

Горб К.М.

кандидат географічних наук, доцент,
Університет митної справи та фінансів

Корнєєв М.В.

доктор економічних наук, професор,
Університет митної справи та фінансів

Кучер М.М.

кандидат економічних наук, доцент,
Університет митної справи та фінансів

Horb Kostiantyn, Korneyev Maxim, Kucher Marharyta

University of Customs and Finance

ГОСТИННІСТЬ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ: ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ

HOSPITALITY IN THE HOTEL, RESTAURANT AND TOURISM BUSINESS: GENERAL BASIS OF RESEARCH AND FEATURES OF THE TRAINING OF SPECIALISTS

У статті надано комплексний аналіз сучасного феномену гостинності у різних аспектах на різному рівні. Запропоновано та обґрунтовано два смислові тлумачення гостинності, що умовно трактуються як «гостинність-риси» та «гостинність-сфера». Побудовано авторську модель сфери гостинності суспільства, що складається з чотирьох рівнів – «ядра», що вміщує комплекс підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу, та трьох його «надбудовних кіл», система підприємств та суб'єктів кожного з наступних серед яких поступово зменшує рівень спеціалізації на послугах гостинності, але так чи інакше у своїй діяльності застосовує риси гостинності. Окреслено актуальні напрями досліджень сфери гостинності, серед яких найбільш важливими виступають проблеми вимірювання ступеня гостинності різних її суб'єктів, а також удосконалення системи навчання профільних кадрів. Надано аргументовані пропозиції щодо покращення якості освіти для «ядра» сфери гостинності, насамперед посилення психологічної підготовки майбутніх фахівців.

Ключові слова: гостинність, сфера гостинності, риси гостинності, туристичний та готельно-ресторанний бізнес, освіта для сфери гостинності.

The article provides a comprehensive analysis of the modern phenomenon of hospitality in various aspects at different levels. Two semantic interpretations of hospitality, conventionally interpreted as “hospitality-trait” and “hospitality-sphere”, are proposed and substantiated. “Hospitality-trait” is an important characteristic of any entity that, on a commercial or other basis, receives and serves guests for certain reasons. “Hospitality-sphere” is a derivative of “hospitality-traits” and is a product of its institutionalization, namely, a field of activity whose main profile task is to provide quality services to guests. An author’s model of the hospitality sector of society was built, consisting of four levels – the “core”, which includes a complex of hotel-restaurant and tourist business enterprises, and its three “superstructure circles”, a system of enterprises and subjects of each of the following among which gradually reduces the level specialization in hospitality services, but in one way or another applies the features of hospitality in its activities. The presented model of the field of hospitality can serve as an additional basis for the adoption of legislative and regulatory acts and for the adoption of managerial decisions regarding the regulation of the manifestation of hospitality traits in the work of any enterprises and subjects of economic activity, mainly in the field of hotel, restaurant and tourism business. Current directions of research in the field of hospitality are outlined, among which the most important are the problems of measuring the degree of hospitality of its various subjects, as well as improving the system of training specialized personnel. Important directions are also the definition and analysis of the features of hospitality at different levels of spatial and organizational scale and territorial coverage (hospitality of the state, people, region, city, locality, enterprise, institution, industry, social stratum, individual family, individual person, etc.), study of spatial aspects of hospitality, justification of distinctions between “stationary” and “mobile” hospitality, especially during tourist trips, hospitality research at different stages of hospitality product consumption, etc. Argued proposals for improving the quality of education for the “core” of the hospitality sector, primarily strengthening the psychological training of future specialists, using psychological trainings, quests, situational exercises (case studies), etc., are provided. Hospitality in the process of specialized education in the training of specialists in the field of service should pass through all educational components, both during theoretical training and during training of practical skills.

Key words: hospitality, the field of hospitality, features of hospitality, tourist and hotel-restaurant business, education for the field of hospitality.

Постановка проблеми. Гостинність як важливий феномен сьогодення, як явище, що має різноаспектне тлумачення та набуває все більшого значення фактично в усіх сферах сучасного людського життя (економічній, соціальній, культурній, побутовій тощо), в останні роки є предметом підвищеної уваги науковців і практиків, що займаються як економіко-управлінськими та маркетинговими аспектами удосконалення розвитку насамперед сфери туризму та готельно-ресторанного господарства, так і гуманітарними питаннями розвитку суспільства (загальнофілософськими, культурологічними, педагогічними, психологічними тощо).

