

УДК 338.2:640.4

Павлова С. І., к.е.н., доц.*Житомирський державний університет ім. І. Франка*

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО ФУНКЦІОНУВАННЯ СЕРЕДОВИЩА ГОСТИННОСТІ

Розвиток індустрії гостинності у сучасних умовах глобалізації набуває все більшого значення як значної частини виробленого продукту в економічних системах окремих країн. Індустрія гостинності включає систему взаємопов'язаних суб'єктів господарювання, метою яких є обслуговування туристів та відвідувачів, створення особливих умов перебування, умов гостинності. Індустрія гостинності вміщує: підприємства туристичного комплексу (турфірми, туроператори та ін.), підприємства-перевізники (пасажирські, вантажні), заклади харчування, заклади розміщення, організації у сфері культури, мистецтв, історії, рекреації, івент-компанії з організації ділових, наукових, розважальних та інших подій і підприємства інших сфер діяльності, які здійснюють прямий або опосередкований контакт з туристами.

Загальний сенс поняття «гостинність» зводиться до люб'язного прийому гостей і відвідувачів, привітного ставлення до них, задоволення їх потреб у період перебування поза місцем постійного проживання. При цьому до відвідувачів відносять частину місцевого населення, яке також може користуватися послугами гостинності, наприклад, відвідувати заклади ресторанного господарства, приєднуватись до мистецьких, історичних, наукових подій.

Гостинність, за визначенням європейських експертів конфедерації національних асоціацій готелів і ресторанів (HOTREC), утвореної у 1982 році, з наукової точки зору визначає систему заходів і порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших побутових, господарських і культурних запитів гостей туристських підприємств та відвідувачів, їх завбачливого обслуговування наданням низки послуг. При цьому необхідно відмітити ряд специфічних особливостей самої послуги гостинності як товарної складової – це її нематеріальність, нездатність до зберігання, нерозривність процесів виробництва і споживання, а також неможливість зберігати та накопичувати [1, с. 59]. Кожна з представлених характеристик послуги може істотно ускладнити виконання поставлених перед компаніями сфери гостинності завдань і, відповідно, досягнення стратегічних цілей та ініціатив.

Таким чином, цей термін включає в себе багатогранні процеси виробництва і надання послуг, які в основі мають дві бази: матеріальну та нематеріальну. Матеріальна база включає величезний матеріально-технічний комплекс споруд, земельних ділянок, устаткування, транспортних засобів та інших матеріальних цінностей, які є основою виробництва продукту та надання послуг гостинності. І нематеріальна база включає спектр інформативних, соціальних, психологічних чинників, які вміщуються у надання послуг гостинності: це, наприклад, вивчення звичаїв та традицій іншої країни, інформаційних послуг, можливість спілкування та пізнання нового, відчуття спокою та відпочинку, насолоди від споглядання краєвидів або різних івентів тощо.

Загальну характеристику середовища гостинності ми можемо представити у вигляді складної системи взаємопов'язаних елементів (рис. 1), що представляють набір чітких зовнішніх факторів: економічні, політичні, культурні і соціальні та певних специфічних факторів: ресурси, індустрія і особливості професії. Їх поєднання, взаємоузгодженість та особливість функціонування кожного з факторів визначає ступінь розвитку сфери гостинності та значущість для економіки.

Зовнішні фактори середовища гостинності характеризують такі складові, як:

- економічні (загальноєкономічний стан в країні, стан ринку товарів і послуг, рівень доходів населення, інфляційні процеси, вартість інвестиційних ресурсів та ін.);
- політичні (стан нормативно-правового регулювання галузі, судова та правозахисна система, критичною для туристичної галузі наразі в Україні є воєнний стан та військові дії з боку росії-агресора тощо);
- культурні (мають прямий вплив на середовище гостинності та формують історичні надбання, традиції гостинності, менталітет, що визначають імідж країни в очах міжнародної спільноти);
- соціальні (включають рівень освіти, знання мов, рівень життя населення, очікування та можливості користуватися сферою гостинності).

