

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПОНЯТТЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

THEORETICAL FUNDAMENTALS OF THE CONCEPT OF THE HOSPITALITY INDUSTRY

У статті розглянуто індустрію гостинності як елемент економіки, наведено понятійні характеристики індустрії туризму та гостинності, які є об'єктом різних наукових дискусій і підходів, оскільки різні автори трактують сутність індустрії гостинності з різних точок зору. Уточнено склад підприємств, що входять в цю індустрію, готельний і ресторанний бізнес виділено як її основу. Розглянуто підходи до визначення взаємозв'язку індустрій гостинності й туризму. Автором опрацьовано окремі теоретичні підходи до визначення поняття індустрії гостинності. Запропоновано авторський підхід до визначення поняття «індустрія гостинності». В результаті комплексного вивчення виявлено низку її особливостей, серед яких слід назвати клієнтоорієнтованість та функціонування підприємницького сектору спеціалізованого та інфраструктурного значення з огляду на принцип гостинності, що виступає їх спільним знаменником.

Ключові слова: гостинність, індустрія гостинності, туристська індустрія, туристи, відвідувачі, сервісне обслуговування, економіка, підприємницький сектор.

В статті розглянуто індустрію гостеприимства як елемент економіки, приве-

дены понятійные характеристики индустрии туризма и гостеприимства, которые являются объектом различных научных дискуссий и подходов, поскольку разные авторы трактуют сущность индустрии гостеприимства с разных точек зрения. Уточнен состав предприятий, входящих в эту индустрию, гостиничный и ресторанный бизнес выделен как ее основа. Рассмотрены подходы к определению взаимосвязи индустрий гостеприимства и туризма. Автором обработаны отдельные теоретические подходы к определению понятия индустрии гостеприимства. Предложен авторский подход к определению понятия «индустрия гостеприимства». В результате комплексного изучения выявлен ряд ее особенностей, среди которых следует назвать клиентоориентированность и функционирование предпринимательского сектора специализированного и инфраструктурного значения с учетом принципа гостеприимства, который выступает их общим знаменателем.

Ключевые слова: гостеприимство, индустрия гостеприимства, туристическая индустрия, туристы, посетители, сервисное обслуживание, экономика, предпринимательский сектор.

УДК 338.48(477.42)

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastructure55-29>

Тищенко С.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри туризму
Поліський національний університет

Tyshchenko Svitlana

Polissia National University

The article considers the hospitality industry as an element of economics, presents the conceptual characteristics of the tourism and hospitality industry, which are the subject of various scientific discussions and approaches, as different authors interpret the essence of the hospitality industry from different points of view. The composition of enterprises (of specialized and infrastructural significance) that are part of this industry has been clarified, and the hotel and restaurant business has been singled out as its basis. Approaches to determining the relationship between the hospitality industry and tourism are considered. The author elaborates some theoretical approaches to defining the concept of hospitality industry: the first theoretical approach should include the phenomenon of civilization, because in the last century the growth rate of tourist flows and the scale of the hotel sector exceed all rates of development of the hospitality industry in previous stages. From the standpoint of the second approach, the conceptual framework of the definition of "hospitality industry" assumes that the sector covers the service sector, but at the same time have its own specifics and patterns. Based on the third approach, the hospitality industry belongs to the service sector. Representatives of the fourth approach believe that the hospitality industry is part of tourism, but other authors, on the contrary, believe that the hospitality industry is broader than tourism. The fifth approach emphasizes the cross-sectoral nature, so the boundaries of the hospitality industry integrated with other industries are not always clearly defined. Accordingly, the sixth hospitality industry is defined as an independent sector of the economy (or a separate economic system). In the seventh approach, researchers have proven that the hospitality industry is an economic relationship and entrepreneurial activity. The author's approach to the definition of "hospitality industry" is proposed. As a result of a comprehensive study, a number of its features were identified, including: customer orientation and functioning of the business sector of specialized and infrastructural importance based on the principle of hospitality, which is their common denominator.

Key words: hospitality, hospitality industry, tourism industry, tourists, visitors, service, economy, business sector.

