

УДК 640.41 (477)

А. М. Гуменюк,
аспірант кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу,
Західноукраїнський національний університет
ORCID ID: 0000-0003-0757-1853

DOI: 10.32702/2306-6814.2022.1.55

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ "СФЕРА ГОСТИННОСТІ"

A. Humenyuk,
Postgraduate student of the Department of International Tourism
and Hotel Business, Western Ukrainian National University

COMPARATIVE ANALYSIS OF MODERN APPROACHES TO DETERMINING THE ESSENCE OF THE CONCEPT OF "HOSPITALITY"

У статті було здійснено систематизація наукових підходів стосовно визначення сутності поняття "сфера гостинності", виділено основні сутнісні, які характеризують вказаний феномен. Виділено, керуючись змістом узагальнення наукових підходів, основні сутнісні ознаки, які характеризують поняття "сфера гостинності", серед яких, зокрема: ознака орієнту на задоволення традиційного клієнтського попиту, цивілізаційна (або еволюційна) ознака, структурна ознака, ознака клієнтоорієнтованості, ознака інноваційності в контексті орієнту на створення та надання нових видів послуг (продуктів), які відповідають характеру попиту туристів. Встановлено, що перший підхід, сформульований в рамках ознаки орієнту на задоволення традиційного клієнтського попиту не пов'язаний із розумінням сфери гостинності у якості системи сервісів, що мають ознаки функціонування на випередження, і, відповідно, цільові орієнтири їх розвитку знаходяться в площині задоволення традиційних потреб туристів в цій сфері і отримання від надання послуг гостинності прибутку на рівні суб'єктів вказаного сектору. Доведено, що другий цивілізаційно-структурний підхід пов'язано із акцентом на характеристики цього феномену в контексті змін прогресу та часу (в розрізі цивілізаційної (або еволюційної) ознаки) і в розрізі його структурних складових (посилання на структурну ознаку). Визначено, що третій науковий підхід оснований на визначенні досліджуваного поняття сфери гостинності в контексті її розвитку за напрямком клієнтоорієнтованості (ознака клієнтоорієнтованості). Визначено універсальне трактування сутності поняття сфера гостинності, яке сформульовано з огляду на універсальний підхід до розуміння зазначеного феномену.

The article systematizes the scientific approaches to defining the essence of the concept of "hospitality sphere", highlights the main essences that characterize this phenomenon. Guided by the content of generalization of scientific approaches, the main essential features that characterize the concept of "hospitality", among which, in particular: a sign of reference to meet traditional customer demand, civilization (or evolutionary) feature), a structural feature, a feature of customer orientation, a feature of innovation in the context of the focus on the creation and provision of new services (products) that meet the nature of tourist demand. It is established that the first approach formulated within the framework of the guideline to meet traditional customer demand is not related to the understanding of hospitality as a system of services with signs of functioning ahead, and, accordingly, the targets of their development are in the field of traditional needs. tourists in this field and receiving profits from the provision of hospitality services at the level of entities in this sector. It is proved that the second civilizational-structural approach is related to the emphasis on the

characteristics of this phenomenon in the context of changes in progress and time (in terms of civilizational (or evolutionary) trait) and in terms of its structural components (reference to structural trait). It is determined that the third scientific approach is based on the definition of the studied concept of hospitality in the context of its development in the direction of customer orientation (a sign of customer orientation). The universal interpretation of the essence of the concept of the sphere of hospitality is defined, which is formulated taking into account the universal approach to understanding this phenomenon. It is established that the hospitality industry is a complex of industries in the service sector, which is dynamically transforming in view of changes in technology, social development and globalization, whose businesses carry out economic activities in the field of customer-oriented customer service (temporary accommodation, catering, entertainment and leisure, excursion service) and additional accompanying direction (transport services, services translators, information support, sports and wellness services, telecommunications services), and focused on meeting the needs of tourists and putting forward innovative proposals that provide for the development of the market environment.

