

УДК 338.482.2

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ГЛОБАЛЬНОГО ГЕНЕЗИСУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

DOI 10.30838/ P.ES.2224.100119.127.351

**Чириченко Ю. В., д.е.н.,
Корнєєв М. В., д.е.н.,
Сабіров О. В., к.т.н.***Університет митної справи та фінансів*

Розглянуто та узагальнено останні тенденції створення та розвитку готельного та ресторанного бізнесу у світі. Також проведено структурно-функціональний аналіз відповідності визначення «готельно-ресторанний бізнес» сучасним реаліям. В процесі аналізу було встановлено, що традиційні поняття "готельний бізнес" та "ресторанний бізнес" як дискретні випадки функціонування сектору послуг зазнають суттєвих змін. Це відбудеться в умовах швидкого науково-технічного прогресу. У той же час, тільки поняття "ресторан" залишається відносно незмінним. Дефініції «готель», «ресторанний бізнес» та «готельний бізнес» дедалі більше набувають нового значення і цінності. Існує зростаюча диференціація цих послуг. Вони йдуть назустріч клієнту і стають все більш персоналізованими. Головною метою сучасного готельного та ресторанного бізнесу є створення незабутніх вражень для клієнтів. Враховуючи різноманіття всіх форм сучасного готельного та ресторанного бізнесу, традиційне розуміння цього бізнесу стає все більш неприйнятним. Таким чином, ми пропонуємо замінити в українському науковому середовищі визначення «готельно-ресторанний бізнес» більш широким поняттям «Індустрія розміщення та харчування». Це також є доцільним, оскільки ця концепція відповідає Північноамериканській галузевій системі класифікацій та Статистичній класифікації економічної діяльності в Європейському співтоваристві. Отже ми вважаємо, що в найближчому майбутньому у сфері підготовки фахівців для промисловості в Україні, має використовуватися дефініція "Індустрія розміщення та харчування", яка узгоджується з багатьма формами галузевих послуг та має загальноприйнятий англійський еквівалент.

Ключові слова: готельно-ресторанна справа; інноваційна платформа; індустрія розміщення та харчування

UDC 338.482.2

SPECIFIC ASPECTS OF GLOBAL GENESIS OF THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

DOI 10.30838/ P.ES.2224.100119.127.351

**Chyrychenko Yu., Dr. of Econ. Sc.,
Korneyev M., Dr. of Econ. Sc.,
Sabirov O., PhD in Tech. Sc.***University of Customs and Finance*

The latest trends of establishment and development of hotel and restaurant business in

the world are considered and summarized. Also, a structural and functional analysis of the correspondence of the definition "hotel and restaurant business" with modern realities has been carried out. In the process of the analysis has been established that the traditional concepts of "hotel business" and "restaurant business" as discrete cases of the functioning of the services sector will undergo significant changes. It will happen in conditions of fast scientific and technological progress. At the same time, only the concept of "restaurant" remains relatively unchanged. The definitions of "hotel", "restaurant business" and "hotel business" are increasingly gaining new meaning and value. There is an increasing differentiation of these services. They go to meet a client and becoming more and more personalized. The main goal of the modern hotel and restaurant business is the creation of unforgettable impressions for customers. Considering varieties all forms of the modern hotel and restaurant business, the traditional understanding of this business is becoming increasingly unacceptable. So, we propose to replace using in the Ukrainian scientific environment the definition "hotel and restaurant business" with the broader concept of "Accommodation and Food Services industry". This is also appropriate because this concept corresponds to the North American sectoral system of classifications and the Statistical Classification of Economic Activities in the European Community. Consequently, we believe that in the near future the concept of "Accommodation and Food Services industry", as being consistent with many forms of industry services and having a common English equivalent, should be used in Ukraine in the field of preparation of specialists for the industry.

Keywords: hotel and restaurant business; innovation platform; accommodation and food services industry

Актуальність проблеми. Сучасний світ стрімко змінюється. Економіка зазнає як кількісних так й структурних перетворень, головним чинником яких слугують цивілізаційний розвиток та науково-технічний прогрес. Особливо важливими стають інтерактивні онлайн-технології та використання різноманітними ланками бізнесу можливостей сучасного маркетингу. Разом із накопиченням та вдосконаленням надсучасних великих баз даних (Big data), з'являються нові механізми їх використання. При цьому, рухаючись у тренді сучасного прогресу бізнес або отримує суттєві конкурентні переваги, або відмовляючись від переваг та можливостей наявних технологій втрачає свої позиції. Відмітимо, що разом із іншими галузями економіки значних трансформацій у цих умовах зазнає готельно-ресторанний бізнес.

