

SOCIAL COMMUNICATIONS

Періодичні видання, блоги та інтернет портали в готельно-ресторанній справі як джерела бібліотечно-інформаційного забезпечення

В. Антонович

Київський національний університет культури і мистецтв
Corresponding autor. E-mail: vova.trtt.mc@gmail.com

Paper received 19.10.20; Accepted for publication 29.10.20.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-243VIII43-08>

Стаття присвячена дослідженню періодичних видань, блогів та інтернет порталів, як потенціальних джерел актуального інформаційно-бібліотечно-інформаційного забезпечення фахівців готельно-ресторанної справи в Україні. **Методологія** полягає у використанні індукційного та дедукційного методів аналізу українських періодичних видань та інтернет ресурсів. Більшість видань у сфері готельно-ресторанних послуг в Україні створені фахівцями та організаціями, які управляють готелями та ресторанами, а також розробляють супутні продукти для автоматизації та полегшення виробничих процесів. Інколи інформація з даної тематики з'являється в нефахових ресурсах і може бути непоміченою.

Ключові слова: інформаційне забезпечення, готельно-ресторанна справа, блог, портал, соціальне партнерство, бібліотека.

Вступ. В Україні проблемами забезпечення інформацією готельно-ресторанної сфери в переважній більшості займаються бібліотеки вищих навчальних закладів, які здійснюють підготовку фахівців цього напрямку. За даними порталу «ОСВІТА.UA» станом на 12 листопада 2018 року таких закладів налічувалося близько 132. Крім бібліотек вишів також непогані ресурсні бази знаходяться в бібліотеках коледжів і певні матеріали розміщені навіть в обласних і місцевих бібліотеках.

В ході дослідження важливе значення мають не тільки бібліотеки, як складова ланка в інформаційно-бібліотечно-інформаційного забезпечення готельно-ресторанної сфери, а й ресурси, які вони можуть надати читачам. Одне з найважливіших місць серед наповнення сучасних бібліотек займають періодичні видання, як такі що містять постійно потрібну, актуальну інформацію. Такі видання можна поділити на ті, що є власне готельними або ресторанными і на ті, що займаються загальною тематикою і час від часу звертаються до тем готельно-ресторанної сфери. В Україні вони представлені журналом «РестораторЪ», «Best Restaurants Kyiv» та «Best Odessa», «Бахгалтер&Закон». Окрім періодичних видань важливу роль виконують і інтернет ресурси такі як «POS Sector», HotelConsulting.Agency, портал HoReCa, WaitronBot блог, PostEat Ukraine.

Метою статті є дослідженню ненаукових періодичних видань, блогів та інтернет порталів, як потенціальних джерел актуального інформаційно-бібліотечно-інформаційного забезпечення фахівців готельно-ресторанної справи.

Реалізація мети потребувала таких дослідницьких завдань:

- встановлення кола бібліотек, які надають інформацію для фахівців готельно-ресторанної справи;
- розкриття з позиції трактування поняття «інноваційна технологія»
- окреслення перспективних напрямів участі бібліотек в накопиченні, систематизації та створенні нових джерел інформації;

Методи і матеріали. Реалізації мети сприяло використанні методів індукційного та дедукційного аналізу українських періодичних видань та інтернет ресурсів.

Джерельну базу дослідження склали тематичні ресурси компанії «Ресторатор Україна», редакції «The Pink Guide», журналу «Гастрономічний космос», «Бахгалтер&Закон» та «Новое Время», «VogueUA», «Академія гостеприимства», «Ресторанні вести», блогу «POS Sector», порталу «HotelConsulting.Agency» та «HoReCa», компанії «WaitronBot».

