

DOI: 10.55643/fcapter.3.44.2022.3596

Гузар У. Є.

К.е.н., доцент, Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського, м. Львів, Україна;
 e-mail: ulyna1@ukr.net
 ORCID: [0000-0003-0004-1462](https://orcid.org/0000-0003-0004-1462)
 (Corresponding author)

Голод А. П.

Д.е.н., доцент, Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського, м. Львів, Україна;
 ORCID: [0000-0001-9022-3475](https://orcid.org/0000-0001-9022-3475)

Паска М. З.

Д.вет.н., професор, Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського, м. Львів, Україна;
 ORCID: [0000-0002-9208-1092](https://orcid.org/0000-0002-9208-1092)

Феленчак Ю. Б.

Д.е.н., доцент, Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського, м. Львів, Україна;
 ORCID: [0000-0003-0615-3326](https://orcid.org/0000-0003-0615-3326)

Федоришина Л. М.

Д.е.н., доцент, проректор з науково-методичної роботи, Університет економіки і підприємництва, м. Хмельницький, Україна;
 ORCID: [0000-0001-8852-0649](https://orcid.org/0000-0001-8852-0649)

Received: 30/11/2021

Accepted: 31/05/2022

Published: 30/06/2022

© Copyright
 2022 by the author(s)



This is an Open Access article distributed under the terms of the [Creative Commons CC-BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

СТАНОВЛЕННЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ЯК ЧИННИКА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

АНОТАЦІЯ

Метою статті є аналіз підходів до трактування індустрії гостинності як наукової категорії та її становлення як важливого сектора національної економіки в контексті підвищення її конкурентоспроможності. Проаналізовано історичне походження терміна «гостинність», яке на сьогодні зазнало суттєвої трансформації. Охарактеризовано гостинність із різних наукових позицій. Запропоновано розглядати гостинність із релігійної наукової позиції, яка, на думку авторів, характеризується здатністю людини (колективу, спільноти) духовно взаємодіяти з представниками тотального чи іншого віросповідання, гостинно надавати притулок для проживання та харчування, розділяти молитовні медитації, зібрання тощо.

Подано авторське сучасне тлумачення поняття «гостинність», яке має базуватися на триєдиному поєднанні понять (HRP): людинавзаємини-місце (human-relationship-place) – і в соціально-економічному сенсі реалізуватися через надання та споживання комплексних послуг гостинності. Охарактеризовано два головні підходи до виокремлення індустрії гостинності: «американський» та «європейський».

Подана авторська модель співвідношення та взаємозв'язків між індустрією гостинності та індустрією туризму. Запропоновано трактувати індустрію гостинності як сукупність підприємств та інших організацій, що надають послуги гостинності в межах певної території (локації, дестинації) її мешканцям та відвідувачам (туристам).

Уперше запропоновано віднести до індустрії гостинності волонтерські послуги, які надаються на безкорисливій основі (харчування, проживання, супровід та ін.), а також різні форми релігійної активності (паломництво, прощі, зібрання тощо).

Охарактеризовано найбільші сегменти індустрії гостинності: ресторанне та готельне господарства, рекреаційні заклади. Проаналізовано основні концепції, на яких функціонує сучасна індустрія гостинності – гуманітарна, технологічна, функціональна й комерційна.

Зроблено висновок, що сьогодні варто розуміти відмінності між послугами гостинності (що переважно локалізовані) та туристичними послугами (що надаються за межами території постійного проживання їх споживача-туриста та передбачають обов'язкове переміщення в просторі для отримання цих послуг).

Проаналізовано сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та окреслено перспективні напрями функціонування цього сектора національної економіки. Обґрунтовано роль індустрії гостинності як вагомого чинника забезпечення функціонування національної економіки в кризові періоди.

Ключові слова: індустрія гостинності, туризм, наукові підходи, економічний розвиток, конкурентоспроможність, національна економіка

JEL Класифікація: F41, M29

ВСТУП

В умовах сьогодення індустрія гостинності стає рушійною силою розвитку економіки багатьох держав та регіонів, завдяки чому створюються нові робочі місця,

збільшується обсяг фінансових надходжень до бюджетів різних рівнів, формуються нові міжнародні ринки, удосконалюється якість послуг тощо.