Постановка проблеми. Індустрія туризму та господарства швидко розвивається і є високо-рентабельною сферою, що є однією з найбільш важливих складових частин на ринку послуг. Слід відзначити, що поняття туризму та гостинності не можна розглядати окремо, адже це два тлумачення, які доповнюють один одного. Туристи є потенційними споживачами, що мають різноманітні бажання та потреби залежно від мети подорожі, що потребують відповідної гостинності, але ж послугами гостинності користуються не тільки туристи, але й інші категорії мандрівників, зокрема відвідувачі, місцеві жителі. Аналіз світових тенденцій в індустрії гостинності дає змогу дійти висновку, що рівень сфери діяльності має високий дохід та стресові темпи розвитку. Сучасна

індустрія гостинності має характер розширення сфери послуг. Вона є широким спектром підприємницького сектору різної форми власності тощо. Немає єдиної думки в науковій сфері стосовно чіткого визначення феномена індустрії гостинності та її структури, що є предметом дослідження багатьох науковців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Означеною тематикою займається велике коло науковців, як вітчизняних, так і закордонних. Дослідженнями понятійного апарату щодо індустрії гостинності, індустрії туризму, феномена гостинності займається багато авторів, таких як Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова, А.Ю. Баранова, Р.А. Браймер, Є.М. Валединський, В.І. Даль, Є.Б. Доброжанська, Д.І. Елканова, Д.А. Осипів,

В.В. Романов, О.П. Єфімова, Н.А. Єфімова, Н.І. Кабушкін, І.В. Зорін, В.А. Квартальнов, С.В. Кощеєв, Є.В. Лунєва, Е.І. Макрінова, Т.Ю. Іваницька, О.Ю. Нощенко, А.І. Перщиц, Є.О. Похомчікова, Н.В. Рубцова, Е.Е. Румянцева, М.Е. Сафонова, С.С. Скобкін, Дж.Р. Уокер, Г.М. Яковлев, N. Webster.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження різних тлумачень індустрії гостинності, туристської індустрії, гостинності. Для досягнення мети слід вирішити такі завдання:

1) вивчення теоретичної бази дослідження феномена індустрії гостинності;

2) дослідження джерел виникнення та формування різних підходів, відповідно, ствердження щодо нерозривності понять індустрії гостинності та туристської індустрії;

3) визначення основних теоретичних підходів до поняття «індустрія гостинності»;

4) формування авторського бачення визначення поняття «індустрія гостинності».

Для вирішення поставлених завдань використано такий комплекс теоретичних та емпіричних методів: теоретичний аналіз, узагальнення, синтез, класифікація й систематизація наукових та емпіричних досліджень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Індустрія гостинності є складною категорією, для визначення її семантики доцільно розглянути систему понять «індустрія», «гостинність», а в подальшому шляхом визначення специфіки сформулювати визначення терміна «індустрія гостинності». На сучасному етапі розвитку досить часто зустрічається словосполучення «індустрія гостинності», проте його тлумачення викликає певні труднощі. Для того щоб їх подолати, необхідно визначити кожен термін. «Гостинність» (від англ. "hospitality") – «універсальна традиція повсякденно побутової культури, відповідно до якої існує обов'язок привітності і турботи про гостя» [21].

Поняття «гостинність» має високу соціальну значущість і відіграє важливу роль у міжкультурному спілкуванні. В різних тлумаченнях поняття гостинності автори роблять акцент, з одного боку, на «якості характеру і поведінки людини, що відрізняється гостинністю та хлібосољством, людини, яка любить приймати та пригощати гостей» [20, с. 66], звужуючи це поняття, з іншого боку, розглядають його як «широкий набір видів бізнесу, кожен із яких пов'язаний з обслуговуванням людей, що знаходяться не вдома» [7, с. 52]. Таке тлумачення характеризує полярність поглядів на розуміння феноменів гостинності і не відображає його соціокультурного значення. Як поширене визначення, що найбільш повно характеризує феномен гостинності, його застосовує А.І. Перщиц, зазначаючи, що гостинність – це універсальний поширений загальний інститут, що забезпечує гостю прийом та турботу [14].

Слово «гостинність» ("hospitality") походить від старофранцузького «хоспіс» ("hospice"), тобто «місця, в якому мандрівники можуть отримати дах над головою і їжу» [22, с. 12].

У перекладі з латинської індустрія ("industria") – це діяльність. У багатьох словниках поняття «індустрія» (англ. "industry") означає промисловість, визначається як «найбільша галузь економіки, сукупність споріднених підприємств, що характеризуються єдністю економічного призначення виробленої продукції, однорідністю споживання сировини, єдиними технологічними процесами і технічної бази, особливим професійним складом кадрів і специфічними умовами праці» [17, с. 538].

Ототожнення індустрії з промисловістю має логічне обґрунтування. Довгий час у всьому світі промисловий сектор вважався центральною ланкою економіки, сервісний же розглядався як другорядний; доказом чого є ділення економіки залежно від видів діяльності на реальний (промисловість), невиробничий (сфера послуг) та фінансовий сектори. На думку багатьох фахівців, вживання терміна «невиробничий сектор» є не зовсім коректним, адже складається враження, що в ньому нічого не виробляється, тоді як нині сфера послуг є провідним сектором економіки розвинених країн, що залучає значні трудові ресурси, стрімко розвивається.