Результати та їх обговорення. Журнал «РестораторЪ», який відноситься до першої категорії є одним з найвідоміших періодичних видань в Україні, в готельно-ресторанній сфері. Випуском цього видання забезпечує компанія «Ресторатор Україна», яка заснована в 2003 році і крім нього займається ще виданнями книги рецептів провідних українських шеф-кухарів «Гурман», організацією і проведенням кухарського конкурсу CulinArt, фестивалю рестораторів InRestFest, а також освітніми заходами у вигляді семінарів, вебінарів і майстеркласів. Журнал «РестораторЪ» поділяє свою інформацію на 6 категорій. Перша категорія це управління, вона розглядає такі питання як управління закладами HoReCa, інтерв'ю з лідерами ринку, бізнес-планування, робота з персоналом, система контролю якості та моніторинг попиту, оцінка інвестиційної привабливості, робота з меню та інші питання ресторанного менеджменту. Наступна категорія – кухня, тут розглянуті такі питання як оригінальні рецепти різноманітних страв, інтерв'ю з шеф-поварами, огляд обладнання для кухні, аналіз національних кухонь, спеції, соуси і приправи. Третя категорія це зал, а саме робота офіціантів, інтер'єр, текстиль, меблі, технології підвищення продажів в ресторані. Далі розглянуті питання роботи бару: кава, кавові машини, коктейлі, вина, сигарети, подача алкоголю і його поєднання зі стравами. Наступна категорія включає в себе всі питання що стосуються загального розвитку ресторанного закладу, а саме: практичні рекомендації і приклади успішних закладів, маркетинг і просування. Остання категорія має назву новини і в ній розглянуті новини ресторанного бізнесу, а також нові заклади. Журнал функціонує в двох форматах, як друковане видання так і у вигляді онлайн джерела інформації. Редакція The Pink Guide в Україні видає «Best

Restaurants Kyiv» та «Best Odessa», які описують найкращі ресторани міст мільйонників Києва та Одеси, не місять реклами і позиціонуються як повністю незалежні від зовнішнього впливу. Вони написані англійською мовою і містять карти, піктограми (графічні символи), фото, рекомендації автора, описи інтер'єру та декору.

З 12 квітня 2018 року в Україні з'явився новий журнал «Гастрономічний космос», засновниками якого виступають київський шеф Євген Мензелевський, який відомий по своїй роботі у ресторани Green Tangerine Hanoi в Ханой (В'єтнам) та київських ресторанах Tin Tin та Slurp, та є автором першої в Україні Culinary School Asia 1.0; київський політичний теоретик, засновник журналу Varout та ідейний натхненник одного з культових українських барів Максим Андрущенко; та співзасновник української видавничої цифрової платформи про гастрономічну індустрію PostEat Михайло Парапан. Метою даного видання зазначена популяризація української гастрономічної культури, її ефективна та ефектна інтеграція до світового простору гастрономії. Автори відносять журнал до фахово-нішового, який тематизує питання розвитку української та світової гастрономії. Журнал за задумом повинен об'єднати українську спільноту кухарів, власників та інвесторів ресторанів, ресторанных критиків та блогерів, читачів з метою формування адекватної гастрономічної культури, якої за твердженням авторів поки що Україні бракує. Він випускається двома мовами: українською та англійською, а частина інформації з випусків оприлюднена на платформі PostEat.

Розглянемо журнали з другої категорії, одним з таких є «Бахгалтер&Закон», який не відноситься до власне готельно-ресторанної сфери, але часто містить матеріали з даної тематики наприклад випуски журналу «Готельний бізнес: від А до Я», «Облік у туристичному бізнесі», а також загальнотематичні журнали з рекомендаціями, які можливо застосувати як в готельно-ресторанній сфері так і в будь-якій іншій. Видання позиціонує себе як електронне і таке, що призначене для бухгалтерів, містить аналітичні матеріали з практичними рекомендаціями експертів, гіперпосилання на нормативно-правові акти, має українськомовну і російськомовну версії.

