

ЛІТЕРАТУРА

1. Антонова В.А. Конкуренція і управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства в умовах становлення ринку. *Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України*. 2007. № 1 (21). С. 54–57.
2. Архіпов В.В., Русавська В.А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарств. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Центр учбової літератури, 2009. 342 с.
3. Корсак Р. Сучасні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в умовах соціально-економічної трансформації українського суспільства. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика», 2021. Вип. 45. Том 1. С. 25–30.
4. Литвиненко Т.Є. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу. *Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах*. К., 2018. С. 123–127.
5. Подольна В.В. Особливості просування закладу у сфері ресторанного бізнесу. *Ефективна економіка*. 2017. №3. С. 87–93.

**Роман КОРСАК,
Михайло КОМАР**
(Ужгород, Україна)

СУТНІСТЬ І СПЕЦИФІКА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

Готельно-ресторанне підприємство має відповідально ставитися до питань якісного обслуговування своїх гостей, оскільки ринок готельно-ресторанного бізнесу складається з клієнтів, які відрізняються один від одного своєю мотивацією купувати готельні послуги.

Готельно-ресторанне господарство вважається важливою складовою сфери послуг, яка є сукупністю видів діяльності, націлених на обслуговування населення. Особливістю цих видів діяльності вважається те, що запропонований споживачам продукт подається як послуги. Послуги – види діяльності, у процесі заповнення яких змінюється якість вже наявного, створеного продукту.

Тракування поняття «послуга» не однозначне. У літературі зустрічається багато дефініцій, що тією чи іншою мірою відбивають специфічні риси, типові для готельно-ресторанних послуг. Найбільшу популярність у готельно-ресторанному менеджменті здобули характеристики, запропоновані американськими дослідниками, зокрема:

- невід'ємність;
- нероздільність виробництва та споживання;
- гетерогенність;
- неможливість збереження.

Невідчутність вважається характеристикою, що докорінно відрізняє готельно-ресторанні послуги від продуктів промислового виробництва:

- послуги неможливо оцінити візуально;

- відчути їх аромат та доторкнутися;
- спробувати на смак.

Через війну яка зараз триває в Україні, думка про послуги гостинності складається виходячи з набутого досвіду і виявляється дуже суб'єктивною. Ступінь відчутності послуг виступає як критерій, виходячи з якого ряд дослідників пропонують виділяти наступні типи ринкової готельної пропозиції:

- «чиста» готельна продукція;
- готельна продукція із супутньою послугою гостинності;
- послуги ресторану, що однаково поєднують відчутні та невліпові елементи;
- послуги, надання яких потребує низки відчутних елементів.

Одночасність виробництва та споживання готельно-ресторанних послуг означає, що у продукті сервісної діяльності присутній внесок і виробника, і споживача, що може призводити до появи деяких управлінських проблем, зокрема, під час планування тривалості обслуговування гостей – визначенні потреби у персоналі та обладнанні, формуванні системи контролю якості обслуговування.

Гетерогенність послуг полягає в ексклюзивності кожної послуги внаслідок відмінностей у поведінці, настрої, сприйнятті, у тому числі фізичній формі певних споживачів та виробників. Одна і та ж послуга, таким чином, може надаватися по-різному і змінюватись від одного гостя до іншого, від однієї організації до іншої, від одного контактного співробітника до іншого, що також викликає труднощі у розробці стандартів її надання та оцінки фактичного надання.

Готельно-ресторанна послуга має певні характеристики, які відрізняють її від будь-якого товару. Вони наступні:

1. Обмежена ємність сховища означає, що готельний комплекс у цілому не може бути збережений для перепродажу, тобто якщо номер у готелі не продається, тому що він заброньований на конкретний день, його не можна продати саме у зазначений день.

2. Зазначені особливості стосуються не тільки послуг розміщення, але й послуг харчування.

3. Відсутність можливостей нагромадження послуг змушує готельні підприємства продовжувати діяльність, оскільки результати від такої діяльності безпосередньо залежать від поточного попиту на ті чи інші послуги.

4. Висока варіабельність якості обслуговування характеризуються високим ступенем автоматизації виробничого процесу. Зазначене призвело до необхідності введення стандарту готельно-ресторанного сервісу – набору обов'язкових правил обслуговування для забезпечення встановленого рівня якості всіх операцій, що здійснюються у готельному бізнесі.

5. Спектр готельних послуг, що надаються споживачам, створює необхідні передумови для ефективного функціонування ринку готельних послуг.

Є наступні види класифікації готельних послуг:

1) За змістом:

- основні послуги;
- додаткові послуги.

Основні послуга – це набір послуг, який входить у вартість номера готельного закладу та надається замовнику відповідно до договору. Вони зазвичай включають:

а) послуги з розміщення, включаючи бронювання та інші види бронювання, підготовка та підтримання номерів у належному стані, прийом та розміщення клієнтів (реєстрація, облік, оплата), збереження майна клієнта, виїзд;

б) послуги громадського харчування;

в) домашні послуги [38, 58-59].

