

- комплексність управління;
- значні витрати ресурсів і часу на проектування й розвиток;
- відносна усталеність, тобто можливі невеликі відхилення в параметрах функціонування окремих елементів системи та в їхніх взаємозв'язках не можуть істотно впливати на функціонування системи загалом [там само].

Значне ускладнення в структурно-функціонального улаштування мегаполіса потребує розроблення інноваційних підходів щодо муніципального управління, які враховували б місце й роль великого міста в загальноцивілізаційних процесах, а також ефективність упровадження загальних принципів організації життєдіяльності складноструктурованих соціально-економічних систем. Щодо цього стратегічним завданням розвитку України можна вважати діяльність суспільства, спрямовану на модернізацію системи державного управління й реформування адміністративно-територіального устрою, пошук дієвих механізмів управління економічними, соціальними та політичними процесами, що стосуються, передусім, збалансованого й прогнозованого розвитку великих міст, а отже, й держави загалом.

Список використаних джерел

1. Бабаєв В. М., Волик С. В. Міжнародні спортивні змагання : механізми державного впливу на регіональний розвиток : [моногр.] / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : НУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 213 с.
2. Бабаєв В. М. Управління великим містом: теоретичні і прикладні аспекти : [моногр.]. Харків : ХНАМГ, 2010. 306 с.

ФІЛОСОФІЯ ГОСТИННОСТІ ТА РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС

Шовкова А.А.

Науковий керівник – Козирєва Н.В., канд. філос. наук, доцент

Філософське осмислення феномену «гостинності» з'являються, як відомо, в Стародавній Греції. Особливий науковий інтерес в цьому відношенні представляють праці Платона і Арістотеля, в яких розглядаються *ксенія* (ξενία) та *проксенія* (προξενία), як соціальні інститути приватної гостинності (ксенії) та публічної гостинності (проксенії), що стосуються міжнародно-правових звичаїв, які регламентували правила міжполісної комунікації, тобто виконували функцію регулювання відносин між полісами, забезпечували інтеграцію соціуму на «мікро-» та «макро-» рівнях.

Разом з тим, розвинута філософська рефлексія на предмет *гостинності* має місце в добу Просвітництва. Саме в той час з'являється усвідомлення цього феномену як сутнісного принципу буття людини безпосередньо пов'язаного з моральними приписами і

нормами поведінки, почуттями людської гідності, честі і як однієї з універсальї культури. Такі філософи-просвітителі, як Ш. Монтеск'є, Вольтер тощо актуалізують зустріч з «Іншим Я» і вперше в історії європейської культури прагнуть стати на позиції цього «Іншого», виступають за толерантне ставлення до інших релігій і культур.

В останній чверті ХХ ст. особливої ваги набуває філософський аспект осмислення гостинності, де вона розглядається як універсальний ціннісний механізм встановлення міжособистісної взаємодії під час зустрічі з «Чужим», або «Іншим» в межах феноменології, герменевтики й антропології (Ж. Дерріда, Е. Левінас, П. Рікер та ін.) [4].

Ресторанний бізнес як невід'ємна складова національної культури має особливий стрижень – *гостинність*, філософія якої ґрунтується на особливому ставленні людини до людини на підставі гуманізму, людськості, а отже, на певних культурних засадах [1]. Філософія гостинності формується через передавання традиції піклування про іншого, в якому ресторанне господарство формує комфорт, позитивне самовідчуття, спокій і свободу в досягненні всього того, що пропонує українська культура.

Жити, пізнавати, насолоджуватися побаченим і почутим у комфортних, захищених умовах – такою є пропаганда філософії ресторанної гостинності. Гостинність як соціальне і культурологічне явище має надзвичайно велику історію буття, оскільки коріння гостинності губиться, як вже зазначалось, у глибині тисячоліть, і у кожного народу вона має свою психологічну специфіку, оскільки живиться ментальністю етносів.

Специфіка української гостинності визначається особливостями культурно-історичного розвитку, значною мірою зумовленими географічним розташуванням українського етносу та характером його взаємодії з населенням суміжних територій, яке прагнуло розширити ареал свого проживання [2]. Український етнос, сформований на перехресті західної і східної цивілізацій, створив специфічну культуру, яка цілком не підпадає під жодну з двох моделей – ні західну, ні східну (Т. Г. Шевченко. «І мертвим, і живим, і ненародженим землякам моїм в Україні і не в Україні моє дружнєє посланіє»).

Згідно з таким підходом гостинність постає як результат процесів акультурації впродовж тривалого історичного періоду, що дає підстави розглядати її в історико-культурному аспекті як складову традиційної побутової культури у співвіднесенні з національним характером, моральними, естетичними цінностями, способом життя, типом поведінки. Йдеться про те, що українські традиції асимілюються,

зокрема, з кухнями різних народів світу і формують уніфіковану модель, прийнятну для українських споживчів та які відтворюються у специфічності ресторанних брендів та репрезентації ресторанних мереж в Україні [1].

