

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-112>

УДК 338.483.13:392.72

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASIS OF THE DEVELOPMENT OF THE HOSPITALITY INDUSTRY

Гузар Уляна Євгенівнакандидат економічних наук, доцент,
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0004-1462>**Huzar Uliana**

Lviv State University of Physical Culture

Стаття присвячена актуальним питанням розвитку індустрії гостинності. Охарактеризовані основні ознаки послуг гостинності в залежності від сформованого запиту гостя – нематеріальну, матеріальну та змішану складові. Проаналізовано розвиток індустрії гостинності з позиції економічного розвитку та економічного зростання. Систематизовано роль сфери послуг через призму теорій структурних трансформацій економіки, які дали змогу виявити, що за рахунок домінування сфери послуг у період постіндустріального суспільства також відбувається і трансформація ролі послуг гостинності: від задоволення фізіологічних потреб гостя до статусу «отримання емоції», вільного міжособистісного спілкування. Досліджено основні еволюційні етапи індустрії гостинності як економічної категорії. Охарактеризовано основні концепції, на яких сьогодні функціонує сучасна індустрія гостинності.

Ключові слова: гостинність, сфера послуг, індустрія гостинності, економічний розвиток, економічне зростання, концепції.

The article is devoted to current issues of the development of the hospitality industry. The main features of hospitality services are characterized depending on the formed request of the guest – immaterial, material and mixed components. The development of the hospitality industry is analyzed from the standpoint of economic development and economic growth, which is relevant and expedient today, because significant transformational changes are taking place in Ukraine today, where new goods and services are emerging due to the significant impact of information and communication technologies. The role of the service sector is systematized through the prism of theories of structural transformations of the economy, which made it possible to discover that due to the dominance of the service sector in the period of post-industrial society, the role of hospitality services is also being transformed: from satisfying the physiological needs of the guest (tasty and healthy food) to the status of "getting emotions", free interpersonal communication. The main evolutionary stages of the hospitality industry as an economic category have been studied. The main concepts on which the modern hospitality industry functions today are characterized. It was found that the main sign of hospitality in hospitality industry establishments is a happy guest full of positive emotions and impressions, which is achieved precisely with the help of an intangible sign of hospitality. It is well-founded that the hospitality industry cannot be separated from the values of humanism because hospitality is related to accepting, welcoming or treating guests as "people". It was determined that the technological concept of hospitality is extremely important for hospitality establishments, especially in the era of the flourishing of information and communication systems. The relevance of the functional concept of hospitality, which assumes the leading role of ensuring the efficiency of management of the production and service process, has been studied. The commercial concept of hospitality is characterized, which provides for the maximization of the company's profit through the choice of strategies of behavior in the market and in modern conditions is based on the principles of diversification, informatization, and environmentalization.

Keywords: hospitality, service sector, hospitality industry, economic development, economic growth, concepts.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку вітчизняної та світової економіки, таких глобальних викликів, як пандемія

та війна Росії проти України, саме індустрія гостинності є найбільш вразливою та одночасно високорозвинутою, динамічною

та прибутковою системою, яка базується на триєдиному поєднанні понять людина-взаємовідносини-місце і в соціально-економічному сенсі реалізується через надання і споживання комплексних послуг гостинності. Індустрія гостинності та індустрія туризму визначають динаміку розвитку таких економічних секторів, як торгівля, транспорт, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та формують стратегічні пріоритети розвитку національної економіки загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Аналіз наукових праць свідчить про більш ґрунтовні дослідження індустрії гостинності з точки зору виробничої, соціально-культурної, моральної діяльності [1–2]. Мартієнко А. І. та Дишкантюк О. В. аналізують гостинність, як сукупність матеріальних, трудових, фінансових ресурсів необхідних для розвитку економіки вражень [3]. Проте недостатніми на сьогодні є дослідження розвитку індустрії гостинності з позиції економічного розвитку та економічного зростання. Також залишається відкритою проблематика методологічних та концептуальних засад розвитку індустрії гостинності.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Питання щодо виникнення послуги, як економічної категорії сьогодні залишається неоднозначним, але важко не погодитися із тим фактом, що послуги виникли із разом із виникненням суспільного життя. Таким чином, можна стверджувати, що зародження послуг гостинності з економічної позиції також припадає на етап виникнення суспільного життя.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження теоретико-методологічних засад розвитку індустрії гостинності. Для досягнення мети у статті поставлено та досягнуто таких цілей: дослідити розвиток індустрії гостинності з позиції економічного розвитку та економічного зростання; проаналізувати роль сфери послуг через призму теорій структурних трансформацій економіки; обґрунтувати основні концепції становлення індустрії гостинності.

