І. КОНСТИТУЦІЙНІ ОСНОВИ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Гапоненко Світлана Олександрівна
асистент кафедри туристичного бізнесу та гостинності
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
ORCID: 0000-0001-6647-3335

ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ ТА СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ КОЛЕКТИВНИХ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ

Наукова робота присвячена дослідженню проблем класифікації підприємств колективних засобів розміщення та розвитку гостинності. Автор проаналізував сутність категорії «гостинність» та доповнив класифікацію колективних засобів розміщення менш типовими засобами розміщення, відповідно до сучасного стану готельної індустрії.

Ключові слова: гостинність, індустрія гостинності, колективні засоби розміщення, вілли, котеджі, гостьові будинки, кондомініуми, транспорті засоби з можливістю розміщення, садиби (колиби), спортивні комплекси, таунхауси.

Haponenko Svitlana
Associate of Department of Tourism Business and Hospitality
Oles Honchar Dnipro National University
ORCID: 0000-0001-6647-3335

HOSPITALITY INDUSTRY AND MODERN APPROACHES TO THE CLASSIFICATION OF COLLECTIVE ACCOMMODATION

The scientific work is devoted to the study of the problems of classification of enterprises of collective accommodation and development of hospitality. The author analyzed the essence of the category of «hospitality» and supplemented the classification of collective accommodation with less typical accommodation, in accordance with the current state of the hotel industry.

Key words: hospitality, hospitality industry, collective means of accommodation, villas, cottages, guest houses, condominiums, means of transport with possibility of accommodation, estates (huts), sports complexes, townhouses.

Дослідженням проблем та перспективами розвитку підприємств гостинності займаються такі вчені як О. В. Гейдарова, Л. О. Гризовська [1], Л.Г. Лук'янова, Т. Т. Дорошенко, І. М. Мініч [2], М. П. Мальська, В. В. Худо, В. І. Цибух [3], А.І. Мартієнко [4] та інші.

Сутність категорії «гостинність» доцільно розглядати також через маркетинговий підхід, оскільки саме гостинність є найголовнішим елементом іміджу як підприємств, що надають готельно-туристичні послуги, так і країни чи регіону в цілому, гостинність також можна охарактеризувати як комплекс «4 P»: product – продуктом є те ставлення до споживача послуг, яке головним чином виправдовує і навіть перевищує його очікування від гостинності; price – чим вищий рівень гостинності, тим вищу ціну можна встановлювати за надані готельно-туристичні послуги, у даній сфері зв'язок між собівартістю та кінцевою ціною є суттєво слабший, ніж у виробничій сфері, оскільки навіть при досить значних капіталовкладеннях у розбудову готельно-туристичної інфраструктури можна не отримати бажаного ефекту через низький рівень морально-етичної чи соціальної складової, у той же час порівняно менш розвинена матеріальна складова може принести більший ефект за рахунок нематеріальної складової; place – місце розташування має важливе значення як з точки зору наближеності до культурних цінностей, архітектурних та природних пам'яток, так і в плані розвитку інфраструктури, екологічності; promotion – просування продукту індустрії гостинності має специфічні риси, найкращим засобом, при цьому, є формування позитивного іміджу серед споживачів та розповсюдження цієї інформації безпосередньо ними

(через соціальні мережі, репости, «сарафанне радіо», позитивні відгуки на сайтах організацій тощо).

Розвиток індустрії гостинності насамперед пов'язаний із діяльністю підприємств готельного бізнесу, це зокрема зафіксовано в перекладі терміну «готель» (від латинської мови «hostel» та англосаксонської «hospitality», що означає «гостинність», та старофранцузького «hospice» – «гість»). У міжнародному туристичному словнику, сформульовано таке визначення терміну «готель» – це заклад, у якому подорожуючі можуть взамін за винагороду скористатись ночівлею і, зазвичай, харчуванням [8]. Готель належить до засобів колективного розміщення, до яких у цілому належать будь-які об'єкти, що надають людям епізодично або регулярно місце для ночівлі (зазвичай у приміщеннях), поділяючи їх на дві категорії – колективні та індивідуальні. Ця класифікація розроблена Всесвітньою туристичною організацією і визнається у всьому світі.

Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України «Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» від 15 березня 2006 р. № 297, колективними вважаються засоби розміщення «загальною кількістю місць 30 або більше; знаходяться у власності юридичних та фізичних осіб-підприємців» [7]. В Україні і у світі існує значна кількість видів засобів колективного розміщення. З метою здійснення статистичних спостережень Державний комітет статистики України виділяє дві групи колективних засобів розміщення (готелі та аналогічні заклади розміщення та спеціалізовані заклади розміщення) [5], [6]. На наше переконання, дану класифікацію доцільно доповнити менш типовими засобами розміщення, такими, як вілли, котеджі, гостьові будинки, кондомініуми, транспорті засоби з можливістю розміщення (наприклад, круїзні лайнери), садиби (колиби), спортивні комплекси, таунхауси та ін. відображено на рисунку 1.

Отже, найбільш поширеними і популярним засобом колективного розміщення серед гостей у всьому світі є готелі. З розвитком індустрії гостинності виникають нові підходи щодо розуміння сутності понять «готель», «підприємство готельного бізнесу» «заклад готельного господарства», з'являються нові види таких підприємств, розширюється спектр напрямів діяльності, що зумовлює зміни у розумінні сутності та призначенні цих об'єктів.

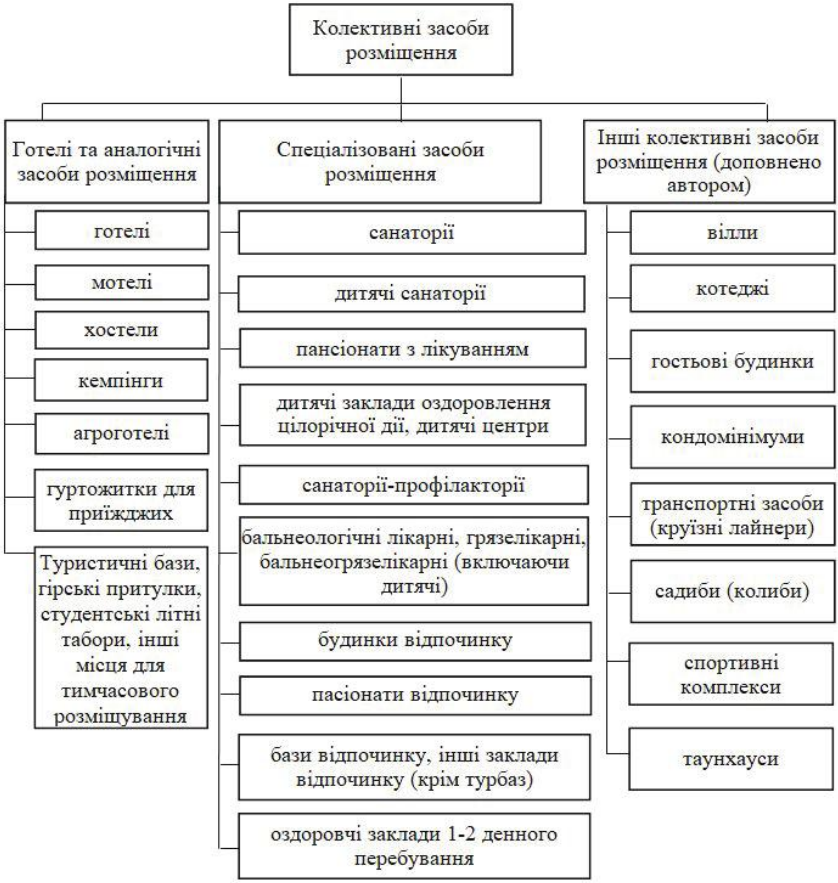

Рис. 1. Види колективних засобів розміщення відповідно до Державного комітету статистики України (доповнено автором)

Джерело: узагальнено автором на основі [5], [6].