Аналіз останніх наукових досліджень. Відмітимо, що вивченню проблем розвитку готельно-ресторанної справи традиційно приділялася велика увага вітчизняних науковців, фахівців. Відмітимо роботи О. Борисової, О. Головки, Г. Круль, М. Мальської, І. Мініч, Л. Нечаюк,

Н. П'ятницької, О. Шаповалової, у яких розглядаються організація та розвиток готельно-ресторанного господарства, аналізуються чинники, що впливають на ринок готельно-ресторанного бізнесу в Україні.

Раніше ми також вже частково зупинялися на цих питаннях. Застосування факторного аналізу дозволило визначити чотири основних фактора, що впливають на розвиток готельно-ресторанної справи та переважно будуть формувати тренди найближчого майбутнього. Це такі фактори, як мобільні технології, технології у бізнесі, інновації маркетингу, використання великих баз даних (Big Data) та використання програмного інтерфейсу додатків (API або Application programming interface) [1, 2].

Цікаво, що структурні зміни у готельно-ресторанному бізнесі потребують, на нашу думку, перегляду деяких ключових дефініцій, адже саме визначення “Готельно-ресторанна справа” вже на відповідає викликам часу та не має загальноприйнятого еквіваленту у світовій економічній науці.

Дійсно, якщо під готельно-ресторанною справою буквально розуміти створення та забезпечення діяльності готелів та ресторанів, то викликає питання, що саме потрібно розуміти під готелями та ресторанами.

Мета дослідження. Виходячи із необхідності вирішення вищевикладеної наукової проблеми, спробуємо визначити місце готельно-ресторанного бізнесу у сучасному економічному полі.

Викладення основного матеріалу дослідження. За визначенням готель (від фр. Hôtel) - будинок із мебльованими кімнатами для короткочасного проживання приїжджих. Залежно від рівня готелю, в ньому можуть бути додаткові послуги — ресторани, кафе, бари, бібліотеки, спортзали, сауни та інше [3]. Виходячи з цього визначення постає питання, чи слід віднести у цю категорію капсульні готелі, що за визначенням надають у розпорядження своїх клієнтів невеличкі, розміром з ліжко капсули та певні додаткові послуги (вбиральні, душові кімнати, ресторани тощо). Також не зрозуміло, чи слід відносити до готелів невеликі готелі, що представляють послуги, які мають назву “ліжко та сніданок”, англійською мовою скорочено “a bed and breakfast” або “В&В, ВnВ”. Справа у тому, що послуги у даному форматі дуже часто надаються не професійними готельєрами а господарями приватних

будинків. Певною варіацією зазначеного сервісу є так звані гостьові будинки або “Guest house”.

Слід відмітити, що таких не конвенційних випадків надання схожих за змістом але різних за формою послуг короткотермінового проживання у сучасному світі налічується досить велика кількість.

Наприклад, airbnb.com та аналогічні інтернет сервіси, що дозволяють з однієї сторони господарям приватних будинків та квартир надавати належні їм приміщення у короткотермінову оренду. Із іншого боку, для кінцевих споживачів цих послуг зазначена пропозиція мало чим відрізняється від користування послугами традиційного готелю. При цьому у потенційних клієнтів так само є можливість користуватися надсучасними інтерактивними технологіями обрання та бронювання цих будинків чи квартир. Також, постояльцям дозволяється використовувати різний супутній сервіс, наприклад трансфер від аеропорту до відповідної локації, страхування, офіційне оформлення, консьєрж сервіс та юридичну підтримку. Відмітимо, що зазначені сервіси підтримують різноманітні платіжні системи, і що на нашу думку є найважливішим, вони забезпечують чіткі стандарти безпеки для кінцевих споживачів послуг.

Тобто на перший план виходить питання, чи слід розглядати готелі виключно із формальної точки зору, тобто як бізнес, що відповідає певним кількісним та якісним ознакам. Наприклад, враховувати певну кількість постояльців та розмір або вартість номерів. Або виходити із юридичного статусу цих підприємств.

Певною альтернативою наведеному підходу є відштовхування від фактичної якості послуг що надаються. Використовуючи саме цей підхід ми повинні будемо відмовитися від традиційного поняття “готель” та використовувати таку категорію як ”сервіс проживання” (accommodation service) або ще більш широку категорію як “житло” (lodging).