Журналу «Новое Время» також відноситься до таких, що час від часу розміщує чималі обсяги інформації про готелі та ресторани. Видання охоплює дуже широку тематику, має потужний інтернет портал та займає провідні позиції в українському медіапросторі. Кожного року редакція випускає номер журналу під назвою «ТОП-100 найкращих ресторанів України» в якому оприлюднено найкращі заклади ресторанного господарства України та визначені їх найсильніші сторони. Особливістю цього рейтинг-огляду є те, що на відміну від рейтингів ресторанів популярного ресурсу Trip Advisor, редакція не опитує звичайних відвідувачів закладів, а оцінку дають саме фахівці- переважно ресторатори, гастроblogери і ресторанны критики. На початку даного проекту автори мали сумніви що до подальшого успіху, адже припускали, що список не змінюватиметься з року в рік, а вже у 2018 році в списку з'явилося одразу 44 нових заклади і відповідно така ж кількість його покинула. Ще однією особливістю даного рейтингу є те, що заклади всередині сотні не ранжуються, тобто не мають конкретного порядкового номеру, визнаються одними з найкращих серед інших.

Ще одним виданням, яке час від часу друкує інформацію про готельно-ресторанну сферу є «VogueUA», яке є всесвітньовідомим і розглядає безліч різноманітних тем. Інформація про ресторани знаходиться в однойменній тематиці, а ось інформацію про готелі можна знайти у розділі подорожі, новини стосуються як українських готелів та ресторанів так і світової практики готельно-ресторанної сфери.

Крім вище зазначених в Україні зустрічаються журнали спільного україно-російського видавця, а також власне російські. Журнал спільного видання має назву «Академія гостеприимства» і виходить один раз на два місяці, об'єм одного випуску становить від 128 до 160 сторінок. Основними перевагами цього видання є те, що: в ньому міститься не теоретична, а інформація з практики готельної та ресторанної сфери, яку готують експерти галузі; розписані різні ситуації та варіанти як діяти і їх наслідки; прослідковано реальну ситуацію на ринку готельно-ресторанних послуг і надана актуальна інформація на момент друку видання; розглянуті найновіші ноу-хау; міститься досвід успішних практик, який надає можливість ознайомитись з найкращими прикладами, секретами оптимізації робочих процесів, помилками і висновками, які з них зроблені. Також корисним є те що журнал містить поради з антикризового менеджменту, кадрової політики, способів збільшення завантаженості підприємств готельного спрямування, оптимізації контенту електронного ресурсу і модулів онлайн-бронювання, оптимізації оподаткування, використання ефективних інструментів роботи з SMM і відгуками гостей, організації співпраці з туристичними агентствами, організація конференц-сервісу і додаткових послуг і інші.

Власне російські журнали в Україні представлені виданнями «Современный ресторан» і «Ресторанные ведомости с вложением журнала "Restoranoff Market"». Перше видання містить інформацію про сучасні підходи та технології створення і функціонування ресторану, багато оригінальних, а також апробованих на практиці бізнес-ідей, рекомендації що до підбору приміщення, концептуальні варіанти закладу, дизайн і стиль, інформацію про сучасне обладнання, вибір постачальників, ціноутворення і цінову політику, облік, автоматизація, питання що стосуються забезпечення чистоти. Також видання розглядає питання формування лояльності клієнтів, правовий та маркетинговий аспекти, кадрову політику, а однією з основних рубрик є секрети успіху - інтерв'ю з власниками та керівниками знаменитих і успішних ресторанів. Журнал є постійним учасником і інформаційним спонсором різних виставок, семінарів і тренінгів, надає можливість ознайомитись з репортажами, ексклюзивними фотографіями і аналізом обладнання та технологічних рішень представлених на таких заходах, а також розміщує анонси виставок на новий рік, програми найцікавіших конференцій і семінарів для власників і керівного персоналу закладів ресторанного господарства.

Видання «Ресторанные ведомости с вложением журнала "Restoranoff Market"» позиціонується як кращий бізнес-журнал для професіоналів індустрії харчування та гостинності в Росії. Кожен номер має унікальний контент, який передбачає інтерв'ю з першими особами рес-

торанного ринку, ексклюзивні коментарі, поради експертів, практичні рекомендації рестораторам, майстер-класи від провідних шеф-кухарів, історії успіху закладів та видатних особистостей, які працюють в сфері ресторанного бізнесу, огляди продукції та нових технологій, і безліч іншої корисної інформації. Журнал розповсюджується крім Росії в 4 країнах СНД і ближнього закордону, а саме: серед тих, хто оформив підписку; по базам даних підприємств харчування, індустрії гостинності; в 52 містах Росії; на фірмових стійках інформаційної групи «Ресторанні відомості», встановлених в виставкових залах провідних компаній-постачальників (понад 100 залів); на всіх основних спеціалізованих виставках і конференціях Росії і СНД (більше 50 в рік). Останні займають 5% від загальної аудиторії читачів журналу (які оформлюють підписку і купують видання) та до них входить і Україна.

