

УДК 338.48:379.8

## ФЕНОМЕН ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ: ДЕФІНІЦІЯ ПОНЯТТЯ, ОСНОВНІ ПІДХОДИ, СТРУКТУРА

Ігор Пандяк

*Львівський національний університет імені Івана Франка,  
вул. П. Дорошенка, 41, 79007, м. Львів, Україна,  
e-mail: pandyakig@ukr.net*

Проаналізовано еволюцію основних підходів щодо поняття “індустрія гостинності” в глущаченні іноземних та українських науковців. Уточнено семантику та систему понять “гостинність”, “індустрія туризму”, “індустрія гостинності”. Виявлено та обґрунтовано структуру індустрії гостинності, її субординацію та взаємозв’язок з туристичною індустрією. Проаналізовано та конкретизовано основні етапи, чинники і сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності. Окреслено суть індустрії гостинності як складну й порівняно відокремлену соціально-економічну систему зі створення, просування і реалізації послуг з розміщення, харчування, побутового обслуговування, дозвілля, розваг та інших послуг, а також реалізації товарів у закладах готельного і ресторанного профілю діяльності. Індустрія гостинності має тривалий еволюційний розвиток, складну організацію, сумісно з індустрією туризму формує єдину систему обслуговування туристів, відіграє вагомую роль в економіці.

*Ключові слова:* гостинність, індустрія гостинності, індустрія туризму, готельне господарство, ресторанне господарство, сфера послуг.

Сьогодні у науковій і професійній літературі широко використовують поняття “індустрія гостинності”, “індустрія туризму”, які часто ототожнюють, підмінюють за змістом, оскільки не визначена структура економічної діяльності кожної з галузей.

Україна успадкувала стан розвитку індустрії гостинності з СРСР. У попередній політико-економічній системі вивченню проблем задоволення фізичних і духовних потреб людини не приділяли належної уваги. Економічну, соціальну та морально-етичну складові категорії “індустрія гостинності” завуальовували під радянський соціокультурний сервіс. Фрагментарний характер досліджень туризму, зокрема сфери гостинності, започаткований у 50-х роках ХХ ст., відобразився в популярній тоді концепції про рекреаційно-географічний простір як основу розвитку теорії рекреаційної географії та головний об’єкт досліджень. Новий формат розвитку індустрії гостинності в Україні актуалізує необхідність аналізу сучасного досвіду вивчення і розробки теоретико-методологічних положень еволюції, структури, особливостей взаємозв’язку з туристичною індустрією, виявлення основних тенденцій і чинників розвитку цієї соціально-економічної сфери в Україні та світі.

В Україні термін “індустрія гостинності” порівняно з терміном “гостинність” новий, його використовують з початку ХХІ ст. З цієї причини більшість літературних джерел – це переклади закордонних авторів.

Сучасні наукові дослідження індустрії гостинності в Україні передусім зорієнтовані на вивчення організаційно-економічних проблем, механізму функціонування та геопросторової організації готельного господарства, з яким ототожнюють цю сферу. Не

вирішеною є проблема вдосконалення теоретико-методологічного апарату, визначення змісту терміна “індустрія гостинності”, обґрунтування структури та зв'язку між складовими цієї та суміжних галузей.

Серед закордонних авторів у вивченні індустрії гостинності назвемо: Р. Браймера, Л. Вагена, Дж. Уокера, С. Кінга, В. Квартального, М. Лайко, В. Романова, Е. Саака, С. Скобка, серед українських науковців – М. Бойко, Л. Гопкало, Х. Роглева та ін.

Наша мета – розробити й обґрунтувати теоретичні та методичні положення для розкриття феномена “індустрії гостинності”.

Для досягнення цієї мети окреслено такі завдання:

- уточнити семантику понять “гостинність”, “індустрія гостинності”, “індустрія туризму”;
- проаналізувати еволюцію підходів щодо поняття “індустрія гостинності” серед іноземних та українських науковців;
- виявити структуру індустрії гостинності, її субординацію та взаємозв'язок з туристичною індустрією;
- вивчити і конкретизувати основні етапи еволюції, чинники й тенденції розвитку індустрії гостинності.