На індустрію гостинності припадає 10,4 % світового ВВП, і прогнозується, що це число зросте ще на 10 % протягом наступних десяти років. Також індустрія гостинності є надзвичайно важливою для великої кількості зайнятого населення, адже відповідає за 313 мільйонів робочих місць у всьому світі, що становить 9,9 % від загальної кількості зайнятих. Саме тому це життєво важлива галузь для економік у всьому світі [1].

Туризм як ключовий чинник розвитку індустрії гостинності є потужним драйвером економічного розвитку. Так, туризм забезпечує 10 % ВВП Європейського Союзу, від 2,6 % у Словаччині до 25 % у Хорватії (дані за 2020 рік) [19]. В Україні цей показник коливається в межах 1,4-9 %.

Як звітує Всесвітня рада з туризму і подорожей (WTTC), подорожі й туризм до пандемії становили одну з чотирьох пріоритетних галузей, які створювали робочі місця, – 10,6 % усіх робочих місць, створених у світі (334 млн дол. США), і 10,4 % світового ВВП (США) – 9,2 трлн дол. США. У 2019 році сектор подорожей та туризму склав 10,4 % світового ВВП, а у 2020 році частка знизилася до 5,5 % [20]. Звісно, сьогодні складно порівнювати частку індустрії туризму у світовому ВВП до пандемії та під час її, адже локдауни, закриті кордони тощо значно знизили туристичні потоки, а відповідно й погіршили економічну ситуацію в країні.

ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ

Водночас індустрія гостинності є відносно новим об'єктом наукових досліджень. У зарубіжній науці теоретико-методологічні основи дослідження індустрії гостинності були сформовані у 1990-х роках у працях Л. Вагена [2], Дж. Вокера [3] та інших учених. Подальший стрімкий розвиток готельно-ресторанного господарства та туризму в багатьох країнах світу зумовив у 2000-х роках поступове зростання інтересу й науковців, і практиків до аналізу актуальних проблем розвитку індустрії гостинності.

В українській науці в останні роки також набули поширення спроби аналізу та осмислення ролі й місця індустрії гостинності в структурі національної економіки, почали з'являтися ґрунтовні праці, присвячені формуванню теоретичних засад розвитку індустрії гостинності. Зокрема, теоретичні основи функціонування індустрії гостинності обґрунтовує О. Дишкантюк [4], теоретико-методичні проблеми дослідження індустрії гостинності окреслено в монографії за редакцією В. М. Зайцевої [5]. Теоретико-практичні проблеми визначення сутності понять «індустрія гостинності» та «індустрія туризму» у своїй праці детально аналізують М. Яценко й Д. Ковтуненко [6]. Автори на підставі узагальнення наукових підходів у зарубіжній та вітчизняній науці, а також вивчення сучасного стану, тенденцій розвитку сфер туризму та гостинності в Україні роблять висновок про тісні взаємозв'язки між цими сферами національної економіки.

Однак досі й у зарубіжній, і в українській науці залишається багато суперечливих питань, пов'язаних із трактуванням індустрії гостинності, її місця в структурі національної економіки, взаємозв'язків із індустрією туризму тощо.

МЕТА

Метою статті є аналіз підходів до трактування індустрії гостинності як наукової категорії та складника національної економіки й обґрунтування авторської позиції стосовно цих питань, зокрема щодо співвідношення між індустрією гостинності та індустрією туризму. Для досягнення поставленої мети необхідним є аналіз та обґрунтування понять «гостинність», «послуга гостинності» та категорії «індустрія гостинності», а також виокремлення концептуальних засад організації сучасної індустрії гостинності в контексті її взаємодії з індустрією туризму.

МЕТОДИ

Під час здійснення дослідження використано історичний, графічний методи, метод дедукції, а також системно-структурний підхід.