Ключові слова: сфера гостинності, туризм, готельний бізнес, громадське харчування, попит, клієнто-орієнтованість.

Key words: hospitality, tourism, hotel business, catering, demand, customer orientation.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

В умовах покращення економічної ситуації, забезпечення позитивних змін розвитку територій, підвищення інвестиційної та інноваційної привабливості на рівні регіонів, країни, росту національної безпеки відбувається збільшення показників в'їзного, виїзного та внутрішнього туризму, покращення розвитку сфери гостинності. Вказана індустрія є однією із найбільш динамічних у складі основних секторів економіки багатьох країн. Протилежні тенденції, пов'язані із нестабільністю в економіці, непрозорими умовами для залучення інвесторів, скороченням туристичних потоків (з огляду на дію карантинних заходів, які обмежують пересування туристів у рамках країн, територій, через погіршенням фінансових доходів населення і зниженням попиту на туризм), складними політичними умовами та зниженням рівня безпеки через військові загрози стан розвитку сфери гостинності погіршується. Сучасні умови функціонування такого сектору економіки є складним як для України, так і для міжнародного середовища. Удосконалення розвитку за даним напрямком потребує здійснення як практичних, методичних заходів покращення, так і розвитку теоретичної бази. Важливим напрямом у такому напрямі є концептуалізація сутності питання сфери гостинності, яке, попри широке використання, не знайшло універсального визначення в середовищі науковців.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питання встановлення характеристики та сутності досліджуваної категорії вивчали: А. Баранова [1], Р. Браймер [13], В. Дедок [2, с. 456], І. Єгупова [3], К. Костін [4, с. 61], Н. Лангвінієно, І. Дауноравічініч [14, с. 906], Н. Лохман [11, с. 5], Т. Ляхова, Ю. Кулінка

[5, с. 186], О. Мандзяк [6], А. Мартієнко, О. Дишкантюк [7, с. 74], О. Панфілова, А. Шарапова [8], Є. Попов [9, с. 91], О. Похомчикова [10], А. Уніят, О. Альховіцька [12].

МЕТА І ЗАВДАННЯ СТАТТІ

Мета статті — систематизація наукових підходів стосовно визначення сутності поняття "сфера гостинності". В цілях досягнення зазначеної мети встановлено такі завдання: узагальнення наукових підходів стосовно формулювання досліджуваного поняття; представлення універсального трактування сутності зазначеного феномену.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Проаналізуємо стан розвитку наукової думки в контексті визначення концепту сфери гостинності, який сформовано на сучасному етапі. Вказане дослідження здійснюється з огляду на те, що науковці не висувають єдиного погляду на зазначену проблематику.

По-перше, можна виділити підхід, оснований на характеристиці і визначенні цього поняття в розрізі напрямку задоволення традиційного попиту клієнтів у послугах сфери гостинності (ознака орієнтури на задоволення традиційного клієнтського попиту). Зазначений підхід не передбачає розуміння зазначеного феномену у якості системи сервісів, що мають ознаки функціонування на випередження, і, відповідно, цільові орієнтири їх розвитку знаходяться в площині задоволення традиційних потреб туристів у такій сфері і отримання від надання послуг гостинності прибутку на рівні суб'єктів вказаного сектору.

У межах визначеного першого наукового підходу слід виокремити погляди Н. Лангвінієно, І. Дауно-

равічинітч [14, с. 906]. Зокрема, автори вказують, що індустрія гостинності є бізнесом, який складається із різних сервісів (туристичні послуги, послуги розміщення, послуги харчування, розважальні послуги та послуги дозвілля, супутніх послуг гостинності) і реалізується за рахунок отримання вигід від задоволення потреб клієнтів у надання послуг у цій сфері. Визначаємо, що у представленому формулюванні дослідники здійснили акцент на елементи зазначеного першого наукового підходу. А саме: було вказано на орієнтир індустрії на задоволення традиційного попиту туристів у отриманні загальних послуг гостинності. Можемо зазначити, що такий підхід в цілому є вірним стосовно функціонування багатьох суб'єктів сфери гостинності, які не орієнтовані на інноваційний розвиток, але через такий підхід їх конкурентні позиції зазнають значного скорочення. Така ситуація обумовлена тим, що в стратегії їх розвитку не передбачено орієнтир на забезпечення лідерських позицій в ринковому середовищі, пошук удосконалень у різних сферах управління (кадровій, технологічній, фінансовій, процесній тощо), розвиток та покращення складу та якості продуктів (послуг), розробку нових напрямків та сегментів ринку.

