

Мілашовська Ольга Іванівна,
д.е.н., професор кафедри готельно-ресторанної справи,
Шитікова Тетяна Володимирівна,
аспірант кафедри готельно-ресторанної справи,
Мукачівський державний університет

ГЕНЕЗИС РОЗВИТКУ ТА ОЦІНКА СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

У статті проведено дослідження генезису розвитку сфери гостинності та чинників, які впливають на її привабливість. Так як не існує єдиного визначення поняття «сфера гостинності» (або «індустрія гостинності»), яке б відповідало всім аспектам, які воно охоплює, висвітлено особливості трактувань даного поняття різними науковцями. Метою даної статті є дослідження поняття сфери гостинності, її історії, чинників становлення та розвитку, питання привабливості території, зокрема сфери гостинності та показників її оцінки. Сфера гостинності, як і будь-яка інше сфера економіки, покликана задовольняти потреби людей, в даному випадку – туристів. Елементом наукової новизни дослідження є те, що питання привабливості сфери гостинності не підлягало дослідженню як окремий напрямок. Розглядалася в даному випадку привабливість туристичних регіонів в загальному, а не сфери гостинності зокрема. У статті названо і охарактеризовано чинники становлення та розвитку сфери гостинності та періоди її еволюції. Основними чинниками становлення та розвитку сфери гостинності є такі: історичні, економічні, культурні, науково-технічний прогрес, політичні та природно-ресурсні. У публікації розглянуто питання привабливості туристичних регіонів та результати досліджень даного напрямку різними вченими. Стосовно показників, за якими можна оцінити туристичну привабливість території, то вони не дають точної інформації про рівень привабливості певної території, а лише відображають чинники впливу і ситуацію на ринку. Отож необхідним є визначення таких показників, які б найбільш повно могли оцінити можливість та перспективи сфери гостинності того чи іншого регіону. Подальші дослідження будуть спрямовані на визначення системи показників, які дозволять провести оцінку привабливості даної сфери на конкретно визначеній території.

Ключові слова: сфера гостинності, індустрія гостинності, привабливість, привабливість туристичного регіону, показники привабливості.

ВСТУП

Постановка проблеми. Поняттю «сфера гостинності» достатньо складно дати якесь загальне визначення, оскільки вона охоплює велику кількість складових, які існують в постійній єдності, і робота яких покликана задовольняти потреби туристів. Гостинність важлива не тільки для окремої людини, яка володіє підприємством, а і для економіки країни загалом, адже складає невід'ємну її частину.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням сутності сфери гостинності, проблем, історії становлення та розвитку займалися М. П. Мальська, І. Г. Пандяк, С. П. Кузик, Д. І. Єлканова, Т. І. Шпарага, С. І. Байлик, Ю. Ф. Волков, О. О. Любіцева,

Уокер Джон Р., Т. І. Ільтьо та ін. Однак, відсутність чіткого визначення поняття привабливості сфери гостинності і показників її оцінки зумовили інтерес до дослідження даного напрямку.

Мета статті (постановка завдання). Метою даної статті є дослідження поняття сфери гостинності, її історії, чинників становлення та розвитку, питання привабливості території, зокрема сфери гостинності та показників її оцінки.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Не існує певного загального визначення поняття «сфера гостинності» або «індустрія гостинності». Дане поняття трактується науковцями по-різному (табл. 1).

Таблиця 1

Трактування поняття «сфера гостинності» (розробка автора)

Автор	Трактування
М. П. Мальська [1, с. 59]	Сфера гостинності – це комплекс галузей головно завдання яких пов'язується з обслуговуванням туристів під час їхнього перебування поза місцем їх постійного проживання.
Т. А. Фролова [2]	Індустрія гостинності є сукупним поняттям для різних форм підприємництва, які спеціалізуються на ринку послуг, пов'язаних з прийомом та обслуговуванням гостей. Не існує переліку всіх основних видів діяльності, які вона охоплює. Але можна виділити наступні основні напрямки: громадське харчування, розміщення, перевезки, відпочинок (рекреація).
Д. І. Єлканова [3]	Індустрія гостинності – це комплексна сфера діяльності робітників, які задовольняють будь-які вимоги та побажання туристів.
Ф. Котлер [4]	Індустрія гостинності – це бізнес спрямований на забезпечення приїжджих людей житлом, харчуванням, а також на організацію їх дозвілля.

