

ОСОБЛИВОСТІ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ:
ДЕФІНІЦІЯ ПОНЯТТЯ «ГОСТИННІСТЬ»CHARACTERISTICS OF THE HOSPITALITY SECTOR:
DEFINITION OF THE CONCEPT OF HOSPITALITY

УДК 338.48:379.8

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct59-9>**Нагернюк Д.В.**

к.е.н., доцент,
доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Уманський національний університет
садівництва

Коваленко Л.Г.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Уманський національний університет
садівництва

Naherniuk Diana

Uman National University of Horticulture
Kovalenko Liubov
Uman National University of Horticulture

У статті проаналізовано еволюцію основних підходів та уточнено дефініції понять «гостинність», «індустрія гостинності». Проаналізовано та конкретизовано основні етапи, чинники й сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності. Встановлено, що сфера гостинності має тривалий еволюційний розвиток, складну організацію, сумісно з індустрією туризму формує єдину систему обслуговування туристів, відіграє вагомую роль в економіці. В процесі дослідження визначено, що основними чинниками становлення та розвитку сфери гостинності є соціальні, економічні, культурні, політичні, природно-ресурсні, історичні, а також науково-технічний прогрес. Розглянуто ретроспективу формування генезису гостинності та розвитку її трактування з розвитком суспільного виробництва. Гостинність пропонується розглядати як сукупність наданих послуг гостю задля задоволення його потреб та одержання позитивних вражень від перебування в різних сферах життєдіяльності суспільства. Окреслено сучасні тенденції розвитку сфери гостинності.

Ключові слова: гостинність, індустрія гостинності, сфера гостинності, готельне господарство, ресторанне господарство, сфера послуг.

В статті проаналізована еволюція основних підходів та уточнені дефініції

понятій «гостеприимство», «індустрія гостеприимства». Проанализированы и конкретизированы основные этапы, факторы и современные тенденции развития индустрии гостеприимства. Установлено, что сфера гостеприимства имеет длительное эволюционное развитие, сложную организацию, совместно с индустрией туризма формирует единую систему обслуживания туристов, играет весомую роль в экономике. В процессе исследования определено, что основными факторами становления и развития сферы гостеприимства являются социальные, экономические, культурные, политические, природно-ресурсные, исторические, а также научно-технический прогресс. Рассмотрена ретроспектива формирования генезиса гостеприимства и развития его трактовки с развитием общественного производства. Гостеприимство предлагается рассматривать как совокупность предоставляемых услуг гостю с целью удовлетворения его потребностей и получения положительных впечатлений от пребывания в различных сферах жизнедеятельности общества. Определены современные тенденции развития сферы гостеприимства.

Ключевые слова: гостеприимство, индустрия гостеприимства, сфера гостеприимства, гостиничное хозяйство, ресторанное хозяйство, сфера услуг.

Hospitality as a fundamental characteristic of human existence at different stages of cultural-and-historical development of mankind acquired specific ethnocultural features and various historical forms. Hospitality had a long way in evolution and underwent significant qualitative changes, transforming into one of the most important components of a social-and-cultural service in a modern society. The purpose of this research is the development and substantiation of theoretical and methodological provisions to describe the concept of "hospitality". The evolution of the main approaches was analyzed and the definition of the concept of "hospitality", "hospitality industry" was specified. The main stages, factors and current tendencies in the development of hospitality industry were analyzed and specified. It was established that the hospitality sector had a long evolutionary development, a complex organization; together with tourism industry formed a single system of tourist services, played an important role in the economy. In the course of the research it was determined that the main factors of formation and development of the hospitality area were: social, economic, cultural, scientific-and-technical progress, political, natural-and-resource and historical factors. A retrospective of the formation of the genesis of hospitality and the development of its interpretation with the development of social production was considered. Hospitality is a complex economic, social, cultural, psychological phenomenon, a universal category of everyday-and-domestic culture, reflected in national traditions, tolerance and care for the guest. Researchers, studying this category, divided it into two components – hospitality and the hospitality industry. Hospitality was mainly considered from the standpoint of cultural, moral-and-ethical norms, and the hospitality industry – from the standpoint of entrepreneurial activity. The hospitality industry is a complex social-and-economic system for the creation, promotion and implementation of services for accommodation, meal service, household services, leisure, as well as the sale of goods in the hotel and restaurant industry. Hospitality is proposed to be considered as a set of services provided to the guest in order to meet his needs and get a positive impression of being in various spheres of society living environment. The current tendencies in the development of the hospitality sector requiring the creation of a mechanism that would allow intensifying the development of the domestic sector of hospitality were outlined. In view of this, it is necessary to determine the main directions of state policy in the hospitality sector. That is, it is essential to develop organizational, economic, and technological measures to increase the competitiveness of the hospitality sector.