Згідно із змістом першого наукового підходу потрібно виділити визначення сутності досліджуваного поняття, подане в роботі І. Єгупової [3]. На думку авторки, сфера гостинності є комплексом індустрій, які обслуговують гостей за напрямом надання послуг розміщення та послуг харчування (життєво необхідних послуг, що має основне значення для мандрівників). Дослідниця вказує, що сфера гостинності характеризується лише зазначеними напрямками забезпечення традиційних потреб туристів, акцентує увагу на необґрунтованості віднесення до її складу інших індустрій (окрім сфери гостинності та сфери громадського харчування). Варто зауважити дискусійність підходу І. Єгупової, і відмітити, що в основі подорожівання лежить не стільки отримання послуг тимчасового розміщення і харчування, скільки відвідування нових місць, територій, видатних місцевостей, отримання нових вражень від дозвілля та розваг, які можуть бути представлені гостям в подорожі з боку суб'єктів сфери гостинності.

У площині змісту першого наукового підходу потрібно відзначити формулювання сутності зазначеного поняття, наведене у дослідженні А. Уніят, О. Альховіцької [12]. Визначено, що автори наголошують, що сфери гостинності є підприємницькою діяльністю в сфері послуг, яка передбачає здійснення прийому і обслуговування туристів. Також дослідники відзначають, що сфера гостинності представлена індустрією закладів громадського харчування, готельним бізнесом і сферою розваг і відпочинку. Можемо констатувати, що позиції дослідників стосовно трактування досліджуваного феномену відповідають положенням першого наукового підходу, зокрема, відмічено орієнтир сфери гостинності на задоволення традиційного клієнтського попиту (здійснення прийому і обслуговування туристів).

По-друге, потрібно відмітити цивілізаційно-структурний підхід, пов'язаний із акцентом на характеристики даного феномену в контексті змін прогресу та часу (в розрізі цивілізаційної (або еволюційної) ознаки) і в розрізі його структурних складових (посилання на

структурну ознаку). Є також широкий спектр досліджень, у рамках яких науковці розглядають сутність цього поняття тільки з огляду на одну із ознак.

Відповідно до положень другого наукового підходу потрібно відзначити трактування зазначеного поняття, представлені в роботі О. Похомчикової [10]. Авторка визначає індустрію гостинності як:

— міжгалузевий комплекс, що складається з основних підприємств готельного, ресторанного, туристичного сектору та сектору сфери розваги, а також допоміжних підприємств, що їх обслуговують, який орієнтований на максимальне задоволення попиту та упередження запитів туристів шляхом представлення клієнтоорієнтованого сервісу [10, с. 6]. У контексті зазначеного формулювання дослідниця здійснює акцент на структурній ознаці (вказівка складу суб'єктів, які функціонують у сфері гостинності за основним та додатковим профілем діяльності);

— сукупність готелів та підприємств громадського харчування [10, с. 12]. Вказане трактування визначене у вузькому розумінні і воно не повністю відповідає поглядам авторки та структуру індустрії гостинності, визначену в попередньому трактуванні;

— міжгалузевий сектор сфери послуг, що активно розвивається, тісно взаємопов'язаний з індустрією туризму, що складається з численних підприємств і організацій, націлених на максимальне повне задоволення запитів і переваг туристів, мандрівників, а також місцевого населення в організації їх відпочинку та дозвілля [10, с. 12]. Слід зазначити, що представлене визначення сформульовано під кутом як цивілізаційної (або еволюційної) ознаки (акцент на розвитку), так і в рамках структурної ознаки (посилання на численні підприємства і організації). Хоча, зауважуємо, що в цьому трактуванні О. Похомчикова [10] не представила такого вичерпного переліку секторів походження підприємств, які входять до сфери гостинності, який наведено в першому визначенні.