А. Ю. Баранова [5]	Індустрія гостинності – це частина туристичної індустрії, яка спеціалізується на обслуговуванні приїжджаючих в дану місцевість людей та включає сукупність засобів розміщення, громадського харчування, об'єктів пізнавального, розважального, ділового, оздоровчого та спортивного призначення.
Є. А. Джанджугазова [6]	Індустрія гостинності представляє собою єдність всіх співпрацюючих одна з одною фірм та організацій, кожна з яких виконує свої специфічні функції, направлені на задоволення потреб гостей.

Щодо історії сфери гостинності, то вона тісно пов'язана з розвитком культури, подорожей і туризму, відображаючи характерні культурні риси різних епох і народів, утілені в типах засобів розміщення, методах обслуговування і моделі гостей, які користувалися цими засобами.

Історичний принцип у вивченні сфери гостинності дає змогу виявити основні етапи, особливості та тенденції її розвитку. Необхідно

встановити вплив мотивів подорожей і туризму, культурних, економічних особливостей на розвиток системи гостинності, а також зворотний зв'язок – дію системи засобів гостинності на мотиви та характер подорожей, економічний і культурний розвиток поселень.

Визначимо основні чинники становлення та розвитку сфери гостинності (рис. 1):



Рис. 1 Основні чинники становлення та розвитку сфери гостинності

Джерело: [1, с. 9]

1. Соціальні. Полягають в тому що, розвиток суспільних відносин зумовив демографічні й міграційні процеси, необхідність системи засобів гостинності для їхньої реалізації.

2. Економічні. Збільшення доходів населення, значний економічний потенціал окремих регіонів і центрів зумовлює розвиток туристично-рекреаційних комплексів, насамперед розвиток сфери гостинності.

3. Культурні. На потреби, мотиви, цінності подорожуючих вплинули особливості ментальності, культури і релігії, що зумовило формування системи засобів гостинності, визначення профілю їхньої спеціалізації.

4. Науково-технічний прогрес. Використання досягнень науки і техніки зумовило зміну форм та методів діяльності засобів гостинності – використання новітніх технологій, технічних засобів, інформаційних систем.

5. Політичні. Система законодавчих і

нормативних принципів держави зумовлює вплив на комплекс функціональних характеристик засобів гостинності, будівництво й 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.

6. Природно-ресурсні. Освоєння рекреаційно-туристичних природних ресурсів та ландшафтів зумовлює створення рекреаційно-туристичної інфраструктури, насамперед сфери гостинності.

7. Історичні чинники відобразилися в еволюції форм і методів організації засобів та сфери гостинності загалом і зміні одних історичних форм засобів та методів гостинності іншими.

Виокремлено основні періоди в еволюції сфери гостинності: (рис. 2).

Як і будь-яка інше сфера економіки, індустрія

гостинності покликана задовольняти потреби людей, в даному випадку – туристів.

Говорячи про привабливість сфери гостинності можна сказати, що дане питання не підлягало дослідженню як окремий напрям. Розглядалася в даному випадку привабливість туристичних регіонів в загальному, а не сфери гостинності зокрема.

Питаннями дослідження привабливості туристичних регіонів займалися багато вчених, зокрема М. О. Омуш в своїй дисертаційній роботі

«Стратегія диверсифікованого розвитку туристського комплексу в регіональній економіці (на прикладі Йорданії)» пропонує таке визначення поняття «туристська привабливість регіону» – це сукупність економічних та психологічних характеристик регіональних туристських комплексів, що відповідає попиту туристів та вимогам інвесторів і забезпечує досягнення передбачуваного соціально-економічного ефекту [7, с.7].

