

УДК [008:64.069.6]:930.1(477)

І.О. Комарницький

## ГОСТИННІСТЬ ЯК КУЛЬТУРНЕ ЯВИЩЕ: ІСТОРІОГРАФІЧНИЙ ОГЛЯД

Актуальність феномену гостинності об'єктивно зумовлюється народною традицією шанобливо приймати й частувати гостей, характерною для різних народів світу, зокрема слов'ян. Науково-дослідна зацікавленість зазначеним явищем органічно пов'язана з процесами духовного відродження народу України й динамічною гуманітаризацією суспільства, а у практично-комунікаційному відношенні – з розбудовою сучасної індустрії гостинності.

*Метою даної статті є* уточнення поняття «гостинність» й аналіз досвіду дослідження гостинності як соціокультурного явища.

Останніми роками популярності у всьому світі набував термін «гостинність». Західноєвропейське тлумачення гостинності (від лат. *Hospitium* – гостинність, пристанище) в добу Середньовіччя асоціювалося з діяльністю хоспісів як християнських притулків й заїжджих дворів, що перебували під опікою церковних громад та окремих монархів. Широкою популярністю з-поміж них, зокрема, користувався *Hospice de Beaune* (Оспіс-де-Бон) у Бургундії, відомий також як *Hotel Dieu* (Отель Дьє), тобто «Помешкання Бога». Він був заснований у 1443 р. Ніколя Роленом, канцлером казначейства Бургундії як благодійна лікарня й притулок для бідних.

Асоціація шкіл готельного бізнесу й громадського харчування в Європі (*Eurhodip*), заснована на базі Школи готельного бізнесу в Коксїдї (Бельгія) 1989 р., кваліфікує гостинність як сукупність технолого-організаційних засобів приготування й подачі страв і напоїв й комфортного проживання у мережі сучасного готельного бізнесу [8; 102]. В.Смолій, В.Федорченко та В.Цибух, автори «Енциклопедичного словника-довідника з туризму», фіксують поняттям «гостинність» «найважливішу споживчу властивість туристського продукту: вміння дати відчутти клієнтові, що йому раді, з гідністю продемонструвати йому свою повагу, надати люб'язність» [16; 94].

Спорідненою з поняттям гостинності є сучасна духовно-практична категорія «індустрія гостинності». Американський дослідник гостинності Дж. Уокер вважає, що гостинність, як фундаментальна риса людської цивілізації, давно перетворилася на індустрію, у якій зайнято багато мільйонів професіоналів. Він зазначає, що ринок індустрії гостинності, відкритий і конкурентний, справляє значний тиск на індустрію, сприяє поліпшенню якості громадсько-побутових послуг [18; 423]. Ця нова сфера індустрії поєднує туризм, готельний і ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок і розваги, організацію конференцій і нарад тощо.

Автори сучасного британського навчального посібника «Європейський готельний маркетинг» кваліфікують індустрію гостинності як галузь продукування товарів і послуг, призначених для реалізації побутових потреб осіб, що знаходяться за межами місця постійного проживання [8; 22]. Ця сфера підприємництва структурно складається з громадського харчування, розміщення, перевезення та відпочинку гостей [16; 146].

Дослідники індустрії гостинності в Україні вважають перспективними для її подальшого розвитку поглиблення спеціалізації готельної та ресторанної справи; створення готельно-ресторанних комплексів; сприяття розвитку середнього й дрібного готельного бізнесу; впровадження в індустрію гостинності новітніх комп'ютерних технологій.

Суміжними з категорією «індустрія гостинності» є низка підпорядкованих понять: «готель», «курорт», «послуга», «якість послуги», «клієнт» та ін. У Великому тлумачному словнику сучасної української мови поняття «послуга» визначається як дія або вчинок, що дає користь, допомогу іншому.... ввічлива форма висловлення готовності допомогти, прислужитися, стати у пригоді будь-кому. Це також діяльність підприємств, організацій та окремих осіб, виконувана для задоволення потреб; обслуговування» [4; 894].