Окрім традиційних шляхів забезпечення інформацією важливою складовою системи комунікаційних каналів є використання інноваційних технологій. Інновація це діяльність спрямована на вдосконалення або створення принципово нових (відмінних від тих що існують) виробів, технологічних рішень, певне нововведення, яке досі не використовувалось. Технологія це сукупність знань, яка містить послідовність окремих виробничих операцій у процесі виробництва чого-небудь [1]. Таким чином інноваційні технології це абсолютно нова сукупність знань, технологічних рішень, новітні вироби, які покликані зробити процес виробництва будь-чого зрозумілішим та простішим. Окремо слід визначити поняття бібліотечних інновацій, як предметної області дослідження. Бібліотечна інновація – це оригінальна або нестандартна ідея (методика, проект), що не є традиційною і не схожа на будь-яку з існуючих або має значні відмінності (вдосконалена) та передбачає нові підходи до загальної організації бібліотечного обслуговування, технології менеджменту заклад. Зазвичай така ідея спочатку може викликати непорозуміння з боку суспільства, але коли вона впроваджується і в період реалізації виправдовує очікування новатора, вона перестає бути ідеєю і стає інновацією [3, с. 3].

Задоволення інформаційних потреб готельно-ресторанної сфери в Україні представлені загальнобібліотечними інноваціями і передбачають використання нових технологічних рішень, технологій пов'язаних з розвитком всесвітньої мережі Інтернет, а також різних сучасних технічних пристроїв. Однією з таких інновацій являється соціальне партнерство.

О. Воскобойнікова-Гузова визначає соціальне партнерство як особливий вид суспільних відносин, який керується принципами узгодженості й захисту інтересів різних соціальних груп, усвідомлення взаємозалежності, взаємодії, а також взаємної відповідальності. Вона зазначає, що метою такого партнерства в бібліотечній справі є забезпечення конкретних потреб суспільства [2, с. 3].

Зкладам бібліотечного спрямування важливо чітко усвідомити в якому столітті вони функціонують і з'ясувати основні потреби суспільства, які реалізуються за допомогою інноваційних технологій, а також активного використання всесвітньої мережі Інтернет. Час для людей перестає бути ресурсом, який можна легко витрати

чати і його використання стає спланованим і передбачуваним, важливо створювати такі умови за яких при мінімальних затратах часу є можливість отримати максимум користі, окремо навіть існує сукупність методик оптимальної організації часу, так званий тайм-менеджмент. В цьому контексті важливо звернути увагу на такий популярний варіант спілкування як блогінг, який можливо розвивати не тільки на базі бібліотеки, але й використовуючи соціальні мережі і популярні мультимедійні платформи.

В Україні існує велика кількість потужних блогів, котрі займаються готельно-ресторанною сферою і мають широке коло користувачів, що дає змогу розвивати портали і перетворювати їх з простого захоплення власника в якісне джерело інформації та розвинутий аналітичний центр. Одним з прикладів поєднання блогу з іншою діяльністю є блог розробника систем і обладнання для автоматизації ресторанів «POS Sector», який паралельно з розвитком власної бізнес-інновації досліджує сектор діяльності в котрому задіяний, свої дослідження та власні міркування висвітлює на просторах глобальної мережі. Для прикладу, огляд тематик блогу: «Як поводитись з відвідувачем-грубіяном: 7 порад офіціантам», «Актуальні тенденції в ресторанному дизайні інтер'єрів», ««Не проходить повз» або 8 способів заманити перехожих у свій ресторан», «Розкрутка ресторану як локації для весіль і банкетів», «Готовий ресторанний бізнес: чи варто купувати діючий заклад?», «Секрети створення меню, що продається», «Співбесіда в ресторані: 10 нестандартних питань здобувачеві», «Як підвищити середній чек в ресторані і не бути нав'язливим: поради офіціантам», «Що постити на Facebook, щоб залучити до ресторану реальних відвідувачів», «Поради бармену: 10 способів збільшити виручку в барі» і тому подібне. Як можна побачити, займаючись зовсім іншим аспектом ресторанної сфери, компанія змогла створити якісний контент, який на пряму не відноситься до предмету товарів і послуг, які вони виробляють, але дає можливість зрозуміти певні механізми функціонування сфери з точок зору різних осіб.

