. Агафонової, В.І. Азара, С.І. Байлика, О.О. Бейдика, Р.А. Браймера, Дж. Боуена, Н.І. Кабушкіна, Г.А. Карпової, В.А. Квартальнова, Ф. Котлера, О.О. Любіцевої, М.М. Мальської, І.Г. Пандяка, Г.А. Папіряна, Х.Й. Роглева, Т.Г. Сокол, Дж. Уокера, В.К. Федорченка та інших. Водночас недостатньо вивченими залишаються питання визначення сутності та специфіки готельних послуг та загалом діяльності підприємств готельного

господарства, з урахуванням сучасного спектра основних та додаткових послуг.

Виклад основного матеріалу. Готельне господарство є важливою складовою частиною сфери послуг, яка становить собою сукупність видів діяльності, що спрямовані на обслуговування населення. До підприємств готельного господарства відносяться такі типи підприємств: готелі, готельно-офісні центри, мотелі, кемпінги, молодіжні турбази та гірські притулки, приміщення, пристосовані під готелі, гуртожитки та інші об'єкти для короткотермінового проживання, що призначаються для надання послуг по тимчасовому проживанню (розміщенню).

Існує велика кількість визначень і трактувань різними авторами поняття «послуга». Особливістю цих визначень є концентрація уваги на сутності послуги, як праці, у вигляді діяльності, яку отримує споживач [4]. Проаналізувавши функціональний аспект дослідження у суспільній географії, видно, що діяльнісний підхід (за О.Шаблієм [12]) відповідає найповніше загальнонауковому та філософському розумінню загального об'єкта суспільної географії. Одним із результатів людської соціоприродної та відтворювальної життєдіяльності є створення ринку послуг, в тому числі і готельних. Елементи рекреаційної діяльності є складовими соціоприродної та відтворювальної життєдіяльності людини, а готельна послуга спрямована на задоволення потреб споживача туристичною діяльністю.

До появи теорії невиробничої сфери, а згодом сфери послуг, послугу розуміли як товар, що є «результатом відомих видів діяльності».

Заперечував матеріальність всіх видів послуг, як результату праці і продукту А.Сміт. Один із засновників маркетингу Ф.Котлер підтримував такі погляди та запропонував розглядати послугу як невідчутну вигоду, що не призводить до оволодіння чим-небудь [5]. Таке визначення повністю відбиває економічну сутність послуги та її відмінність від товару.

На думку О.Любіцевої, виокремлення послуг у спеціальну сферу діяльності ґрунтується на специфіці самої послуги і, відповідно до різнобічного характеру задоволення потреб та особливостями функціонування послуги, класифікує їх за різними ознаками: характером праці, спрямуванням, економічною основою функціонування, формою організації, частотою попиту, місцем і характером споживання [7].

Послуги — це вид діяльності. Еж. Джонсон (США) довів, що основними характеристиками, які відрізняють послугу від товару є: невідчутність, неможливість зберігання, невіддільність від послугодавця, мінливість якості. Згодом Ф.Котлер додав п'яту характеристику послуги — відсутність володіння. На відміну від товару, споживач послуги часто має до неї доступ впродовж обмеженого проміжку часу. За визначенням Ф. Котлера, «послуги — це об'єкти продажу у вигляді дій, вигод або задовольень». Готельні послуги не мають матеріальної форми, а відтак — не підлягають зберігання. 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. Разом з послугою споживач отримує невідчутний продукт, а також задоволення чи розчарування від нього. Продавці послуг повинні вміти зауважувати ці почуття.

М.Мальська зазначає, що особливою ознакою готельних послуг є збіг місця й часу їх надання з місцем і часом споживання [9]. Послуги мають локальний характер, тобто процеси надання і споживання послуг відбуваються в одному і тому самому місці й часі. Це має велике значення для регіонів, міських і сільських поселень, оскільки характер, соціально-економічний розвиток регіону, функції, які виконує він у територіальному поділі праці, рівень життя його мешканців здебільшого визначаються кількістю та видами наданих тут послуг.

Незважаючи на різноманіття класифікаційних ознак, що свідчить про відсутність чітких методологічних підходів, основною сутністю послуги завжди вважалось задоволення певних потреб людини. Це змушує нас звернутись до загальновідомої концепції А.Маслоу.

Діяльність готелів та інших закладів для короткотермінового проживання є однією з видів діяльності, які безпосередньо, або опосередковано пов'язані із діяльністю у сфері туризму і можуть виступати у вигляді туристичних послуг, що зазначено у Національному класифікаторі України 009:2005: Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД) [1].

Аналізуючи різні підходи до класифікації туристичних послуг видно, що існує велика їх різноманітність. Готельні послуги належать до основних, без яких найчастіше не існує туризму. Вони найчастіше локалізовані в певній туристичній дестинації. Готельна послуга задовольняє особисті потреби відвідувачів готелю та залежить від попереднього замовлення і оплати.

У науковій літературі термін «готельна послуга» трактується по-різному. Варто зазначити, що Х.Й. Роглев наголошує на тому, що мешканець готелю (споживач) виступає об'єктом надання готельної послуги та безпосередньо бере участь у процесі її здійснення, тобто робиться акцент на процесі «взаємодії» готельного комплексу та клієнта [11].

Своєю чергою О.П. Єфімова, Н.А. Єфімова, Т.А. Олефіренко акцентують увагу на широкому спектрі діяльності підприємств індустрії гостинності, водночас зауважують нематеріальний характер готельної послуги, який супроводжується виробництвом товарів, що характеризують матеріальну її частину або «супутніми» проживанням товарами та послугами [3].

