

## ЕКОНОМІЧНА СУТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

*Охарактеризовано економічну суть діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Визначено перелік основних і додаткових послуг, які надаються готельно-ресторанними закладами.*

**Ключові слова:** діяльність, готельно-ресторанний заклад, послуга, категорія закладу

Dombyk O.

## ECONOMIC ESSENCE OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS ENTERPRISES ACTIVITIES

*The economic essence of hotel and restaurant business enterprises is characterized. The list of basic and additional services provided by the hotel and restaurant facilities is defined.*

**Keywords:** activities, hotel and restaurant facility, service, facility category

**Вступ.** Готельно-ресторанний бізнес є важливою складовою сфери послуг, що пов'язаний з господарською діяльністю спеціалізованих підприємств, які пропонують на комерційній основі власні послуги із забезпечення клієнтів послугами з розміщення та харчування. У сучасних умовах господарювання впровадження передових організаційно-управлінських технологій у готельно-ресторанному бізнесі зумовлює перегляд теоретичних основ діяльності підприємств з метою ефективного їх функціонування.

Питання економічної суті діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу у своїх працях розглядали С. І. Байлик [1], Н. М. Гоблик-Маркович [3], К. В. Каленік [5], М. О. Корнілевська [6], Ю. А. Маначинська [7], Л. І. Нечаюк, П. Р. Пуцентейло [8], А. Е. Саак [9], Н. О.Телеш, М. В. Якименко [9] та ін. Проте проблемні аспекти, пов'язані з діяльністю підприємств готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах розвитку економічних відносин, потребують подальшого дослідження.

**Виклад основного результату дослідження.** В сучасному бізнесі зростає роль своєчасного та якісного надання послуг, активними учасниками якого є підприємства готельно-ресторанного бізнесу. Свого часу поняття “готельне господарство” співвідносилось з господарською діяльністю, що полягала у наданні платних послуг із розміщення в готелях. Згодом, із зростанням попиту на туристичні послуги й прагненням готелів до розширення комплексності обслуговування, послуги розміщення стали тісно пов'язуватись з харчуванням і реалізацією додаткових послуг. Це дало підстави для визначення поняття “готельно-ресторанний заклад”, що включає в себе проживання, харчування, транспортні та інші додаткові послуги.

На думку О. М. Головки, підприємства готельно-ресторанного господарства – заклади визначеної категорії, які забезпечують організацію розміщення та харчування за межами місця постійного проживання споживачів послуг [4]. Н. М. Гоблик-Маркович стверджує, що ринок готельно-ресторанних

послуг являється синтетичною категорією за допомогою якої визначаються різноманітні за змістом і параметрами явища [3, С. 247]. Це пояснюється певним способом організації економічного життя, ознаками якого є самостійність учасників процесу на основі комерційної співпраці.

На нашу думку, діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу передбачає здійснення фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання, яка полягає у створенні та реалізації послуг (проживання, харчування, зв'язку, транспорту тощо) з метою отримання економічних вигод.

Економічна суть діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу полягає у нематеріальному характері її діяльності. Оскільки, результатом діяльності є не готовий продукт, а пропозиція особливого виду послуг.

Готельно-ресторанна послуга – це господарська операція підприємства з метою задоволення вимог споживача, що пропонується при розміщенні та тимчасовому проживанні й харчуванні [7].

Послуги підприємств готельно-ресторанного бізнесу складаються з основних і додаткових послуг, які надаються споживачу при розміщенні та проживанні. Процес надання основної послуги можна умовно поділити на кілька основних етапів: інформація про надання комплексу послуг; резервування (бронювання) місць; реалізація послуг (проживання, харчування тощо); зустріч і проводи гостей (транспортні послуги); обслуговування під час перебування в готелі. Вихідна інформація про характер основних послуг міститься у назві та в інформації про місцезнаходження та категорії підприємства. Інші відомості, такі як: кількість і наявність вільних номерів; наближеність до туристичних центрів і берегу моря; пільги, що надаються певним категоріям споживачів (молодь, сім'ї з дітьми, учасники конгресів тощо) потенційні клієнти отримують із рекламних довідників.

До додаткових послуг відносять послуги, що не належать до основних послуг, а які замовляються і оплачуються споживачем додатково (табл. 1).

## Додаткові послуги підприємств готельно-ресторанного бізнесу

Назва послуги	Характеристика
Інформаційна	інформування про послуги, пропонувані готелем, транспортне обслуговування, пропозиції щодо придбання товарів, сувенірів тощо, наявність історико-культурних пам'яток і культурно-просвітницьких установ
Комунально-побутова	прання, чищення, прасування одягу, ремонт взуття, годинників, валіз, спортивного інвентарю тощо
Посередницька	резервування місць у культурно-розважальних установах, замовлення театральних квитків, резервування номерів в інших місцях перебування тощо
Автотранспортна	гараж, стоянка, автомийка, дрібний ремонт транспортних засобів
Торговельна	продаж товарів, видань ЗМІ, сувенірів тощо
Інші	прокат спортивного, пляжного інвентарю, комп'ютерного обладнання, автомобілів, розмножувальної техніки, зберігання кореспонденції, цінних речей тощо

*Примітка.* Узагальнено автором

Результати проведеного дослідження дають підстави стверджувати, що перелік таких послуг відрізняється у рівня суб'єктів дослідження, їх видів і категорій. Проте, готельно-ресторанні комплекси категорії “Люкс” або “5 зірок” повинні надавати всі додаткові послуги самостійно [2]. Для цього вони повинні мати розгалужену мережу підрозділів, що виробляють і реалізують велику кількість різноманітних додаткових послуг (перукарню, ресторан, кафе, бар, відділення зв'язку та банку, магазин, кіоски, хімчистку, касу з продажу квитків на всі види транспорту тощо).

