

УДК 658.56

Кальченко Л.А., асистент кафедри менеджменту

Національної академії природоохоронного та курортного будівництва

## **ПОСЛУГА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ: ТЕРМІНОЛОГІЧНЕ ВИЗНАЧЕННЯ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА**

В статті проаналізовано та узагальнено погляди вчених щодо сутності поняття послуги готельного бізнесу. Визначено складові готельної послуги. Надані властивості та характеристики готельних послуг.

**Ключові слова:** послуга, готельна послуга.

Kalchenko L.

## **SERVICES HOTEL BUSINESS: TERMINOLOGY DEFINITION AND CHARACTERISTICS**

In the article the looks of scientists are analysed and generalized in relation to essence of concept of favour of hotel business. Certainly constituents of hotel favour. Properties and descriptions of hotel services are given.

**Keywords:** favour, hotel favour.

Кальченко Л.А.

## **УСЛУГА ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА: ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ И ХАРАКТЕРИСТИКА**

В статье проанализированы и обобщены взгляды ученых относительно сущности понятия услуги гостиничного бизнеса. Определены составляющие гостиничной услуги. Предоставляемые свойства и характеристики гостиничных услуг.

**Ключевые слова:** услуга, гостиничная услуга.

**Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** В умовах ринкових відносин роль послуг, як одного з найважливіших секторів економіки є дуже важливою та актуальною. Це, в першу чергу, пов'язано з ускладненням виробництва, насиченням ринку товарами як повсякденного, так і довготривалого попиту, з швидким зростанням науково-технічного прогресу та інше. Всі процеси економіки весь час супроводжуються різними видами послуг, тому виникає потреба в дослідженні сутності поняття «послуги», а також вибору методів,

способів та підходів, щодо визначення якості цих послуг.

**Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми.** Дослідженням сутності послуг займалися як вітчизняні так і зарубіжні вчені, серед яких найбільший інтерес представляють роботи: Кускова А.С. [4], Ильенковой С.Д. [8], Квартального В.А. [2], І.Л. Акуніча [1], Котлера Ф. [12] та інших. В їх роботах визначення сутності поняття «послуга» неоднозначне та багатогранне. Кожне з цих понять розглядається зі своїм предметом дослідження. Поняття послуги готельного бізнесу досліджено не достатньо, особливо з точки зору її якості тому ця проблема потребує більш ретельного вивчення.

**Цілі статті.** Метою нашого дослідження є визначення сутності поняття послуга готельного бізнесу та розкриття характеристики в межах ключових слів.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- проаналізувати та узагальнити погляди вчених щодо сутності поняття послуга готельного бізнесу;
- визначити сутність послуги готельного бізнесу.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Первісне значення послуги характеризувалося з соціально – культурної точки зору в спілкуванні між людьми. Саме таке визначення послуги знаходимо в словнику в роботах С.І. Ожегова [5] та В.І. Даля [11].

З розвитком науково-технічного прогресу посилюється матеріально – технічний аспект послуги, а головне збільшується попит на різні послуги з боку населення, які сьогодні характеризуються як: робота, процес, вартість, результат, діяльність, благо, відношення, захід.

Визначаючи сутність послуги за ключовими словами ми встановили, що ними є: робота на замовлення, процес невідчутних дій, особлива споживча вартість, процес трансформації стану об'єкту, результат взаємодії виконавця та споживача, виробнича діяльність, нематеріальне благо, відношення суспільної праці, захід чи вигода, яку може надати виробник споживачеві.

Вище наведені визначення щодо сутності поняття послуги не є вичерпними, вони можуть бути як доповнені так і змінені в залежності від специфічних рис надання конкретної послуги.

Без предметної галузі остаточне визначення сутності поняття «послуга» є дуже приблизним, так як не дає можливості описати сам

процес чи процедуру її надання. Знайти можливість щодо її матеріалізації, встановити якісні та кількісні параметри, формалізувати як об'єкт дослідження і є нашою метою.

Враховуючи специфічність надання послуг зокрема терміни сплати та отримання задоволення соціальне значення та отримання ефекту у майбутньому періоді, виникає потреба у дослідженні поняття «послуг» в готельному бізнесі з метою встановлення її кількісних та якісних параметрів. Як бачимо представлені автори по-різному трактують визначення поняття «готельні послуги».

Конкретизація поняття послуг відносно предмету дослідження надає нам можливість встановити що це: організована взаємодія, заходи, результат діяльності, мінімальний обсяг благ чи окрема дія у конкретному середовищі за відповідних умов, що потребує якісних та кількісних характеристик, які в значній мірі відбивають якість готельних послуг з точки зору виробника (табл. 1).

Готельні послуги мають високу трудоемність та капіталоємність, які є взаємозалежними. Трудоемність готельних послуг визначає гостинність, тобто мистецтво, якому повинен бути навчений персонал готельного підприємства. Капіталоємність готельних послуг в першу чергу визначає матеріально – технічна база підприємства.

