

Недбаєва К.Ю., бакалавр
Київський національний
університет технологій та дизайну
Бугас В.В., к.е.н., доц.
Київський національний
університет технологій та дизайну

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІ ПОСЛУГИ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Відтепер готельне господарство у всьому світі стало на індустріальну основу і являє собою галузь економіки, яка забезпечує значні валютні надходження за рахунок розвитку іноземного туризму. Готельно-ресторанні послуги охоплюють величезну нішу в індустрії туризму, і саме вони безпосередньо впливають за сукупну якість туристичних послуг. За рівнем сервісу. Ще одною класифікаційною ознакою є рівень і кількість пропонованих послуг. Відповідно до цієї ознаки готелю бувають що пропонують:

- Вищий рівень послуг - готелі розраховані на прийом гостей, що представляють вищі політичні, управлінські кола, знаменитостей, добре забезпечених людей.
- Середній рівень послуг - такі готелі розраховані на найбільший сегмент подорожуючих. Найчастіше вони мають від 150 до 200 номерів.
- Обмежений рівень послуг - призначені для прийому осіб з невеликим статком. Нерідко такі готелі можна зустріти в невеликих селищах, у великих автострад. Основна задача і послуга - “надати дах над головою”

За підпорядкованістю готелі можуть функціонувати як незалежні комерційні підприємства або входити в готельні ланцюги, що надають їм визначені переваги. Готельні ланцюги - це об'єднання готелів, що працюють за контрактом на керування. Такий контракт полягає між власником конкретного готелю і компанією, що надає послуги в області керування. Нерідко та сама компанія здійснює керування великим числом готелів. Таким чином, утворюються ланцюги. Наприклад, компанія Associate Inns, веде справи мережі готелів Sheraton. Франшизні ланцюги виникають у тому випадку, коли якась досить прибуткове готельне підприємство надає в розпорядження іншому своє ноу-хау на керування, маркетинг, організацію справ у відповідь на дотримання останнім визначених

умов, що стосуються стандартів якості послуг, внутрішнього оформлення, нерідко планування номерів.

Готельні ланцюги можуть існувати на основі контракту на керування (якщо в центрі знаходиться управлінська фірма) і на основі договору франшизи (якщо в центрі - готельне підприємство). Бурне зростання туризму у світі викликало активне розширення готельної пропозиції у всіх країнах. Зріст життєвого рівня і конкуренція туристської пропозиції породжують все більш різноманітні послуги.

Значне поживлення на ринку готельних послуг спостерігається практично в усіх країнах Європи. Про вражаюче зростання рентабельності європейських готелів повідомляють багаточисленні дослідження. Вони підтверджують стійку тенденцію європейського готельного бізнесу: у 21 з 25 основних європейських міст було зафіксовано двозначне зростання дохідності номерів місцевих готелів. Таке ж саме стрімке збільшення дохідності готельних номерів спостерігається у США. Секрет значного зросту рентабельності готельного бізнесу споглядається у розвитку економіки в США – збільшення ВВП і загального попиту на товари і послуги. Як показує аналіз існуючої інформації, практично в усіх країнах світу є “ланцюги” готелів, які належать до усесвітньо відомих фірм, або до більш дрібних володарів. Особливо великий вплив готельних ланцюгів спостерігається в США. Там вважають, що сучасне поняття “стандарт у виробництві” з’явилося у готельних ланцюгах. Раціональна ідея, яка народжується в одному кільці готельного ланцюга, оперативно впроваджується в інші, що приносить одразу ж значні результати. На сьогодні у світі існує більше 300 готельних ланцюгів. На долю 13 крупніших з них припадає 78 % всього номерного фонду готельних ланцюгів. Причому кожний з них охоплює багато країн світу.

Але поширення ланцюгів не може задовольнити усіх різноманітних вимог туристів через деяку знеособленість, стандартизованість обслуговування, що створює підґрунтя для розвитку малих незалежних готелів, які роблять ставки на унікальність і неповторність. Такі готелі спеціалісти вважають прототипами ХХІ ст: комфортабельні, побудовані у сільському стилі, пропонують послуги за помірну ціну і мають все необхідне для роботи та відпочинку, де клієнти можуть одержати вишукане персоніфіковане обслуговування. Саме унікальність такого готелю є головним інструментом ринкової політики.