РЕЗУЛЬТАТИ

Походження терміна «гостинність» (hospitium) пов'язане зі спорідненими поняттями (hostes/hostis), що означали «чужа людина». Гостинність як суспільне явище має дуже давню історію, яка сягає часів Стародавнього Риму [7]. Гостинність тоді була свідченням укладання міжнародних договорів між різними народами. Спочатку слово «hostes» трактували як «чужоземець», «ворог», а вже в III ст. до н.е. – як «особа, яка прибула з-за кордону». У стародавніх римлян гостинність мала ознаки й приватного характеру (укладення договорів між приватними особами общини), і публічного (укладення договорів між декількома общинами) [8].

Цікавим є той факт, що інститут гостинності перебував під захистом головного бога Стародавнього Риму – Юпітера. Гість, який був запрошений за бенкетний стіл, ставав недоторканим, та відповідно злочин проти гостя вважався злочином проти головного бога. Саме тому право гостинності було божественним правом на відміну від людських законів [7]. У Стародавньому Римі, Греції гостинність отримала публічно-правову форму у вигляді проксенії, своєрідного договору про взаємну гостинність.

Етимологія гостинності від давніх часів зазнала суттєвої трансформації. Поступово на перший план вийшли культурно-побутові та соціально-економічні аспекти гостинності. Уже в XIX ст. гостинність почали трактувати як привітність, зустріч гостей та ознайомлення їх із місцевими традиціями.

Поняття гостинності поступово ввійшло й у науковий дискурс, зокрема досліджувалося вченими з різних наукових позицій – соціальної, моральної, культурної, виробничо-економічної (Табл. 1)

Таблиця 1. Визначення «гостинності» з різних наукових позицій. (Складено на основі: 2; 9; 10; 11; 12; 13; 14; 15; 16)

Наукова позиція	Визначення поняття
Соціальна	Гостинність – універсальна традиція повсякденно-побутової культури, до якої входить обов'язок привітності, турботи про гостя; це місце, в якому мандрівники можуть отримати притулок та їжу [2].
	Гостинність – надання іноземцям, які перебувають у нашій державі (не обов'язково як гості чи мандрівники), всебічної допомоги в забезпеченні їхніх індивідуальних потреб і представницьких функцій [9].
Моральна	Гостинність – це саме той елемент, що робить спогоди приємнішими та враження, які запам'ятовуються [10].
Культурна	Гостинність – обслуговування, що спирається на принципи гостинності, які характеризуються щедрістю та доброзичливістю по відношенню до гостей [11].
	Гостинність – народна традиція з любов'ю та повагою приймати й частувати гостей; також готовність, бажання приймати гостей і пригощати їх [12].
	Гостинність – це секрет будь-якого турботливого обслуговування. Турбота, що проявляється по відношенню до гостя, здібність відчувати потреби клієнта – невловимі [13].
Виробничо-економічна	Гостинність – це система заходів та порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших побутових, господарських і культурних потреб клієнтів туристичних підприємств, що забезпечується наданням відповідних послуг [14].
	Гостинність – це діяльність, що забезпечена необхідними матеріальними, фінансовими, трудовими, інформаційно-комунікаційними, природними ресурсами та підприємницькими здібностями тих, хто організує та здійснює послуги гостинності [15].
	Гостинність – комплексна послуга, якій притаманні визначені споживчі властивості та яка створює позитивний образ підприємства, що означає прояв «вторинного попиту» на послуги. Позитивний образ у сфері гостинності має створюватися за допомогою всебічного використання ресурсів гостинності, комфортного середовища гостинності, стратегії та концепції гостинності [16].

На основі проведених наукових досліджень вважаємо, що гостинність варто ще розглядати з *релігійної наукової позиції*. У цьому контексті можна стверджувати, що гостинність – це здатність людини (колективу, спільноти) духовно взаємодіяти з представниками тотожного чи іншого віросповідання, гостинно надавати притулок для проживання та харчування, розділяти молитовні медитації, зібрання тощо. Саме завдяки гостинності відбувається організація різноманітних молитовних походів, прощ, зібрань. Також дослідження релігійної позиції гостинності можна розглядати, як задоволення релігійних потреб гостя під час надання послуг харчування, проживання, подорожей тощо.