Виклад основного матеріалу дослідження. На основі наших досліджень, в рамках індустрії гостинності об'єднано багато послуг, на відміну від індустрії туризму, які пов'язані з обслуговуванням гостей через спеціалізовані підприємства харчування, розміщення, турагентів, спортивних, розважальних, культурних закладів. Туристичні послуги

частково відносимо до структури індустрії гостинності так, як заклади туристичного бізнесу надають свої послуги лише туристам та мають обмежувальний характер щодо надання послуг харчування, розміщення, розваг на відміну від послуг гостинності.

Відомо, що індустрія гостинності та туризму відносять до сфери послуг, тобто однієї з найперспективніших галузей економіки. Саме сфера послуг складає в економічно розвинутих країнах основну частину економіки (більше 50%).

У розумінні поняття «послуги» закладена глибока двояка сутність – це інформація, як атрибут матерії, та ізоморфізм мислення і буття. Оскільки послуга не може існувати поза межами її свідомого сприйняття виробником та споживачем послуг, можна вважати інформацію специфічною матеріальною основою послуги [4]. Поняття «послуга» в індустрії гостинності є ключовим та носить, на нашу думку, не лише нематеріальний характер, як стверджує більшість науковців. Ми пропонуємо розглядати три основні ознаки послуг гостинності – нематеріальну, матеріальну та змішану складові (рис. 1).

Послуги гостинності у більшій мірі містять нематеріальну складову адже задовольняють потреби гостей морального, духовного, інтелектуального, психологічного характеру (атмосферне обслуговування у ресторані, відвідування музею, екскурсія замком, участь у релігійному зібранні тощо). Нематеріальну послугу важко описати, зрозуміти та виміряти. Йдеться про створення відчуття благополуччя мандрівникам/гостям, щоб вони відчували себе бажаними та цінними, водночас гарантуючи, що їхні потреби задовольняються. Але також, на нашу думку, у наданні послуг гостинності присутня і матеріальна ознака, яка проявляється у задоволенні фізіологічних потреб гостя (раціональне харчування – здоров'я людини), побутових (комфортабельні готельні номери з усіма зручностями), гігієнічних потреб (безпека харчування, обслуговування у закладах громадського харчування, готелях). Більшість послуг гостинності мають ознаки змішаного формату, тобто нематеріально-матеріального: наприклад, відвідування ресторану, спортивно-розважальних закладів, розміщення у закладах готельного господарства тощо. Таким чином, в залежності від сформованого запиту гостя (туриста) на отримання послуги гостинності, варто виділяти три ознаки таких послуг.

