

УДК 338.24:640.41

Тетяна Незвещук-Когут

*канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри технології та організації готельно-
ресторанного бізнесу,
Чернівецький торговельно-
економічний інститут КНТЕУ*

ЕТИКА Й ЕСТЕТИКА ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ КОМФОРТУ ЗАКЛАДУ ГОСТИННОСТІ

Одним із ключових напрямів створення якісних послуг гостинності є чітке дотримання параметрів комфортності, які сформовані досвідом і практикою сфери гостинності і є універсальними для підприємств готельного, ресторанного та туристичного бізнесу. Метою цього наукового повідомлення є важливість урахування норм етики й естетики під час формування та забезпечення загального комфорту закладів сфери гостинності.

Зазначимо, що до комплексу складників поняття «комфорт» уведено такі елементи, як: інформаційний, економічний, естетичний, побутовий, психологічний.

Створення інформаційної комфортності починається з інформації про заклади розміщення, підприємства харчування та інші об'єкти сфери гостинності, які споживач може отримати ще до їх відвідування. Важливим складником такого контенту є фотографії з видами внутрішнього дизайну приміщень, а також готових страв, напоїв та інших товарів / послуг, інформація про ціни, перелік основних і додаткових послуг, наявність сертифікату на безпеку послуг або підтвердження категорії готелю тощо.

Важливо, щоб така інформація була абсолютно достовірною, актуальною та доступною, крім того, вона повинна бути подана у формі, яка б задовольняла запити споживача. В епоху диджиталізації на зміну класичним каталогам, рекламним проспектам, листівкам використовують спеціалізовані сайти, соціальні мережі, різноманітні онлайн-платформи, цифрові застосунки – Tripadvisor, Booking

тощо, на яких споживач може отримати релевантну (порівняльну) інформацію для ухвалення рішення про вибір продукту чи послугу.

Економічний комфорт розуміють як зручність розрахунку для гостя, систему дисконтів, бонусів, клубних карт та інші заходи, що мотивують гостя до повторного вибору засобу розміщення або підприємства ресторанного бізнесу, турагентства або екскурсійного бюро, що і є основною метою системи якості.

Естетичний комфорт. Однією з причин вибору закладу сфери гостинності є естетично оформлений інтер'єр, який створює атмосферу затишку й домашнього тепла.

Загальні правила та способи розроблення дизайну інтер'єру внутрішнього середовища приміщень для підвищення конкурентоспроможності підприємства:

- єдиний стиль та відповідність концепції діяльності підприємства;
- урахування психологічного впливу кольору на емоційний стан людини у разі вибору колірної гами;
- використання матеріалів, що відповідають стандартам безпеки й гігієни та є стійкими до впливу високих температур і хімічних речовин.

Побутовий комфорт передбачає створення нормальних умов для проживання гостя (оптимальної температури, вологості повітря, атмосферного тиску, зручності меблів). Для досягнення побутового комфорту використовують кондиціонери, очисники повітря, зручні меблі відповідно до принципів ергономіки.

Психологічний комфорт. З одного боку, поняття психологічного комфорту охоплює всі названі вище параметри комфорту, оскільки у разі відсутності хоча б одного з цих складників настроїв гостя буде зіпсовано, проте є і специфічні вимоги, виконання яких гарантує нормальний психологічний стан гостя. Ці вимоги стосуються галузі гуманітарних технологій, і їх виконання цілком залежить від персоналу – це повага і гостинність щодо гостя.

Ураховуючи названі складники категорії «комфорт», варто відзначити важливість їх побудови на основі системи принципів і норм етики та естетики, що забезпечують позитивний вплив на психологічний стан споживача.

Зазначимо, що етика – це набір моральних принципів і цінностей, що формують поведінку особи чи групи осіб. Перелік етичних

норм, що характеризує правильну поведінку підприємства, містить орієнтацію способу дій на етичні цілі, людяність, ліберальність і терплячість, прагнення до справедливості, самостійність та індивідуальність, самоствердження в роботі, прагнення до соціальних контактів, вільне висловлювання думок, прагнення безпеки, соціальну користь праці й демократію.

Етичні нормативи описують систему загальних цінностей і правила етики, яких мають дотримуватися її працівники. Етичні нормативи розробляють, щоб описати мету організації, створити нормальну етичну атмосферу й визначити етичні рекомендації у процесах прийняття рішень.

Естетику ми розуміємо як чуттєво споглядальне або творче ставлення людини до дійсності, науку, що вивчає специфічний досвід освоєння оточуючої дійсності [1]. Отже, ураховуючи естетичні норми та принципи в інтер'єрі закладу розміщення, передбачаємо позитивний психоемоційний вплив середовища на споживача для створення умов його комфортного перебування поза постійним місцем проживання.

Урахування основних законів та норм етики й естетики під час формування та забезпечення всіх складників поняття «комфорт» закладу сфери гостинності є гарантією високої якості надання послуг та позитивного враження з боку споживачів послуг.

Ключові слова: етика, естетика, комфорт, сфера гостинності, інформаційний комфорт, економічний комфорт, естетичний комфорт, побутовий комфорт, психологічний комфорт.

Список використаних джерел

1. Естетика : підручник / Левчук Л. Т., Панченко В. І., Оніщенко О. І., Кучерюк Д. Ю. / за заг. ред. Л. Т. Левчук. – 3-тє вид., допов. і переробл. – Київ : Центр учбової літератури, 2010. – 520 с.