Цікаво, що нові та сучасні підходи до надання традиційних готельних послуг не лише пропонують певну, інколи більш дешеву альтернативу готелям. Дуже часто нова пропозиція є пропозицією більш якісного із певних точок зору відпочинку. Як приклад, можна навести так званий “сервіс вражень” на порталі airbnb.com, користуючись яким потенційний мандрівник занурюється у атмосферу відповідної місцевості. Враження на Airbnb розробляють і проводять місцеві жителі-ентузіасты. Це не звичайні тури або класи, це справжнє занурення в унікальний світ

кожного організатора і можливість ділитися хобі, навичками і досвідом. Відмітимо що створення такої пропозиції не потребує від організаторів спеціальних навичок та наявності вільного житла. На нашу думку цей сервіс є не лише сервісом вражень, а скоріше сервісом знайомств у дуже широкому розумінні. Дійсно, адже кожне враження Airbnb проходить перевірку на відповідність трьом стандартам якості: експертний рівень знань, доступ «за лаштунки» і контакт. Ці стандарти допомагають відповідати очікуванням гостей.

Для кращого розуміння зазначеного твердження потрібно деталізувати вимоги до сервісу «вражень».

Експертний рівень засвідчує, що організатори знають і глибоко захоплені тим, що вони роблять. Вони глибоко розкривають тему, підключаючи особисті історії та контекст, які поживляють враження.

Доступ «за лаштунки» гарантує, що організатори відкривають для гостей місця або заходи, які звичайний мандрівник навряд чи знайде самостійно. Вони запрошують гостей спробувати нове заняття, ближче познайомитися з спільнотою або культурою.

Вимога «контакт» встановлює, що організатори сприяють створенню значущих зв'язків між людьми. Вони роблять все можливе, щоб гості відчували себе комфортно. Гості приходять як незнайомці і йдуть як друзі.

Отже як бачимо, відбувається перехід від більш масового та більш стандартизованого відпочинку до значно більш персоналізованого та адаптовано під конкретні запити людей.

Підсумовуючи вищевикладене відмітимо, що навіть за визначенням головним трендом сучасного сервісу розміщення стає формування у клієнтів добрих та позитивних вражень від відпочинку, що є дуже правильним із маркетингової точки зору.

Аналогічно із новітньою трансформацією готельної справи сучасні трансформаційні процеси у ресторанному бізнесі відбуваються не менш примітно.

Так, відомий спеціалізований інтернет-ресурс «restaurant insider» основним трендом ресторанної індустрії вказує стрімке збільшення кількості онлайн-замовлень. Так, за даними Національної асоціації ресторанів, три з п'яти американських споживачів замовляють доставку або виїмку щонайменше раз на тиждень.

Причому цікаво, що за даними інвестиційного банку UBS обсяг онлайн продажів може збільшитися в середньому з 45 мільярдів до 365 мільярдів доларів по всьому світу до 2030 року. Нещодавне дослідження, проведене експертом CHD, свідчить, що пряма доставка з ресторану складає 32 мільярди доларів при тому, що доставка від сторонніх компанії-постачальників 13 мільярдів доларів. Незважаючи на те, що пряма доставка з ресторанів все ще панує, пропозиції сторонніх компанії-постачальників стають креативнішими, використовуючи нові підходи до залучення відвідувачів до своїх платформ. Наприклад, за даними ресторанного бізнесу все частіше використовуються моделі підписки на послуги замовлень та доставки ресторанної їжі, які виключають фіксовану плату за доставку та є більш зрозумілою пропозицією для споживачів. Це може забезпечити справжню конкурентну перевагу для сторонніх постачальників, які повинні справити враження на тих, хто зацікавлений у замовленні доставки [4].

За визначенням сервіс розміщення та харчування є частиною суперсектору відпочинку та гостинності. Сектор розміщення та харчування структурно включає в себе установи, які надають клієнтам житло та / або готують їжу, закуски та напої для негайного споживання.

Так Північноамериканська галузева система класифікації (англійською The North American Industry Classification System скорочено NAICS) відносить сектор розміщення та харчування до коду NAICS 72 відмічаючи, що цей сектор включає в себе як заклади житлового господарства (англійською мовою Accommodation код NAICS 721), так і заклади харчування (Food Services and Drinking Places: NAICS 722), оскільки ці дві заходи часто поєднуються в одній установі [5].