На нашу думку, сучасне розуміння поняття «гостинність» має базуватися на триєдиному поєднанні понять (HRP): людина-взаємини-місце (human-relationship-place) – і в соціально-економічному сенсі реалізуватися через надання та споживання комплексних послуг гостинності.

Людина посідає центральне місце у формулюванні поняття «гостинність» та є й об'єктом, і суб'єктом гостинності як послуги. Об'єктом людина є тому, що результат гостинності спрямований на задоволення потреб людини, а суб'єктом – тому що до надання послуг гостинності залучені безпосередньо лише люди.

Синергетичною ланкою гостинності є взаємини між її суб'єктами та об'єктами. Саме від ефективності цих взаємин значною мірою залежить якість послуг гостинності, що визначається не лише рівнем задоволення їх споживачів, а й гарантуванням захисту інтересів тих, хто розробляє та реалізує послуги гостинності.

Послуга гостинності повинна містити й територіальну складову, адже в більшості випадків такі послуги споживаються в місці їх надання та чітко прив'язані до певної території (локації) закладу. Часто саме локальне середовище, у межах якого реалізуються послуги гостинності, стає одним із вирішальних чинників задоволення споживачів (гостей).

Хочемо наголосити, що сучасну послугу гостинності слід трактувати з синергетичних позицій, адже, зважаючи на її складну структуру (харчування, розміщення, розваги, оздоровлення, спорт, інформація, комунікації та ін.) та багатоваріантність суб'єктно-об'єктних стосунків, навіть незначний аспект може стати вирішальним у процесі забезпечення якості цієї комплексної послуги.

Ключовою особливістю послуги гостинності, на наш погляд, є наявність взаємодії на рівні «споживач-персонал-заклад», у якій споживач виконує роль гостя, що очікує від закладу не лише надання замовленої послуги, а й комплексного сервісу, що дає змогу задовольнити широке коло потреб, зокрема рекреаційних. У такому широкому розумінні послуги гостинності можуть надавати не лише підприємства готельно-ресторанного бізнесу, а й розважальні, спортивні, торговельні та інші заклади.

У світовій науці й практиці існують два головні підходи до виокремлення індустрії гостинності, які можна умовно назвати «американським» та «європейським». Відповідно до першого підходу, до індустрії гостинності (hospitality industry) належать:

- готелі та інші заклади розміщення;
- ресторани, кафе та інші заклади харчування, у тому числі кейтеринг;
- бари, нічні клуби та інші заклади, де провадиться обслуговування напоями;
- туроператори та турагенти;
- агенції з продажу квитків на перевезення, оператори автостоянок [17].

«Європейський» підхід трактує індустрію гостинності дещо вужче: як сукупність «підприємств, таких як готелі, бари та ресторани, які пропонують людям їжу, напої або місце для ночівлі» [18]. У такому розумінні індустрія гостинності є еквівалентом сфери HoReCa (hotel, restaurant, catering) та складається головню з підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Водночас обидва підходи залишають поза межами індустрії гостинності заклади розваг (розважальні центри, тематичні парки, гральні заклади та ін.), спортивно-оздоровчі заклади та споруди (стадіони, басейни, спортивні зали та майданчики, фітнес-центри й ін.), які в нашому розумінні прямо або опосередковано також надають послуги гостинності.

Також цілком відокремлювати індустрію гостинності від індустрії туризму, на наш погляд, недоцільно, адже найчастіше саме туристи є основними споживачами послуг гостинності, а більшість турпродуктів, що розробляються туроператорами, містять послуги розміщення та харчування. Водночас діяльність туроператорів та турагентів, екскурсійні та транспортні послуги мають за своїм змістом мало спільного з послугами гостинності.

Очевидно, що індустрія туризму та індустрія гостинності найбільш тісно взаємодіють у межах місця тимчасового перебування туристів, особливо під час стаціонарних турів. Водночас на відміну від індустрії туризму заклади індустрії гостинності чітко локалізуються на певній території, надаючи послуги не лише туристам, а й місцевим мешканцям (Рис. 1).