Згідно із змістом другого наукового підходу потрібно розглянути визначення сутності вказаного поняття, подане в роботі О. Панфілової, А. Шарапової [8]. Зокрема, дослідниці зазначають, що сфера гостинності — це елемент сервісної економіки, представлений сектором туроператорів і туристичних агентів, сектором екскурсійного обслуговування туризму і подорожей, сектором обслуговування конгресів і конференцій, сектором санаторно-курортного та спортивно-оздоровчого обслуговування, сектор готельного господарства, сектором культури та просвіти, сектором громадського харчування, сектором побутового обслуговування, сектором розваг, дозвілля та спорту, додатковими супутніми секторами [8, с. 571]. Потрібно зауважити, що наведене визначення представлено з огляду на пріоритет характеристики вказаного феномену в площині структурної ознаки.

Слід розглянути формулювання досліджуваного трактування, поданого в межах другого наукового підходу, представлене в роботі В. Дедок [2, с. 456]. А саме: автором вказується, що сфера гостинності, є:

— самостійною соціально-економічною системою, основу якої утворюють послуги з тимчасового розміщення та харчування, що надаються всім категоріям

споживачів засобами розміщення, об'єктами харчування, іншими підприємствами та організаціями на комерційній основі, для яких ці послуги є основним видом діяльності та не можуть бути виключені з асортименту пропонованих послуг. Вказане трактування розроблене в контексті орієнту на структурну ознаку, варто відмітити, що В. Дедок [2, с. 456] при структуризації цього феномену більший акцент здійснює на підприємствах розміщення та харчування, а на інші підприємства вказує лише опосередковано;

— диверсифікованим міжгалузевим багатофункціональним комплексом, що об'єднує організації та підприємства різних сфер діяльності, які надають послуги, що базуються на принципах гостинності, усім категоріям споживачів. Зазначене трактування автора також, як і попереднє, подане під кутом посилання на структурну ознаку, хоча в його основі немає визначального акценту на видах секторів сфери гостинності.

Необхідно відмітити трактування сутності досліджуваного поняття, визначеного в контексті орієнту на положення другого наукового підходу, яке представлене в роботі К. Костіна [4, с. 61]. Зокрема, автор стверджує, що сфера гостинності виступає сектором економіки, який визначається найбільш динамічним розвитком, що поєднує всі супутні галузі, які спеціалізуються на обслуговуванні людей — діяльність туристичних фірм, готелів, підприємств харчування та торгівлі, будівництва туристичних об'єктів, транспорту, навчальних закладів з підготовки кадрів. Можемо зауважити, що надане трактування сформульовано в розрізі орієнту на цивілізаційну (або еволюційну) ознаку (посилання на динамічний розвиток сектору) і в контексті структурної ознаки (вказівка на структурні елементи індустрії гостинності). Дослідник не визначає вичерпний перелік структурних елементів сфери гостинності, акцентуючи увагу лише на тих, які вважає пріоритетними за цим напрямом.

Заслуговує на визначення позиція А. Баранової [1] стосовно визначення сутності зазначеного поняття, сформульоване із посиланням на зміст другого наукового підходу. Встановлено, що авторка визначає сферу гостинності як міжгалузевий комплекс, що спеціалізується на обслуговуванні людей, що приїжджають у певну місцевість і включає сукупність засобів розміщення, громадського харчування, об'єктів пізнавального, розважального, ділового, оздоровчого та спортивного призначення, а також організації з виготовлення туристичного спорядження та сувенірів. Потрібно відмітити, що дослідниця здійснює акцент на структурній ознаці, яка характеризує досліджуваній нами феномен, перелік структурних елементів, визначений у трактуванні є широким, хоча не виділено певні сектори, що представляють супутні послуги в сфері гостинності.