У сучасних літературних джерелах часто трапляються такі терміни, як “гостинність”, “готельна індустрія”, “індустрія гостинності”, “туристична індустрія”, змістовне значення яких нечітке, часто їх інтуїтивно сприймають як поєднання окремих понять або ототожнюють. Ключова категорія “гостинність” – одне з основних понять розвитку людського суспільства, закладене в морально-етичних принципах будь-якого народу. Морально-етичний характер відображається в духовності, фольклорі, церемоніалі толерантного, з повагою і пошаною приймання і частування гостей удома, у побутово-сервісному змісті – забезпечення якісного обслуговування в закладах гостинності. Отже, термін “гостинність” – універсальна категорія повсякденно-побутової культури, втіленої у привітності, толерантності й турботі про гостя [5, с. 53].

До походження терміна “гостинність” є два підходи. Згідно з першим, термін походить від латинського слова *hospitium* у такому значенні: 1) давня греко-римська морально-правова концепція гостинності як дане Богом право гостю і даний Богом обов'язок господаря; 2) гостьовий будинок, в якому приймали подорожуючих. Прихильники другого підходу вважають, що термін походить від старофранцузького слова “*hospice*” (хоспіс – будинок для приймання подорожуючих, тобто помешкання, місце, в якому подорожуючі могли отримати прихисток та їжу) [9, с. 12].

Комерціалізація гостинності зумовлює розвиток виробничо-сервісного бізнесу, виникнення окремої спеціалізованої сфери економіки – індустрії гостинності. Сьогодні це словосполучення закріпилось у професійно-економічній та науковій сферах [11–14].

Термін “індустрія” (з лат. *industria* – діяльність – “найбільша галузь економіки, сукупність споріднених підприємств, що характеризується єдністю економічного призначення створюваної продукції, однорідністю споживаної сировини, спільністю технологічних процесів і технічної бази, особливою професійною структурою працівників та специфічними умовами праці” [8, с. 28].

Формування назви й ототожнення індустрії гостинності з промисловістю логічно обґрунтоване. Упродовж тривалого часу промисловість – головна сфера економіки більшості держав і світу. В ході еволюції соціально-економічних відносин суспільства відбулось розширення змістовного та структурного значення цього поняття. У ХХ ст.

термін “індустрія” закріпився за вагомими в економіці та структурно складними галузями, які об’єднують споріднені види діяльності.

У науковій літературі є чимало визначень терміна “індустрія гостинності”, проте консенсусного, єдиного визначення не сформульовано. Причини такого стану:

- “молодість” самої сфери, яка сформувалась як самостійна, складна й порівняно відособлена соціально-економічна система із задіяними значними матеріальними, фінансовими і людськими ресурсами лише в другій половині ХХ ст.;

- дослідження проводять у різних суспільних галузях, тому не сформований спільний підхід щодо структури, а отже, генези цієї сфери діяльності.

У табл. 1 наведено визначення поняття “індустрія гостинності”, пропонувані іноземними й українськими науковцями, а також проаналізовано основні підходи, виявлені у визначеннях.

У Законі України “Про туризм” (1995) про індустрію гостинності не згадано, наведено лише таке визначення “туристична індустрія – це сукупність підприємств з перевезення, тимчасового розміщення, харчування, екскурсійного, курортного, спортивного, розважального та іншого обслуговування, організації, які здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, а також організації з надання послуг екскурсиводів, гідів-перекладачів, спортивних інструкторів, провідників та ін.” [1].