Key words: hospitality, hospitality industry, hospitality sector, hotel industry, restaurant industry, sphere of services.

Постановка проблеми. Протягом останніх років все більша кількість вітчизняних та закордонних науковців схиляється до думки про те, що важливим вектором розвитку економіки України є розвиток туристичного бізнесу та сфери гостинності. Гостинність являє собою багатопланову та багатофункціональну сферу суспільного виробництва, яка впливає на економіку держави загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням сутності сфери гостинності, історії

становлення та розвитку займалися С.П. Кузик, О.О. Любіцева, М.П. Мальська, І.Г. Пандяк, Т.І. Ткаченко. Проте, незважаючи на їх значний науковий доробок у цьому напрямі, низка важливих проблем сфери гостинності вимагає глибшого дослідження.

Постановка завдання. Метою дослідження є розроблення та обґрунтування теоретичних і методичних положень для розкриття поняття «гостинність».

Виклад основного матеріалу дослідження.

У науковій та професійній літературі широко використовують поняття «гостинність», «сфера гостинності», «індустрія гостинності». Нині не існує єдиного підходу до трактування цих понять. Розглянемо ретроспективу формування генезису гостинності та розвитку її трактування з розвитком суспільного виробництва.

Гостинність як фундаментальна характеристика людського буття на різних етапах культурно-історичного розвитку людства набувала специфічних етнокультурних рис та різноманітних історичних форм. Гостинність пройшла великий еволюційний шлях і зазнала суттєвих якісних змін, перетворившись у сучасному суспільстві на одну з найважливіших складових частин соціокультурного сервісу.

До походження терміна «гостинність» є два підходи. Згідно з першим, термін походить від латинського слова "hospitium" у такому значенні: давня греко-римська морально-правова концепція гостинності як дане Богом право гостю і даний Богом обов'язок господаря; гостьовий будинок, у якому приймали подорожуючих. Прихильники другого підходу вважають, що термін походить від старофранцузького слова "hospice" (хоспіс – будинок для приймання подорожуючих, тобто помешкання, місце, в якому подорожуючі могли отримати прихисток та їжу) [1, с. 12]. Інколи термін «гостинність» вживають у побутовому значенні як особливий вид привітності, хлібосольства господаря під час прийому гостей.

Історичний принцип у вивченні сфери гостинності дає змогу виявити основні етапи, особливості та тенденції її розвитку. Необхідно встановити вплив мотивів подорожей і туризму, культурних та економічних особливостей на розвиток системи гостинності, а також зворотний зв'язок, тобто дію системи засобів гостинності на мотиви та характер подорожей, економічний і культурний розвиток поселень.