Можна відмітити формулювання сутності вказаного феномену, подане в контексті другого наукового підходу, яке розроблене О. Мандзяк [6, с. 651]. Автор стверджує, що сфера гостинності є індустрією, яка перебуває в умовах постійного розвитку під впливом швидких змін глобалізації, і представлена сектором громадського харчування, готельним сектором, сектором розваг і відпочинку. Додатково О. Мандзяк [6, с. 652]

відмічає ґрунтовність класифікації структури сфери гостинності залежно від існуючої в Україні класифікації видів економічної діяльності (скорочено — КВЕД). Слід констатувати, що зміст трактування, наведеного автором відповідає положенням другого наукового підходу, а саме: визначаємо акцент на цивілізаційної (або еволюційній) ознаці (вказівка на динамічність змін в контексті глобалізаційних трансформацій) та посилання на структурну ознаку даного феномену.

Керуючись змістом другого наукового підходу потрібно виділити трактування сутності зазначеного поняття, визначене в роботі Т. Ляхової, Ю. Кулінка [5, с. 186]. Авторами відмічається, що сфера гостинності є комплексом галузей економіки, орієнтованих на обслуговування людей засобами спеціалізованих суб'єктів підприємницької діяльності, об'єднаних на основі принципу гостинності. Також автори відмічають, що сфера гостинності представлена готелями, іншими засобами, які надають послуги розміщення, об'єктами ресторанної сфери, засобами транспортного сектору, засобами та об'єктами розважального сектору, об'єктами оздоровчої, ділової, спортивної сфер тощо [5, с. 186]. Вивчення формулювання вказаного поняття свідчить, що автори керують переважно орієнтиром на структурну ознаку, також враховано ознаку клієнтоорієнтованості (вказівка на те, що принцип гостинності об'єднує всі підприємства досліджуваної сфери).

Потребує виділення визначення сутності вказаного поняття, подане в дослідженні Р. Браймера [13], яке представлене з огляду на зміст другого наукового підходу. Зокрема, автор зазначає, що сфера гостинності є збірним поняттям для численних і різноманітних форм підприємницької діяльності і їх суб'єктів, які спеціалізуються на ринку послуг, пов'язаних з прийомом та обслуговуванням гостей. Констатуємо, що погляди зазначеного автора сфокусовані з огляду на зміст другого наукового підходу (акцент на структурній складовій), також передбачено ознаку клієнтоорієнтованості (посилання на функціонування з метою прийому та обслуговування гостей).

По-третє, необхідно відмітити науковий підхід, оснований на визначенні досліджуваного поняття сфери гостинності в контексті її розвитку за напрямом клієнтоорієнтованості (ознака клієнтоорієнтованості). Характеристика зазначеного феномену в розрізі цього підходу також може супроводжуватись врахуванням інших сутнісних ознак, які його визначають, зокрема, структурною ознакою, цивілізаційною (або еволюційною) ознакою тощо. Варто зауважити, що характеристики сфери гостинності, визначені в рамках третього наукового підходу відмінні від тих, які подані в межах першого наукового підходу тим, що задоволення клієнтського попиту передбачено не тільки в розрізі традиційних запитів, але і в контексті постійного створення нових пропозицій, що формуються під впливом змін суспільства та світогляду споживачів. Відповідно, положення третього наукового підходу вирізняються ознакою інноваційності в контексті орієнту на створення та надання нових видів послуг (продуктів), які відповідають характеру попиту туристів.