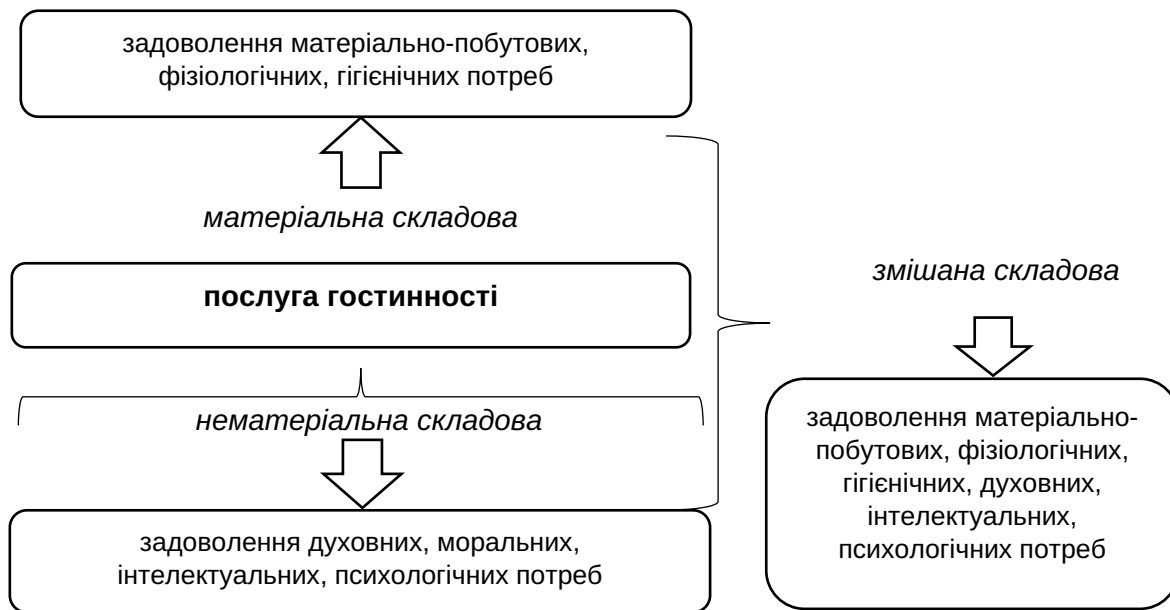


Рис. 1. Ознаки послуг гостинності (в залежності від сформованого запиту гостя)

Джерело: авторська розробка

На нашу думку, у подальших наших дослідженнях, розвиток індустрії гостинності та туризму варто розглядати з позиції економічного розвитку та економічного зростання, що є актуально та доцільно сьогодні адже в Україні сьогодні відбуваються суттєві трансформаційні зміни, де виникають нові товари та послуги зумовлені значним впливом інформаційно-комунікаційних технологій. Саме на основі аналізу теорій економічного розвитку ми спробуємо більш глибоко та ґрунтовно дослідити трансформаційний процес перетворення послуг гостинності із етапу задоволення базових фізіологічних потреб до етапу отримання емоції.

Індустрія гостинності представляє сукупність галузей національної економіки (секторів економіки) матеріального та нематеріального виробництва та задіяних в них суб'єктів, вид діяльності яких направлено на забезпечення засобами виробництва послуг та продукту гостинності, надання безпосередньо цих послуг і продукту гостинності з метою задоволення потреб суспільства у одержанні позитивних вражень споживачами [3]. Саме тому індустрія гостинності має безпосередній вплив на підвищення якості життя у державі, розвиток продуктивних сил регіонів та країни загалом, відновлення трудових ресурсів.

Основоположною ціллю нашого дослідження є характеристика економічних категорій «економічний розвиток» та «економічне

зростання», тлумачення яких сьогодні має досить спірний характер серед науковців.

Згідно наших досліджень, до 1911 року у наукових працях немає фактично відокремлення понять «економічний розвиток» та «економічне зростання», тому вважається, що саме Йозеф Шумпетер у своїй праці «Теорія економічного розвитку» вперше запропонував відокремлювати дані економічні категорії одну від одної: «...всередині економічної системи є джерело енергії, що викликає порушення рівноваги. Якщо це так, то має існувати економічна теорія господарського розвитку, яка спирається не лише на зовнішні фактори, що спричиняють рух економічної системи від одного стану рівноваги до іншого. Саме таку теорію я спробував розробити» [5]. Крім Й. Шумпетера, у ході «кейнсіанської революції» та розвитку макроекономічного аналізу праці С. Кузнеця закладають підвалини сучасної теорії економічного зростання, який запропонував кількісний підхід у дослідженні даної проблеми [6]. Також значний внесок у розвиток теорій економічного зростання зробили М. Портер, Р. Солоу, Ф. Бродель, І. Гілл, М. Райзер, П. Ромер, Р. Лукас-молодший, М. Спігель, Дж. Бенхабіб та багато інших.