Отже, терміном «індустрія», що має первісне значення промисловості, почали позначати великі сукупності споріднених підприємств (видів діяльності). Зокрема, Дж. Уокер зазначає, що гостинність як «одне з фундаментальних понять цивілізації вже давно перетворилось на індустрію» [10, с. 17]. Незважаючи на досить часте вживання терміна «індустрія», в науковій та методичній літературі не сформовані критерії, за якими можна судити про обґрунтованість віднесення тих чи інших видів діяльності до індустрії.

В другій половині ХХ – на початку ХХІ ст. основною світовою тенденцією формування сучасного суспільства є перехід від сировинної та індустріальної економіки до сервісної [16, с. 10], яка зумовлює характер взаємодії споживача й постачальника послуг, що виражається в повнішому задоволенні особистих (специфічних) запитів і потреб клієнтів. Таким чином, клієнтоорієнтованість є головним орієнтиром діяльності підприємств індустрії гостинності, які є яскравими представниками сервісної економіки та добре відображають її специфіку.

Низка авторів, таких як І.В. Зорін, В.А. Квартальнов [9, с. 21], розглядає індустрію гостинності за допомогою клієнтоорієнтованого підходу, сутність якого полягає в розробленні та застосуванні механізмів та засобів обслуговування відвідувачів, не акцентується увага на сутності індустрії, її факторах розвитку, першочерговим тут є обслуговування клієнта. Підтримують їхню думку такі автори,

як Д.І. Єлканова, В.В. Романов, Е.В. Сорокіна, Д.А. Осипов, вважаючи, що «гостинність – це одне з понять цивілізації, яке завдяки прогресу і часу перетворилось на потужну індустрію, в якій працюють мільйони професіоналів, створюючи все краще для споживачів послуг (туристів). Індустрія гостинності включає різні сфери діяльності людей, зокрема туризм, відпочинок, розваги, готельний і ресторанний бізнес, громадське харчування, екскурсійну діяльність, організацію виставок і проведення різних наукових конференцій. Таким чином, індустрія гостинності – це комплексна сфера діяльності працівників, які відповідають на будь-які запити і бажання туристів» [7, с. 18–19]. Однак вони вважають, що споживачами послуг гостинності виступають лише туристи, тоді як клієнтами можуть бути мандрівники (не тільки туристи, але й люди, що приїхали в цю місцевість з іншими цілями), місцеві жителі.

Дослідження індустрії гостинності за кордоном почалося значно раніше, ніж в Україні. Закордонні автори роблять акцент на гостинності як турботі, виявленої до клієнтів. Термін «гостинність» позитивно позиціонує цей сектор економіки, розкриваючи природу цієї діяльності, він асоціюється у споживачів з дружелюбністю, щедрістю, увагою до клієнта. Британський фахівець Р.А. Браймер у своєму визначенні зробив перші спроби окремо виділити структуру індустрії гостинності, намагався показати її специфіку та, відповідно, орієнтувався на гарні взаємовідносини між продавцем і споживачем. «Гостинність – це секрет будь-якого турботливого обслуговування. Турбота, виявлена до гостя, здатність відчувати потреби клієнта – невлітими, але настільки очевидні риси в поведінці службовця. Індустрія гостинності є збірним поняттям для численних і різноманітних форм підприємництва, які спеціалізуються на ринку послуг, пов'язаних з прийомом і обслуговуванням гостей» [3, с. 27].

Трохи по-іншому визначає поняття «індустрія гостинності» Є.В. Лунєва: «індустрія гостинності є підсистемою економічних відносин, пов'язаних з купівлею-продажем специфічного продукту – послуг, що надаються сезонними готельними підприємствами туристам та іншим категоріям користувачів на комплексній основі задля максимального задоволення їх потреб у гостинності» [11, с. 32]. Однак серцевиною індустрії гостинності вона вважає лише готельні підприємства, знову ж таки акцент робиться на особливій важливості максимального задоволення потреб клієнтів.

Значний внесок у розвиток знань про індустрію гостинності здійснив С.С. Скобкін. Його численні публікації присвячені питанням схожості та відмінності індустрії гостинності та туристської індустрії; дослідженню складу індустрії гостинності; вивченню конкурентних переваг та недоліків.