В процесі дослідження визначено, що основними чинниками становлення та розвитку сфери гостинності є такі:

– соціальні чинники, які полягають у тому, що розвиток суспільних відносин зумовив демографічні та міграційні процеси, необхідність системи засобів гостинності для їхньої реалізації;

– економічні чинники, тобто збільшення доходів населення, значний економічний потенціал окремих регіонів і центрів, що зумовлює розвиток туристично-рекреаційних комплексів, насамперед розвиток сфери гостинності;

– культурні чинники; на потреби, мотиви, цінності подорожуючих вплинули особливості ментальності, культури і релігії, що зумовило формування системи засобів гостинності, визначило профіль їхньої спеціалізації;

– науково-технічний прогрес; використання досягнень науки й техніки зумовило зміну форм та методів діяльності засобів гостинності, тобто використання новітніх технологій, технічних засобів, інформаційних систем;

– політичні чинники; система законодавчих і нормативних принципів держави зумовлює вплив на комплекс функціональних характеристик засобів гостинності, будівництво та умови оснащення засобів розміщення, створення корпоративних форм організації; чинник освоєння або завоювання нових територій визначив геопросторове поширення принципів організації сфери гостинності тієї чи іншої держави;

– природно-ресурсні чинники; освоєння рекреаційно-туристичних природних ресурсів та ландшафтів зумовлює створення рекреаційно-туристичної інфраструктури, насамперед сфери гостинності;

– історичні чинники, які відобразилися в еволюції форм і методів організації засобів та сфери гостинності загалом і заміні одних історичних форм засобів та методів гостинності іншими.

Гостинність як соціальне і культурологічне явище має надзвичайно велику історію буття, оскільки коріння гостинності губиться у глибині тисячоліть, у кожного народу вона має свою психологічну специфіку, оскільки живиться ментальністю етносів.

Інститут гостинності має давні традиції у світовій культурі. В Європі формування цього інституту розпочалося з часів Давньої Греції, де він поставав у вигляді так званої проксенії, або інституту договорів про взаємну гостинність. Подорожуючим надавалися основні послуги, а саме притулок і харчування, що дедалі частіше доповнювалося транспортними послугами, а згодом розвагами та відпочинком. Складалася сфера публічної гостинності, що разом із уявленнями про культурні норми у цій сфері перетворювалася вже на соціокультурний інститут. Водночас формувалась філософія гостинності, тобто та духовна основа, яка визначала її порядок, норми, провідні цінності тощо. У кожную добу в певних суспільствах ця філософія і сфера набувала конкретно-історичних форм. Водночас формується інваріантне ядро інституту гостинності, що з кінця XIX ст. – початку XX ст. тісно поєднується з туризмом [2].

Більшість науковців виділяє такі періоди еволюції сфери гостинності (рис. 1).

З розвитком надання послуг гостинності людям, котрі з певних причин покидали свої домівки, гостинність перетворилась на професію, а потім і на справжню індустрію.

Поняття «сфера гостинності» не так давно застосовується в українській науковій та практичній діяльності, більш поширеним до останнього часу було поняття «індустрія гостинності».

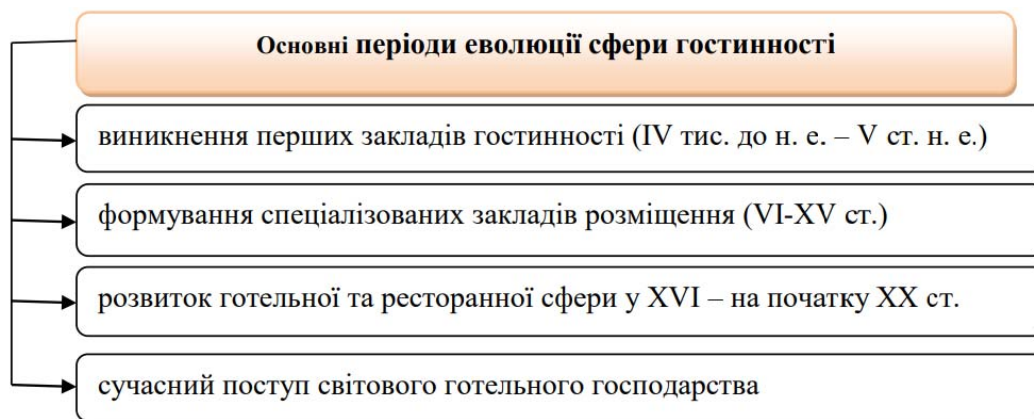


Рис. 1. Основні періоди еволюції сфери гостинності

Джерело: [1, с. 10]