З часів Стародавнього світу у різних народів склалися звичаї прийому гостей й надання послуг людям, що перебувають за межами постійного місця проживання. В Європі становлення інституту гостинності почалося в античній Греції, де практикувалися проксенії або ж угоди про взаємну гостинність, що укладалися між певними містами. Згідно з цими договорами, прибулими опікувався проксен – спеціальна офіційна особа. Сучасний російський вчений В.Кузіцин, досліджуючи економічну історію античності, кваліфікує проксенію як один із найважливіших інститутів тогочасного

міжнародного права. Під іменем Горкія верховий бог греків виступав покровителем законів, тоді як Ксеній охороняв закон гостинності [9; 616-643]. Досліджуючи історію язичницьких свят в Елладі й Північному Причорномор'ї у VI-I ст. до н.е., М.Скржинська підкреслює важливість інституту проксенії у встановленні та зміцненні торговельно-економічних зв'язків Херсонесу й Ольвії з містами Дельфи та Олімпія [15]. В.Ленська, вивчаючи полісну цивілізацію м. Афіні VII-IVст. до н.е., характеризує Ксенію як невід'ємний елемент аристократичного стилю життя, порівнюючи її з чеснотою доблесті [10].

Перші згадки про підприємства індустрії гостинності – таверни – містяться у манускриптах стародавніх Греції та Риму. Зокрема, з кодексу вавилонського царя Хаммурапі (приблизно 1700 р. до н.е.) можна довідатися, що утримання таверни у ті часи було надто небезпечним заняттям. З розвитком торгівлі й комерційними поїздками необхідність організації для подорожуючих надійної ночівлі стала актуальною. Оскільки пересування країною було повільним, а мандрівка – тривалою та важкою, подорожнім доводилось покладатися на гостинність господарів приватних нічліжок. Щоправда заїжджі двори, які на головних шляхах будувалися римлянами, для свого часу були досить зручними. Сучасні вітчизняні й зарубіжні дослідники історії внутрішньоконтинентального подорожування й готельного господарства Л.Воронкова, Г.Круль, М.Мальська, М.Соколова та ін. хронологічно пов'язують їх становлення зі Стародавнім світом IV тисячоліття до н.е. – середина V ст. н.е. Давньогрецькі поети та історики Гомер, Аполлодор, Геродот, Страбон, Тацит, Павсаній здійснили перші спроби систематизації даних про сучасні їм пізнавальні й комерційні подорожі, супроводжувані аналізом їх соціокультурної мотивації.

Сучасний російський культуролог І.Булкін у монографії, присвяченій історії подорожей в добу античності, як реальних, так і легендарних, причинами їх вважає війни, політичні конфлікти, пошук нових земель, природну цікавість людини та її схильність до авантюризму і стверджує, що основи сервісного суспільства є закоріненими у культурно-історичну добу Античності [1].

Безпосереднє інтер'єрне спілкування фіксується загальноприйнятими нормами та правилами привітання. Причому кожен його компонент просякнутий глибоким смислом, фіксує світоглядні уявлення й особливості національного характеру. Доволі красномовною є адораційна (привітальна) жестикуляція у вигляді піднесення угору рук – вияву щирості людських почуттів, також використовується церквою як символічне звернення до Бога. У різних народів світу здавна практикувалися звичаї дарування й віддарювання. З гостинністю у східних слов'ян органічно пов'язані прояви доброзичливості. За твердженням німецького історика Гельмольда (XII ст.), немає народу привітнішого від слов'ян через їх гостинність.

З давніх часів наші предки вірили, що «гість у дім – Бог із ним», тому гостя приймали щедро, мали навіть окремий дім, призначений для гостей. Стіл для них накривали чистою скатертиною й, пригощаючи, промовляли: Чим багаті, тим і раді», «Що хата має, тим і приймає» і т.п.

В.Русавською досліджується природа й функції гостинності, з'ясовуються її особливості як компоненту української побутової культури в етноісторичній ретроспективі. Історичними протоформами гостинності правомірно вважати ритуальні жертвопринесення й поминальні обряди, призначені встановити сприятливий для людини характер контактів з істотами, що населяють потойбічний світ. З-поміж слов'янських народів, у тому числі українців, значного поширення набула практика ритуального запрошення на різдвяну вечерю або інше урочисте частування померлих родичів, тварин, птахів або природної стихії (морозу, вітру, хмар тощо) з метою налагодження зв'язку з потойбічним світом. Причому покійні родичі сприймалися як захисники родини в її земному житті. Сакралізація гостя слугувала справі спілкування не тільки з живими, але і з померлими людьми, божествами, демонами, вигаданими істотами й природними явищами, відтак сама гостинність набувала міфологічного характеру [13; 8].

Сучасні російські культурологи досліджують проблеми сервісології (науки про сервіс) як автономної галузі гуманітарного знання. Причому сервіс інтерпретується ними як культурно-цивілізаційний феномен, а його еволюція у загальному контексті світового історичного процесу: від архаїчно-традиційних суспільств, в якому морфологія протосервісу визначалася ритуалом, до гостинного сервісу в інформаційному суспільстві [20].

