

Список літератури

1. Близнюк, С. В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку [Текст] / С. В. Близнюк. – К. : Політехніка, 2003. – 384 с.
2. Буржинська, Т. В. Чи варто проводити маркетингові дослідження? [Текст] / Т. В. Буржинська // 36. міжнар. наук.-практ. конф. ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2006. – С. 11–12.
3. Котлер, Ф. Маркетинг, менеджмент [Текст] / Ф. Котлер. – СПб. : Питер Ком, 1999. – С. 51–56.
4. Марцин, В. С. Економіка торгівлі [Текст] / В. С. Марцин. – К. : Знання, 2006. – 402 с.
5. Полторак, В. А. Маркетинговые исследования: методы і технологии [Текст] / В. А. Полторак. – Днепропетровск : Арт-Пресс, 1997. – С. 26 – 29.

Отримано 30.09.2009. ХДУХТ, Харків.

© К. А. Корженко, 2009.

УДК 65.012.23:640.43

О.М. Варипасв, канд. філос. наук

Л.М. Варипасва, ст. викл.

ГОТЕЛЬНИЙ ТА РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС ЯК СКЛАДОВА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Розглянуто сучасні проблеми та вимоги до сфери готельного і ресторанного бізнесу, проаналізовано особливості їх функціонування в Україні. Показано специфіку індустрії гостинності, що заснована на задоволенні базових потреб людини через посередництво комплексу послуг та сервісної діяльності.

Рассмотрены современные проблемы и требования к сфере гостиничного и ресторанного бизнеса, проанализированы особенности их функционирования в Украине. Показана специфика индустрии гостеприимства, основанная на удовлетворении базовых потребностей человека посредством комплекса услуг и сервисной деятельности.

Modern problems and requirements to sphere of hotel and restaurant business are considered, features of their functioning in Ukraine are analysed. Specificity of the industry of the hospitality, based on satisfaction of basic needs of the person by means of a complex of services and service activity is shown.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сфера готельного і ресторанного бізнесу в Україні характеризується динамічним розвитком та стає важливим чинником культурного та економічного розвитку країни. Індустрія гостинності, заснована на задоволенні комплексу

матеріальних, соціальних та духовних потреб особистості, за допомогою сервісної діяльності формує рекреаційне та культуротворююче середовище, забезпечуючи відновлювальні функції людської життєдіяльності. Для насичення індустрії гостинності кваліфікованими кадрами у вищих навчальних закладах відкриті відповідні спеціалізації. Зокрема у ХДУХТ для студентів факультету менеджменту за напрямом підготовки «Готельно-ресторанна справа» викладаються такі дисципліни, як «Сервісологія», «Сервісна діяльність», «Туризмознавство», «Основи індустрії гостинності у готельно-ресторанному бізнесі», «Рекреаційні комплекси світу» та інші.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останній час актуалізувалися проблеми формування так званого «сервісного суспільства» та «суспільства споживання», що пов'язані з радикальним переформуванням як економічної, так і духовної сфери буття людини з пріоритетів виробництва і виробника на задоволення потреб та розвиток нематеріальної сфери послуг, розвиток якої формує нову культуру поведінки та тип буття [1; 3; 5; 6].

На думку багатьох дослідників (С.І. Байлик, Є.А. Балашової, Л.Г. Лук'янової, Т.Л. Тимохіної, А.Д. Чудновського), розвиток готельного бізнесу сприяє результативному обміну, допомагає освоєнню соціального простору й пізнавально-просвітницькій практиці. Готельне господарство як елемент територіальної інфраструктури сприяє задоволенню індивідуальних і соціальних потреб, забезпечуючи індивідуумам почуття причетності, відпочинку й стану комфортної життєдіяльності [2; 3; 4; 6; 7].

Мета та завдання статті. Метою та завданням статті є виявлення специфіки сфери готельного і ресторанного бізнесу у індустрії гостинності, осмислення функцій та засобів формування комплексу послуг, що задовольняє потреби клієнта у розміщенні, відпочинку та рекреації.