Червяков І. М. у своїй праці виокремлює два підходи щодо трактування вище згаданих категорій [7]:

1. Тотожність понять, де «економічне зростання» визначається кількісними змінами, зростанням рівня ВВП/ВНП, а «еко-

номічний розвиток», як зміна якісних показників, які проявляються у підвищенні рівня життя населення, зростання доходів на душу населення.

2. Самостійність економічних понять, де «економічне зростання» є складовою частиною економічного розвитку, а економічний розвиток включає, як якісні показники так і кількісні.

На нашу думку, поняття «економічний розвиток» та «економічне зростання» не можуть ототожнюватися, так як друге є складником першого, оскільки економічний розвиток є більш загальним поняттям, яке характеризує загальну зміну економіки країни, а економічне зростання – кількісний прояв показників економічного розвитку.

Економіка розвитку – це галузь економіки, яка зосереджується на покращенні фіскальних, економічних і соціальних умов у країнах, що розвиваються. Економіка розвитку розглядає такі фактори, як охорона здоров'я, освіта, умови праці, внутрішня та міжнародна політика та ринкові умови з акцентом на покращення умов у найбідніших країнах світу. Також економіка розвитку вивчає як макроекономічні, так і мікроекономічні фактори, пов'язані зі структурою економік, що розвиваються, і внутрішнім і міжнародним економічним зростанням.

Економічний розвиток розглядає ширший спектр статистичних даних, ніж просто ВВП на душу населення та розглядає фактичний рівень життя та свободу, яку мають люди, щоб насолоджуватися хорошим рівнем життя. До таких показників відносять: реальний дохід на душу населення – ВВП на душу населення, рівень грамотності та стандарти освіти, рівень охорони здоров'я, якість і доступність житла, рівні екологічних стандартів, ймовірна тривалість життя.

Відповідно економічне зростання означає збільшення реального національного доходу, національного виробництва. За певних рівнів умов економічне зростання сприятиме більшому економічному розвитку. Вищий реальний ВВП дозволяє більше витратити, наприклад, на охорону здоров'я та освіту.

Вимірювання економічного розвитку не є таким точним, як вимірювання ВВП, оскільки воно залежить від того, які фактори включено до вимірювання. До основних показників економічного розвитку відносять ВВП, ВНП та ІЛР. Індекс людського розвитку дає інтегральну оцінку розвитку людини та поєднує

три показники: валовий внутрішній продукт (ВВП) на душу населення, рівень грамотності й тривалість життя.

Пропонуємо проаналізувати місце сфери послуг через призму теорій структурних трансформацій, що дозволить в подальших дослідженнях більш ґрунтовно охарактеризувати процес трансформації послуг гостинності (табл. 1).

Послуги гостинності зародилися давно та отримали свій початок завдяки послугам розміщення. За оцінками експертів, це було приблизно в 40 рр. до н.е., коли гостинність для громадських і релігійних зборів була досить поширеним явищем. Приблизно в цей час греки придумали термальні ванни, призначені для оздоровлення та релаксації.

На нашу думку, зародження індустрії гостинності як економічної категорії та «неофіційно визнаної» виокремленої сфери економіки можна вважати XVI століття – період Французької революції, коли попит на заїжджі двори та таверни зріс у кілька разів та був побудований перший заклад розміщення у Європі – «Hotel de Henry» (1788 р.) [15]. Також у цей період створюється відповідний тренд на заклади харчування та розміщення гостей.