Отже, туристична діяльність зосереджена насамперед на організації та реалізації туристичних послуг (туристичного продукту). Створенням, просуванням і реалізацією послуг гостинності займаються інші підприємства, тому замінювати або суміщати ці види діяльності згідно з Законом, організації технологічного процесу, недоцільно. Водночас необхідно брати до уваги, що послугами гостинності користуються не тільки туристи, значну частку становлять інші категорії подорожуючих, які, згідно зі стандартами UN WTO, об’єднані в категорію “відвідувачі” (visitors). Індустрія гостинності – організаційно значно складніша сфера діяльності, яка зорієнтована на задоволення попиту не тільки туристів у вузькому розумінні, подорожуючих у широкому, а також клієнтів, які проживають у місці розташування підприємства гостинності.

Американські автори Дж. Дітмер і Дж. Гріффіні ототожнюють індустрію туризму та індустрію гостинності й надають перевагу в назві сфери діяльності, пов’язаної з обслуговуванням туристів, індустрії гостинності. Як окрема складова економіки, індустрія гостинності складається зі сфери гостинності та сфери подорожей і туризму. Гостинність у вузькому розумінні об’єднує сферу громадського харчування і розміщення; сфера подорожей і туризму – діяльність турагентств і туроператорів, транспорт, розваги і відпочинок [6, с. 11].

Ці автори порівняно з Дж. Р. Уокером, на наш погляд, найбільш вдало відобразили назву сфери діяльності, пов’язуючи з притаманною морально-етичною рисою кожної людини – надати подорожуючим з суто гуманних міркувань, або в поєднанні з комерційною метою. Сьогодні всі складові субгалузі забезпечують обслуговування туристів і подорожуючих, дотримуючись принципів гостинності. Посилення уваги до людини, гостя, людиноцентризм у сучасних суспільно-економічних відносинах, насамперед у сфері послуг, актуалізує використання на професійно-побутовому рівні терміна “гостинність”, “індустрія гостинності”.

Таблиця 1

Визначення терміна “індустрія гостинності” іноземними та українськими науковцями  
The definition of the term “hospitality industry” by foreign and Ukrainian scientists

Автор	Визначення	Особливості визначення
Браймер Р., 1995 р.	Гостинність – це тасмниця будь-якого турботливого обслуговування. Турбота, виявлена стосовно гостя, здатність відчувати потреби клієнта, – невловимі, але настільки очевидні риси в поведінці службовця. Індустрія гостинності є збірним поняттям для численних і різноманітних форм підприємництва, які спеціалізуються на ринку послуг, пов’язаних з прийомом і обслуговуванням гостей [3, с. 27]	Визначення гостинності загальне, увагу зосереджено на сервісній складовій в обслуговуванні. Щодо структури індустрії гостинності наголошено, що немає переліку основних видів діяльності, які охоплює гостинність, і виділено такі основні: громадське харчування, розміщення, перевезення і відпочинок (рекреація)
Уокер Дж. Р., 1999 р.	Гостинність – одне з фундаментальних понять людської цивілізації – уже давно перетворилося на індустрію, у якій зайнято не один мільйон професіоналів. Індустрія гостинності об’єднує туризм, готельний і ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок і розваги, організацію конференцій і нарад. Головна відмінність гостинності від інших сфер бізнесу полягає в тому, що основна мета гостинності – задоволення запитів гостей [2, с. 12]	Увагу у визначенні гостинності зосереджено на еволюційно-культурному та професійному підходах. У розширеній структурі індустрії туризму автор виділяє елементи відповідно до основних видів активності в туризмі: подорожі, проживання, харчування, відпочинок, розваги, проте, не включає у структуру власне туристичні організації
Ваген Л., 2001 р.	Індустрія гостинності – це сектор індустрії туризму, зорієнтований на розміщення туристів, а також галузі, діяльність яких спрямована на продаж алкогольних напоїв, надання житла, їжі і розважальних заходів [4, с. 32]	Індустрія гостинності – основна складова індустрії туризму, у структурі сформована насамперед із закладів розміщення, а також харчування, розваг, та інших підприємств
Роглев Х.Й., 2005 р.	Гостинність – це турбота, виявлена по відношенню до гостя, здатність відчувати потреби клієнтів – невловимі, але настільки очевидні риси в поведінці службовців; це саме той елемент, що зробить спогади клієнтів приємнішими, а враження запам’ятовуватимуться на довше [7, с. 18]	Гостинність асоціюється з сервісом, індустрія гостинності – з готельним бізнесом
Бойко М.Г., Гопкало Л.М., 2006 р.	Гостинність ототожнюють з атмосферою доброзичливості, якою оточують споживача готельних послуг, що відповідає сутності господарської діяльності у цій сфері. Гостинність є системою зі створення комфортного перебування подорожуючого поза місцем постійного проживання. До цієї системи входять: послуги розміщення, харчування, додаткові послуги необхідні проживаючому для повноцінної життєдіяльності... [2, с. 28]	У понятті “гостинність” наголошено на важливості сервісної складової. Індустрія гостинності асоціюється з готельним бізнесом у структурі туристичної індустрії та послугами, які забезпечені в таких підприємствах