Цей автор, мабуть, є одним із перших учених, хто почав дослідження сфери гостинності як окремої індустрії, що охоплює численні підприємства та сфери діяльності, зокрема туризм. «Індустрія гостинності виступає як самостійна, складна і відносно відособлена соціально-економічна система, яка приваблює значні матеріальні, фінансові та трудові ресурси» [19, с. 1].

Експерт із вивчення індустрії гостинності у США Дж.Р. Уокер чітко виділяє її основні складові частини, такі як туризм, готельний і ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок і розваги, організацію конференцій і наради. «Гостинність – одне з фундаментальних понять людської цивілізації – вже давно перетворилось на індустрію, в якій зайнятий не один мільйон професіоналів. Індустрія гостинності об'єднує туризм, готельний і ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок і розваги, організацію конференцій і нарад» [15, с. 12].

Е.І. Макрінова, Т.Ю. Іваницька вважають, що «під індустрією гостинності розуміється підприємницька діяльність на ринку послуг, пов'язана з обслуговуванням гостей. Останніми можуть бути туристи, працівники-мандрівники, представники бізнесу, відпочиваючі, клієнти, які вирішують особисті та сімейні інтереси. Індустрія гостинності включає також організацію громадського харчування, фізкультурно-спортивних та інших розваг, парки відпочинку тощо» [12, с. 68].

У визначенні, запропонованому М.М. Романовою, основний акцент зроблено на інтегрованому характері економічних відносин взаємодії і взаємної залежності суб'єктів виробничих і невиробничих галузей, що входять в індустрію гостинності. «Індустрія гостинності як особлива сфера підприємницької діяльності відрізняється інтегрованим характером економічних відносин взаємодії та взаємної залежності суб'єктів виробничих і невиробничих галузей, що надають універсальний продукт (набір послуг, різноманітні види робіт, різнопрофільні товари)» [16, с. 11].

Є.Б. Доброжанська розглядає індустрію гостинності як «міжгалузевий комплекс послуг». Надалі автор посилається на те, що клієнтами індустрії гостинності виступають «приїжджі в цю місцевість люди», але з цим можна не погодитися, бо споживачами послуг індустрії гостинності можуть бути не тільки приїжджі, але й місцеві жителі. «Індустрія гостинності – міжгалузевий комплекс, що спеціалізується на обслуговуванні приїжджих в цю місцевість людей і включає сукупність засобів розміщення, громадського харчування, об'єктів пізнавального, розважального, ділового, оздоровчого та спортивного призначення, а також підприємства з виготовлення туристського спорядження та сувенірів» [6, с. 6]. Наприклад, Л.В. Ваген вважає, що «індустрія гостинності – це сектор індустрії

туризму, що відповідає за розміщення туристів, а також галузі, діяльність яких спрямована на продаж алкогольних напоїв, надання житла, їжі і розважальних заходів» [14, с. 32].

Згідно з тлумачним словником американського лексикографа Н. Вебстера, «індустрія гостинності – це сфера підприємництва, що складається з таких видів обслуговування, які спираються на принципи гостинності, що характеризуються щедрістю і дружелюбністю до гостей» [24]. У російській мові «гостинність – привітність у прийомі і частуванні відвідувачів, безоплатний прийом і частування мандрівників, або чужинців. Бути гостинним – значить вміти запропонувати теплий прийом для відвідувачів, створити для них спокійну, сприятливу та дружню атмосферу» [5].

Західні економісти виділяють таке поняття, як «індустрія гостинності». Визначення цього терміна підкреслює дві істотні особливості підприємства індустрії гостинності: по-перше, доброзичливе ставлення до клієнта, по-друге, діяльність, спрямовану на отримання прибутку [1, с. 23–25].

Індустрії гостинності досить складно надати будь-яке конкретне та ємне визначення через величезну кількість складових частин її галузей. Природа індустрії гостинності складна й має комплексний характер, вона передбачає наявність різних типів прояву уваги до клієнтів і сукупність численних способів справлятися з різними особистими професійними завданнями та скрутними ситуаціями. Підприємства, які складають індустрію, мають різне функціональне призначення (наприклад, клуби, готелі, пансіонати), і хоча вони мають низку загальних характеристик, проте по-своєму унікальні, оскільки використовують різні способи вираження гостинності. Таким чином, індустрія гостинності ставить перед собою єдність усіх співпрацюючих організацій, кожна з яких виконує свої специфічні функції, спрямовані на задоволення потреб гостей [18]. Незважаючи на те, що індустрія гостинності включає низку секторів, її слід розглядати комплексно, а саме як повноцінну індустрію, що забезпечує задоволення потреб усіх клієнтів.