Виклад основного матеріалу дослідження. В останній час у працях закордонних та вітчизняних дослідників поширилося розуміння категорії «гостинності» як одного з важливих та фундаментальних вимірів людської цивілізації [3-7].

Гостинність походить від англійського *hospitality*, що засвідчує орієнтацію на клієнта, на задоволення його потреб та створення комфортного емоційного стану.

Завдання створення позитивного образу в сфері гостинності має вирішуватися за допомогою всебічного використання ресурсів гостинності, яка може розглядатися як комплексна послуга, що має певні споживчі властивості та потребує створення позитивного образу підприємства. Інша важлива категорія – «рекреація» (від лат. *recreatio*)

означає відновлення території, середовища, життєдіяльності людини. Оскільки позитивна оцінка підприємства полягає в можливості повторного попиту на послуги, слід розглянути історичний розвиток та сучасні особливості функціонування готельного та ресторанного господарства.

За походженням поняття "готель" відносять до латинського "hospitalis" – гостинний. «Готель» як назва пов'язаний з старофранцузьким "hospice", що означає "будинок для мандрівників". Найстаршим з установ такого роду був Hospice de Beaune (Оспіс-де-Бон) у Бургундії, відомий також як Hotel Dieu (Готель Д'є) – "Будинок Бога". Він був заснований в 1443 році як благодійна лікарня й притулок для бідняків.

У подальшому поняття стало пов'язуватися з індустрією гостинності, під якою розуміється бізнес, спрямований на забезпечення приїжджих людей житлом та їжею, а також організацію їхнього дозвілля.

Підприємство сфери гостинності має перш за все забезпечити прийнятний рівень ризику природного й урбанізованого середовища для життя й здоров'я споживача. Економічний ефект функціонування індустрії готельного бізнесу формується розвитком індустрії дозвілля та створенням комплексу соціально-побутової інфраструктури, який відіграє одну з головних ролей у світовій економіці.

Так, за статистичними даними, кожний 15-й працівник у світі зайнятий у сфері готельного й туристичного бізнесу, планетою щорічно подорожує більше 1,5 млрд. людей.

Основна функція, якої повинні дотримуватися заклади готельного та ресторанного господарства – це задоволення потреби в матеріальних та нематеріальних послугах, забезпечення людини повноцінним і раціональним відпочинком. Відповідно усі види послуг гостинності мають бути безпечні як для здоров'я, життя й майна споживача, так і для навколишнього середовища.

Технологія гостинності реалізується через урахування усього комплексу фізіологічних, соціальних і духовних потреб людини, удосконалюється, використовуючи соціально-психологічні елементи та закони ринкової економіки.

Система гостинності, яка реалізується в готельній індустрії спирається на традиції, що сягають вглиб віків та властиві всій історії людства. Здавна форми гостинності, повага до гостя через релігійну обрядовість входила до комплексу правил повсякденної побутової поведінки.

З моменту зародження перших місць для відпочинку мандрівників понад два тисячоліття тому (давньосхідні цивілізації, Давня Гре-

ція та Давній Рим) безпосередній комплекс послуг забезпечення їжею, ночівля для постояльців, їхніх слуг і коней доповнювався комплексом супутніх послуг. Згодом рекреаційні можливості комплексу послуг у готельному бізнесі сприяли його еволюції і у XX сторіччі, особливо в Америці, сформували самостійно функціонуючу готельну індустрію з розвинутою інфраструктурою.

Готель перетворюється з будинку для проживання в туристичний комплекс, повносервісний готель, орієнтований на потреби цільового споживача, а готельна база стає конгломератом послуг, що надають відпочиваючому, туристу та мандрівнику цілісний набір послуг, що поєднують сферу харчування, розміщення, відпочинку, розваги, рекреації.