У площині третього наукового підходу можемо проаналізувати трактування сутності зазначеного поняття, представлене в дослідженні А. Мартієнко, О. Дишкантюк [7, с. 74]. Зокрема, автори відмічають, що сфера гостинності є комплексом секторів економіки, зайнятих матеріальним і нематеріальним виробництвом, підприємств, економічна діяльність яких орієнтована на створення продуктів (послуг) гостинності, їх надання і забезпечення задоволення попиту споживачів у позитивних враженнях. Наведене формулювання зазначеного поняття передусім передбачає орієнтир на ознаку клієнтоорієнтованості (вказівка на діяльність сфери гостинності за напрямом забезпечення задоволення попиту споживачів у позитивних враженнях), також зазначене визначення враховує загальні аспекти структурної ознаки (акцент на секторах економіки, які задіяні у сфері гостинності (але вказано лише, що це сектори економіки, зайняті матеріальним і нематеріальним виробництвом), підприємствах зазначених секторів, які здійснюють розробку і надання послуг гостинності. Окремо варто відзначити, що дослідники при визначенні орієнтиру сфери гостинності на клієнтоорієнтованість вказують лише необхідність забезпечення задоволення попиту споживачів у позитивних враженнях і не зазначають потребу задоволення традиційних потреб у послугах гостинності (серед яких: послуги тимчасового розміщення, послуги громадського харчування тощо).

УВ контексті посилання на положення третього наукового підходу (ознаку клієнтоорієнтованості) можна дослідити трактування сутності поняття сфери гостинності, представлене в роботі Н. Лохман [11, с. 5]. У рамках зазначеного трактування відмічено, що сфера гостинності виступає у якості одного із найбільш динамічних секторів економіки, є важливим елементом інтегрування ринку туризму країни на міжнародний ринок, є особливим самостійним сектором, який представлений сукупністю індустрій та суб'єктів підприємницької діяльності, функціонування яких орієнтовано на забезпечення різноманітних напрямків попиту клієнтів стосовно різних видів розваг і відпочинку. В характеристиці такого феномену визначено склад сфери гостинності, представлений підприємствами основних індустрій (туризму, ресторанного бізнесу, готельної сфери, сфери розваг і відпочинку) та додаткових індустрій, серед яких виокремлюються транспортна сфера, інформаційна підтримка та фінансовий сектор. Констатуємо, що наведене формулювання сутності вказаного поняття розроблене з огляду на ключову ознаку клієнтоорієнтованості, структурну ознаку, також відмічаємо врахування цивілізаційної (або еволюційної) ознаки (акцент на тому, що сфера гостинності виступає у якості одного із найбільш динамічних секторів економіки).

У розрізі третього наукового підходу потрібно відзначити визначення сутності вказаного поняття, розроблене в роботі Є. Попова [9, с. 91]. Автор вказує, що індустрія гостинності є міжгалузевим комплексом із виробництва товарів та послуг для туризму, економічною системою, що складається із галузей та підприємств, функції яких полягають у задоволенні попиту на різні види відпочинку та розваг туристів. Потрібно

вказати, що зазначене трактування сформульовано з огляду на ознаку клієнтоорієнтованості (посилання на те, що функції елементів сфери гостинності полягають у задоволенні попиту на різні види відпочинку та розваг туристів), також відзначаємо, що передбачено врахування структурної сутнісної ознаки.

Керуючись змістом наукових підходів нами було виділено основні сутнісні ознаки, які характеризують поняття "сфера гостинності", серед яких, зокрема: ознака орієнтиру на задоволення традиційного клієнтського попиту, цивілізаційна (або еволюційна) ознака, структурна ознака, ознака клієнтоорієнтованості, ознака інноваційності в контексті орієнтиру на створення та надання нових видів послуг (продуктів), які відповідають характеру попиту туристів. На підставі вивчення зазначених сутнісних ознак визначимо універсальне трактування досліджуваного феномену. Сфера гостинності — це комплекс індустрій сфери послуг, що динамічно трансформуються з огляду на зміни технологій, суспільний розвиток та глобалізаційні зміни, суб'єкти підприємництва яких здійснюють економічну діяльність в сфері клієнтоорієнтованого обслуговування гостей за основним (тимчасового розміщення, громадського харчування, розваг та дозвілля, екскурсійним обслуговуванням) та додатковим супутнім напрямом (транспортні послуги, послуги перекладачів, інформаційне забезпечення, спортивно-оздоровчі послуги, телекомунікаційні послуги), і орієнтовані на задоволення потреб туристів та висунення інноваційних пропозицій, які передбачають розвиток ринкового середовища. Вказане трактування враховує основні сутнісні ознаки, передбачає визначення досліджуваного поняття в розрізі універсального підходу до розуміння цього феномену.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ЦЬОМУ НАПРЯМІ