Вже у XIX столітті відбувається справжня революція гостинності, яка розпочинається із розкоші та обслуговування (1961–1980 рр.). Учені називають цей період – Золотим віком гостинності, коли організаційна культура та створення цінностей керувалися розкішшю та сервісом. У 1961 р. Айседор Шарп, заснував «Four Seasons Hotels» за своїм золотим правилом: «Ставте гостей так, як ти хочеш, щоб до тебе ставилися» [16]. Таким чином, можна впевнено стверджувати, що дана епоха розвитку послуг гостинності розпочинає своє повноцінне існування та переходить зі стадії життєвої необхідності до стадії актуальності, стадії задоволення потреб гостя.

На жаль, дві світові війни перервали розвиток гостинності у XX столітті. Та все ж індустрія гостинності, як організована галузь виникла в 1950–1960-х роках, коли була сформована відповідна структура. Промислова революція, що почалася в 1970-х роках, сприяла будівництву готелів у Європі, Англії та Америці, розвитку повсякденного харчування у закладах ресторанного господарства [15].

Результати дослідження, які відображені у таблиці 1 свідчать, що за рахунок домінування сфери послуг у період постіндустріального суспільства також відбувається і

Таблиця 1

Роль сфери послуг через призму теорій структурних трансформацій економіки

Теорія	Автор розробки	Головна ідея	Місце сфери послуг
<i>Односекторна модель економіки</i>	Р. Солоу [8]	економічна система розглядається як єдине неструктуроване ціле, де вироблений один універсальний продукт проходить стадії споживання і накопичення	відсутнє відокремлення сфери послуг
<i>Двосекторна модель економіки</i>	К. Маркс [9]	взаємозв'язок між галузями, що випускають засоби виробництва і предмети споживання.	відсутнє відокремлення сфери послуг. Послуга – це корисна дія тієї чи іншої споживчої вартості товару або праці
<i>Трисекторна модель економіки</i>	А. Фішер, К. Кларк, Ж. Фурастьє 1930-ті рр. [10–11]	поява понять «первинний», «вторинний», «третинний» сектори	терціалізація – розгляд сфери послуг як окремого економічного сектора
<i>Теорія стадій розвитку</i>	У. Ростоу, 1971 р. [12]	теорія п'яти послідовних стадій економічного й соціального розвитку, через які проходять усі суспільства (традиційне суспільство, період передумов для підйому, відправка в стале зростання, рух до зрілості, ера високого масового споживання)	популяризація сфери послуг
<i>Теорія пост-індустріального суспільства</i>	А.Белл, 1970-ті рр. [13]	суспільство (в результаті науково-технічного прогресу) переростає у постіндустріальне суспільство, яке характеризується домінуючою роллю сфери послуг, переходом влади до вчених і технократів.	домінування сфери послуг
<i>Теорія економіки, що базується на знаннях</i>	ОЕСР (організація економічного співробітництва та розвитку) 1996 р. [14]	економіка, заснована на знаннях, як економіка, що безпосередньо заснована на виробництві, розповсюдженні, використанні знань та інформації	сфера послуг – сфера практичної реалізації людського інтелекту, де домінуючим і пріоритетним ресурсом є знання

трансформація ролі послуг гостинності: від задоволення фізіологічних потреб гостя (смачно та корисно поїсти) до статусу «отримання емоції», вільного міжособистісного спілкування.

Таким чином, гостинність – це комплексна послуга, що характеризується споживчими властивостями і зумовлює необхідність створення привабливого іміджу підприємства. Такий імідж в індустрії гостинності необхідно створювати через всебічне використання ресурсів гостинності, забезпечення високої

якості послуг, вироблення концепцій гостинності [17].

Сучасна індустрія гостинності функціонує на засадах поєднання чотирьох основних концепцій – гуманітарної, технологічної, функціональної і комерційної [18].