Дослідження сучасного кулінарного туризму в Україні здійснює А.Бусигін. Перспективним напрямом є просування цього туристичного продукту на західний ринок з ретельною розробкою програми кулінарних турів із врахуванням витончених смаків гурманів. Дедалі більше вітчизняних рестораторів й агентів компаній, що усвідомлюють значний потенціал цієї ринкової ніші й важливість розвитку кулінарії як вагової складової туристичного продукту [2], спрямовують свою

діяльність на зміцнення її технічної бази.

Дослідник туристичного бізнесу В.Федорченко наголошує на перспективах розвитку кулінарного туризму у широкому культурно-цивілізаційному контексті. Багатовіковий історичний досвід українського народу сприяв засвоєнню низки кулінарних прийомів. Тому в його національній кухні є «запозичення» з німецької, угорської, татарської й турецької кулінарних шкіл. Найтрадиційнішим українським продуктом вважається сало, про улюблене споживання якого складено чимало анекдотів та жартівливих пісень. Найпопулярнішою першою стравою української кухні є борщ зі спорідненими йому капустаком, кулешою, юшкою й окрошкою. Щорічні кулінарні шоу на краще приготування борщу у ряді обласних центрів України й частування ним привернули підвищену увагу гостей з інших міст та іноземних туристів стали потужним стимулом для розвитку вітчизняного кулінарного туризму [19].

Аналізуючи якість організаційно-економічного забезпечення й рівень професіоналізму вітчизняної готельно-туристичної галузі під час футбольної першості Євро-2012, Л.Шишкіна наголошує на потребі масштабного «стрибка в якість» й піднесення рівня готельно-кулінарного сервісу до сучасних світових стандартів [22].

Соціально-економічні та суспільно-політичні наслідки проведення Євро – 2012 для західного регіону України проаналізовані Л.Шевчук. Вона запропонувала розробити, враховуючи зарубіжний досвід, перспективні програми експлуатації спортивних споруд, побудованих у Львові до цього футбольного чемпіонату після його завершення з метою уникнення збитковості. Передовсім спортивну інфраструктуру м. Львова і Львівської області слід розглядати як потужну підвалину реалізації Концепції гуманітарного розвитку України до 2020 р., зорієнтовану на максимальне розкриття всебічного потенціалу кожної людини і соціуму в цілому [21].

У книзі Т.Томащук «Світова індустрія гостинності» міститься характеристика соціокультурної еволюції й сучасного стану індустрії гостинності, новітніх технологій в організації готельної справи у контексті багатовікової етнокультурної традиції гостинності, аналізується сучасний стан клубної страви та ігрового бізнесу у системі сучасної світової індустрії гостинності [17]. Є.Руденко досліджує характерні тенденції розвитку туристичної сфери в Харкові в умовах постсоціалістичних трансформацій українського суспільства. В організаційному відношенні її налагодженню сприяло створення Держкомтуризму України й прийняття Закону України «Про туризм». Останнім часом, зазначає автор, відбувається розбудова мережі готелів із залученням західних інвестицій. На розвиток гостинності, підсумовує автор, впливають такі глобальні фактори підприємницького середовища, як соціальні (в Україні – погіршення демографічної ситуації), політичні (недосконалість законодавства, пов'язана з процесом оподаткування, визначення прожиткового мінімуму, вартість споживацького кошика, розмір пенсій і зарплат тощо), економічні (зміни в складниках економіки: зайнятість, доходи, заощадження тощо) [12].

У спільній публікації О. та Л.Варипаєвих «Готельний та ресторанний бізнес як складова індустрії гостинності» аналізуються сучасні проблеми функціонування готельного і ресторанного бізнесу в Україні. Специфіка індустрії гостинності характеризується у контексті задоволення базових потреб людини за допомогою новітніх сервісних послуг та сервісної діяльності. Автори зазначають, що феномен гостинності, реалізовуваний засобами готельної індустрії, спирається на багатовікові культурні традиції народів світу [3].

Дисертаційне дослідження Г.Вишневої «Еволюція сфери гостинності міста Києва другої половини ХІХ – початку ХХ ст. в контексті розвитку українського туризму» спирається на емпірику становлення туризму як соціокультурної практики в Україні зазначеного хронологічного періоду. Обґрунтовано стверджується, що створення мережі готельних закладів у період утвердження капіталістичних відносин зумовлювалося стереотипами цільового розмаїтого подорожування (паломництво, подорожі з комерційною метою, краєзнавчі екскурсії тощо). Потужним осередком тогочасного готельного бізнесу ставав Київ – торгово-промисловий центр Російської імперії й всевітньо відоме осердя руського православ'я [5].