Інший підхід щодо вирішення проблеми структури туристичної індустрії відображений у працях Дж. Торкілдсена. Автор розглядає основні структурні елементи індустрії туризму й гостинності як окремі складові комерційної діяльності, які разом з іншими формами організації – державним і волонтерським секторами (громадські, політичні організації) – формують індустрію відпочинку. У цьому підході головним критерієм є форма власності організаторів відпочинку (комерційна – некомерційна) [10].

Один з помітних недоліків пропонованої структури індустрії відпочинку – підхід щодо типології, за основу якого взято види організації діяльності згідно з формою власності, тобто чинник, який належить до вторинних. Інші недоліки – дублювання в різних секторах однакових видів діяльності, сумнівність щодо виділених серед галузей індустрії відпочинку політичних партій і рухів, релігійних організацій, спілок інвалідів та ін.

Серед інших підходів обґрунтування змісту та структури понять “індустрія туризму”, “індустрія гостинності” та “індустрія відпочинку” – система ієрархії туристичної індустрії В. Фрейера. Автор виділяє три рівні цієї сфери економіки: туристичну індустрію у вузькому розумінні – підприємства з виробництва типових туристичних послуг; туристичну індустрію у широкому розумінні – нетипові підприємства з виробництва типових туристичних послуг; окраїну туристичну індустрію, – що представлена підприємствами-виробниками товарів і послуг, які не належать до типового туристичного продукту [10].

У пропонованій схемі структури індустрії туризму В. Фрейера помітна нечіткість у виборі структурних частин рівнів ієрархії та логічності зв'язку між ними. Основною перевагою пропонованої моделі є поділ індустрії туризму на ієрархічні рівні згідно з участю складових галузей у створенні туристичних послуг та товарів.

Згідно з наведеним вище, у багатьох сучасних дослідженнях структура індустрії гостинності абстрактна, а отже, охоплює чи не всю сферу послуг, в окремих дослідженнях – значний обсяг видів матеріального виробництва. Водночас у дослідженнях основну увагу акцентують на готельно-ресторанному бізнесі (табл. 2).

Таблиця 2

Основні підходи щодо визначення змісту та структури індустрії гостинності  
The main approaches to defining of the content and structure of the hospitality industry

Підхід	Зміст підходу	Автор
Абстрактний без формалізації об'єкта та структури	Неконкретизований зміст і структура діяльності, пов'язують зі сферою послуг, акцентують увагу на морально-етичних принципах стосунків виробників та споживачів послуг, у якому суть підприємницької діяльності	Р. Браймер, В. Квартальнов, Х. Роглев та ін.
Ототожнення з індустрією туризму	Індустрію гостинності та індустрію туризму ототожнюють, окреслено структуру галузі, ознаки ідентичності – задоволення запитів гостей	Дж. Р. Уокер, В. Фрейер та ін.
Виокремлення індустрії гостинності як порівняно самостійної сфери туризму	Індустрія гостинності – основна складова індустрії туризму, у структурі сформована із закладів розміщення, харчування, розваг та інших підприємств	Л. Ваген, С. Кінг, Е. Саак, Дж. Дітмер і Дж. Гріффін та ін.