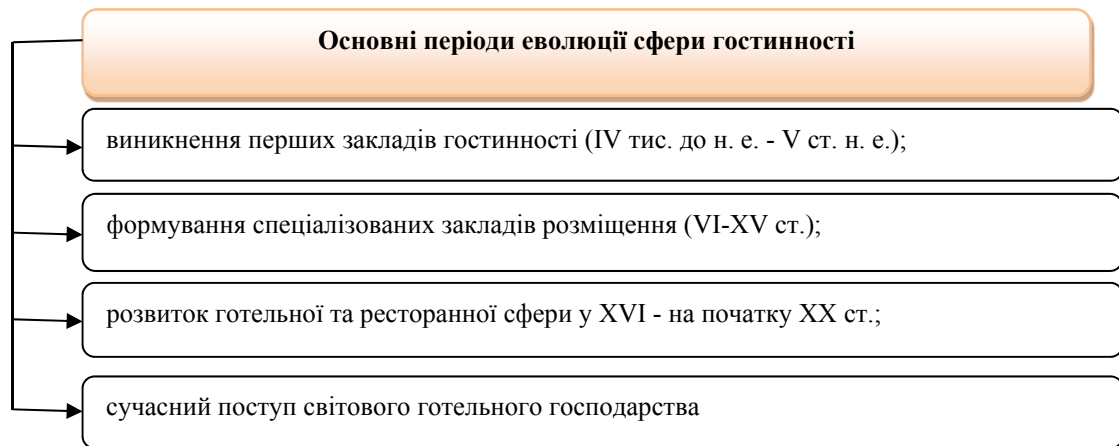


Рис. 2. Основні періоди еволюції сфери гостинності

Джерело : [1, с. 10]

С. П. Кузик пропонує таке визначення: «Привабливість – це властивість викликати захоплення, притягувати до себе особливими якостями, властивостями». У науковій літературі, присвяченій туристичній діяльності, зазначається, що поняття атрактивності є основним і визначальним під час дослідження потоків людей. У його розумінні територія тоді приваблива, якщо вона має туристичні ресурси – природні (насамперед – екологічно чисті), історико-культурні та соціально-економічні, розвинуту матеріально-технічну базу, насичену інфраструктурою, зручним транспортно-географічним розташуванням і доступною про неї інформацією.

Туристична привабливість території формується передусім за наявності природних або історико-культурних туристичних ресурсів, а ще краще – за їх поєднання. Водночас такі ресурси ще не встановлюють рівень привабливості цієї чи іншої території. Туристична привабливість часто мінлива і може змінюватися залежно від багатьох чинників, котрі впливають на привабливість туристичної території. Саме до них належить наявність сучасної матеріально-технічної бази туризму, зокрема новітніх готельних комплексів, спеціалізованих закладів із відповідним асортиментом послуг, які вони продукують та ін.

Дуже важливу складовою привабливості в сучасних умовах постає якість довкілля. У ринкових умовах господарювання вагомим значення в організації навколишнього середовища набуває використання маркетингу, що сприятиме зміцненню конкурентоздатності певної території і може визначально впливати на її привабливість.

Загалом туристично-привабливою вважається територія, яка користується популярністю у туристів і

перетворюється на відповідне територіальне туристичне поєднання у вигляді туристичного пункту, центру, вузла, району, регіону.

Вагомим чинником, який впливає на привабливість території, залишається політична стабільність. Вона може посилювати або послаблювати загальний імідж регіону й унаслідок цього впливати на економічну стабільність, чи, скажімо, економічну привабливість конкретної території.

Отже, С. П. Кузик робить висновок, що туристична привабливість – це наявність такого туристичного потенціалу території, за експлуатації якого забезпечують оптимальне туристично-рекреаційне навантаження і повне збереження туристичних ресурсів та можливість отримання відповідного соціально-економічного ефекту без порушення екологічної рівноваги довкілля [8].