З огляду на це, ми трактуємо індустрію гостинності як сукупність підприємств та інших організацій, що надають послуги гостинності в межах певної території (локації, дестинації) її мешканцям та відвідувачам (туристам).

У широкому сенсі й індустрія гостинності, й індустрія туризму можуть трактуватися як компоненти рекреаційної сфери, однак таке узагальнення має сенс лише у випадку аналізу розвитку цих секторів економіки в межах держави чи регіону. Урахування міжнародних туристичних потоків вимагає аналізу взаємодії рекреаційних систем різних держав, що з одного боку є складним завданням із точки зору вирішення практичних проблем розвитку рекреаційної

сфери, а з іншого – може вважатися ще одним виміром синергетичного ефекту в індустрії гостинності певної локації (дестинації).

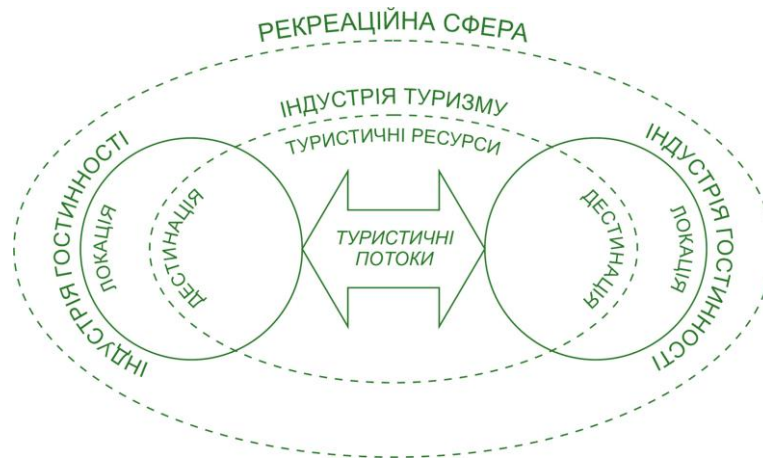


Рис. 1. Співвідношення та взаємозв'язки між індустрією гостинності та індустрією туризму.

Незважаючи на передусім комерційний характер діяльності в індустрії гостинності, на нашу думку, до неї варто частково віднести й волонтерські послуги, які надаються на безкорисливій основі (харчування, проживання, супровід та ін.), а також різні форми релігійної активності (паломництво, прощі, зібрання тощо).

Важливим та найбільшим сегментом індустрії гостинності є ресторанне господарство, завдяки якому споживач насолоджується не лише процесом споживання їжі та напоїв, але й мистецтвом спілкування. Ця сфера включає підприємства, які переважно займаються приготуванням їжі та напоїв і для споживання гостями в закладі, і поза ним (ресторани, кафе, бари, паби, їдальні, кейтеринг тощо). Якщо ресторан є частиною готелю, то ресторанный послуги, які надають споживачеві, суттєво доповнюють загальне враження від перебування. Також заклад ресторанного господарства може функціонувати як частина іншого бізнесу, наприклад, кінотеатру, боулінг-центру тощо. Слід зауважити, що послугами ресторанного господарства часто користуються не лише туристи, а й місцеві мешканці.

Важко уявити індустрію гостинності без готельного господарства, основна функція якого – турбота про надання тимчасового помешкання гостям. Ця сфера тісно пов'язана з індустрією туризму та містить низку закладів різних типів і категорій (готелі, мотелі, хостели, кемпінги, гуртожитки тощо).

Важливим компонентом сучасної індустрії гостинності є рекреаційні заклади, що покликані задовольняти різнопланові потреби у відновленні фізичних та духовних сил і місцевих мешканців, і туристів (кінотеатри, музеї, театри, зоопарки, спортивно-оздоровчі комплекси, парки, стадіони тощо).

Сучасна індустрія гостинності функціонує на засадах поєднання чотирьох основних концепцій – гуманітарної, технологічної, функціональної та комерційної.