У статті С.Нездоймінова «Регіональні процеси ринкових перетворень в сфері гостинності» аналізуються процеси економічних перетворень, пов'язаних з утвердженням сучасних форм підприємництва у сфері гостинного бізнесу, допоки недостатньо дослідженого у фаховій літературі. На думку автора, зазначене потребує поглибленого вивчення глобалізації світової економіки й міжнародного досвіду у галузі індустрії гостинності [11].

У дисертаційній роботі Г.Гарбар «Розвиток соціокультурного інституту гостинності в українському туризмі 60-80-х рр. ХХ століття (на матеріалі Миколаївської області)» досліджується специфіка сучасного

етапу розбудови туристично-готельного бізнесу у даному регіоні України. Зазначеними хронологічними рамками фіксується техніко-організаційне завершення процесу інституалізації готельної справи у південно-західному регіоні нашої держави. Систему сучасних культурно-туристичних послуг цілком справедливо розглядати у загальному контексті гостинності як соціокультурного інституту. Причому поняття гостинності й туристичної діяльності володіють своєю якісною специфікою. Гостинність поширюється не лише на приїжджих, але й на найближчих запрошених сусідів та членів спільної територіальної громади, яких слід приймати у себе вдома за нормами гостьового етикету [7, 8].

Гостинність – це дотримання господарями загальноприйнятих правил частування при прийомі гостей. Туристичний же сервіс, як вид професійної діяльності, ґрунтується на наданні приїжджим найголовнішого – комфортного помешкання, якісного харчування й надання інших культурно-побутових послуг. Більшість сучасних готелів має свої ресторани та кафе, проте будь-який турист може скористатися послугами інших місцевих ресторану, кафе або їдальні, які обслуговують і тутешніх мешканців. Тому особливо актуалізується проблема професіоналізму й морально-етичної культури усіх працівників сфери готельного бізнесу [7; 10]. Корисною у даному ракурсі слід вважати монографічну працю А.Віндюка «Професійна підготовка майбутніх фахівців із готельно-курортної справи в умовах ступеневої освіти: теорія та методика».

Характеризуючи базові поняття індустрії гостинності та аналізуючи основні поняття професійної підготовки майбутніх фахівців із готельно-курортної справи, автор вважає, що саме професійність забезпечує конкурентоспроможність. Якісні послуги автором розглядаються як професійна система дій майбутніх фахівців із готельно-курортної справи [6].

Одним із напрямів релігійної гостинності, як соціокультурного явища, є світсько-церковна мережа рекреаційних закладів, пов'язаних із феноменом паломництва (від латин. Palma – пальмова гілка) – прощеною, мандруванням богомольців до святих місць. Цей термін походить від звичаю прочан привозити з Єрусалиму пальмову гілку.

У дослідженні З.Сапелкіної «Паломництво як соціокультурне явище: становлення і розвиток в Україні (середина ХХ – початок ХХІ ст.)» зазначається, що православна церква протягом століть виробила виважену й ретельно обґрунтовану мережу сервісного обслуговування прочан: наявність нічліжних будинків для мандрівників, пунктів їх харчування й навіть супроводжуючих, що надають необхідні послуги паломникам [14; 12].

Отже, гостинність розглядається істориками, культурологами, економістами як один з основних концептів людського життя у культурно-історичному зрізі: від античності й до наших днів. Дослідниками приділяється велика увага туристичній галузі, ефективний розвиток якої можливий за умови відповідного наукового обґрунтування та організаційно-економічного забезпечення. Вчені також порушують проблему стану готельно-ресторанної інфраструктури, яка сьогодні ні за кількістю, ні за якістю не відповідає міжнародним стандартам, і стверджують необхідність приділяти більше уваги з боку державних органів влади питанням підготовки саме готельного господарства. У зв'язку з цим перспективним напрямом подальших досліджень може бути проблема правової культури в гостинному бізнесі.

### Джерельні приписи

1. Булкин И.Ю. История путешествий. Античная эпоха / И.Ю. Булкин. – М.: Форум, 2011. – 240 с.
2. Бусыгин А.П. Как организовать кулинарный туризм? /А.П. Бусыгин // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2008. – № 2. – С. 74-76.
3. Варипаев О.М. Готельний та ресторанный бізнес як складова індустрії гостинності / О.М. Варипаев, Л.М. Варипаева // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – Х., 2009. – Вип. 2 (10). – С. 614-621.
4. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К., Ірпінь: ВТФ «Перун», 2001. – 1440 с.
5. Вишневіська Г.Г. Еволюція сфери гостинності міста Києва другої пол. ХІХ – початку ХХ ст. у контексті розвитку українського туризму: автореф. дис... канд. культурології: спец. 26.00.06 – «Прикладна культурологія. Культурні практики» / Вишневіська Галина Георгіївна; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – К., 2008. – 19 с.
6. Віндюк А.В. Професійна підготовка майбутніх фахівців з готельно-курортної справи в умовах ступеневої освіти: теорія та методика / А.В. Віндюк. – Запоріжжя: Класич. приват. ун-т, 2011.