За дослідженням М. О. Омуша, показниками, за якими можна оцінити туристичну привабливість території є [7, с. 9]: загальний імідж регіону; природно-кліматичні умови для відпочинку та оздоровлення; соціальна стабільність та безпека; транспортна доступність; економічна привабливість; духовна привабливість центрів релігійного паломництва; привабливість пам'яток історії; культурно-освітня привабливість.

Якщо звертатися до Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності, то в ній наведена така система показників статистики туризму в Україні (рис. 3).

Але наведені показники не дають точної інформації про рівень привабливості певної території, а лише відображають чинники впливу і ситуацію на ринку.

**ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ
ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

Для оцінки привабливості не існує інтегрованого показника, який би дозволив охопити всю багатогранність туристичної діяльності.

Необхідним є відбір таких показників економічної оцінки, який би кількісно оцінював її складові і давав можливість майбутнього прогнозування їх розвитку, тобто щоб кінцевий результат давав змогу об'єктивно оцінити стан та можливості певного регіону.

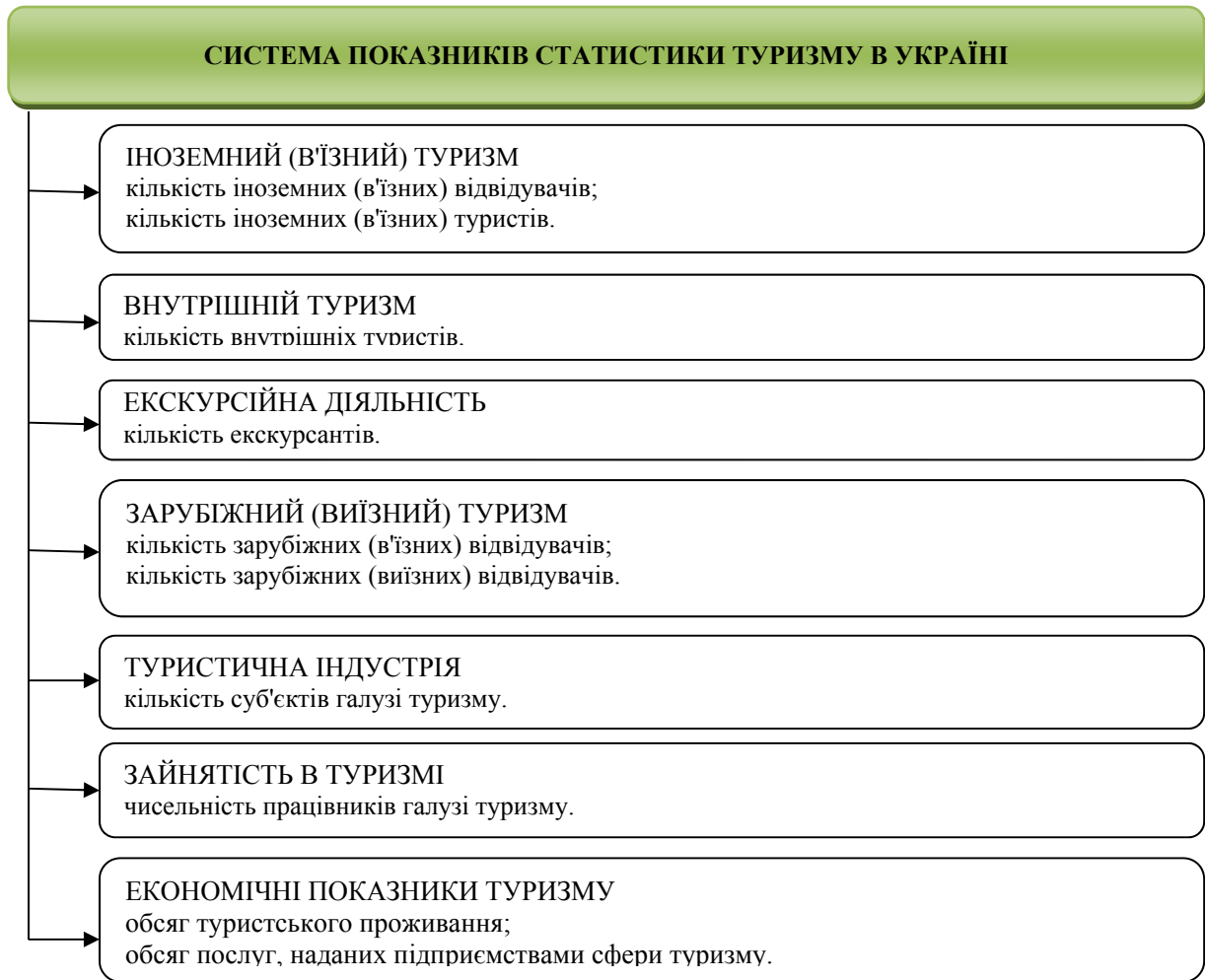


Рис. 3. Система показників статистики туризму в Україні

Джерело: [9]

Якщо говорити про привабливість сфери гостинності, то вона також формується не на основі певного чинника чи показника, а на певній їх сукупності. Так, поки не існує інтегрального показника, який би дав змогу оцінити привабливість сфери гостинності, доцільним є визначення тієї їх сукупності, яка б найбільш повно відображала ситуацію, можливості та перспективи сфери

гостинності того чи іншого регіону. На даний момент досліджень, що стосуються даної тематики і самого поняття «привабливість сфери гостинності» не зустрічається.