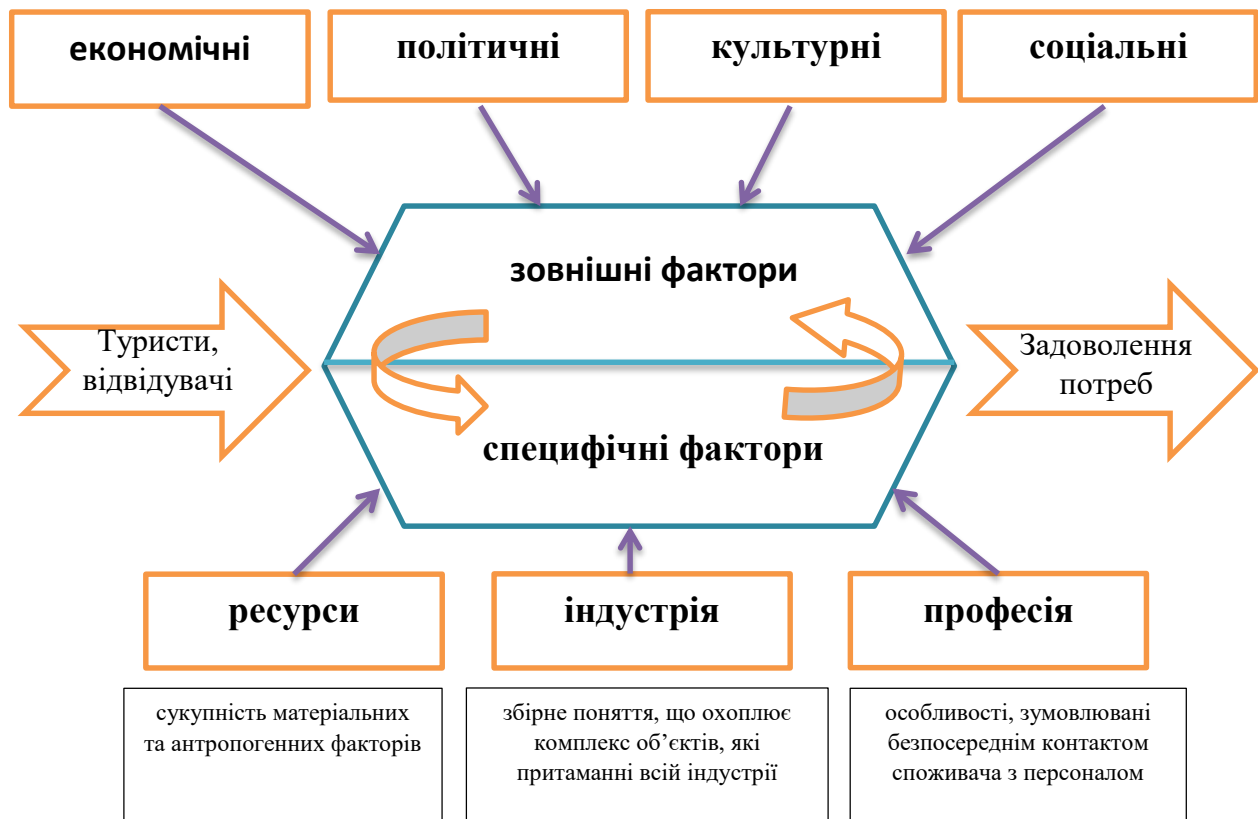


Рис. 1. Структура середовища гостинності

Специфічні фактори відіграють вирішальну роль у функціонуванні середовища гостинності. Саме вони визначають особливості, тонкощі у формуванні кінцевого продукту або послуги гостинності. Так, категорія ресурси об'єднує усю сукупність матеріально-технічної бази закладів гостинності, підприємств суміжних галузей, інфраструктуру та природний потенціал, що включає придатність ресурсів навколишнього середовища для надання послуг: місцерозташування та стан ландшафтів, охоронний статус, оздоровчі та рекреаційні можливості. Також сюди можна віднести культурно-історичний, мистецький, спортивний аспекти, що визначають благоустрій, наявність обслуговуючих споруд, устаткування та комунікацій, що сприяють розширенню послуг гостинності.

Фактор, який ми представили як професія, визначає сукупність правил та норм поведінки при безпосередньому контакті споживача з виконавцем послуг. Знання, вміння та сукупність психологічних якостей працівників сфери гостинності мають значний вплив на якість послуг, рівень задоволеності ними у споживачів та бажання повернутися і знову скористатися наданими послугами.

Усі складові елементи середовища гостинності функціонують у тісному контакті один з одним та впливають на ефективність один одного. Наприклад, покращення економічного становища в країні спонукає збільшувати обсяги фінансування об'єктів соціально-культурного надбання; покращення рівня життя населення підвищує вимоги та очікування гостя від послуги, яку він бажає отримати, а соціальний рівень працівника сфери гостинності визначає рівень спілкування та його компетенції в обслуговуванні.

Отже, сфера гостинності – це складна й порівняно відокремлена соціально-економічна система зі створення, просування і реалізації послуг з розміщення, харчування, побутового обслуговування, дозвілля, розваг та інших послуг, яка формує єдину систему обслуговування туристів та відвідувачів і відіграє вагомую роль в економіці.

Використані літературні джерела:

1. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія і практика : підручник ; М-во освіти і науки України, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. 2-ге вид., перероб. та допов. Київ : Центр учб. літ., 2019. 471 с.