

Варипасєв О.М., канд. філос. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

Міносян А.С., канд. іст. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТ У ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦЯ ГОТЕЛЬНОГО І РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

У дослідженнях останнього десятиліття намітився певний тематичний поворот до розробки методологічної бази таких гуманітарних галузей знання, як менеджмент, маркетинг, бізнес, гостинність, готельна і ресторанна справа. Загальне проблемне поле усе частіше охоплює області, які ґносеологічно базуються на різноманітних видах і процесах управління, та допомагають задовольняти потреби споживачів продуктів та послуг. Цілком можливо, як відзначають сучасні західні аналітики, що у процесі поступового усвідомлення, що управління, поза залежністю від специфіки, має загальні закономірності, особливо управління по відношенню до інформаційних потоків і закономірностей накопичення знання, принципів та видів обслуговування населення.

Управлінський аспект у діяльності фахівця готельного та ресторанного бізнесу є важливим та затребуваним, що спричинено, не в останню чергу, переорієнтуванням технічної і гуманітарної вузівської освіти і пошуком шляхів найбільш гармонічного інтегрування України у світове співтовариство розвинутих країн. Як свідчать дослідження зарубіжних та вітчизняних вчених, безпосередній діяльності менеджера у сфери послуг повинно передувати осмислення економічних процесів, знання головних методів пізнання та теоретичної основи формування процесів задоволення потреб кінцевого споживача та загальних принципів управління [1].

Можна сказати, що менеджер-практик схожий на людину, що роздивляється світ в окуляри. Звичайно, вона бачить не окуляри, а лише використовує їх. Методолог же розглядає не світ, а власне окуляри. Він скинув окуляри і досліджує їхній устрій. Теоретик же спостерігає ситуацію в цілому. Йому цікава людина, яка роздивляється світ в окуляри. Він знає, що окуляри є тільки різновидом оптичного приладу, який лише відновлює нормальність зору, але свідомий, що приладів таких існує багато.

Власне, найбільше впливові на сьогодні школи менеджменту в США і Європі користуються як базовою тією або іншою методологією, важливо лише враховувати їхню можливу плюралістичність, відразу позбутися від упередженості, немовби «погляду на світ очима менеджменту», у тому або іншому його різновиду, хоча для практично-прикладних цілей необхідно використовувати модель розвитку, що

спирається на традиції ментальністних стереотипів і переваг суспільства [2].

Тут не зайве пригадати, що американська модель менеджменту базується на органічно властивій американському стилю і способу життя філософії прагматизму, а осмислити «японське чудо» неможливо без розуміння релігійно-філософських традицій Японії.

У становленні сучасної парадигми управління виділяються деякі пріоритети, що засновуються на усвідомленні теоретиками і практиками менеджменту кінцевої мети їхньої діяльності і, так би мовити, необхідного інструмента, знаряддя цієї діяльності – самої особистості менеджера і підпорядкованих йому людей [3].

Особлива увага в останні роки приділяється саме розумінню взаємодії процесів соціального управління і особистісного управління. Діапазон навичок менеджера ХХІ століття повинен бути й фізично тренуваним, і освіченим, а також володіти теоретичною базою з загальних принципів обслуговування та мати гарну увагу, схильним і до ризику і до поміркованості, старанний та спроможний до творчості.

Характерно, що тут у дещо завульгованій формі відбувається апеляція до образу ідеальної особистості, проблема формування якої протягом сторіч продовжує хвилювати філософську думку, а в ХХ сторіччі оформилася у впливовий напрям філософської антропології. На наш погляд, така ідеальна особистість людини майбутнього повинна буде володіти і такою якістю, як спрямованість на швидкісну переробку інформаційних потоків, що захльостують навколишній світ. Про це свідчить визначення «knowledge worker», що з'явилося в англійській мові для характеристики тих, хто має широкі пізнання у своїй сфері та займається творчою переробкою інформації.

Для спеціаліста управління у галузі гостинності та готельного і ресторанного бізнесу перш за все важливі знання про потреби споживача, того комплексу послуг, за допомогою якого ці потреби задовольняються, та ставлення до іншої людини як самоцінної особистості, для розвитку якої існує та функціонує сфера послуг у сучасному світі.

Список джерел інформації

1. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли. – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2001. – 480 с.
2. Тейлор Ф.У. Наукова організація праці // Наука управляти: з історії менеджменту. – К.: Либідь, 1993. – С. 5-40.
3. Якокка Л. Карьера менеджера. – М.: Прогресс, 1991. – 384 с.