У широкому розумінні зміст поняття «сфера гостинності» асоціюється з готельною діяльністю, а також із проявом професійної та персональної уваги до споживачів цієї послуги, тому досить часто до характеристик поняття закладається рівень обслуговування відвідувачів з точки зору надання ним готельних, ресторанних та додаткових сервісних послуг. Саме наявність останнього компоненту (додаткові послуги) ускладнює процес визначення змісту цього поняття, оскільки охоплює велику кількість складових частин, спрямованих на максимальне задоволення потреб туристів. Існування проблеми засвідчує розмаїття підходів науковців до тлумачення поняття «сфера гостинності».

Зміст поняття «сфера гостинності» сформовано як поєднання понять «сфера» [3] (область дії, межі поширення чого-небудь) та «гостинність» – мистецтво приймати клієнтів, тобто споживачів послуг готельного, туристичного, екскурсійного, ресторанного та інших форм і видів бізнесу.

Характеристики мистецтва приймати клієнтів відображені у визначенні поняття «гостинність», що подається у тлумачному словнику Н. Вебстра: «гостинність – обслуговування, що спирається на принципи гостинності, які характеризуються щедрістю та доброзичливістю по відношенню до гостей» [4]. З точки зору сфери гостинності автором запропоновано таке її визначення: «сфера підприємництва, що складається з таких видів обслуговування, які ґрунтуються на принципах гостинності і характеризуються щедрістю та доброзичливістю у ставленні до гостей» [4].

Дж.Р. Уокер зазначає, що гостинність – це одне з фундаментальних понять людської цивілізації, яке вже давно перетворилось на індустрію, у якій зайнято не один мільйон професіоналів. Індустрія гостинності об'єднує туризм, готельний і ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок і розваги, організацію конференцій і нарад. Головна відмінність гостинності від інших сфер бізнесу

полягає в тому, що основною метою гостинності є задоволення запитів гостей [1, с. 464]. В цьому разі гостинність розглядається з позицій індустрії, в яку входять різні сектори громадського обслуговування, а їх діяльність об'єднується в межах гостинності. Проте не визначено суб'єктів надання та отримання послуг гостинності.

М.Г. Бойко, Л.М. Гопкало гостинність ототожнюють з атмосферою доброзичливості, якою оточують споживача готельних послуг, що відповідає сутності господарської діяльності у цій сфері. Гостинність є системою зі створення комфортного перебування подорожуючого поза місцем постійного проживання. До цієї системи входять послуги розміщення, харчування, додаткові послуги, необхідні проживаючому для повноцінної життєдіяльності [5, с. 28]. У понятті «гостинність» наголошено на важливості сервісної складової частини. Індустрія гостинності асоціюється з готельним бізнесом у структурі туристичної індустрії та послугами, які забезпечені в таких підприємствах.

М.П. Мальська зазначає, що сфера гостинності – це комплекс галузей, головне завдання яких пов'язується з обслуговуванням туристів під час їхнього перебування поза місцем їх постійного проживання [6, с. 59].

Як бачимо, основним із найважливіших аспектів визначення поняття «гостинність» є задоволеність клієнтів, яку потрібно постійно вдосконалювати та підвищувати.

Вперше термін «гостинність» був використаний європейськими експертами конфедерації національних асоціацій готелів і ресторанів (ХОТ-РЕК), утвореної у 1982 році, а у вітчизняній практиці поняття «індустрія гостинності» використовується з кінця XX ст. [7]. «Поняття «індустрія гостинності» об'єднує всі галузі економіки, пов'язані з обслуговуванням людей через спеціалізовані підприємства, причому вважаємо, що принцип гостинності об'єднує всі ці сфери в єдине ціле, будучи їхнім спільним детермінантом» [7].