Отже, дослідивши думки різних науковців, можемо сказати, що індустрія гостинності нерозривно пов'язана з туристською індустрією. Нині можна виділити два підходи. Прихильники першого підходу (Р. Браймер, С.С. Скобкін, Є.Н. Валединська) вважають, що індустрія гостинності об'єднує туризм, готельний і ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок і розваги, організацію конференцій і нарад. Автори другого підходу (Л.В. Ваген, Є.В. Лунєва, С.В. Кощеєв, І.В. Зорін, В.А. Квартальнов) вважають, що індустрія гостинності сама є частиною туризму і відповідає за розміщення й харчування туристів, вона також включає галузі, діяльність яких пов'язана

з розважальними заходами. Організація розроблення, просування та реалізації туристичного продукту, на їхню думку, разом з індустрією гостинності становить туристську індустрію [17, с. 169; 23].

У вітчизняній економіці немає однозначного розуміння поняття індустрії гостинності, деякі автори не розмежовують поняття «індустрія гостинності», «індустрія туризму», «індустрія відпочинку», «готельна індустрія», вживаючи їх як синоніми. Найчастіше в назвах літературних джерел зустрічається словосполучення «індустрія гостинності», тоді як у самих роботах йдеться про готельний або туристичний бізнес. Наприклад, Є.В. Лунєва вважає, що індустрія гостинності – це готельні послуги, а не лише частина величезної і різноманітної індустрії гостинності. О.В. Леснікова в роботі «Управління інноваціями в індустрії гостинності» як об'єкт дослідження виділяє підприємства індустрії гостинності, в самій же роботі розкриває проблематику функціонування готельних підприємств за допомогою статистичних даних, що описують тенденції розвитку туристичної індустрії. Така ж тенденція спостерігається в роботах С.В. Кощеєва [10], О.Ю. Нощенко [24].

На нашу думку, поняття «гостинність» є більш широким, ємним і загальним, ніж поняття «туризм»: туризм перш за все пов'язаний з організацією і рекламою туристських поїздок, а гостинність об'єднує всі галузі економіки, пов'язані з обслуговуванням людей через спеціалізовані підприємства, причому принцип гостинності об'єднує всі ці сфери в єдине ціле, будучи їхнім спільним знаменником. Крім того, послугами гостинності користуються не тільки туристи, але й інші категорії мандрівників, які, згідно зі статистикою Всесвітньої Туристської Організації (ЮНВТО), об'єднані в поняття «відвідувач» (“visitors”) [15, с. 5], а також місцеві жителі. Індустрія туризму повинна входити в склад індустрії гостинності, розглядати цю індустрію необхідно як єдине ціле через їх спільні цілі та завдання.

На базі вивчених визначень та думок науковців ми виділили окремі теоретичні підходи до визначення поняття індустрії гостинності (рис. 1).

До першого теоретичного підходу слід віднести цивілізаційний феномен. У своїх дослідженнях такі автори, як Дж.Р. Уокер, Д.І. Єлканова, Д.А. Осипів, Є.В. Сорокіна, підкреслюють в індустрії гостинності саме цивілізаційний феномен, який завдяки прогресу і часу перетворився на потужну індустрію, в якій працюють мільйони професіоналів, створюючи все краще для споживачів послуг (туристів). З цим важко не погодитися, оскільки саме у ХХ ст. та ХХІ ст. темпи зростання туристичних потоків і розмах розвитку готельного сектору господарства перевершують усі темпи розвитку індустрії гостинності в попередні етапи.