Готелі в XXI столітті стають у ряді перших, хто використовує новітні технології оформлення інтер'єра, високоякісні матеріали, технології приготування їжі та способи міжкультурної комунікації при широкому використанні комп'ютерних та інтернет-технологій, починаючи із бронювання місць і закінчуючи системами забезпечення комфортної життєдіяльності й проведення вільного часу.

В Україні у 2007 році налічувалося 5 п'ятизіркових, 29 чотиризіркових, 74 тризіркових, 43 двозіркових, 41 однозіркова та 872 готелі без категорії. При цьому 2 п'ятизіркові готелі перебувають у Дніпропетровську, по одному – у Києві, Донецьку й Одесі. Дев'ять чотиризіркових готелів працює в Одеській області, шість – у Києві, по чотири – у Дніпропетровській і Львівській областях, три – у Криму, по одному – у Донецькій, Закарпатській і Полтавській областях.

За даними відділу регіонального розвитку Державної служби туризму й курортів на сьогодні в Україні працює 1 тис. 232 готелі та 3 тис. 245 закладів оздоровлення та відпочинку, з них сертифіковані – 1 тис. 64.

Незважаючи на ці дані, можна констатувати, що ринок готельних послуг України на даний момент перебуває на початковій стадії розвитку. Більша частина об'єктів готельного типу – це старі або реконструйовані будівлі 70-80-х рр. Якщо порівняти з Україною світове готельне господарство, що нараховує приблизно 350 тис. готелів, які надають більше 15 млн. номерів, при цьому кількість їх росте щорічно в середньому на 3...4%, то частка України буде складати близько 0,6% від загальносвітової кількості, що свідчить про необхідність серйозно розвинути галузі.

Найбільш активно готельна галузь розвивається в Києві, у великих індустріальних містах країни (Дніпропетровськ, Харків, Донецьк), а також у рекреаційних зонах (Ялта й Крим, Одеса, Львів і Ка-

рпати). Однак і тут за середнім показником забезпеченості готельними номерами (6-7 на тисячу жителів) є відставання від розвинених країн Європи, де пропорція коливається від 26 до 35 місць на тисячу жителів. Іноді це призводить до того, що у святкові та вихідні дні попит перевищує пропозиції і вільних місць не вистачає.

Особливо актуальним є питання збільшення номерного фонду для міст, які готуються до проведення Євро-2012. Україна повинна продемонструвати гостинність на кращому рівні, від цього залежить її імідж у світі, привабливість інвестування й подальшого розвитку.

Важливо відмітити, що оскільки туристи будуть відвідувати футбольні матчі тільки ввечері, а іншу частину дня присвятять знайомству з містами та їх культурними пам'ятками, слід заздалегідь передбачити та підготувати туристські маршрути, які б знайомили іноземців з природними та культурними зонами України (для Харківської області це Сковородинівка, Наталівка, Шарівка і т.п.).

Серед сучасних тенденцій розвитку індустрії гостинності в Україні дослідники виділяють наступні: 1) поглиблення спеціалізації готельної й ресторанної пропозицій; 2) утворення міжнародних готельних і ресторанных ланцюгів; розвиток мережі малих підприємств; 4) впровадження в індустрію гостинності нових комп'ютерних технологій [7].

Стає загальноновизнаним, що готельне господарство стає елементом інфраструктури, показником облаштованості соціального простору в рамках міста, культурно-ділових об'єктів, виробництва.

За своєю економічною спрямованістю готель є комерційним виробництвом, що пропонує на ринку свій товар у вигляді комплексу послуг. Специфіка послуг на відміну від матеріального виробництва полягає у тому, що: 1) виконання послуги відбувається при безпосередньому контакті споживача й виконавця; 2) задоволення послуги перетворюється на задоволення безпосереднього попиту клієнта; 3) попит на готельні послуги піддається сезонним коливанням.