Організація HotelConsulting.Agency котра займається управлінням готелями, готельним консалтингом, управлінням продажами, обслуговуванням та технічною експлуатацією, навчанням та підвищенням кваліфікації, бухгалтерським і юридичним супроводом, а також проведенням масових заходів та бронюванням номерів також має свій блог і успішно його розвиває. Деякі з тем котрі вони розглядають: «Розробка стандартів обслуговування», «Маркетингова психологія готельного бізнесу», «Вплив кількості відгуків на загальну оцінку готелю», «Обираємо готель...в залежності від швидкості wifi у ньому», «Тестування закладів харчування за німецьким зразком», «Крок за кроком Google виходить на ринок готельних посередників», «Нові тенденції в зірковості готелів», «В'язниці, що стали кращими готелями», «Репутаційний менеджмент», «Що подати на континентальний сніданок», «Соліна: «Море» у Карпатах» і так далі. Тобто компанія, яка займається загалом управлінською діяльністю, відслідковує і загальну картину в готельній сфері, і розвиток середовища в якому вона функціонує в цілому.

Портал HoReCa (<https://horeca-ukraine.com/>) це сайт котрий поєднує інформацію про готелі і ресторани, він

висвітлює короткий опис закладів, а також сучасні новини та огляди в готельно-ресторанній сфері. Для прикладу приведена тематика деяких зі статей: «Фестиваль глінтвейну і вина», «Вдова Кліко: імперія вин», ««RestoConf» в Одесі, наймасштабніша конференція з ресторанного бізнесу», «Найдорожчі стейки в світі - ексклюзивно для цінителів», «Кускус - це макарони, рожевий перець - це не перець і ще 98 фактів про їжу від шеф-кухаря Івана Шишкіна», «PASTRY SCHOOL від кондитерської школи "Le Cordon Bleu"», «Результати Michelin по містам Європи 2018», «Продовольчі і гастрономічні тенденції: від ферми до столу 2019 році», «WorldFood Ukraine 2018 – головна подія для виробників і дистриб'юторів продуктів харчування», «Aloft Kiev задає новий ритм готельної індустрії України» і тому подібне. Як видно інформація проаналізована блогом дуже різноманітна та представлена великою кількістю різних напрямів котрі існують в готельно-ресторанній сфері.

Компанія WaitronBot, що займається розробкою та забезпеченням малих та середніх підприємств ресторанного спрямування чатбот-сервісами для прийому замовлення онлайн, в 2018 році створила WaitronBot блог. Тематика блогу спрямована на ресторанний сектор і включає такі теми як: «Штучний інтелект в ресторанному бізнесі», «Мобільний додаток для ресторану: чи варто інвестувати?», «Система прийому замовлень: що це та як це може Вам допомогти?», «4 способи підвищити моральний дух персоналу», «Засоби автоматизації Вашого ресторану», «5 порад для успішного маркетингу в ресторані», «4 причини використовувати чатбот-системи в Вашому ресторані», «Як знизити плинність кадрів в ресторані», «Як просувати свій ресторан в соцмережах: 7 порад по просуванню в Facebook», «Як привабити нових клієнтів в Ваш ресторан?». Розглянуті теми дають зрозуміти, що компанія по більшій мірі висвітлює питання котрі на пряму або опосередковано відносяться до безпосередньої професійної діяльності, тому даний блог можна віднести до більш вузькоспеціалізованих на відміну від попередніх.