Дана тематика має перспективу дослідження, яке буде базуватися на визначенні системи показників, що дозволять провести оцінку привабливості даної сфери на конкретно визначеній території.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мальська, М. П. Готельний бізнес: теорія та практика / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.
2. Фролова, Т. А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекцій / Т. А. Фролова. – Таганрог: ТТИ ЮФУ. – 2010. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.aup.ru/books/m204/1_1.htm.
3. Елканова, Д. И. Основы индустрии гостеприимства; учебное пособие / Д. И. Елканова, Д. А. Осипов, В. В. Романов, Е. В. Сорокина. – М.: Дашков и Ко, 2010. – 248 с.
4. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм / Филип Котлер, Джон Боуэн, Джеймс Мейкенз. – Издательство «ЮНИТИ», Москва. – 1998. – 630 с.

5. Баранова, А. Ю. Современные подходы к формированию оценки эффективности инвестирования индустрии гостеприимства [Электронный ресурс] / А. Ю. Баранова. – Режим доступа: <http://koet.syktu.ru/vestnik/2009/2009-4/1/1.htm>.
6. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства; учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Джанджугазова Е. А. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 224 с.
7. Омуш, М. О. Стратегія диверсифікованого розвитку туристського комплексу в регіональній економіці (на прикладі Йорданії): автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук/ М.О.Омуш - Харків, 2003. – 19 с.
8. Кузик, С. П. Географія туризму: навч. посібник [Електронний ресурс] / С. П. Кузик. – Київ: Знання, 2011. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/knigi/595-geografya-turizmu-kuzik-sp.html>.
9. Наказ Державної туристичної адміністрації України та Державного комітету статистики України від 12.11.2003 р. № 142/394 «Методика розрахунку обсягів туристичної діяльності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/zll28-03>.