Додаткові послуги – обсяги послуг, які не входять до основних послуг готелю, замовляються та оплачуються споживачем, якщо інше не погоджено окремо. Зазвичай вони включають: культурні, спортивні послуги; комунікаційні та інформаційні послуги; бізнес-конференції, терапія, розважальні послуги; медичні, посередницькі, комунальні послуги.

2) За характером надання поділяються на наступні:

– платні послуги;

– безкоштовні послуги.

Безкоштовні послуги включають: виклик швидкої допомоги чи лікаря; функція своєчасного пробудження гостя; доставка у готельний номер; надання посуду; надання паркувальних місць; виклик таксі; обслуговування банкоматів тощо.

Платні послуги включають: транспортні послуги; послуги перукарні; послуги пральні; послуги хімчистки; користування факсами, фотокопіями, комп'ютерами; відвідування сауни та заняття в спортзалі; екскурсійні послуги;

бронювання квитків тощо [46, 109-110].

На кількість, якість та різноманітність послуг, які надає готельно-ресторанна індустрія, в основному впливають наступні чинники:

– матеріально-технічна база готельного комплексу;

– високоякісний персонал, який може повністю задовольнити вимоги клієнта щодо обслуговування.

Попит на готельно-ресторанні послуги нерівномірний і сезонний. Індустрія гостинності завжди готова прийняти та обслужити клієнтів, вимагаючи, щоб адміністратори, реєстратори, портье, швейцари, покоївки тощо були присутні одночасно протягом дня. Це значно знижує ефективність використання трудових і фінансових ресурсів.

Також, готельні послуги сильно залежать від цілей клієнта. Рішення клієнта відвідати певний район залежить не від наявності конкретного готелю в цьому районі, а в основному від мети його подорожі (наприклад, розваги, оздоровлення, ділові подорожі тощо), що створює обмежену потребу в індивідуальне обслуговування.

Отже, виходячи із наведених визначень, можна чітко визначити основні види діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Також, можна стверджувати, що сучасний готельний комплекс займає важливе місце у соціальній сфері країни та сприяє задоволенню першочергових потреб подорожуючих у проживанні та харчуванні. Без готелів неможливе створення сучасної індустрії туризму та гостинності. У свою чергу, ринок готельно-ресторанних послуг представляє собою специфічні економічні відносини, які виникають під час виробництва та реалізації їх споживання. Виходячи із зазначеного, можна стверджувати, що готельно-ресторанні послуги характеризують діяльність підприємств з розміщення споживачів шляхом надання

номерів (місць) для тимчасового проживання у готелях та інших видів діяльності, пов'язаних із цим.

ЛІТЕРАТУРА

1. Газуда М.В., Ерфан В.Й., Газуда С.М. Особливості надання послуг у туристичній сфері регіону. Науковий вісник Ужгородського Ужгородського університету. Серія Економіка. 2014. Вип.1(42). С. 261–265.
2. Завгородня О.Є. Додаткові послуги та інновації в соціокультурному просторі ресторанного бізнесу. *Культура України*. 2016. Випуск 52. С. 129–139.
3. Корсак Р. Сучасні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в умовах соціально-економічної трансформації українського суспільства. Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика», 2021. Вип. 45. Том 1. С. 25–30.
4. Корсак Р., Кашка М. Проблеми покращення стратегічної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка / [редактори-упорядники М. Пантюк, А. Душний, І. Зимомря]. Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика», 2020. Вип. 28. Том 2. С. 167-171.
5. Косій Т. М. Сучасний стан розвитку готельного господарства України. Індустрія гостинності в країнах Європи: Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції (4-6 грудня 2018 р.). Сімферополь: ВіТроПринт, 2018. С. 152–154.
6. Маслиган О.О., Тихомірова І.С. Готельно-ресторанне обслуговування туристичного Закарпаття. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні технології менеджменту, інформаційне, фінансове та облікове забезпечення розвитку економіки в умовах євроінтеграції» (м. Черкаси, 16-17 квітня 2020 р.). Черкаси: Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 2020. С. 514–517.

Роман КОРСАК, Євген МАЗЮКЕВИЧ
(Ужгород, Україна)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ВІТЧИЗНЯНОМУ ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

На сьогоднішній день, в умовах війни та інтеграції України у європейську спільноту, перед вітчизняним готельним бізнесом з'явилося нове завдання – завоювання стійкого положення на міжнародному ринку. Вирішення цієї задачі полягає у забезпеченні готельних послуг високої якості, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності закладів гостинності та застосування міжнародних стандартів і правил [3, 167–171].

Багато фахівців в області готельного бізнесу прийшли до висновку, що специфіка комплексу гостинності полягає у швидкому і нагальному вирішенні проблем, що стосуються обслуговування. Саме цей фактор є одним з найбільш вагомих при виборі гостем готельного закладу. Наприклад, час надання ряду готельних послуг, таких як бронювання і заселення, вимірюється навіть секундами. Для комплексу