– 339 с.

7. Гарбар Г.А. Розвиток соціокультурного інституту гостинності в українському туризмі 60-80-х рр. ХХ століття (на матеріалі Миколаївської обл.) / Г.А. Гарбар; Київ. нац. ун-т культури і мистец. – Миколаїв: Вид-во Південнослов'ян. ін-ту Київ. славист. ун-ту, 2007. – 265 с.

8. Европейский гостиничный маркетинг: Учеб. пособ. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 224 с.

9. Кузищин В.И. Исследование в области экономической истории античности / В.И. Кузищин. – СПб.: Алетей, 2011. – 654 с.

10. Ленская В.С. Аристократический мир Древней Греции (на примере Афин VII-IV вв. до н.э.) / В.С. Ленская. – М., 2008. – 232 с.

11. Нездоймінов С.Г. Регіональні процеси ринкових перетворень в сфері гостинності / С.Г. Нездоймінов // Наук. вісник. – О., 2011. – № 17 (142). – С. 28-35.

12. Руденко Є.С. Деякі порівняння характеристики розвитку галузі гостинності в Україні / Є.С. Руденко // Вісник Харків. нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна. – Х., 2002. – С. 259-263.

13. Русавська В.А. Гостинність в українській побутовій культурі ХІХ ст.: автореф. дис... канд. іст. наук: спец. 17.00.01 – «Теорія та історія культури» / В.А. Русавська; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – К., 2007. – 19 с.

14. Сапелкіна З.П. Паломництво як соціокультурне явище: становлення і розвиток в Україні (середина ХІХ – початок ХХІ ст.): автореф. дис... канд. істор. наук: спец. 17.00.01 – «Теорія та історія культури» / З.П. Сапелкіна. – К.: КНУКІМ. 2006. – 20 с.

15. Скржинская М.В. Древнегреческие праздники в Элладе и Северном Причерноморье / М.В. Скржинская. – СПб.: Алетей, 2010. – 464 с.

16. Смолій В.А. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух; Передмова В.М. Литвина. – К.: Слово, 2006. – 372 с.

17. Томащук Т.В. Світова індустрія гостинності: Навч. посіб. / Т.В. Томащук; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К., 2008. – 153 с.

18. Уокер Дж.Р. Управление гостеприимством. Вводный курс: Учеб. для студ. вузов, обучающихся по специальности 061122 «Гостиничный и туристический бизнес» и специальностям сервиса 23.0000 / Р.Джон Уокер; Пер. с англ. В.Н. Егорова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 880 с.

19. Федорченко В. Занимательное питание / В.Федорченко // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2005. – № 2. – С. 86-89.

20. Федулин А.А. Сервис в историческом и философском осмыслении / Федулин А.А., Багдасарян В.Э. – М.: Собрание, 2010. – 240 с.

21. Шевчук Л.Т. Львів після проведення Євро-2012: соціально-економічний та громадсько-політичний прогноз / Л.Т. Шевчук // Тези учасників Громадського Форуму. – Львів, 2010. – С. 18-19.

22. Шишкіна Л. Міжнародні стандарти серії ISO 9000 шлях до підвищення якості послуг готельної індустрії України / Л.Шишкіна // Готельно-ресторанний бізнес. – К., 2008 – Вип. 1. – С. 46-51.

### Резюме

Аналізується досвід дослідження феномену гостинності як соціокультурного явища. Здійснено спробу визначення поняття «гостинність» й споріднених з ним термінів.

**Ключові слова:** культура, гостинність, готель, послуга, якість послуги, клієнт, конкуренція.

### Summary

#### **Komarnickiy I. The Hospitality as a Cultural Phenomenon: the Historiographical Review**

The research experience of the phenomenon of the hospitality as a sociocultural phenomenon is analyzed in the article. The attempt to define the concept of the «hospitality» and related terms is realized.

**Key words:** culture, hospitality, hotel, service, service quality, customer, competition.

### Аннотация

Анализируется опыт исследования гостеприимности как социокультурного явления. Осуществлена попытка определения понятия «гостеприимность» и родственных с ним терминов.

**Ключевые слова:** культура, гостеприимность, отель, услуга, качество услуги, клиент, конкуренция.