REFERENCES

1. Mal's'ka, M. P., Pandjak, I. G. (2009). Gotel'nyj biznes: teorija ta praktyka. Kyiv: Centr uchbovoi' literatury.
2. Frolova, T. A. (2010). Ekonomika ta upravlinnja u sferi social'no-kul'turnogo servisu Taganrog: TTY JuFU.
3. Elkanova, D. Y. Osypova, D. A. Romanov, V. V., Sorokyn, E. V. (2010). Osnovy industrii' gostynnosti. Moskva: Dashkov y Ko.
4. Kotler, F. (1998). Marketyng. Gostynnist' ta turyzm. Moskva, «JuNYTY».
5. Baranova, A. Ju. (2009). Suchasni pidhody do formuvannja ocinky efektyvnosti investuvannja industrii' gostynnosti. Retrieved from <http://koet.syktu.ru/vestnik/2009/2009-4/1/1.htm>.
6. Dzhandzhugazova, E. A. (2003). Marketyng v industrii' gostynnosti. Moskva: «Akademyja».
7. Omush, M. O. (2003). Strategija dyversyfikovanogo rozvytku turysts'kogo kompleksu v regional'nij ekonomici (na prykladi Jordanii') (Unpublished doctoral dissertation). Harkiv.
8. Kuzyk, S. P. (2011). Geografija turyzmu. Kyi'v: Znannja.
9. Derzhavna turystychna administracija Ukrai'ny ta Derzhavnyj komitet statystyky Ukrai'ny «Metodyka rozrahunku obsjagiv turystychnoi' dijal'nosti». Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/zll28-03>.

Милашовская Ольга Ивановна, Шитикова Татьяна Владимировна. ГЕНЕЗИС РАЗВИТИЯ И ОЦЕНКА СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

В статье проведено исследование генезиса развития сферы гостеприимства и факторов, влияющих на ее привлекательность. Так как не существует одного единого определения понятия «сфера гостеприимства» (или «индустрия гостеприимства»), которое бы соответствовало всем аспектам, которые оно охватывает, освещены особенности трактовки данного понятия различными учеными. Целью данной статьи является исследование понятия сферы гостеприимства, ее истории, факторов становления и развития, вопросы привлекательности территории, в частности сферы гостеприимства и показатели ее оценки. Сфера гостеприимства, как и любая другая сфера экономики, призвана удовлетворять потребности людей, в данном случае - туристов. Элементом научной новизны исследования является то, что вопрос привлекательности сферы гостеприимства не подлежал исследованию как отдельное направление. Рассматривалась в данном случае привлекательность туристических регионов в общем, а не сферы гостеприимства в частности. В статье названы и охарактеризованы факторы становления и развития сферы гостеприимства и периоды ее эволюции. Основными факторами становления и развития сферы гостеприимства являются: исторические, экономические, культурные, научно-технический прогресс, политические и природно-ресурсные. В публикации рассмотрены вопросы привлекательности туристических регионов и результаты исследований данного направления различными учеными. Относительно показателей, по которым можно оценить туристическую привлекательность территории, то они не дают точной информации об уровне привлекательности определенной территории, а лишь отражают факторы влияния и ситуацию на рынке. Поэтому необходимо определение таких показателей, которые наиболее полно могли оценить возможности и перспективы сферы гостеприимства того или иного региона. Дальнейшие исследования будут направлены на определение системы показателей, которые позволят провести оценку привлекательности данной сферы на конкретной территории

Ключевые слова: сфера гостеприимства, индустрия гостеприимства, привлекательность, привлекательность туристического региона, показатели привлекательности.

Milashovska Olga I., Shytikova Tetiana V. GENESIS OF THE DEVELOPMENT AND EVALUATION OF THE SPHERE OF HOSPITALITY

The article studies the genesis of the development of the sphere of hospitality and factors that affect its attractiveness. Since the unique definition of the concept of "sphere of hospitality" (or "hospitality industry") does not exist, which would correspond to all aspects that it covers, the peculiarities of interpretations of this concept are highlighted by various scholars. The purpose of this article is to study the concept of the sphere of hospitality, its history, factors of formation and development, the issue of attractiveness of the territory, hospitality areas and indicators of its evaluation, in particular. The sphere of hospitality, like any other sphere of the economy, is designed to meet the needs of

