

УДК 640.41

Болюх І.О.
студент гр. БЕМ-М2523з
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
м. Харків, Україна
наук. кер. — к.т.н. Куниця К.В.

ДЕЯКІ ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ І РОЗМІЩЕННЯ МЕРЕЖІ

ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Готель як майново-господарський комплекс включає різні функціональні та територіальні блоки, на підставі яких формується її ресурсний потенціал. Основні види ресурсів, що формують ресурсний потенціал готелю у сучасних умовах: персонал готелю, який взаємодіє з клієнтом віддалено та з гостем безпосередньо; матеріально-технічна база, що включає: номерний фонд; зали, ресторани, бари; банкетні/конференц-зали; додаткове обладнання; інформаційні ресурси, за допомогою яких готель інформує своїх клієнтів про наявний ресурсний потенціал; інтелектуальний ресурс: технології, правила, прийоми та методи, що використовуються для формування максимальної цінності для клієнта; адміністративний ресурс, сутність якого проявляється у взаємодії з органами влади щодо створення сприятливих умов для перебування гостя.

Розробка та реалізація інвестиційної стратегії є обов'язковою умовою успішної роботи сучасних готельних комплексів на внутрішніх та зовнішніх ринках. Інвестиціями в готельних комплексах вважаються довгострокові вкладення капіталу різні галузі сфери послуг: будівництво, реконструкція тощо. Розробка та реалізація стратегії розвитку ресурсного потенціалу готельного комплексу через інвестиційні механізми дозволяє підвищити конкурентоспроможність готельних послуг; сприяє економічному зростанню (за рахунок обґрунтування інвестиційних стратегій у довгостроковому періоді), максимізації доходів та мінімізації інвестиційних ризиків; зберігає бюджетну стійкість та платоспроможність підприємства [1].

Готельне господарство відіграє одну з головних ролей у розвитку української економіки. Колективні засоби розміщення є однією з головних ланок туристичної індустрії, тому дуже важливим є аналіз їх сучасного стану, виявлення проблем та перспектив подальшого розвитку.

Відомо, що розвиток загальнодоступної мережі ресторанного господарства, яке обслуговує міське населення, здійснюється з урахуванням розміру міста, його адміністративного значення, ролі в системі розселення,

планувальної структури, наявних торговельних мереж та інших характеристик. Ці перші три фактори визначають кількість закладів ресторанного господарства на 1 000 мешканців. На курортах і в туристичних центрах потреба в ресторанній мережі визначається, виходячи із запланованої кількості відпочиваючих і туристів, тобто вище встановленого критерію. Схожа ситуація відбувається і в готелях. Цілком зрозуміло, що заклади розміщення виконують одну з найважливіших функцій в туристичній індустрії – вони забезпечують туристів побутовими послугами та житлом. Проблематика розташування об'єктів готельно-ресторанного бізнесу полягає в тому, що показники діяльності більшості колективних засобів розміщення України свідчать про серйозні проблеми невідповідності більшої частини готелів нашої держави світовим показникам сервісу та комфорту. Крім того, впродовж останніх декількох років простежується стрімке скорочення кількості закладів розміщення, що пов'язано не лише з їх укрупненням, але й з високими податками та нестабільною політичною ситуацією в державі, що гальмує процес «інвестування» з боку іноземців [2]. І це при тому, що критерії розрахунку мережі ресторанного господарства не включають сезонні мережі. Зазвичай, у міських поселеннях (мікрорайонах, житлових кварталах і в межах комплексів) заклади ресторанного господарства розміщуються рівномірно в межах пішохідної доступності з урахуванням напрямку зупинок громадського транспорту та пішохідних потоків. Об'єкти готельного бізнесу розділяються за плануванням розташування, виходячи з мети та позиціонування конкретного готельного угруповання. Наприклад, готелі можуть розташовуватися як на трасах для втомлених мандрівників на машині, а можуть - і в старовинній частині міста. Варто зауважити, що як і у випадку з ресторанами, багато впливає і з середовища розташування - чи є місто історичним, чи велике в ньому населення, чи, можливо, воно знаходиться на шляху до іншого туристичного міста.

Готельно-ресторанні підприємства слід розміщувати в центрі планувальної території, на площах, бульварах, магістральних вулицях, у рекреаційних зонах, громадських і торговельних центрах, окремо розташованих будинках, а також у

будинках, вбудованих або прибудованих до житлових і громадських об'єктів, з урахуванням зручності під'їзду громадського транспорту. А ось кількість закладів ресторанного господарства у спортивних спорудах, готелях, мотелях, залізничних вокзалах, аеропортах та міст для яхт розраховується відповідно до ДБН або галузевих норм технічного проектування. Наразі актуальним є розвиток закритих мереж закладів ресторанного господарства, що обслуговують харчуванням збройні сили, вищі, професійно-технічні, загальноосвітні та промислові підприємства через наявну соціо-політичну ситуацію. Кількість закладів ресторанного господарства, що обслуговують конкретних споживачів за місцем їх роботи або навчання, розраховується за критерієм на 1000 осіб з максимальною тривалістю зміни.

Для визначення кількості закладів харчування, розташованих у готелях, мотелях і кемпінгах, використовуються коефіцієнти розміщення в межах цих закладів. Кількість закладів ресторанного господарства та кафе розраховується виходячи зі співвідношення одного закладу ресторанного господарства та одного готельного закладу. Готелі та мотелі мають буфети, місткість яких визначається особливим розрахунком. Одне місце у буфеті відповідає 10 місць у готелі чи мотелі. У кемпінгу одне місце у буфеті відповідає п'яти місцям у кемпінгу. З приводу харчування, власник готелю обладнує буфети на 200, 300, 400 місць та їдальні на 500, 600, 1000 місць. За статистикою кількість місць у цих закладах становить 10 % місткості готелю.

Щодо економічного внеску готельно-ресторанного бізнесу, загальною тенденцією розвитку економіки розвинутих країн є збільшення частки туристичних послуг у структурі ВВП, що свідчить про необхідність надання туристичній сфері особливої уваги на вітчизняному просторі. Для приваблення інвестицій одним з пріоритетних завдань в Україні має стати розбудова висококонкурентного туризму та створення якісного й конкурентоздатного туристичного продукту, що дозволить забезпечити потребу в туристичних послугах та задовольнити соціально-економічні інтереси населення. Таким чином, туристичний ринок можна розуміти як «сукупність специфічних

економічних відносин і зв'язків між туристами (покупцями), виробниками (продавцями) і трансакційними посередниками з приводу передачі туристичних продуктів і грошових коштів, що відображають економічні інтереси учасників ринку» [3].

Отже, важливість розвитку готельно-ресторанного бізнесу для благоустрою держави з урахуванням принципів формування розміщення даних об'єктів є важливим і актуальним питанням.

Література:

1. Субота В.В. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції, Черкаси, 21-22 березня 2019 року: у 2-х томах. Т. 1 (2019). С. 80-82.*
2. Байлик С.І., Писаревський І.М. Організація готельного господарства: підручник. Харків: ХНУМГ ім. О. Бекетова, 2015. 330 с.
3. Вигівська Р.В., Чагайда А.О. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного бізнесу в Україні. *Стратегії інноваційного розвитку туризму та готельно-ресторанної справи: проблеми та перспективи: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Житомир, 2022, С. 912.*