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 функ-

ціонування індустрії гостинності, самовдосконалення і самореалізація як ключові цінності людського розвитку.

В контексті даної концепції пропонуємо розмежувати два поняття – сервіс та гостинність. Часто у наукових дослідженнях можна зустріти, як науковці ототожнюють дані поняття. Хоча, на нашу думку, це далеко не так.

Ознакою гостинності у закладах індустрії гостинності є щасливий, сповнений позитивних емоцій та вражень гість, що досягається саме за допомогою нематеріальної ознаки гостинності. Фокус зорієнтований на туристах (гостях), а не на встановлених стандартах та отримання максимальної вигоди. Тобто, сервіс зосереджений на певних стандартах, процедурах, методах обслуговування, дотримання певних правил. Беззаперечно, що сервіс повинен бути присутній в усіх закладах гостинності, але він не повинен бути пріоритетним, адже гостинність – це дух, який панує у закладі, це «соціальна валюта», яка має більшу цінність аніж репутація.

Власне гуманітарна концепція індустрії гостинності відкриває розуміння того, ким є гість (турист) у процесі надання послуг гостинності та працівник сфери гостинності.

Таким чином, індустрія гостинності не може бути відокремлена від цінностей гуманізму. Це пояснюється тим, що суть гостинності подібна до цінностей гуманізму в її реалізації. Гостинність пов'язана з прийняттям, вітанням або ставленням до гостей як до «людей». Тому поняття гостинності необхідно розуміти як щось більше, ніж просто обслуговування гостей за допомогою різноманітних процедур і методів, які стали стандартом обслуговування. Саме тому успіх закладів індустрії гостинності в сучасних умовах функціонування може базуватися на основі реалізації гуманістичних цінностей в індустрії гостинності.

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.

Технології гостинності можуть допомогти підвищити автоматизацію та полегшити навантаження на персонал. Крім того, це може пришвидшити процеси, потенційно заощадивши гроші та час, допомогти закладам у багатьох точках пошуку гостя.

Технологічна концепція гостинності є вкрай важливою для закладів гостинності, особливо в епоху розквіту інформаційно-комунікаційних систем. Індустрія гостинності надзвичайно конкурентна сфера, тому важливо йти в ногу з останніми тенденціями гостинних технологій адже технології можуть допомогти закладам оптимізувати свої процеси, зменшити витрати, робоче навантаження на персонал, збільшити потенціал отримання прибутку та покращити спектр надання послуг гостям. Використання інноваційних технологій може підвищити точність роботи до рівня, якого було б важко досягти самотужки, а прийняті технологічні рішення можуть зробити роботу більш керованою та легше виправдати високі очікування сучасних гостей. Прийняття останніх тенденцій також робить технологічний прогрес постійним. Якщо заклад відстає від поточних тенденцій, модернізація технології пізніше може стати складнішою, оскільки вимоги до навчання можуть бути ширшими.

Функціональна концепція передбачає провідну роль забезпечення ефективності управління процесом виробництва та обслуговування в індустрії гостинності у поєднанні з комплексом особистих і професійно-кваліфікаційних характеристик обслуговуючого персоналу. Ключовий результат практичного застосування цієї концепції – стабільно висока якість продукції та послуг.

Нові ринки, реалії конкуренції та такі глобальні виклики, як пандемія та війна в Україні, змушують заклади індустрії гостинності приймати рішення щодо вдосконалення операційної та організаційної складової, щоб відповідати викликам сьогодення та вимогам, які висувають гості. У цьому контексті основні аспекти продуктивності зосереджені на удосконаленні процесу обслуговування та зорієнтовані на гостя.