У дослідженні здійснена систематизація наукових підходів стосовно визначення сутності поняття "сфера гостинності", виділено основні сутнісні, які характеризують вказаний феномен. На підставі узагальнення наукових підходів виділено основні сутнісні ознаки, які характеризують поняття "сфера гостинності", серед яких, зокрема: ознака орієнтиру на задоволення традиційного клієнтського попиту, цивілізаційна (або еволюційна) ознака, структурна ознака, ознака клієнтоорієнтованості, ознака інноваційності в контексті орієнтиру на створення та надання нових видів послуг (продуктів), які відповідають характеру попиту туристів. Перший підхід, сформульований в рамках ознаки орієнтиру на задоволення традиційного клієнтського попиту не пов'язаний із розумінням сфери гостинності у якості системи сервісів, що мають ознаки функціонування на випередження, і, відповідно, цільові орієнтири їх розвитку знаходяться в площині задоволення традиційних потреб туристів у цій сфері і отримання від надання послуг гостинності прибутку на рівні суб'єктів вказаного сектору. Другий цивілізаційно-структурний підхід, пов'язаний із акцентом на характеристиці даного феномену в контексті змін прогресу та часу (в розрізі цивілізаційної (або еволюційної) ознаки) і в розрізі його структурних скла-

дових (посилання на структурну ознаку). Третій науковий підхід, оснований на визначенні досліджуваного поняття сфери гостинності в контексті її розвитку за напрямком клієнтоорієнтованості (ознака клієнтоорієнтованості). Керуючись змістом зазначених сутнісних ознак, визначено універсальне трактування сутності поняття сфера гостинності, яке сформульовано з огляду на універсальний підхід до розуміння такого феномену. Перспективи подальших розвідок у даному напрямі можуть бути розкриті в контексті наукового обґрунтування інноваційних засад створення нових послуг у цій сфері.

Література:

1. Баранова А.Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма. М.: ИНФРА-М, 2017. 180 с.
2. Дедок В.М. Теоретические аспекты функционирования индустрии гостеприимства. Беларусь у сучасным свеце. 2020. № 1. С. 452—459.
3. Єгупова І.М. Індустрія гостинності: поняття, склад та місце у сфері послуг. Економіка та суспільство. 2021. Вип. 29. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/590/566>
4. Костин К.Б. Проблемы развития туристско-гостиничной индустрии России и эффективные подходы к их решению. Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2013. № 1. С. 61—67.
5. Ляхова Т.М., Кулінка Ю.С. До аналізу поняття "гостинність". Економічний розвиток держави та її соціальна стабільність. 2021. № 1. С. 185—188.
6. Мандзяк О.М. Індустрія гостинності в умовах глобалізованого світу: аспектуалізація проблеми. Молодий вчений. 2017. № 1 (41). С. 651—654.
7. Мартієнко А.І., Дишкантик О.В. Сутність гостинності як економічної категорії. Економіка: реалії часу. 2017. № 2 (30). С. 72—78.
8. Панфилова Е.А., Шарапова А.Е. Индустрия гостеприимства как структурный элемент сервисной экономики. Аллея науки. 2018. № 1 (17). С. 566—573.
9. Попов Е.А. Индустрия гостеприимства: понятие, состав и факторы развития. Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 5 (103). С. 90—93.
10. Похомчикова Е.О. Индустрия гостеприимства: эволюционный подход: автореф. канд. ... экон. наук: 08.00.05. Иркутск, 2015. 24 с.
11. Розвиток індустрії гостинності: сучасний погляд / за наук. ред. Н.В. Лохман. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2021. 170 с.
12. Уніят А.В., Альховіцька О.Є. Перспективи розвитку ринку готельних послуг в Україні: світовий досвід та вітчизняна практика. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/18923/1/%D0%A3%D0%9D%D0%86%D0%AF%D0%A2%20%D0%90%D0%9B%D0%AC%D0%A5%D0%9E%D0%92%D0%86%D0%A6%D0%AC%D0%9A%D0%90.pdf>
13. Brymer R.A., Brymer Rh., Cain L.N., Orlowski M. Hospitality management: An introduction to the industry. Dubuque: Kendall Hunt Publishing, 2019. 456 p.