На наш погляд, гостинність – це відносини між двома категоріями людей: господарями і гостями, відношення між мотивацією і конкретними формами людської поведінки. Для адекватної дефініції понять “індустрія гостинності” та “індустрія туризму” необхідно виокремлювати й аналізувати основні напрями розгляду поняття “гостинність” у сучасних літературних джерелах: соціальний і комерційний. Соціальна складова первинна в еволюції феномена гостинності й виявляється в морально-етичних (гуманістичних) відношеннях. Саме гуманістичний принцип – основа розвитку людського суспільства, відображена на побутовому рівні, згодом перенесена на соціальний, політичний, комерційний та інші типи відносин, зумовлює ототожнення індустрії гостинності зі сферою послуг.

Морально-етичний принцип виявлений у толерантності міжособистісних стосунків у будь-якій сфері суспільних відносин. Сьогодні в різних сферах діяльності, зокрема, у сфері послуг, професійному етикету приділяють значну увагу.

Інша складова гостинності – комерційна, виявлена в організаційно-економічних формах підприємництва готельно-ресторанного профілю діяльності. Організаційно й технологічно ця галузь визнана на інституційному рівні UN WTO, авторитетними регіональними та національними професійними організаціями. Ознакою автентичності є нормативно-технологічна база, науково-методична робота, сформована мережа навчальних закладів з підготовки фахівців для цієї сфери, видання профільних періодичних видань.

Згідно з результатами нашого дослідження, індустрія гостинності – це соціально-економічна підсистема туристичної індустрії з чітко вираженою еволюцією, організаційно-технологічними процесами, організаційно-правовими формами організації та інституційним забезпеченням. Сьогодні індустрія гостинності – це сфера економіки зі швидкими темпами зростання, одна з головних складових сфери послуг, сформована з підприємств готельного і ресторанного бізнесу, які забезпечують комплекс послуг з проживання, харчування, побутового обслуговування, дозвілля, розваг та інших послуг, а також реалізації товарів.

Основні аргументи виокремлення індустрії гостинності в структурі туристичної індустрії такі:

- гостинність як морально-етичний принцип, втілений у сервісних стосунках між людьми на початкових етапах розвитку, генетично пов'язана з домом, прототипами сучасних закладів розміщення і харчування, притулками для бідних, релігійними організаціями, у яких на соціальній та комерційній основі надають місце для ночівлі, харчування, напої, оздоровлення, моральну підтримку та ін. Сьогодні ці заклади модифікувались у структурно диверсифіковані типи готельно-ресторанних підприємств, які функціонують на комерційних, менше – соціальних засадах;

- ідентичність індустрії гостинності в структурі туристичної індустрії закладена визначенням індустрії туризму: туризм – це тимчасовий виїзд (подорож) громадян і осіб без громадянства з постійного місця проживання з оздоровчою, пізнавальною, професійно-діловою, спортивною, релігійною та іншою метою без заняття оплачуваною діяльністю в країні (місці) тимчасового перебування. У цьому визначенні в поняття “туризм” закладено факт переміщення туриста, терміни і мета його подорожі. Індустрія гостинності – це соціально-економічна сфера з надання на комерційній, частково або безоплатній основі послуг з ночівлі, харчування, побутового обслуговування, дозвілля, розваг та інших послуг у закладах готельного та ресторанного профілю;

- у професійній літературі часто використовують термін “індустрія туризму і гостинності”, у якому акцентовано на рівнозначності складових і певну автономність індустрії гостинності в структурі туристичного господарства. Для назви сфери гостинності оператори ринку використовують акронім HoReCa, сформований від перших двох букв слів Hotel (готель), Restaurant (ресторан), Café/Catering (кафе/кейтеринг);