Існують також і гібридні ресурси, які окрім подання власної інформації закликають користувачів до співпраці та участі у створенні якісного контенту. Таким ресурсом в Україні є PostEat Ukraine. Вони позиціонують себе як профільний засіб масової інформації, що надає інформацію про сучасний стан гастрономічної індустрії, а також ресторанної сфери України та світу. Інформація включає в себе останні новини ресторанної галузі, розвитку сегменту HoReCa загалом, а також дані про лідерів ринку і проекти, які пов'язані з розвитком харчової промисловості України. На PostEat розміщені розділи з оглядами трендових подій і тематик, інформація про бари, відгуки про різні заклади, гастрономічні, каталог закладів, рецепти страв і фоторепортажі з цікавих подій.

Висновки. Більшість видань у сфері готельно-ресторанних послуг в Україні створені фахівцями та організаціями, які управляють готелями та ресторанами, а також розробляють супутні продукти для автоматизації та полегшення виробничих процесів. Інколи інформація з даної тематики з'являється в нефахових ресурсах і може бути непоміченою. Загалом таких джерел інформації в Україні нараховується не надто багато, тому важливо розвивати цей напрям і створювати нові, для чого можна долучити і бібліотеки на умовах соціального партнерства. Також важливим питанням залишається правильне структурування та накопичення інформації, особливо за умов якісного розподілення часу фахівцем. Багато інформаційних ресурсів України в готельно-ресторанній сфері орієнтовані лише на фахівців готельної або ресторанної справи. Винятком є портал HoReCa, який поєднує інформацію про готелі та ресторани.

Важливо усвідомлювати, що є такі бази інформаційних джерел як приведені вище і при правильному їх поданні та популяризації вони можуть бути дуже корисними. Готельно-ресторанна сфера в Україні позбавлена подібної інформації про такі ресурси з якісним їх аналізом, тому важливим завданням є надавати потрібну інформацію фахівцям.

ЛІТЕРАТУРА

1. Академічний тлумачний словник української мови, URL:<http://sum.in.ua/s/tekhnologhija>
2. Воскобойнікова-Гузєва О. Соціальне партнерство як чинник розвитку бібліотечно-інформаційної сфери України // Бібліотечний вісник, 2014. № 4, С. 3-7, URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bv_2014_4_3.
3. Козачок Л. М., Жовтко Г. Й. Інноваційні послуги публічних бібліотек: методичні поради // Тернопільський обласний університет наукова бібліотека, науково-методичний відділ, 2012. С. 1-22., URL: http://library.te.ua/wp-content/uploads/2016/02/2012_12_innovation.pdf

REFERENCES

1. Academic explanatory dictionary of the Ukrainian language from <http://sum.in.ua/s/tekhnologhija> [in Ukrainian]
2. Voskoboinikova-Huzieva O. Social partnership as a factor in the development of the library and information sphere of Ukraine // *Bibliotechnyi visnyk*, 2014. № 4, P. 3-7 from http://nbuv.gov.ua/UJRN/bv_2014_4_3. [in Ukrainian]
3. Kozachok L. M., Zhovtko H. Y. Innovative services of public libraries: methodical advice // *Ternopilskyi oblasnyi universytet naukova bibliotekaka, naukovy-metodychnyi viddil*, 2012. P. 1-22. from http://library.te.ua/wp-content/uploads/2016/02/2012_12_innovation.pdf [in Ukrainian]

Periodicals, blogs and Internet portals in the hotel and restaurant business as a source of library and information support V. Antonovych

The article is devoted to the study of periodicals, blogs and Internet portals as potential sources of relevant information and library support for hotel and restaurant professionals in Ukraine. The methodology consists in the use of induction and deduction methods of analysis of Ukrainian periodicals and Internet resources. Most publications in the field of hotel and restaurant services in Ukraine are created by specialists and organizations that manage hotels and restaurants, as well as develop related products for automation and half of production processes. Sometimes information on this topic appears in non-professional resources and may go unnoticed.

Keywords: information support, hotel and restaurant business, blog, portal, social partnership, library.