Ключовим питанням у контексті даної концепції є система управління бізнес-процесами у закладах гостинності. Класична структурна модель організації підприємств має бути модернізована через розроблений, задокументований та впроваджений бізнес-процес. Щоб успішно керувати закладом, необхідно визначити численні взаємопов'язані види діяльності адже бізнес-процеси є одним із найважливіших елементів системи управління. Якщо вони не розроблені, документально не підтверджені і не впроваджені, то система управління підприємством не здатна задовольнити запити зацікавлених сторін, в першу чергу гостей.

Комерційна концепція гостинності передбачає максимізацію прибутку підприємства через вибір стратегій поведінки на ринку і 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* (впровадження ресурсозберігаючих технологій, виробництво екобезпечної продукції).

Комерційна концепція індустрії гостинності пов'язана із попередніми концепціями: гуманітарною, технологічною та функціональною та не може існувати відокремлено та самостійно.

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

Висновки. Таким чином, підсумовуючи вище сказане, вважаємо, що індустрію гостинності варто розглядати з позиції економічного розвитку та економічного зростання, що є актуально та доцільно сьогодні адже в Україні сьогодні відбуваються суттєві трансформаційні зміни, де виникають нові товари та послуги зумовлені значним впливом інформаційно-комунікаційних технологій. Сучасна індустрія гостинності функціонує на засадах поєднання чотирьох основних концепцій – гуманітарної, технологічної, функціональної і комерційної, які можуть бути успішно поєднані у тактиці та стратегії діяльності закладів індустрії гостинності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Webster N. American Dictionary of the English Language. New York Published by S. Converse, 1828.
2. Руденко В. П. Основи готельної справи. URL: http://pidruchniki.com/1584072023997/turizm/osnovi_gotelnoyi_spravi (дата звернення: 22.02.2024).
3. Мартієнко А. І., Дицкантюк О. В. Сутність гостинності як економічної категорії. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 2 (30). С. 72–78.
4. Мацук З. А. Теоретичні аспекти дослідження послуги як економічної категорії. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»*. 2016. № 2(30). С. 4–8.
5. Andersen E. S. Schumpeter's Evolutionary Economics: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Engine of Capitalism. *Anthem Press*. 2009.
6. Горкіна Л. П., Довбенко М. В. Теорія економічного зростання: нобелівський аспект. *Історія економічної думки*. 2005. С. 147–157.
7. Червяков І. М. Економічний розвиток, економічне зростання і фактори, які стримують економічне зростання України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 6. С. 99–102.
8. Soloy R.M. Contribution to theory of economic growth. *Quarterly Journal of Economics*. 1956. V. 70. P. 65–94.
9. History & Society. Marxism. URL: <https://www.britannica.com/topic/Marxism> (дата звернення: 22.02.2024).
10. Clark C. The Conditions of Economic Progress. *Macmillan*. 1940. 504 p.
11. Fisher Allan G. B. Production, primary, secondary and tertiary. *Economic Record*. 1939. P. 24–38.
12. Rostow W. Stages of Economic Growth: a non-communist manifesto, 2nd ed. *Cambridge University Press*. 1971. 274 p.
13. Daniel Bell's theory of the information society. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/016555159802400601> (дата звернення: 22.02.2024).
14. General Distribution. The knowledge-based economy. URL: <https://one.oecd.org/document/OCDE/GD%2896%29102/En/pdf>. (дата звернення: 22.02.2024).
15. Historical background of the hospitality industry – a fascinating journey. URL: <https://www.soegjobs.com/hospitality-industry-historical-background/> (дата звернення: 22.02.2024).
16. Modern History of the Hospitality Industry: The Last 100 Years. URL: <https://hoteltechreport.com/news/modern-history-hospitality-industry/> (дата звернення: 22.02.2024).
17. Мальська М. П. Організація готельного обслуговування. URL: <https://subj.ukr-lit.com/organizaciya-gotel'nogo-obslugovuvannya-malska-m-p-2-1-model-ta-osnovni-koncepci%D1%97-gostinnosti/> (дата звернення: 22.02.2024).
18. Гузар У., Голод А., Паска М., Феленчак Ю., Федоришина Л. Становлення індустрії гостинності як чинника підвищення конкурентоспроможності національної економіки. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2022. № 3 (44). С. 208–215.