Відмітимо, що за тлумаченням Північноамериканської галузевої системи класифікації в галузевому підсекторі «розміщення» забезпечується проживання або короткострокове проживання для мандрівників, відпочиваючих та інших осіб, що відбувається завдяки існуванню широкого спектру закладів. Деякі надають тільки проживання; в той час як інші надають їжу, пральні та рекреаційні послуги. Житлові установи в цьому підсекторі класифікуються, навіть якщо надання додаткових послуг призводить до збільшення доходу. Види надання додаткових послуг варіюються від закладу до закладу.

У свою чергу підсектор розміщення складається з наступних галузевих груп:

1. Розміщення осіб що подорожують (Traveler Accommodation);
2. Розміщення осіб що подорожують транспортними засобами для дозвілля у парках та рекреаційних таборах (RV (Recreational Vehicle) Parks and Recreational Camps);
3. Короткострокове розміщення у орендованих квартирах та кімнатах, а також у та пансіонатах (Rooming and Boarding Houses).

Підсектор продовольчі послуги та місця для пиття (Food Services and Drinking Places) представляє заклади та установи, де готують страви, закуски та напої для замовлення клієнта для безпосереднього споживання в приміщенні та поза приміщеннями. У цьому підсекторі існує широкий спектр закладів. Деякі з них лише пропонують харчування та напої; в той час як інші надають різні комбінації місця для відпочинку, обслуговування офіціантів і додаткових зручностей, таких як окремі розваги. Послуги у цьому підсекторі групуються на основі наступних типу та рівня галузевих груп.

- Ресторани з повним спектром послуг (Full-Service Restaurants);
- Місця (ресторани) з обмеженим обслуговуванням (Limited-Service Eating Places);
- Спеціальні харчові послуги, такі як підрядники з громадського харчування, громадське харчування та послуги мобільного харчування (Special Food Services);

Паби та пивні заклади (Drinking Places (Alcoholic Beverages)).

Тобто із одного боку сектор розміщення та харчування (the Accommodation and Food Services sector) включає в себе як різноманітні заклади житлового господарства, так і широку палітру закладів харчування, а з іншого боку, є частиною суперсектору відпочинку та гостинності, що у свою чергу відноситься до загальної сфери послуг.

Зазначений підхід до виділення індустрії розміщення та харчування (Accommodation and food service activities) у окрему класифікаційну категорію є доволі універсальним та відповідає Статистичній класифікації економічної діяльності в Європейському співтоваристві (NACE) [6].

При цьому слід враховувати, що окрім своєї безпосередньої мети - задоволення потреб кінцевих споживачів, індустрія розміщення та

харчування виконує також функцію забезпечення зайнятості населення. Причому саме ця важлива функція отримує додаткове значення на фоні послідовного та постійного зростання кількості підприємств галузі. У якості прикладу відмітимо, як неухильно за останні роки збільшення кількість підприємств, що займаються бізнесом у цьому секторі в Європейському Союзі (табл. 1).

Таблиця 1. – Кількість підприємств індустрії розміщення та харчування у Європейському Союзі

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
EU 28				1825191	1825323	1827427	1869854	1921244	1998320
EU 27	1736775	1755995	1785985	1806867					

Джерело: розроблено автором за [7]

Цілком зрозуміло, що разом із зростанням кількості підприємств зростає зайнятість у галузі. Причому якщо в минулому у більшості економічно розвинених країн, так само як зараз в Україні, працівники готувалися безпосередньо для готельно-ресторанний бізнесу, а термін “готельно-ресторанний бізнес” був досить поширеним у англomовному середовищі [8], сьогодні здебільшого використовується саме термін “індустрія розміщення та харчування”.

Висновки. Отже як бачимо, традиційні поняття “готельний бізнес” та “ресторанний бізнес” як окремі випадки функціонування сфери послуг в умовах стрімкого науково-технічного прогресу зазнають суттєвих змін. При цьому, відносно незмінним поки що залишається лише поняття “ресторан”. Поняття “готель”, “ресторанний бізнес” та “готельний бізнес” все більше отримують нового змісту та значення. Відбувається все більша диференціація цих послуг. Вони йдуть на зустріч клієнту стаючи все більш персоналізованими. Головною метою сучасної готельно-ресторанної справи стає створення незабутніх вражень у клієнтів.