14. Langvinieno N., Daunoravicinjtc I. Factors influencing the success of business model in the hospitality service industry. Procedia — Social and Behavioral Sciences. 2015. № 213. Pp. 902—910.

References:

1. Baranova, A.Yu. (2017). Organizatsiya predprinimatelskoy deyatel'nosti v sfere turizma [Organization of entrepreneurial activity in the field of tourism]. INFRA-M, Moscow, Russia.
2. Dedok, V.M. (2020), "Theoretical aspects of the functioning of the hospitality industry", Belarus u suchasnym svetse, vol. 1, pp. 452—459.
3. Yehupova, I.M. (2021), "Hospitality industry: concept, composition and place in the service sector", Ekonomika ta suspilstvo, vol. 29, available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/590/566> (Accessed 29 Dec 2021).
4. Baranova, A.Yu. (2017), Organizatsiya predprinimatelskoy deyatel'nosti v sfere turizma, vol. 1, pp. 61—67.
5. Liakhova, T.M. and Kulinka, Yu. S. (2021), "To the analysis of the concept of "hospitality"", Ekonomichnyi rozvytok derzhavy ta yii sotsialna stabilnist, vol. 1, pp. 185—188.
6. Mandziak, O.M. (2017), "Hospitality industry in a globalized world: aspectualization of the problem", Molodyi vchenyi, vol. 1 (41), pp. 651—654.
7. Martiienko, A.I. and Dyshkantiuk, O.V. (2017), "The essence of hospitality as an economic category", Ekonomika: realii chasu, vol. 2 (30), pp. 72—78.
8. Panfilova, E.A. and Sharapova, A.E. (2018), "The hospitality industry as a structural element of the service economy", Alleya nauki, vol. 1 (17), pp. 566—573.
9. Popov, E. A. (2013), "Hospitality industry: concept, composition and development factors", Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta, vol. 5, pp. 90—93.
10. Pohomchikova, E.O. (2015), Industriya gostepriimstva: evolyutsionnyiy podhod [The hospitality industry: an evolutionary approach], Irkutsk, Russia.
11. Lohman, N.V. (2021), Rozvytok industrii hostynnosti: suchasnyi pohliad [Development of the hospitality industry: a modern view], DonNUET, Kryvyi Rih, Ukraine.
12. Uniat, A.V. and Alkhovitska, O.Ie. (2021), "Prospects for the development of the hotel services market in Ukraine: world experience and domestic practice", available at: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/18923/1/%D0%A3%D0%9D%D0%86%D0%AF%D0%A2%20%D0%90%D0%9B%D0%AC%D0%A5%D0%9E%D0%92%D0%86%D0%A6%D0%AC%D0%9A%D0%90.pdf> (Accessed 29 Dec 2021).
13. Brymer, R.A., Brymer, Rh., Cain, L.N. and Orlowski, M. (2019), Hospitality management: An introduction to the industry, Kendall Hunt Publishing, Dubuque, USA.
14. Langvinieno, N., Daunoravicinjtc, I. (2015), "Factors influencing the success of business model in the hospitality service industry", Procedia — Social and Behavioral Sciences, vol. 213, pp. 902—910.

Стаття надійшла до редакції 04.01.2022 р.