Таким чином, у створенні успішної ресторанної мережі відтворення традицій гостинності у ставленні до кожного відвідувача зміцнює довіру до бренду, сприяє формуванню лояльних відносин. Тому вивчення та удосконалення форм і технологій ресторанної гостинності належить до першочергових завдань.

В цілому, сенс філософії ресторанної гостинності має ще одне не менш важливе змістовне навантаження. Справа в тому, що ресторанний бізнес виконує важливу економічну функцію. Він є потужним джерелом, яке матеріально і духовно стимулює розвиток виробництва, дає прибуток, сприяє утвердженню інноваційного характеру у світосприйнятті рівня та якості обслуговування. Адже чим більш ґрунтовно розроблена й розгорнута в ньому ідеологія гостинності, тим більша кількість потенційних партнерів буде задіяна в його сфері діяльності, вкладе необхідні кошти в придбання франшизи, долучиться до бренду тощо [3].

Вивчення гостинності також має велике соціальне значення, адже в розвитку франчайзингової мережі створюються робочі місця, формується культура бренду, здійснюється духовний обмін соціальнокультурними цінностями. Для клієнтів ресторанна гостинність має створити атмосферу відкритості, довіри, демократизму, свободи спілкування та взаємної поваги. Пізнання й розуміння цього аспекту гостинності, формування технологій її здійснення – важливе завдання якісного брендингу, франчайзингової політики, обґрунтованої філософії і всебічно розвиненої корпоративної культури. В культурах усіх народів існують правила прийому гостей, які, не дивлячись на певне національне забарвлення, можна вважати універсальними, а саме: привітність, щедрість, заступництво, дружелюбність тощо.

Отже, ресторанна гостинність визначає систему заходів та порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших запитів гостей ресторанних закладів, їх якісного обслуговування, надання якісних ресторанних послуг, а також є передумовою формування успішної ресторанної мережі.

Список використаних джерел

1. Готельно-ресторанний та туристичний бізнес: реалії і перспективи [Електронне видання]: тези доповідей VI Всеукр. студ. наук. конф. (Київ, 25 березня 2020 р.) / Відп. ред. А. А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. 318 с.

2. Поплавська А. В. Феномен гостинності в українському та зарубіжному культурознавстві / *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2018. № 4. С. 168–173. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdakkkm_2018_4_31

3. Завідна Л. Д. Готельний бізнес : стратегії розвитку : [моногр.]. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 600 с.

4. Пилипів В. В. Філософський аспект осмислення феномену гостинності / Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації : тези доповідей VII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Київ, 9–10 квіт., 2020 р. / МОН України; М-во культури та інформаційної політ. України; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв ; Київ. ун-т культури ; Ф-т готельноресторанного і турист. бізнесу. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2020. С 53–56.

ФІЛОСОФІЯ ДИЗАЙНУ: ЗМІСТ ТА НАПРЯМИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Жмурко К.О.

Науковий керівник – Козирєва Н.В., канд. філос. наук, доцент

Як відомо, окремі науковці пов'язують дихайн і дизайнерську діяльність з теоретичною і прикладною естетикою. При цьому, теоретичну її складову репрезентують як творчість, дослідження художніх і архітектурних стилів, простору людської життєдіяльності, категоріальних структур творчого мислення. Що стосується прикладної естетики, то її пропонується розглядати як філософію дизайну, що досліджує специфічні особливості поєднання конструкторської і художньої діяльності в процесі розробки відповідних виробів, людино-машинних систем, проектування соціального простору на рівні промислової і житлової забудови, дорожньо-транспортних і логістичних систем комунікації, товарних потоків та сервісного обслуговування експлуатованих виробів [1; 2; 6].

У сучасній культурі професійне заняття дизайном є однією з найуспішніших і затребуваних професій. Багато в чому така ситуація задана особливостями сучасного промислового виробництва, досягненнями науково-технічного розвитку, широкими можливостями художньої творчості, з одного боку, і принциповими зрушеннями в самому людському існуванні, – з іншого. Нова (сучасна) людина не просто прагне до певного високого життєвого стандарту з його найважливішими складовими (комфорт, ергономічність, безпеку). Для багатьох потреба в дизайнерському рішенні особистого або офісного простору, професійного обладнання, стилю одягу і життя в цілому, гаджетів і навіть упаковки предметів першої необхідності є свого роду формою самоідентифікації [5].

Поняття «*design*» в перекладі з англійської означає «здум», «проект». Ця творча діяльність являє собою процес і результат художньо-технічного проектування як у вигляді окремих предметів,