Гуманітарна концепція гостинності акцентує увагу на ролі людини як споживача (гостя) та працівника індустрії гостинності. Основні принципи реалізації цієї концепції – повага до прав і свобод людини, максимальне врахування її інтересів у всіх напрямках функціонування індустрії гостинності, самовдосконалення та самореалізація як ключові цінності людського розвитку.

Технологічна концепція гостинності передбачає оптимальне застосування досягнень науково-технічного прогресу, інноваційних технологій у діяльності закладів індустрії гостинності. Важливо, щоб технологічні інновації не лише покращували якість послуг гостинності, а й сприяли підвищенню їх доступності для споживачів.

Функціональна концепція передбачає провідну роль забезпечення ефективності управління процесом виробництва та обслуговування в індустрії гостинності. Ключовий результат практичного застосування цієї концепції – стабільно висока якість продукції та послуг.

Комерційна концепція гостинності передбачає максимізацію прибутку підприємства через вибір стратегій поведінки на ринку та в сучасних умовах базується на таких принципах:

- диверсифікація (урізноманітнення видів економічної діяльності, задоволення потреб ширшого кола споживачів);

- інформатизація (розширення застосування інформаційних технологій у всіх сферах діяльності підприємства);
- екологізація (упровадження ресурсозберігаючих технологій, виробництво екобезпечної продукції).

Усі згадані концепції не суперечать одна одній, а можуть бути успішно поєднаними в тактиці та стратегії діяльності закладів індустрії гостинності.

Пандемія внесла свої корективи в розвиток індустрії гостинності та відповідно у функціонування практично кожної національної економіки. Але 2021 рік став переломним, адже саме високий попит на послуги гостинності посприяв швидкому відновленню національних економік, у структурі яких індустрія гостинності та туризму відіграє провідну роль. Наприклад, в Україні, головні туристичні регіони – Львівська, Одеська, Івано-Франківська, Закарпатська області та ін. – також, починаючи з літа 2021 року, значно підвищили рівень підприємницької активності у сфері послуг, що дало змогу збільшити надходження до місцевих бюджетів, зростання державного бюджету країни, а також підвищити зайнятість і рівень життя населення, розвинути соціальну та виробничу інфраструктуру.

У кризові періоди національна економіка потребує формування нового підґрунтя стратегічного управління на майбутнє. Важливим аспектом стійкості та сталого розвитку соціально-економічних систем в умовах нестабільності є наявність резервних можливостей для протистояння зовнішнім загрозам і компенсації регресивних макроекономічних тенденцій.

У цьому контексті індустрія гостинності може трактуватися як вагомий чинник забезпечення функціонування національної економіки в кризові періоди, адже розвиток цього сектора ґрунтується з одного боку на використанні природних та культурних об'єктів, що не потребують значних експлуатаційних витрат (туризм), а з іншого – задовольняє стійкий попит, зумовлений соціально важливими потребами суспільства, зокрема рекреаційними.

На користь тези про важливу роль індустрії гостинності в кризових умовах свідчить те, що навіть в умовах пандемії COVID-19 у 2020-2021 рр. при перших же послабленнях карантинних обмежень міжнародні туристичні потоки до основних дестинацій почали відновлюватися, а також значно зросла роль внутрішнього туризму.

Водночас у посткризових умовах для забезпечення конкурентоспроможності національної економіки розвиток індустрії гостинності, на наш погляд, має, враховуючи сучасні глобалізаційні виклики та тенденції, відбуватися в таких чотирьох напрямках:

- 1) пріоритетність освоєння локального, регіонального й національного ринків;
- 2) сталий розвиток і безпека споживачів, підприємств і дестинацій;
- 3) пошук альтернативних шляхів і концепцій розвитку;
- 4) віртуалізація (максимальне представлення послуг індустрії гостинності у віртуальному середовищі з урахуванням певних обмежень, що, зокрема, сприяють збереженню атрактивності дестинацій).