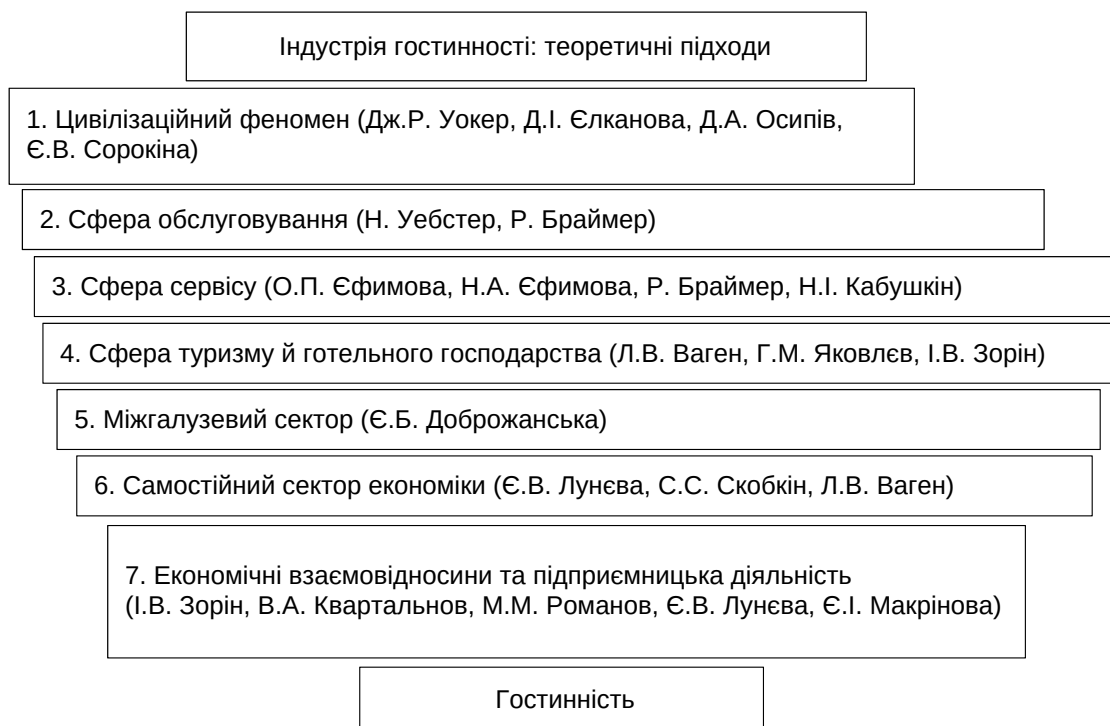


Рис. 1. Теоретичні підходи до поняття індустрія гостинності

Джерело: складено автором

З позиції другого підходу понятійні рамки дефініції «індустрія гостинності» передбачають, що цей сектор охоплює сферу обслуговування, на що особливо вказується у визначеннях, представлених у роботах таких науковців, як Н. Уебстер та Р. Браймер. Безсумнівно, індустрія гостинності є частиною сфери обслуговування, але водночас має свою специфіку і закономірності. «Хоспіс» (“hospice”) походить від старофранцузької мови, означаючи «місце, в якому мандрівники можуть отримати дах над головою і їжу» [22].

За третього підходу (О.П. Єфимова, Н.А. Єфимова, Р. Браймер, Н.І. Кабушкін) індустрія гостинності належить до сфери сервісу, проте в повному обсязі елементи індустрії гостинності належать до сфери сервісу.

Представники четвертого підходу (Л.В. Ваген, Г.М. Яковлев, І.В. Зорін, В.А. Квартальнов) вважають, що індустрія гостинності входить у сферу туризму. Проте інші автори, навпаки, вважають, що сфера індустрії гостинності ширше, ніж сфера туризму (С.С. Скобкін, Р. Браймер, Дж. Уокер).

П'ятий підхід (Є.Б. Доброжанська) підкреслює міжгалузевий характер індустрії гостинності, тому кордони індустрії гостинності, інтегровані з іншими галузями, не завжди піддаються чіткому визначенню.

Відповідно до шостого підходу до розгляду базових параметрів індустрії гостинності (Є.В. Лунєва, С.С. Скобкін, Л.В. Ваген), сама індустрія гостинності визначається як самостійний сектор економіки (або окрема економічна система).

В рамках сьомого підходу дослідниками (І.В. Зорін, В.А. Квартальнов, М.М. Романов, Є.В. Лунєва, Є.І. Макрінова) доведено, що індустрія гостинності – це економічні взаємовідносини та підприємницька діяльність.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, дослідивши думки зазначених науковців, можемо надати авторське бачення поняття: індустрія гостинності – це комплексне поняття, що включає туризм, об'єднує всі галузі економіки всіх рівнів, пов'язане з обслуговуванням та сервісом (туристів, відвідувачів, місцевих та регіональних жителів) за допомогою підприємницького сектору спеціалізованого та інфраструктурного значення, базуючись на принципі гостинності, що виступає їх спільним знаменником.

Індустрія гостинності – це перш за все підприємницький сектор, діяльність суб'єктів господарювання всіх форм власності з обслуговування та сервісу, а також різних за масштабами, видами та формами підприємств, основною метою яких є задоволення потреб клієнта та отримання через це прибутку; формування економічних взаємовідносин між економічними контрагентами, укладання договорів про співпрацю, конкурентоспроможність тощо, що дає змогу виробляти, пропонувати та реалізовувати якісний продукт, що витримає будь-яку конкуренцію.