Таблиця 1

Інтерпретація визначення сутності поняття «готельна послуга»  
різними авторами

Автор	Визначення
Кусков О.С. [4]	Готельні послуги - організована взаємодія гостя та персоналу готелю, що безперервно діє на гостя протягом перебування в готелі
Мунін Г.Б., Карягін О.Ю., Роглев Х.Й., Руденко С.І., [7]	Готельні послуги - всі заходи, які готельне господарство може запропонувати відвідувачу; вони здебільшого невідчутні, і не означають отримання чогось матеріального
Лук'янова Л.Г., Т.Т. Дорошенко, І.М. Мініч [10]	Готельна послуга - результат діяльності готельного підприємства, спрямованого на задоволення відповідних потреб туриста
Ільєнкова С.Д. [8]	Готельна послуга - деякий мінімальний обсяг благ, який може бути предметом окремого замовлення, номенклатурна позиція в переліку

Продовження табл. 1

Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг [6]	Готельна послуга – діяльність підприємства щодо надання споживачеві місця для короткотермінового споживання.
Бойцова М., Піроженко О., Кузнецов В., Клиженко Я. [9]	Готельна послуга – це дія (операція) підприємства з розміщення споживача через надання номеру (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням в готелі.

До найважливіших характеристик готельних послуг, які забезпечують здатність задовольнити зазначені потреби відносять: надійність, упередженість, доступність, комунікативність та безпека.

Готельним послугам властиві: невід'ємність від виробника, невідчутність, незбереженість та непостійність (мінливість). Основні характеристики яких наведено в табл. 2

Таблиця 2

Відмінні риси готельних послуг

Назва	Характеристика	Що може понизити уяву	Що може підвищити уяву
Невід'ємність від виробника	з'являється в момент коли поступає замовлення на неї	кваліфікаційний рівень персоналу; відсутність інформації	відповідність стандартам обслуговування
Невідчутність	виступає обіцяною, тому що припускає велику довіру до того хто її надає	відсутність іміджевої політики; відсутність системи гарантій; відсутність відповідної кваліфікації персоналу	відгуки клієнтів
Незбереженість	можуть втілюватись в матеріальні предмети, хоча самі по собі не є такими	-	-

Продовження табл. 2

Непостійність (мінливість)	якість залежить від того хто надає, та при яких обставинах	відсутність зворотного зв'язку; відсутність відстеження задоволення клієнтів якості послуг	- побудова системи контролю якості послуг
-------------------------------	---	--	--

Таким чином, готельні послуги виступають обіцянкою, так як вони є нематеріальними їх не можна відчутти, уявити та оцінити до моменту їх надання, а також зрозуміти з чого вони зроблені, якість цих характеристик визначається споживачами. На підставі цього виникає проблема в організації контролю та якості готельних послуг; проблема прозорості ціноутворення, тому що споживач платить за враження, знання, емоції, вигоду при цьому ускладнюється процес стандартизації готельних послуг.

Таким чином на основі вище викладеного готельну послугу можна визначити як організовану та взаємоузгоджену послідовність дій споживача та персоналу результатом чого є нематеріальні блага, заходи або довготривалі відношення з чітко визначеною споживчою вартістю, яка з часом переходить до власності споживача і відбиваються у його враженні (позитивному чи негативному).

### **Висновки:**

По-перше, багатогранність послуги дозволяє кожному вченому формувати своє бачення залежно від мети дослідження;

По-друге, складовими поняття послуги готельного бізнесу є організована взаємодія, заходи, результат діяльності, мінімальний обсяг благ, дія (операція) підприємства;

По-третє, готельні послуги є невід'ємними від виробника, невідчутними, не збереженими та непостійними.

### **Список використаних джерел:**

1. Акулич И.Л. Маркетинг: [учебное пособие.] / И.Л. Акулич, И.З. Горчиков – Мн.: Интерпрессервис; Мисанта, 2003 – 397 с.
2. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма: [учебник] / В.А. Квартальнов – М.: Финансы и статистика, 2003. – 672 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер – М.: Банки и Биржи, 1994. – 207 с.
4. Кусков А.С. Гостиничное дело [учебное пособие] / А.С. Кусков – М.: Дашков и К., 2008. – 328 с.

5. Словарь русского языка С.И. Ожегова [Электронный ресурс] / режим доступа <http://www.ozhegov.org/words/12094.shtml>.

6. Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг: Затв. наказом Держстандарту України. - №233/3523. – 15.04 1999.

7. Менеджмент готельно – ресторанного бізнесу. [навч. посібн.] / [Мунін Г.Б., Карягін О.Ю., Роглев Х.Й., Руденко С.І.]; під загальною редакцією М.М. Поплавського і О.О. Гаца – К.: Кондор, 2008. – 460 с.

8. Управление качеством: [учебник для вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления] / под. ред. С.Д. Ильенковой. – [3-е изд. перераб. и доп.] – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2007. – 352 с.

9. Усе про облік та організацію готельного бізнесу / Бойцова М., Піроженко О., Кузнецов В., Клиженко Я. – [3-те вид., перероб. і доп.] – Х.: Фактор, 2007. – 272 с.

10. Уніфіковані технології готельних послуг: [Навч. посіб]. / [Л.Г. Луцянова, Т.Т. Дорошенко, І.М. Мініч]; за ред. проф. В.К. Федорченка – К.: Вища шк., 2001. – 237 с.

11. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка: [Современное написание: В 4 т. Т.4. О-Я] / В.И. Даль. – М.: ООО «Издательство АСТ»: ООО «Издательство Астроль», 2003. – 1144 с.

12. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер – М.: Банки и Биржи, 1994. – 207с.