

УДК 338.483.13:392.72

Інна Степаненко

магістр кафедри технологій м'яса та м'ясних продуктів

*Науковий керівник:***Василь Пасічний**

д.т.н., професор

завідувач кафедри технологій м'яса та м'ясних продуктів

Національний університет харчових технологій

ГОСТИННІСТЬ І СЕРВІС: ДОСВІД, ОСОБЛИВОСТІ СЬОГОДЕННЯ, ПЕРСПЕКТИВИ

Останніми роками ресторанний бізнес розвивається та зростає досить динамічними темпами. Відкриваються нові заклади, паралельно колишні ринки перетворювались на сучасні гастропростори, з'являлись нові формати ресторанного бізнесу, які корелюються з впровадженнями промислової та крафтової HoReCa.

Різні вчені трактують категорію «сфера гостинності» впротилежних значеннях. Зокрема, І. Пандяк у статті «Феномен індустрії гостинності: дефініція поняття, основні підходи, структура» досліджував генезис категорії «гостинність», де зазначив, що це одне з основних понять розвитку суспільства, закладене в морально-етичних принципах будь-якого народу.

Автор визначає термін «індустрія гостинності» – як складну і відокремлену соціально-економічну систему зі створення і реалізації послуг з розміщення, харчування, обслуговування в побуті, дозвілля та інше, а також реалізації товарів у закладах готельного і ресторанного профілю. Індустрія гостинності має тривалий еволюційний розвиток, складну організацію, сумісно з індустрією забезпечення логістики системи харчування в туристичному бізнесі та формує єдину систему обслуговування туристів, що відіграє вагомую роль в економічній доцільності організації гастротурів.

Американські автори Дж. Дітмер і Дж. Гріффін ототожнюють індустрію туризму та індустрію гостинності. Як окрема складова економіки, індустрія гостинності складається зі сфери гостинності та сфери подорожей і туризму. Гостинність об'єднує послуги харчування і розміщення; сферу подорожей і туризму, трансфер, розваги та відпочинок [1, 2].

Сучасні реалії функціонування підприємств різних галузей має складний характер, так як ми живемо у, досить, непростий час військових дій і вимушеного переїзду населення в більш безпечні місця. Війна зламала плани тисячам підприємців в Україні. Руйнація міст, мільйони переселенців та біженців, зупинка виробництва та торгівлі в місцях бойових дій завдають тяжкого удару економіці. Наразі велика надія покладається на забезпечення тилової інфраструктури країни, для забезпечення обігу системи послуг, як одного з важелів працюючої економіки. Через бойові дії багато рестораторів були вимушені тимчасово закрити заклади, а ті, хто вистояли, взяли на себе весь тягар волонтерської діяльності [2, 3].

Формування та реалізація стратегії розвитку підприємства ресторанного бізнесу зазвичай здійснювалися під впливом широкого спектру груп чинників, зокрема науково-технічних, соціальних, культурно-історичних, економічних, політико-правових, міжнародних, природно-кліматичних, демографічних.

В наш час гостинність перетворилась в окрему індустрію, де задіяно мільйони професіоналів та підприємств. Гостинність являє собою особливий елемент у структурі готельного господарства, що створює для гостей приємні спогади та відчуття.

Найважливішими складовими маркетингу в сфері послуг є так звані «4Р»: Product (продукт); Price (ціна); Place (місце збуту); Promotion (просування) [2, 3].

Сьогодні, в умовах постійної конкуренції ресторанні господарства прагнуть надавати не лише якісні основні послуги, а й підтримувати цікавість та лояльність споживачів за допомогою низки додаткових послуг.

Щоб досягти успіху та можливості стабільного розвитку, компанії мають засвоїти нову філософію та переформатуватися на нові реалії сьогодення. Перемога на сучасному ринку можлива, якщо компанія орієнтована на клієнта – найвищою цінністю має вважатися виконання

побажань цільових груп споживачів, враховувати їх функціональні гастропотреби [4]. Компанії повинні формувати цільову клієнтську аудиторію, а не тільки виробляти уніфіковані продукти.

Нестабільна економічна та політична ситуація викликала низку проблем, з якими зіткнулася індустрія гостинності. Саме тому, підприємства змушені уважно вивчати кон'юнктуру ринку, що складається з пошуку та використання різних форм бізнесу, використання інноваційних технологій для ефективного управління підприємствами індустрії гостинності та забезпечення високої конкурентоспроможності на ринку послуг.

Список використаних джерел

1. Бойко М. Г. Організація готельного господарства : підручник / Бойко М. Г. Гопкало Л. М. // Київ : – Київ. нац. торг. – екон. ун-т, 2006. – 448 с
2. Пандяк І. Феномен індустрії гостинності: дефініція поняття, основні підходи, структура / Пандяк І. // Вісник Львівського університету. Серія географічна. – Львів, 2016.
3. Русавська В. А. Гостинність в українській побутовій культурі ХІХ ст. : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. іст. наук: 17.00.01. – Київ, 2007.
4. Дослідження здатності до протеолізу м'ясних січених напівфабрикатів функціонального призначення / Українець А. І., Пасічний В. М., Шведюк Д. А., Мацук Ю. А. // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Ґжицького. Серія: Харчові технології. –2017– Т. 19, № 75. – С. 129–133.