Останній пункт допускає постійні й змінні витрати підприємства. Існує сезонність у збільшенні обслуговуючого персоналу, який з цієї причини найчастіше не стає патріотом готелю, не зацікавлений у більше якісному обслуговуванні клієнтів.

Таким чином, надання послуг і продаж готельного продукту залежить як від персоналу готелю, так і від зручностей, комфорту, рівня сервісу, всієї сукупності якості пропонованого готелем пакета послуг. Великий вплив на ефективність розвитку готельної справи мають такі економічні фактори, як місце розташування готелю, рівень екологічної безпеки навколишнього середовища, історичне й культурне ми-

нуле регіону, наявність пам'яток культури, їхня доступність і якість функціонування як туристичних об'єктів [2; 8].

Однією з найважливіших проблем готельного господарства є виявлення потреб у готельних місцях. З погляду економіки тут варто враховувати такі чинники, як забезпеченість регіону готелями й ступінь їхнього завантаження, динаміка доходів населення, особливості ділової активності й ступінь розвитку індустрії розваг і відпочинку.

Низька купівельна спроможність вітчизняного споживача уповільнює розвиток готельної справи, оскільки не дає кошти на розвиток інфраструктури індустрії гостинності.

Персонал готельного господарства, починаючи з менеджерів і маркетологів і закінчуючи працівниками, зайнятими в контактній і допоміжній службах, повинен працювати на створення позитивного іміджу підприємства, особливо ті працівники, які безпосередньо стикаються з гостем і створюють необхідний комфорт і середовище гостинності.

Персонал повинен уявляти собі ті категорії гостей, які проживають у готелі, а також знати зразковий спектр виникаючих у них потреб. Важливо завжди відповідати запитам і очікуванням споживачів вчасно й на належному рівні.

Якість комплексу послуг, які надає персонал готелю, найчастіше є визначальним чинником успіху в готельному бізнесі та успішній конкуренції на ринку послуг конкретного виду. За даними досліджень, проведених західними соціологами, 82 % споживачів відмовляються від відвідування готелю знову, якщо їм не сподобався сервіс.

Отже, головною особливістю готельного господарства є розширення затребуваності через систему відносин «клієнт» – «постачальник послуги», у яких на перше місце виходять функціональні якості гостинності. Розвиваються сервісні структури стійкого відтворення рекреаційних і пізнавальних соціально-культурних функцій.

Гість, який є споживачем послуги, безпосередньо бере участь у процесі її виробництва. Послуга формується у ході обслуговування при взаємодії виконавця й замовника. Гість, ставлячи завдання перед обслуговуючою стороною, здійснює контроль за ходом її виконання й висуває в міру необхідності нові вимоги й побажання. При цьому готельне підприємство повинне забезпечити спілкування обслуговуючого персоналу й гостей таким чином, щоб споживачі послуг, тобто гості, одержували задоволення від надаваних послуг.

Матеріальні умови готелю в поєднанні з ефективною сервісною діяльністю утворюють своєрідний синтез, що реалізує філософію бізнесу стосовно сфери готельного та ресторанного господарства.

У філософії гостинності важливу роль відіграє ресторанный сервіс, що, за визначенням дослідників, можна охарактеризувати як самостійну соціально-організаційну сферу з динамікою культурно-історичних процесів, що відбивають зростаючі потреби з обліком різноманітних індивідуальних смаків у системі харчування [1; 3; 4].

Проаналізувавши низку досліджень, вважаємо за доцільне визначити наступні головні цілі ресторанного сервісу: 1) зміцнення здоров'я клієнтів у єдності з культурою харчування; 2) збереження стійкого соціального настрою; 3) формування ефективних напрямків способу життя; 4) удосконалювання стимулів до пізнання видів харчування відповідно до витрат і результатами.

Таким чином, ідеалізована модель ресторанного сервісу передбачає адекватне задоволення широкого спектру пропонованих раціонально скомпонованих послуг.