people, in this case - tourists. The element of the scientific novelty of the research is that the issue of attractiveness of the sphere of hospitality has not been a subject of study as a separate direction. In this case, the attractiveness of tourist regions in general, and not the spheres of hospitality, in particular, was considered. The article names and describes the factors of formation and development of the sphere of hospitality and periods of its evolution. The main factors of the formation and development of the sphere of hospitality are the following: historical, economic, cultural, scientific and technological progress, political and natural-resource. The publication deals with the issues of attractiveness of tourist regions and the research results in this area, which were conducted by various scholars. With regard to the indicators by which the tourist attractiveness of the territory can be evaluated, they do not provide accurate information about the level of attractiveness of a particular territory, but only reflect the factors of influence and the situation on the market. Therefore, it is necessary to determine the indicators that would most fully evaluate the opportunities and prospects of the sphere of hospitality in one region or another. Further research will be aimed at identifying a system of indicators that will allow an evaluation of the attractiveness of this sphere for a specific area.

Key words: sphere of hospitality, hospitality industry, attractiveness, attractiveness of the tourist region, indicators of attractiveness.

Одержано 11.10.2017 р.

УДК 658.562:338.439.6

Молнар Джосія Імреївна,
к.х.н., доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної справи,
Чорій Мирослава Василівна,
ст. викладач кафедри готельно-ресторанної справи,
Рубіш Марина Андріївна,
к.е.н., ст. викладач кафедри готельно-ресторанної справи,
Мукачівський державний університет

КОНТРОЛЬ ЯКОСТІ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ І МОЖЛИВОСТІ УКРАЇНИ ГАРМОНІЗАЦІЇ СТАНДАРТАМ ЄС

Україна має всі можливості бути одним із передових експортерів харчової продукції та сировини з високим валовим прибутком. Для впровадження цих можливостей необхідно запровадити жорстку систему контролю якості харчової продукції. Метою статті є подати обґрунтовані рекомендації з питань контролю якості продуктів харчування та можливостей України щодо гармонізації стандартам ЄС. У процесі наукового дослідження використані такі методи: фактичний аналіз, експертних оцінок, структурно-системний підхід. Досліджено проблему контролю якості та гармонізації українських стандартів якості зі стандартами ЄС. Високі вимоги до якості продукту і дотримання цих вимог є одним із важливих чинників конкурентоспроможності підприємства та забезпечує перевагу продукції розвинутих країн на світовому ринку, їх безпеку, конкурентоздатність і дозволяє відігравати провідну роль у світовому розподілі праці. Низький рівень забезпечення населення якісними харчовими продуктами є глобальною проблемою, яка з часом зростає все інтенсивніше. Неефективне управління якістю та безпечністю харчової продукції на різних етапах виробництва та у процесі її транспортування, реалізації, зберігання призводить як до захворювання населення, так і до додаткових втрат, штрафів, банкрутства бізнесу. Необхідність впровадження НАССР зумовлена споживчим попитом на безпечну, екологічно чисту, високої якості продукцію. Окрім того, використовуючи НАССР, підприємства харчової промисловості повинні акцентувати увагу на виготовленні екологічно чистої, натуральної продукції, що забезпечить стабільне високе місце на вітчизняному та зарубіжному ринках. Система забезпечення якості (система якості) відноситься до методів розроблених світовою і вітчизняною діяльністю із забезпечення постійної якості харчової продукції. Визначено, що одним з механізмів підвищення конкурентоспроможності продукції є гармонізація національних стандартів якості з європейськими. Подальші дослідження будуть спрямовані на вдосконалення методів контролю за якістю сировини за стандартами, які гармонізовані з європейськими.

Ключові слова: якість, контроль якості, керування якістю, безпека харчової сировини, система якості, стандарти якості.

ВСТУП

Постановка проблеми. На сьогоднішній день категорія якості є провідною у всіх країн світу. Високі

вимоги до якості продукту і дотримання цих вимог є одним із важливих чинників конкурентоспроможності підприємства та забезпечує перевагу продукції розвинутих країн на світовому ринку, забезпечує їхню