ВИСНОВКИ

Отже, в сучасній науці та практиці поняття «гостинність» та категорія «індустрія гостинності» окреслені не зовсім чітко. Тривають наукові дискусії щодо тлумачення гостинності як послуги, структури індустрії гостинності та її взаємозв'язків із іншими сферами економіки. Водночас зростання інтересу до наукових досліджень різних аспектів гостинності зумовлює необхідність формування теоретико-методологічних засад аналізу індустрії гостинності як перспективного сектора національної та світової економіки. Незважаючи на різноманітність підходів, відокремлення індустрії гостинності й індустрії туризму не є доцільним, адже ці сфери економіки суттєво перетинаються, передусім територіально та функціонально. Водночас, незважаючи на змістову подібність, важливо також розуміти відмінності між послугами гостинності (що переважно локалізовані) та туристичними послугами (що надаються за межами території постійного проживання їх споживача-туриста й передбачають обов'язкове переміщення в просторі для отримання цих послуг). Утім, як свідчить практика, основними споживачами послуг гостинності є саме туристи.

Розвиток індустрії гостинності як один із найбільш соціально важливих складників сфери послуг у сучасних кризових умовах дає змогу згладити нерівномірності функціонування економічних систем різних рівнів та забезпечити швидке відновлення їх у посткризових умовах. Ключовими аспектами становлення індустрії гостинності в структурі сучасної національної економіки є переорієнтація на місцевих споживачів, безпека, пошук альтернативних шляхів розвитку та віртуалізація.

REFERENCES / ЛІТЕРАТУРА

1. *Global Economic Impact and Trends* (2021). Retrieved from: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf>. [in English].
2. Uoker, Dzh.R. (2012). *Vvedeniye v gostepriimstvo* [An Introduction to Hospitality]. Moskva: Yuniti. [in Russian].
3. Vagen, L. (2001). *Gostinichnyy biznes* [Hotel business]. Rostov-na-Donu: Feniks. [in Russian].
4. Dyshkantyuk, O.V. (2015). Teoretychni osnovy funktsionuvannya industriyi hostynnosti [Theoretical bases of functioning of the hospitality industry]. *Ekonomika: realiyi chasu. Naukovyy zhurnal – Economy: realities of time. Scientific journal*, 6 (22), 96–101. [in Ukrainian].
5. Zaytseva, V. M. (2017). *Industriya hostynnosti v Ukrayini: stan i tendentsiyi rozvytku* [Hospitality industry in Ukraine: state and development trends]. Zaporizhzhya: Prosvita. [in Ukrainian].
6. Yatsenko, M.S. (2018). Teoretyko-praktychni problemy vyznachennia sutnosti poniat «industriia hostynnosti» ta «industriia turizmu» [Theoretical and practical problems of defining the essence of the concepts "hospitality industry" and "tourism industry"]. *Ekonomika: realii chasu. Naukovyi zhurnal – Economy: realities of time. Scientific journal*, 1, 52 – 60. [in Ukrainian].
7. Kolosovskaya, Y.K. (2000). *Rim i mir plemen na Dunaye. I-IV vv. n.e.* [Rome and the world of tribes on the Danube. 1st-4th centuries AD]. Moskva: Nauka. [in Russian].
8. Butkevych, V.H., Mytsyk, V.V., Zadorozhnyi, O.V. *Mizhnarodne pravo. Osnovy teorii* [International law. Fundamentals of theory]. Kyiv: Lybid'. [in Ukrainian].
9. Harbar, H. (2011). Tekhnolohiya doslidzhennya hostynnosti yak sotsial'noho yavlyshcha [Technology of research of hospitality as a social phenomenon]. *Vyshcha osvita Ukrayiny – Higher education of Ukraine*, 3, 82–89. [in Ukrainian].
10. Fedak, V. I. (2012). Hostynnist' yak tekhnolohichnyy element hotel'noho ta restorannoho obsluhovuvannya [Hospitality as a technological element of hotel and restaurant service] *Abstracts of Papers. Advanced equipment and technologies of food production, restaurant and hotel facilities and trade. Economic strategy and prospects for trade and services: Proceedings of the I Internstional conference*, Kharkiv, October 18. 2012 (pp. 277–278). [in Ukrainian].
11. Webster, N. (1828). *American Dictionary of the English Language*. NewYork: S. Converse. [in English].
12. Hrinchenko, B. (1907-1909). *Slovar' ukrayins'koyi movy* [Dictionary of the Ukrainian language]. Kyiv. [in Ukrainian].
13. Braymer, R.A. (1995). *Osnovy upravleniya v industrii gostepriimstva* [Management Fundamentals in the Hospitality Industry]. Moskva: Aspekt Press. [in Russian].
14. Fedorenko, V.K., Luk"yanova, L.H., Doroshenko, T.T., Minich I.M. (2005). *Unifikovani tekhnolohiyi hotel'nykh posluh* [Unified technologies of hotel services]. Kyiv: Vyshcha shkola. [in Ukrainian].
15. Martiyenko, A. I., Dyshkantyuk, O. V. (2017). *Sutnist' hostynnosti yak ekonomichnoyi katehoriyi* [The essence of hospitality as an economic category] Retrieved from: <https://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/72.pdf>. [in Ukrainian].
16. Gudz', P.V. (2001). Informatsyya v systeme marketynhovoho upravlenyya kurortnym horodom [Information in the system of marketing management of a resort town]. *Ekonomika ta pravo – Economics and Law*, 1, 71–74. [in Russian].
17. *Global Hospitality Leadership: Industry & Company Information* (2021). Retrieved from: <https://guides.library.georgetown.edu/c.php?g=76036&p=487475>. [in English].
18. *Cambridge Business English* (2021). Retrieved from: <https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/hospitality-industry>. [in English].
19. *COVID-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: практика ЕС та українські реалії* (2021). Retrieved from: <https://drive.google.com/file/d/1RM3u1RLB8Ps911JFA9rI4SH14iVRRv/view>. [in Ukrainian].
20. *Economic Impact Reports World travel and tourism council* (2021). Retrieved from: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>. [in English].