Економічна сутність готельної індустрії полягає у нематеріальному характері її діяльності. Результатом виробничо-експлуатаційної діяльності готелів є головний продукт у формі особливого виду послуг — послуг гостинності, особливість яких пов'язується із тим, що вони створюються і реалізуються в межах одного підприємства. Виробництво продукту

гостинності не може здійснюватись окремо від матеріального продукту, тобто виробничого використання матеріально-технічної бази (споруди, комунікацій, устаткування, інвентарю), є основою одночасного виробництва та реалізації послуг. Згідно особливостей обслуговування у готельному господарстві, де поєднуються виробництво та споживання послуг, цей процес визначається поняттям «надання послуг» [8].

Готельна послуга – це дія або операція по розміщенню споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі або інших аналогічних місцях розташування [2].

Ринок готельних послуг – це сукупність економічних відносин, які утворюються в процесі виробництва, реалізації і організації споживання цих послуг. Вони мають свою специфіку. Більшість із них у нематеріальній сфері економіки існують незалежно одна від одної. Разом же у готельному господарстві ці послуги становлять своєрідні послуги «гостинності» [6].

Складовими готельних послуг є основні і додаткові послуги. Основні послуги – це обсяг послуг, які включаються в ціну номера або місця проживання і надаються споживачу згідно зі складеним договором. Додаткові послуги – це обсяг послуг, які не належать до основних, замовляються і оплачуються споживачем додатково за окремим договором.

Специфіка готельної послуги визначається особливостями і технологією обслуговування гостей. Процес надання готельних послуг складається з таких етапів:

- зустріч гостя при вході в готель;
- реєстрація, оформлення документів і розміщення гостя;
- обслуговування в номері;
- обслуговування при наданні послуг харчування;
- задоволення культурних запитів, спортивне, оздоровче і фітнес-обслуговування;
- оформлення виїзду, проведення при від'їзді.

Готельні послуги характеризуються такими факторами як: мінливість якості, нерозривність виробництва і споживання, нездатність до зберігання.

Послуга не може мати готової, закінченої форми, вона формується в ході обслуговування при тісній взаємодії виконавця і споживача. Процеси виробництва і споживання готельної послуги протікають одночасно з моменту в'їзду гостя до готелю і до моменту виїзду, протягом усього готельного циклу гість сприймає послугу як результат діяльності персоналу готелю.

Готельна послуга виробляється і споживається в одному місці - місці обслуговування, а споживач сам стає частиною системи розподілу послуг. Гість вступає в контакт з обслуговуючим персоналом біля стійки порт'є, у номері, отже, готель повинний забезпечувати успішне контактування персоналу з клієнтом. Водночас гість зобов'язаний дотримуватись правил проживання і прийнятих норм поведінки в громадських місцях.

Невідчутність готельної послуги характеризується тим, що її практично неможливо вивчити й оцінити до отримання. Отже, внаслідок нерозривного взаємозв'язку надання і споживання багато видів готельних послуг невіддільні від тих, хто їх надає.

Для зменшення мінливості послуг розробляються професійні стандарти галузі і стандарти обслуговування.

Для вирівнювання попиту та пропозиції готельних послуг застосовуються такі заходи:

- встановлення диференційованих цін;
- застосування знижок;
- збільшення швидкості обслуговування;
- сумісництво функцій персоналу [11].

Важливою складовою створення туристичного продукту є діяльність різних типів готельних підприємств, створення належних умов для тимчасового проживання туристів та надання різних за характером послуг. Готельна послуга є результатом діяльності підприємства готельного господарства підприємства. Головною метою готельної послуги є реалізація принципу гостинності та задоволення потреб покупця.

В процесі формування готельних послуг доцільно акцентувати увагу на трьох її основних елементах: визначення головного споживача ринку для реалізації послуг; визначення основної послуги, яка надається готельним підприємством; створення технологічної схеми виробництва готельних послуг.

1. Класифікація видів економічної діяльності: ДК 009:2005. – К.: Держспоживстандарт України, 2005.
2. Правила користування готелями і аналогічними засобами розміщення і надання готельних послуг, затверджені наказом Державної туристичної адміністрації України від 16 березня 2004 р. № 19.].
3. Єфімова О.П. Економіка готелів і ресторанів: навч. посібник / Єфімова О.П., Єфімова Н.А., Олефіренко Т.А.; під. ред. Н.І. Кабушкіна. – 2-ге вид. – М.: Нове видання, 2005. – 396 с.
4. Федорченко В.К. Туристський словник-довідник: навч. посіб. / Федорченко В.К., Мініч І.М. – К.: Дніпро, 2000. – 160 с.
5. Котлер Ф. Основи маркетинга / Котлер Ф. – М., 1996.
6. Круль Г.Я. Основи готельної справи. Навчальний посібник / Круль Г.Я. – К.: ЦУЛ, 2011. – 280 с.
7. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / Любіцева О.О. – К.: «Альтерпрес», 2002. – 436 с.
8. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика. Навчальний посібник. / Мальська М.П., Пандяк І.Г. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.
9. Мальська М.П. Просторові системи послуг (теорія, методологія, практика): Монографія / Мальська М.П. – К.: Знання, 2009. – 363 с.
10. Правдин Д. Экономическое содержание и оценка полезности услуг / Д.Правдин. – М: МЭиМО, 1970. - № 1. – С. 94.
11. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту / Роглев Х.Й. – Київ: Кондор, 2005.- 408 с.
12. Шаблій О.І. Основи загальної суспільної географії: підруч. / О.І. Шаблій. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. – 444 с.