М.В. Гакова виділяє готельно-ресторанне господарство в структуровану систему індустрії гостинності, тому що вживання терміна «індустрія гостинності» асоціюється у споживачів із дружелюбністю, щедрістю, увагою до гостей, також треба зазначити, що це визначення позитивно позиціонує цей вид економічної діяльності [7]. Отже, «індустрія гостинності» є збірним поняттям, що охоплює різні форми діяльності у сфері послуг, пов'язані з прийманням, обслуговуванням та задоволенням гостей задля отримання прибутку.

Аналізуючи поняття гостинності, доходимо висновку, що гостинність – це складна категорія, яка потребує подальшого уточнення та конкретизації. Вчені, досліджуючи цю категорію, розподіляли її на дві складові частини, такі як гостинність та індустрія гостинності. Гостинність переважно розглядалася з позицій культурних, морально-етичних норм, а індустрія гостинності – з позиції підприємницької діяльності. Пропонуємо визначити гостинність як сукупність наданих послуг гостю задля задоволення його потреб та одержання позитивних вражень від перебування в різних сферах життєдіяльності суспільства.

Продукт гостинності – основний матеріальний складник туристичного продукту, що здійснює вирішальний вплив на його характеристики. Так, споживання продукту гостинності зумовлено рухом споживачів, туристичними подорожами; орієнтація сфери гостинності на туристів передбачає просторову організацію створення й реалізації відповідних послуг. Серед компонентів туристичного продукту послуги підприємств гостинності найбільш матеріалізовані, туристи найбільше часу впродовж подорожі витрачають на ці послуги, вони найбільше повторюються у структурі туристичного пакета [8, с. 84–85]. Водночас гостинність є комплексною послугою, якій притаманні визначені споживчі властивості та яка створює позитивний образ підприємства, що означає прояв «вторинного попиту» на послуги. Позитивний образ у сфері гостинності має створюватися за допомогою всебічного використання ресурсів гостинності, комфортного середовища гостинності, стратегії і концепції гостинності [9, с. 100].

Сфера гостинності охоплює велику кількість таких складових частин, спрямованих на максимальне задоволення потреб споживачів:

- заклади розміщення (готелі, мотелі, кемпінги, ботелі, туристичні бази, пансіонати, ротелі, флотелі, бунгало тощо);
- комерційні туристичні підприємства (туроператори, туристичні агентства, туристичні бюро, екскурсійні бюро, інші підприємства сфери туризму);
- спеціалізовані транспортні підприємства;
- заклади громадського харчування (ресторани, кафе, бари, їдальні, закусочні);

- заклади сфери культури й мистецтва;
- підприємства, діяльність яких спрямована на надання індивідуальних і масових розважальних послуг;

- інші підприємства, діяльність яких спрямована на задоволення потреб споживачів послуг.