Сучасний ресторан сприймається не тільки як місце масового закуського процесу, а й заклад, де зберігаються, розвиваються та збагачуються різноманітні технології з розвитку смаку, радості спілкування, збільшення вражень, досягнення стабільного психологічного стану, зміцненню радості світовідчуження. Працівники ресторанного сервісу повинні створювати атмосферу затишку за допомогою різних інновацій у технології обслуговування.

Збереження традицій національної кухні, барвисте оформлення страв реалізують головне завдання у ресторанному бізнесі – формування нових смакових і естетичних потреб для подальшого використання додаткових ресторанных послуг.

Ресторанне виробництво ґрунтується на людиноорозвиваючих факторах, пропонує вдосконалювання культури обслуговування, користується психологічними механізмами симпатії та емпатії для того, щоб завоювати довіру й прихильність клієнта. Важливим є також застосування ергономічних технологій в організації праці, збереження атмосфери святковості й розвиток пізнавального рівня людини.

Для оптимального функціонування ресторанного господарства важливим чинником є формування збалансованого харчування (замічено, що 60% нашого раціону повинно складатися із сирих і перероблених фруктів і овочів).

Збалансоване харчування реалізується в закономірностях раціонального прийому їжі. До них варто віднести збалансованість мікроелементів та вітамінів, дотримання режиму харчування, врахування рухливого режиму організму та вікових особливостей, загальну профілактичну спрямованість, яка повинна забезпечувати оптимальні умови життєдіяльності людей.

Таким чином, професіоналізм організаторів закладів готельного та ресторанного господарства характеризується тим, що в ньому все визначається передбачливістю, профілактичним спрямуванням, подоланням випадковості до мінімуму.

Висновки. Оскільки гостинність є визначальним типом мислення спеціаліста сфери послуг у галузі готельного та ресторанного господарства, то слід дотримуватися запропонованої концепції якості, яка визначає конкурентоспроможності підприємств туризму і готельного бізнесу, є рушієм у їхній діяльності. Відносини між виробником і споживачем, рівень кваліфікації кадрів, їхніх творчих можливостей, уміння освоювати нові технології й організаційні форми, створювати середовище гостинності є головними передумовами розвитку готельного та ресторанного бізнесу в Україні. Перспективами такого розвитку є прогнозована здатність стабільного розвитку, забезпечення робочими місцями сотень тисяч громадян, позитивний вплив на економіку держави.

Список літератури

1. Агафонова, Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання [Текст] / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова. – К. : Знання України, 2006. – 352 с.
2. Андрущенко, В. П. Організоване суспільство. Проблема організації та суспільної самоорганізації в період радикальних трансформацій в Україні на рубежі століть: Досвід соціально-філософського аналізу [Текст] / В. П. Андрущенко. – К. : Атлант ЮЕмСІ, 2005. – 498 с.
3. Байлик, С. И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание [Текст] / С. И. Байлик. – К. : Дакор, 2008. – 288 с.
4. Балашова, Е. А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса [Текст] / Е. А. Балашова. – М. : Вершина, 2006. – 200 с.
5. Будя, А. Направления и задачи развития информационных технологий в туризме и гостиничном бизнесе Украины [Текст] / А. Будя // Гостиничный бизнес. – 2001. – № 1(4) – С.46-47.
6. Гейтс, Б. Бизнес со скоростью мысли [Текст] / Б. Гейтс. – М. : ЭКСМО-Пресс, 2001. – 480 с.
7. Король, С. Я. Характеристика основной деятельности готелю [Текст] / С. Я. Король // Стратегія розвитку туристичної індустрії та громадського харчування. Праці Міжнар. наук.-пр. конф.: стаття. – К.: КДТЕУ. – 2000. – С.124-128.
8. Лук'янова, Л. Г. Освіта в туризмі [Текст] / Л. Г. Лук'янова. – К. : Вища шк., 2008. – 719 с.

Отримано 30.09.2009. ХДУХТ, Харків.

© О.М. Варипаєв, Л.М. Варипаєва, 2009.