Сучасна індустрія гостинності охоплює підприємства готельного господарства, а також індустрію туризму, включаючи підприємства та організації різних видів діяльності у сфері транспортного

обслуговування, громадського харчування, культурного сектору, побутового обслуговування, торгового обслуговування, а також підприємства сфери індустрії розваг, дозвілля та спорту. Доведено, що ця тема потребує подальших досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. Київ : Знання України, 2002.
2. Баранова А.Ю. Проблеми інфраструктурного забезпечення індустрії гостинності в муніципальних утвореннях туристично-рекреаційної спеціалізації. *Питання державного і муніципального управління*. 2011. № 3. С. 168–179.
3. Браймер Р.А. Основи управління в індустрії гостинності. Москва : Аспект-Пресс, 1995. 382 с.
4. Валєдинський Є.М. Формування стратегії розвитку індустрії гостинності та туризму (на прикладі центрального федерального округу) : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.05. Москва, 2013. 25 с.
5. Даль В.І. Тлумачний словник живої великоросійської мови : у 4 т. Москва, 1956. Т. 1. 555 с.
6. Доброжанська Є.Б. Управління інноваційною діяльністю в сфері гостинності : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.05. Санкт-Петербург, 2011. 26 с.
7. Елканова Д.І., Осипів Д.А., Романов В.В. Основи індустрії гостинності : навчальний посібник. Москва : Дашков і К, 2009. 248 с.
8. Єфімова О.П., Єфімова Н.А., Кабушкін Н.І. Економіка готелів та ресторанів : навчальний посібник. Москва : Нове знання, 2004. 392 с.
9. Зорін І.В., Квартальнов В.А. Енциклопедія туризму : довідник. Москва : Фінанси і статистика, 2003. 364 с.
10. Кошєєв С.В. Кластерний підхід до управління інноваційною активністю в індустрії гостинності : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.05. Сочі, 2011. 24 с.
11. Лунєва Є.В. Формування російського ринку послуг індустрії гостинності : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.05. Краснодар, 2007. 172 с.
12. Макрінова Е.І., Іваницька Т.Ю. Основи індустрії гостинності : навчальний посібник для студентів. Білгород : вид-во БУКЕП, 2012. 265 с.
13. Нощенко О.Ю. Формування і регулювання російського ринку послуг індустрії гостинності : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.05. Москва, 2003. 22 с.
14. Першиц А.И. Гостеприимство. Свод этнографических понятий и терминов / под общ. ред. Ю.В. Бромлея, Г. Штробахы. Вып. 1 : Социально-экономические отношения и соционормативная культура. Москва : Наука, 1986. С. 39.
15. Похомчікова Є.О. До питання про специфіку індустрії гостинності. *Новини Іркутської державної економічної академії*. 2014. № 1. URL: <http://eizvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=1874> (дата звернення: 25.05.21).
16. Рубцова Н.В. Оцінка ефективності сервісної діяльності : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.05. Іркутськ, 2006. 205 с.

17. Румянцева Е.Е. Нова економічна енциклопедія. 2-ге вид. Москва : ИНФРА-М, 2006. 809 с.
18. Сафонова М.Е. Основы индустрии гостеприимства : учебное пособие. Москва : МИИТ, 2013. 78 с.
19. Скобкін С.С. Чи є у нас індустрія гостинності? *Парад готелів*. 2000. № 4. С. 1–6.
20. Туризм, гостинність, сервіс : словник-довідник / за ред. Л.П. Воронкової. Москва : Аспект-Прес, 2002.
21. Уокер Дж.Р. Введение в гостеприимство : учебник / пер. с англ. Н.Н. Михайлова. Москва : ЮНТИ, 1999.
22. Уокер Дж.Р. Введение в гостеприимство. Introduction to Hospitality : учебник / пер. с англ. В.Н. Егорова. 2-е изд. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 595 с.
23. Яковлев Г.М. Економіка готельного господарства. Москва, 2006, 224 с.
24. Webster N. American Dictionary of the English Language. N.Y. : Published by S. Converse, 1993. Vol. II. 1094 p.

REFERENCES:

1. Ahafonova L.H., Ahafonova O.Ye. (2002) *Turyzm, hotelnyi ta restorannyi biznes: tsinoutvorennia, konkurentsii, derzhavne rehuliuвання* [Tourism, hotel and restaurant business: pricing, competition, government regulation]. Kyiv: Znannia Ukrainy.
2. Baranova A.Yu. (2011) *Problemy infrastruktornoho zabezpechennia industrii hostynnosti v munitsypalnykh utvorenniakh turystychno-rekreatsiinoi spetsializatsii* [Problems of infrastructural provision of the hospitality industry in municipalities of tourist and recreational specialization]. *Public Administration Issues*, no. 3, pp. 168–179.
3. Braimer R.A. (1995) *Osnovy upravlinnia v industrii hostynnosti* [Fundamentals of management in the hospitality industry]. Moscow: Aspekt-Press.
4. Valedynskiy Ye.M. (2013) *Formuvannia stratehii rozvytku industrii hostynnosti ta turyzmu (na prykladi tsentralnoho federalnoho okruhu)* [Formation of a strategy for the development of the hospitality and tourism industry (on the example of the central federal district)] (PhD Thesis), Moscow.
5. Dal V.I. (1956) *Tlumachnyi slovnyk zhyvoi velykorosiiskoi movy* [Explanatory dictionary of the living Great Russian language] (Vol. 1). Moscow.
6. Dobrozhanska Ye.B. (2011) *Upravlinnia innovatsiinoiu diialnistiu v sferi hostynnosti* [Management of innovation in the field of hospitality] (PhD Thesis), St. Petersburg.
7. Elkanova D.I., Osypiv D.A., Romanov V.V. (2009) *Osnovy industrii hostynnosti* [Fundamentals of the hospitality industry]. Moscow: Dashkov i K.
8. Yefimova O.P., Yefimova N.A., Kabushkin N.I. (2004) *Ekonomika hoteliv ta restoraniv* [Economy of hotels and restaurants]. Moscow: Nove znannia.
9. Zorin I.V., Kvartalnov V.A. (2003) *Entsyklopediia turyzmu* [Encyclopedia of tourism]. Moscow: Finansy i statystyka.
10. Koshcheiev C.V. (2011) *Klasternyi pidkhid do upravlinnia innovatsiinoiu aktyvnistiu v industrii hostynnosti* [Cluster approach to innovation management in the hospitality industry] (PhD Thesis), Sochi.

11. Lunieva Ye.V. (2007) *Formuvannia rosiiskoho rynku posluh industrii hostynnosti* [Formation of the Russian market of services of the hospitality industry] (PhD Thesis), Krasnodar.
12. Makrinova E.I., Ivanytska T.Yu. (2012) *Osnovy industrii hostynnosti* [Fundamentals of the hospitality industry]. Bilhorod: Vyd-vo BUKER.
13. Noshchenko O.Yu. (2003) *Formuvannia i rehu-liuvannia rosiiskoho rynku posluh industrii hostynnosti* [Formation and regulation of the Russian market of the hospitality industry services] (PhD Thesis), Moscow.
14. Pershchits A.I. (1986) Gostepriimstvo [Hospitality]. In Yu.V. Bromley, G. Shtrobakh (Eds), *Svod etnograficheskikh ponyatiy i terminov* [Collection of ethnographic concepts and terms] (Vol. 1: Sotsial'no-ekonomicheskie otnosheniya i sotsionormativnaya kul'tura [Socio-economic relations and socionormative culture], p. 39). Moscow: Nauka.
15. Pokhomchikova Ye.O. (2014) Do pytannia pro spetsyfyku industrii hostynnosti [On the question of the specifics of the hospitality industry]. *Izvestiya of Irkutsk State Economics Academy (electronic journal)*, no. 1. Available at: <http://izvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=1874> (accessed 25 May 2021).
16. Rubtsova N.V. (2006) *Otsinka efektyvnosti servisnoi diialnosti* [Evaluation of the effectiveness of service activities] (PhD Thesis), Irkutsk.
17. Rumiantseva E.E. (2006) *Nova ekonomichna entsyklopediia* [New economic encyclopedia] (2nd ed.). Moscow: YNFRA-M.
18. Safonova M.E. (2013) *Osnovy industrii gostepriimstva* [Hospitality industry fundamentals]. Moscow: MIIT.
19. Skobkin S.S. (2000) Chy ye u nas industriia hostynnosti? [Do we have a hospitality industry?]. *Parade of hotels*, no. 4, pp. 1–6.
20. Voronkova L.P. (Ed.). (2002) *Turyzm, hostynnist, servis* [Tourism, hospitality, services]. Moscow: Aspekt-Press.
21. Uoker Dzh.R. (1999) *Vvedenie v gostepriimstvo* [Introduction to hospitality]. Moscow: YuNITI.
22. Uoker Dzh.R. (2002) *Vvedenie v gostepriimstvo* [Introduction to hospitality] (2nd ed.). Moscow: YuNITI-DANA.
23. Yakovliev H.M. (2006) *Ekonomika hotelnoho hospodarstva* [Economics of the hotel industry]. Moscow.
24. Webster N. (1993) *American Dictionary of the English Language* (Vol. 2). N.Y.: Published by S. Converse.