Підприємства, які не можуть самостійно виконувати весь комплекс додаткових послуг, укладають договори на надання відповідних послуг із комунально-побутовими, транспортними, банківськими, торговельними підприємствами й закладами культури тощо.

Постійне збільшення основних і додаткових послуг, що надаються підприємствами готельно-ресторанного бізнесу, в залежності від рівня обслуговування, розміру та структури, обумовлює створення різної організаційної структури. Тому правильна градація (класифікація) досліджуваних підприємств – це запорука побудови достовірної системи обліку і контролю.

Виділення класифікаційних ознак підприємств готельно-ресторанного бізнесу – це групування за певними ознаками, які дають можливість нести відповідальність за якість послуг, характеризувати умови організації проживання і харчування споживачів, а також виділити центри відповідальності та центри витрат.

Різноманітність послуг на ринку готельно-ресторанного бізнесу потребує її систематизації відповідно до критеріїв попиту. М. Г. Бойко до таких критеріїв визначає відповідність обсягу та якості послуг їх ціні [2]. Тому, основою для класифікації досліджуваних підприємств є рівень комфорту.

У кожній країні, враховуючи соціально-економічні та історичні особливості розвитку, існує власний підхід до виділення класифікаційних ознак досліджуваних підприємств. У більшості Європейських країн найпоширеніша система класифікації готелів – кількість зірок. Проте, за півстолітнє існу-

вання такої системи, так і не виникло єдиних правил присвоєння певної категорії.

В Україні підприємства готельно-ресторанного бізнесу в більшості випадків класифікують за категоріями відповідно до загальної характеристики, яку визначають комплексом вимог до: стану матеріально-технічного оснащення; переліку послуг, що надаються; кваліфікації персоналу та рівня обслуговування.

Погоджуємось з думкою О. М. Головки, що значну частину питань з організації діяльності досліджуваних підприємств слід розглядати поряд з технологією, яка складається з послідовно виконаних процесів надання основних і додаткових послуг, якість виконання яких залежить від організаційної структури, типу і категорії підприємства, від організації системи управління тощо [4, С. 9].

Результати дослідження дають підстави стверджувати, що економічне зростання діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу в Україні стримується рядом причин. Це і економічна криза, і недоліки в діяльності фінансово-банківської системи, обмеження платоспроможності населення, недосконалість податкова система. Недоліком також є відсутність інструкцій та методичних рекомендацій, які були б логічно взаємопов'язані і не суперечили один одному. Крім цього, потрібно враховувати відсутність необхідної інфраструктури, відповідних сервісних послуг, що в свою чергу, відображається на рівні якості обслуговування споживачів таких послуг.

Чинне законодавство України нечітко визначає готельно-ресторанне підприємство, його належність до сфери туристичних послуг та відомчого підпорядкування [6]. Для розвитку досліджуваних підприємств, належного функціонування їх на ринку послуг доцільним є розробка законодавчих актів, які передбачали б привабливість інвестування у готельно-ресторанний бізнес, а це у свою чергу буде стимулятором розвитку туризму в країні.

**Висновки.** Таким чином, підприємства готельно-ресторанного бізнесу є складовою індустрією туризму (послуг). Результатом діяльності яких є продукт у формі своєрідного виду послуг – послуг гостинності. Така особливість зумовлює перетворення

організації й управління закладом на складний процес з точки зору забезпечення ефективності механізму обслуговування, ціноутворення та планування, що безпосередньо впливає на побудову системи управлінського обліку і внутрішнього контролю.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание : [учеб. пособие] / С. И. Байлик. – К. : Дакор, 2008. – 288 с.
2. Бойко М. Г. Організація готельного господарства : [підручник] / М. Г. Бойко, Л. М. Гопкало. – К. : КНТЕУ, 2006. – 448 с.
3. Гоблик-Маркович Н. М. Теоретичні засади регіонального ринку готельно-ресторанного бізнесу / Н. М. Гоблик-Маркович, А. В. Грянило : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.hduht.edu.ua/News/tezi\\_18.10.12/14.pdf](http://www.hduht.edu.ua/News/tezi_18.10.12/14.pdf)
4. Головка О. М. Організація готельного господарства : [навч. посібник] / О. М. Головка, Н. С. Кампов, С. С. Махлинець. – К. : Кондор-Видавництво, 2012. – 338 с.
5. Каленік К. В. Сучасні моделі управління багатofункціональним туристично-готельним комплексом / К. В. Каленік, В. І. Федак : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.hduht.edu.ua/News/tezi\\_18.10.12/14.pdf](http://www.hduht.edu.ua/News/tezi_18.10.12/14.pdf)
6. Корнілевська М. О. Управління готельним бізнесом та тенденції його розвитку / М. О. Корнілевська : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/16\\_NPRT\\_2009/Economics/47534.doc.htm](http://www.rusnauka.com/16_NPRT_2009/Economics/47534.doc.htm)
7. Маначинська Ю. А. Сутність і специфіка готельних послуг, класифікація засобів розміщення туристів / Маначинська Ю. А. // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2010. – Вип. 4. – С. 211-217.
8. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : [навч. посібник] / П. Р. Пуцентейло. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
9. Саак А. Э. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны) : [учеб. пособие] / А. Э. Саак, М. В. Якименко. – СПб. : Питер, 2007. – 432 с.