- особливість закладів індустрії гостинності, окрім комерційної – соціальна спрямованість. Соціальні риси діяльності відображають генетичний зв'язок сучасних форм організації підприємств гостинності з прототипами на етапі їхнього виникнення. Соціальний характер діяльності насамперед виявлений у спеціалізованих закладах розміщення, які надають лікувально-оздоровчі, реабілітаційні послуги (санаторії, профілакторії, пансіонати), послуги відпочинку (бази відпочинку, дитячі табори) та інші, які повністю або частково субсидують держава, комерційні та громадські організації і підприємства. Діяльність підприємств туристичного профілю (туроператори, турагенти) цілковито комерційна;

- важлива особливість в організації обслуговування підприємств індустрії гостинності порівняно з індустрією туризму – надання послуг не тільки туристам, значну частку гостей становлять “відвідувачі” (visitors), а також місцеві жителі, особливо у підприємствах громадського харчування. Саме з огляду на цю особливість у 2008 р. UN WTO ввела у статистичну звітність категорію “відвідувач”. Отже, поняття “гостинність” значно складніше та ширше, ніж “туризм”. Індустрію гостинності необхідно розглядати як доволі самостійну, проте тісно пов'язану з туризмом цілями й завданнями сфери діяльності. Взаємозв'язок забезпечений взаємозумовленістю розвитку: підприємства індустрії гостинності – основна складова туристичної інфраструктури, важливий чинник розвитку туризму. Водночас позитивні тенденції розвитку туризму зумовлюють збільшення кількості об'єктів індустрії гостинності внаслідок високої частки туристів у структурі споживачів послуг цієї галузі;

- виявом виділення індустрії гостинності в окрему сферу діяльності є виникнення перших професійних формувань – асоціацій, союзів, федерацій та інших форм інституційного характеру (1946 р. – Міжнародна готельна асоціація, 1982 р. – Конфедерація національних асоціацій готелів і ресторанів Європейського співтовариства (ХОТРЕК)) та ін.

Отже, індустрія гостинності – це складна й порівняно відокремлена соціально-економічна система зі створення, просування і реалізації послуг з розміщення, харчування, побутового обслуговування, дозвілля, розваг та інших послуг, а також реалізації товарів у закладах готельного і ресторанного профілю діяльності. Індустрія гостинності має тривалий еволюційний розвиток, складну організацію, сумісно з індустрією туризму формує єдину систему обслуговування туристів, відіграє вагомую роль в економіці.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України “Про туризм” // Відомості Верховної Ради України. 1995. № 31. ст. 241.
2. *Бойко М. Г., Гопкало Л. М.* Організація готельного господарства : підручник. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 448 с.
3. *Браймер Р. А.* Основы управления в индустрии гостеприимства. М. : Аспект Пресс, 1995. 382 с.
4. *Ваген Л. В. Д.* Гостиничный бизнес / пер. А. Сухорукова. Ростов н/Д. : Феникс, 2001. 412 с.
5. *Колосовская Ю. К.* Гостеприимство как право народов Древнего Рима / Законы и обычаи гостеприимства в античном мире : сб. науч. тр. / ИВИ РАН. М., 1999. С. 49–58.
6. *Котлер Ф.* Маркетинг, гостеприимство, туризм : учебник. 4-е изд. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. 1071 с.
7. *Роглев Х. Й.* Основы готельного менеджменту : навч. посіб. К. : Кондор, 2005. 408 с.
8. Словник української мови : в 11 т. / АН УРСР. Інститут мовознавства [за ред. І. К. Білодіда]. К. : Наук. думка, 1970–1980. Т. 4. С. 28.
9. *Уокер Дж. Р.* Введение в гостеприимство : учебник / [пер. с англ. Н. Н. Михайлова]. М. : ЮНИТИ, 1999. 464 с.
10. Гостиничное дело, март 2012. URL: <http://dw6.ru/> (дата звернення: 05.07.2015).
11. *O'Connor P., Piccoli G.* Marketing Hotels Using Global Distribution Systems // *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. 2003. N 44 (6). P. 105–114.
12. *Petrick J. F.* Are Loyal Visitors Desired Visitors? // *Tourism Management*. 2004. N 25 (4). P. 463–470.
13. *Strauss K.* Hotel's 325, Special Report // *Hotels*. 2007. N 41 (7). P. 36–50.
14. Travel and Tourism. Hotels: Global Hotels: Lagging but not Lost. *Euromonitor International* / 03.08.2010.