Також важливу роль у забезпеченні гостинності відіграє управлінський вектор. Для високого рівня гостинності необхідне чітке виконання всіх управлінських функцій: планування, організація, координація, мотивація, контроль. А саме планування заходів, що

сприяють забезпеченню високого рівня гостинності (інтер'єр готелю, сервіс, додаткові послуги, концепція закладу), організація та координація заходів полягає в тому, щоб створити синергічний ефект від взаємодії усіх елементів гостинності. Важливу роль у забезпеченні гостинності відіграє функція контролю, в індустрії гостинності найефективнішим методом оцінювання контрольних точок є опитування споживачів з різних питань, при цьому, важливим критерієм є відсутність скарг та негативних відгуків. Визначальною є функція мотивації, оскільки саме люди створюють атмосферу гостинності, їх особисті риси, професіоналізм, вміння, «hard skills» і «soft skills», таким чином, проявляється трудовий вектор гостинності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гейдарова О. В., Гризовська Л. О. Особливості типізації засобів розміщення в індустрії гостинності. *Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки*. 2019. № 5. С. 74-77.
2. Лук'янова Л. Г., Дорошенко Т. Т., Мініч І. М. Уніфіковані технології готельних послуг: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ. ін-т туризму, економіки і права. Вища шк., 2001. 236 с.
3. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу: навч. посібник. Київ, Центр навчальної літератури. 2004. 271 с.
4. Мартієнко А.І., Дишкантюк О.В. Сутність гостинності як економічної категорії: *Економіка: реалії часу*. №2 (30). 2017. С. 72-78. URL: https://economics.net.ua/files/archive/2017/No2/72.pdf
5. Колективні засоби розміщування в Україні (юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб) у 2020 році. Статистична інформація. Державний комітет статистики. URL : http://www.ukrstat.gov.ua
6. Колективні засоби розміщування (з урахуванням діяльності фізичних осіб-підприємців) у 2020 році. Статистична інформація. Державний комітет статистики. URL : http://www.ukrstat.gov.ua.
7. Порядок встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання): Постанова Кабінету Міністрів України № 803 від 29.07.2009. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/803-2009-%D0%BF#Text (дата звернення: 12.02.2021).
8. Dictionnaire touristique international. Monte-Carlo: Academie internationale du tourisme. 1961. 298 p.

REFERENCES

1. Heydarova O. V, Gryzovska L. O (2019). Osoblyvosti typizatsii zasobiv rozmishchennia v industrii hostynnosti. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu: Ekonomichni nauky – Bulletin of Khmelnytsky National University: Economic Sciences, 5, 74–77* [in Ukrainian].
2. Lukyanova L. G, Doroshenko T. T, Minich I. M. (2001). Unifikovani tekhnolohii hotelnykh posluh. Kyiv. in-t turyzmu, ekonomiky i prava. Vyshcha shk. [in Ukrainian].
3. Malskaya M. P, Khudo V. V, Tsybukh V. I (2004). Osnovy turystychnoho biznesu. Kyiv, Tsentr navchalnoi literatury [in Ukrainian].
4. Martienko A. I., Dishkantyuk O. V. (2017). Sutnist hostynnosti yak ekonomichnoi katehorii. *Ekonomika: realii chasu – Economy: the realities of time, 2 (30), 72–78.* URL: https://economics.net.ua/files/archive/2017/No2/72.pdf [in Ukrainian].
5. Kolektyvni zasoby rozmishchuvannia v Ukraini (yurydychni osoby, vidokremleni pidrozdily yurydychnykh osib) u 2020 rotsi. Statystychna informatsiia. Derzhavnyi komitet statystyky. URL: http://www.ukrstat.gov.ua [in Ukrainian].
6. Kolektyvni zasoby rozmishchuvannia (z urakhuvanniam diialnosti fizychnykh osib-pidpryiemtsiv) u 2020 rotsi. Statystychna informatsiia. Derzhavnyi komitet statystyky. URL: http://www.ukrstat.gov.ua [in Ukrainian].
7. Poriadok vstanovlennia katehorii hoteliam ta inshym obiektam, shcho pryznachaiutsia dlia nadannia posluh z tymchasovoho rozmishchennia (prozhyvannia): Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy № 803 vid 29.07.2009. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/803-2009-%D0%BF#Text [in Ukrainian].
8. Dictionnaire touristique international. (1961). Monte-Carlo: Academie internationale du tourisme.