Huzar U., Holod A., Paska M., Felenchak Yu., Fedoryshyna L.

ESTABLISHMENT OF THE HOSPITALITY INDUSTRY AS A FACTOR OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE NATIONAL ECONOMY

The aim of the article is to analyze the approaches to the interpretation of the hospitality industry as a scientific category and its formation as an important sector of the national economy in the context of increasing its competitiveness. The historical origin of the term "hospitality", which has undergone a significant transformation to date, is analyzed. Hospitality from different scientific positions is characterized. It is proposed to consider hospitality from a religious scientific point of view, which, according to the authors, is characterized as the ability of man (team, community) to interact spiritually with members of the same or other religion, hospitably provide shelter for living and eating, sharing prayer meditations, gatherings and more.

The author's modern interpretation of the concept of "hospitality" is given, which should be based on a threefold combination of concepts (HRP): human-relationship-place (human-relationship-place) and in the socio-economic sense to be realized through the provision and consumption of comprehensive hospitality services. Two main approaches to the separation of the hospitality industry are described: "American" and "European".

The author's model of the relationship and interrelationships between the hospitality industry and the tourism industry is presented. It is proposed to interpret the hospitality industry as a set of enterprises and other organizations that provide hospitality services within a certain area (location, destination) to its residents and visitors (tourists).

For the first time, it is proposed to include in the hospitality industry volunteer services provided on a selfless basis (food, accommodation, support, etc.), as well as various forms of religious activity (pilgrimages, pilgrimages, gatherings, etc.).

The largest segments of the hospitality industry are characterized, especially: restaurants, hotels, and recreational facilities. The basic concepts on which the modern hospitality industry operates are analyzed - humanitarian, technological, functional and commercial.

It is concluded that today it is necessary to understand the differences between hospitality services (which are mostly localized) and tourist services (provided outside the territory of permanent residence of their consumer-tourist and provide for mandatory movement in space to receive these services).

The modern tendencies of development of the hospitality industry are analyzed and perspective directions of functioning of this sector of the national economy are outlined. The role of the hospitality industry as an important factor in ensuring the functioning of the national economy in times of crisis is substantiated.

Keywords: hospitality industry, tourism, scientific approaches, economic development, competitiveness, national economy

JEL Classification: F41, M29