## REFERENCES

1. Ukraine Law on Tourism (1995). *Supreme Council of Ukraine (VVR)*, 31, art. 241.
2. Boyko, M. G., & Hopkalo, L. M. (2006). *Hospitality management organization*. Kyiv, 448 pp.
3. Braymer, R. A. (1995). *Osnovy upravlenija v industrii gostepriimstva*. Moscow: Aspect Press, 382 pp.
4. Vahen, L. D. A. (2001). *Hotel Business*. (A. Sukhorukov, Trans.). Rostov-na-Donu: Phoenix, 412 pp.
5. Kolosovskaya, Y. K. (1999). Hospitality as a right of the peoples of ancient Rome. In *The laws and customs of hospitality in the ancient world*, 49–58, Moscow.
6. Kotler, F. (2007). *Marketing, hospitality, tourism*. 4<sup>th</sup> ed. Moscow: UNITY-DANA, 1071 pp.
7. Rohlyev, H. J. (2005). *Basics of Hotel Management*. Kyiv: Condor, 408 pp.
8. Bilodid, I. K. (Ed.) (1970–1980). *Glossary of Ukrainian language*, 4. (Vols. 1–11). Institute of Linguistics of AS USSR. Kyiv: Scientific Thought, p. 28.
9. Walker, J. R. (1999). *Introduction to hospitality*. (N. N. Mikhailova, Trans.). Moscow: UNITY, 464 pp.
10. Hospitality, March 2012. Retrieved July 5, 2015 from <http://dw6.ru>.



11. O'Connor, P., & Piccoli, G. (2003). Marketing Hotels Using Global Distribution Systems. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 44(6), 105–114.
12. Petrick, J. F. (2004). Are Loyal Visitors Desired Visitors? *Tourism Management*, 25(4), 463–470.
13. Strauss, K. (2007). Hotel's 325, Special Report. *Hotels*, 41(7), 36–50.
14. Travel and Tourism. Hotels: Global Hotels: Lagging but not Lost. (03.08.2010.) *Euromonitor International*.

*Стаття: надійшла до редакції 28.10.2016  
доопрацьована 25.11.2016  
прийнята до друку 15.12.2016*

**PHENOMENON OF HOSPITALITY INDUSTRY:  
DEFINITION CONCEPT, BASIC APPROACHES, STRUCTURE**

**Igor Pandyak**

*Ivan Franko National University of Lviv,  
P. Doroshenko St., 41, UA – 79007 Lviv, Ukraine,  
e-mail: pandyakig@ukr.net*

The evolution of the main approaches to the concept of “hospitality industry” among foreign and Ukrainian scientists is analysed. The semantics and the system of concepts of “hospitality”, “tourism industry”, “hospitality industry” are specified. The structure of the hospitality industry, its subordination and the relationship with the tourist industry are discovered and proved. The main stages, factors and current trends in the hospitality industry are analysed and fleshed. Outlined The essence of the hospitality industry as a complex and relatively isolated social and economic system for the creating, promoting and implementing the services of accommodation, nutrition, consumer services, leisure, entertainment and other services and the sale of goods in the establishments of hotel and restaurant business profile are outlined. Hospitality industry is characterized by long evolution, complex organization, and together with the tourism industry forms a unified system of tourist services, performs an important role in the economy.

*Key words:* hospitality, hospitality industry, tourism industry, hotel industry, catering trade, services.