Сучасні тенденції розвитку сфери гостинності вимагають створення механізму, який даватиме змогу активізувати розвиток вітчизняної сфери гостинності. Задля цього необхідно визначити головні напрями державної політики у сфері гостинності, тобто необхідно розробити організаційні, економічні та технологічні заходи для підвищення конкурентоспроможності сфери гостинності. З огляду на те, що розвиток сфери гостинності відбувається в умовах конкурентної боротьби, задля максимального залучення туристів, споживачів необхідно пропонувати такі варіанти, як низький рівень цін, висока культура обслуговування, широкий асортимент послуг, імідж закладу сфери гостинності, висока кваліфікація персоналу, гнучка політика знижок.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, гостинність – це складний економічний, соціальний, культурний, психологічний феномен, універсальна категорія повсякденно-побутової культури, відображеної у національних традиціях, толерантності і турботі про гостя. Гостинність повинна супроводжувати людину в усіх сферах життєдіяльності, надавати їй позитивні враження та підвищувати якість життя. Економічна форма цієї категорії, сфера гостинності – це складна соціально-економічна система зі створення, просування і реалізації послуг з розміщення, харчування, побутового обслуговування, дозвілля, а також реалізації товарів у закладах готельного й ресторанного господарства. Сфера гостинності має тривалий еволюційний розвиток, складну організацію та відіграє вагомую роль в економіці.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Уокер Дж.Р. Введение в гостеприимство : учебник / пер. с англ. Н.Н. Михайлова. Москва : ЮНИТИ, 1999. 464 с.
2. Воронкова Л.П. История туризма и гостеприимства : учебное пособие. Москва : ФАИРПРЕСС, 2004. 304 с.
3. Словник іншомовних слів URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%D1%F4%E5%F0%E0>.
4. Вебстер Н. Толковый словарь. Словари онлайн. URL: <http://slovarvocab.com/english/merriam-webster-dictionary.html>.
5. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства : підручник. Київ : Київський національний торгово-економічний університет, 2006. 448 с.
6. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 472 с.

7. Гакова М.В. Управління підприємствами готельно-ресторанного господарства: сутність та специфіка. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. Вип. 13. Ч. 1. С. 55–60.

8. Пандяк І.Г. Місце та особливості сфери гостинності в туристичній індустрії. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія «Географія»*. 2017. № 2. С. 81–86.

9. Любчук О.К., Ярченко Ю.В. Менеджмент гостинності як інструментальна складова частина механізму державного управління сферою туризму. *Публічне управління і адміністрування в Україні*. 2019. Вип. 11. С. 98–101.

REFERENCES:

1. Walker J.R. (1999) *Vvedenie v gostepriimstvo* [Introduction to hospitality]. Moscow: UNITY. (in Russian)

2. Voronkova L.P. (2004) *Istoriya turizma i gostepriimstva* [History of tourism and hospitality]. Moscow: FAIRPRESS. (in Russian)

3. *Slovnnyk inshomovnykh sliv* [Dictionary of foreign words]. Available at: <https://www.jnsm.com.ua/cgibin/u/book/sis.pl?Qry=%D1%F4%E5%F0%E0>.

4. Webster N. *Tolkovyy slovar'* [Slovari onlayn. Explanatory Dictionary. Dictionaries online]. Available at:

<http://slovarvocab.com/english/merriam-webster-dictionary.html>.

5. Boyko M.G., Hopkalo L.M. (2006) *Orhanizatsiia hotelnoho hospodarstva* [Hospitality management organization]. Kyiv: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t. (in Ukrainian)

6. Malska M.P., Pandiak I.H. (2009) *Hotelnyi biznes: teoriia ta praktyka* [Hotel business: theory and practice]. Kyiv: Center for educational literature. (in Ukrainian)

7. Hakova M.V. (2017) *Upravlinnia pidpriemstvamy hotelno-restorannoho hospodarstva: sutnist ta spetsyfika* [Management of hotel and restaurant enterprises: essence and specifics]. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International economic relations and world economy*. Issue 13, pp. 55–60.

8. Pandyak I.G. (2017) *Misce ta osoblyvosti sfery gostynnosti v turystychnij industriji* [Location and features of the host of sphere tourist industry]. *Naukovi zapysky Ternopil'skogo nacional'nogho pedagoghichnogho universytetu imeni Volodymyra Ghnatjuka. Serija "Gheoghrafja"*, no. 2, pp. 81–86.

9. Ljubchuk O.K., Jarchenko Ju.V. (2019) *Menedzhment gostynnosti jak instrumentaljna skladova chastyna mekhanizmu derzhavnogho upravlinnja sferoju turyzmu* [Management of hospitality as the instrumental composition of mechanism of state administration by the sphere of tourism]. *Publichne upravlinnja i administruvannja v Ukraini*, vol. 11, pp. 98–101.