REFERENCES:

1. Webster, N. (1828) American Dictionary of the English Language. New York Published by S. Converse. (in English)
2. Rudenko V. P. Osnovi gotelnoyi spravi [Basis of the Hotel Business]. Available at: http://pidruchniki.com/1584072023997/turizm/osnovi_gotelnoyi_spravi (accessed February 22, 2024).
3. Martiyenko A. I., Dyshchkanyuk O. V. (2017) Sutnist' hostynnosti yak ekonomichnoyi katehoriyi [The essence of hospitality as an economic category]. *Ekonomika: realiyi chasu*, no. 2 (30), pp. 72–78.
4. Matsuk Z. A. (2016) Teoretychni aspekty doslidzhennya posluhy yak ekonomichnoyi katehoriyi [Theoretical aspects of service research as an economic category]. *Naukovi zapysky Natsional'noho universytetu «Ostroz'ka akademiya»*. Seriya «Ekonomika», no. 2(30), pp. 4–8.
5. Andersen E. S. (2009) Schumpeter's Evolutionary Economics: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Engine of Capitalism. *Anthem Press*. (in English).
6. Horkina L. P., Dovbenko M. V. (2005) Teoriya ekonomichnoho zrostannya: nobelivs'ky aspekt [The theory of economic growth: the Nobel aspect]. *Istoriya ekonomichnoyi dumky*, pp. 147–157.
7. Chervyakov I. M. (2015) Ekonomichnyy rozvytok, ekonomichne zrostannya i faktory, yaki strymuyut' ekonomichne zrostannya Ukrainy [Economic development, economic growth and factors restraining the economic growth of Ukraine]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, no. 6, pp. 99–102.
8. Soloy R.M. (1956) Contribution to theory of economic growth. *Quarterly Journal of Economics*, no. 70, pp. 65–94. (in English).
9. History & Society. Marxism. Available at: <https://www.britannica.com/topic/Marxism> (accessed February 22, 2024).
10. Clark C. (1940) The Conditions of Economic Progress. *Macmillan*, 504 p. (in English)
11. Fisher Allan G.B. (1939) Production, primary, secondary and tertiary. *Economic Record*, pp. 24–38. (in English).
12. Rostow W. (1971). Stages of Economic Growth: a non-communist manifesto, 2nd ed. *Cambridge University Press*, 274 p. (in English)
13. Daniel Bell's theory of the information society. DOI: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/016555159802400601> (accessed February 22, 2024).
14. General Distribution. The knowledge-based economy. Available at: <https://one.oecd.org/document/OCDE/GD%2896%29102/En/pdf>. (accessed February 22, 2024).
15. Historical background of the hospitality industry – a fascinating journey. Available at: <https://www.soegjobs.com/hospitality-industry-historical-background/> (accessed February 22, 2024).
16. Modern History of the Hospitality Industry: The Last 100 Years. Available at: <https://hoteltechreport.com/news/modern-history-hospitality-industry> (accessed February 22, 2024).
17. Mal's'ka M. P. Orhanizatsiya hotel'noho obsluhovuvannya [Organization of hotel service]. Available at: <https://subj.ukr-lit.com/organizaciya-gotel'nogo-obslugovuvannya-malska-m-p-2-1-model-ta-osnovni-konceptci%D1%97-gostinnosti/> (accessed February 22, 2024).
18. Huzar U., Holod A., Paska M., Felenchak YU., Fedoryshyna L. (2022) Stanovlennya industriyi hostynnosti yak chynnyka pidvyshchennya konkurentospromozhnosti natsional'noyi ekonomiky [Development of the hospitality industry as a factor in increasing the competitiveness of the national economy]. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, no. 3 (44), pp. 208–215.