Відмітимо також, що якщо враховувати усе різноманіття форм сучасного готельно-ресторанного бізнесу, то традиційне розуміння цього бізнесу все більше втрачає сенс. Враховуючи зазначене ми пропонуємо замінити термін “готельно-ресторанний бізнес” на більш ширше поняття “індустрія розміщення та харчування”. Це також доцільно тому, що саме

це поняття відповідає Північноамериканській галузевої системи класифікації та Статистичній класифікації економічної діяльності в Європейському співтоваристві. Отже вважаємо, що у найближчому майбутньому поняття “індустрія розміщення та харчування”, як таке що відповідає багатьом формам послуг в індустрії та має загальноприйнятий англomовний еквівалент має використовуватися при підготовці фахівців для галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Чириченко Ю. В. Глобальні світові тренди та інвестиційні пріоритети готельно-ресторанного бізнесу / Чириченко Ю. В. // Збірник наукових праць «Економічний простір». – 2018. – № 132. – С. 14-22.
2. Чириченко Ю. В. Українські туристичний та готельно-ресторанний бізнес у міжнародних процесах сталого розвитку / Чириченко Ю. В., Корнєєв М.В., Сухацька І.Ю. // Збірник наукових праць «Економічний простір». – 2018. – № 134. – С. 38-47.
3. Сайт Державної Вікіпедії, онлайн енциклопедії. Інтернет ресурс. Режим доступу: <https://en.wikipedia.org/wiki/Hotel>.
4. Онлайн-журнал Upserve Restaurant Insider. Інтернет ресурс. Режим доступу: <https://upserve.com/restaurant-insider/restaurant-industry-trends/>
5. Офіційний сайт Бюро статистики праці Сполучених Штатів Америки. Інтернет ресурс. Режим доступу: <https://www.bls.gov/iag/tgs/iag72.htm>
6. Офіційний сайт Євростату. Словник. Визначення NACE. Інтернет ресурс. Режим доступу: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:NACE>
7. Офіційний сайт Євростату. Статистична інформація на замовлення. Інтернет ресурс. Режим доступу: <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/setupDownloads.do>
8. Donald E. Lundberg. The Hotel and Restaurant Business, 6th Edition/ Donald E. Lundberg. - Wiley. - 388 pages

REFERENCES:

1. Chyrychenko Yu. V. (2018) Hlobalni svitovi trendy ta investytsiini priorytety hotelno-restorannoho biznesu [Global Trends and Investment Priorities for Hotel and Restaurant Business]. *Zbirnyk naukovykh prats «Ekonomicnyi prostir» - Collection of scientific works "Economic scope"*, 132, 14-22 [in Ukrainian].
2. Chyrychenko Yu. V. & Kornieiev M.V. & Sukhatska I.Iu. (2018) Ukrainski turystychnyi ta hotelno-restorannyi biznes u mizhnarodnykh protsesakh staloho rozvytku [Ukrainian tourist, hotel and restaurant business in the international processes of sustainable

- development]. *Zbirnyk naukovykh prats «Ekonomichnyi prostir» - Collection of scientific works "Economic scope"*, 134, 38-47 [in Ukrainian].
3. Sait Vikipedii, onlain entsyklopedii. [Wikipedia site, online encyclopedia]. Retrieved from <https://en.wikipedia.org/wiki/Hotel> [in English].
 4. Onlain-zhurnal «Upserve Restaurant Insider» [Online Magazine «Upserve Restaurant Insider»] Retrieved from <https://upserve.com/restaurant-insider/restaurant-industry-trends/>. [in English].
 5. Ofitsiinyi sait Biuro statystyky pratsi Spoluchenykh Shtativ Ameryky. [Official Website of the Bureau of Labor Statistics of the United States of America] Retrieved from <https://www.bls.gov/iag/tgs/iag72.htm>. [in English].
 6. Ofitsiinyi sait Yevrostatu. Slovnyk. Vyznachennia NACE. [Official site of Eurostat. Dictionary. Definition of NACE] Retrieved from <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:NACE>. [in English].
 7. Ofitsiinyi sait Yevrostatu. Statystychna informatsiia na zamovlennia. [Official site of Eurostat. Statistical information to order] Retrieved from <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/setupDownloads.do>. [in English].
 8. Donald E. Lundberg. *The Hotel and Restaurant Business, 6th Edition*/ Donald E. Lundberg. - Wiley. - 388 pages