У численних наукових працях останнього часу спостерігаємо достатньо ґрунтовну аналітику походження та еволюції феномену гостинності, підходів до трактування, окреслення напрямів розвитку тощо. Але при тому не простежуються спроби будь-якої повноцінної систематизації (класифікації, таксономії тощо) гостинності і як сфери господарства та життя суспільства в цілому, і як важливої риси, характеристики окремих різнорівневих економічних та соціально-культурних суб'єктів. Така систематизація дозволила б чітко відокремити предметне поле розгляду та аналізу (а відтак – і обґрунтування перспектив розвитку) гостинності представниками різних галузей знань та практики, а також певною мірою визначити напрями удосконалення системи підготовки фахівців з туризму та готельно-ресторанного сервісу. У зв'язку з вищевикладеним проблематику цієї статті вважаємо своєчасною та актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі як економіко-управлінського, так і гуманітарного спрямування представлено чимало робіт, присвячених гостинності як галузі господарства і як феномену суспільного життя. Економічні, управлінські, маркетингові та частково технологічні аспекти гостинності як на рівні галузі та субгалузей, так і на рівні окремого підприємства або закладу представлені насамперед в роботах А. Вдовічена, В. Кифяка [6]; В. В. Гоблика, Т. В. Черничко, К. М. Хаустової [10]; У. Є. Гузар, А. П. Голода, М. З. Паски, Ю. Б. Феленчак, Л. М. Федоришиної [30]; І. М. Єгупової [16]; А. І. Мартієнко, О. В. Дишкантюк [21]; О. С. Морозової, О. В. Морозова [22]; Г. Круль, О. Заячук [18]; Д. В. Нагернюк, Л. Г. Коваленко [23]; Н. А. Ніколенко, В. Ф. Доценка, О. С. Пушки, Л. О. Шаран [34]; Н. П. Рибальченко, Н. В. Намлієвої, Г. А. Гарбар [26]; З. Сіройча, Ю. Карягіна, М. Манова [29]; Г. М. Тарасюк, В. С. П'янкова [32]; С. В. Тищенко [33]; Х. Й. Роглева [27], М. М. Мальської, І. Г. Пандяка [20] та багатьох інших. Філософським, культурологічним, соціальним та психолого-педагогічним аспектам гостинності (включно проблематиці підготовки профільних кадрів) приді-

лено значну увагу такими авторами, як Н. М. Войтович, О. Я. Гримак [7]; Г. Гарбар [8; 9]; Р. В. Дьяченко [15]; О. В. Коваленко, Є. М. Великодна [17]; В. В. Любарєць [19]; Піцұл К. С. [25]; В. А. Русавська [28]; І. Дочинець [13]; О. В. Дишкантюк [12]; Д. Р. Белік, В. М. Зайцева [5], Н. А. Фоменко [35] та ін. При цьому кожен автор (або група авторів) зазвичай розглядає гостинність лише з певної, зазвичай доволі вузької точки зору, і якщо і застосовує комплексний підхід, то, на наш погляд, не охоплює повноцінної цілісної картини гостинності, включаючи усі аспекти, ознаки, різновиди, рівні тощо.

Метою статті є удосконалення тлумачення поняття гостинності як комплексного багатоаспектного та різнорівневого явища, обґрунтування підходів до систематизації гостинності з акцентом на застосуванні в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі, окреслення напрямів досліджень гостинності для покращення рівня сервісу та підвищення позитивного іміджу відповідних суб'єктів, надання пропозицій щодо оптимізації представленості знань і практик з гостинності в системі підготовки кваліфікованих фахівців з туризму та готельно-ресторанної справи, насамперед у закладах вищої освіти.

Виклад основного матеріалу дослідження. Всебічний аналіз гостинності як сучасного феномену суспільного життя дозволяє стверджувати, що усі трактування та обґрунтування даного поняття в численних наукових працях у кінцевому підсумку зводяться до двох розумінь, які умовно можна означити як «гостинність-риси» та «гостинність-сфера».

«Гостинність-риси» являє собою важливу характеристику будь-якого суб'єкта, який на комерційній або іншій основі з певних причин приймає та обслуговує гостей (відвідувачів, клієнтів, пацієнтів, візитерів, туристів, рекреантів, екскурсантів, покупців, споживачів тощо). У якості такого суб'єкта може виступати людина, сім'я, народ, країна, місто, регіон, соціальна група, домогосподарство, громадська організація, політична партія, підприємство, заклад, галузь і т. ін. Дана характеристика у свою чергу складається з низки взаємопов'язаних та взаємодоповнюючих ознак, кожна з яких підлягає певному вимірюванню та в цілому здійсненню оціночних процедур. Такими ознаками можуть слугувати увага, доброзичливість, ввічливість, піклування, турбота, гуманність, привітність, щедрість, щирість тощо. Очевидно, що останній перелік конкретних рис вимагає удосконалення та глибокої систематизації, включаючи і визначення ступеня їх синонімічності та взаємовпливу.

Важливим з цієї точки зору є також визначення ключових джерел, або факторів (ширше – ресурсів гостинності [10]), що забезпечують увесь спектр ознак гостинності суб'єкта на належному рівні. На

наш погляд, у цьому зв'язку можна виділити дві групи факторів: по-перше, поведінкові фактори, що забезпечують гостинність через прояв окремих елементів поведінки представників суб'єкта-господаря (в комерційному аспекті – обслуговуючого персоналу) для гостей, по-друге, фактори середовища, які являють собою привабливість гостьового оточення, що проявляється у комфортності, зручності, естетичності, екологічності, безпечності, та непрямим чином демонструє турботу, доброзичливість, щирість, щедрість господаря тощо. Обидві групи факторів покликані як мінімум подарувати гостю позитивні емоції та комфорт, ширше – покращення здоров'я та загального життєвого настрою.

«Гостинність-сфера» є похідною від «гостинності-риси» і являє собою продукт її інституалізації, а саме сферу діяльності, основним профільним завданням якої є надання якісних послуг гостям. В економічному сенсі «гостинність-сферу» можна трактувати як галузь господарства («індустрія гостинності»), в гуманітарному – як соціокультурний інститут, з різним рівнем сформованості в конкретному суспільстві.

Продукт гостинності являє собою комплекс послуг і частково товарів, що виводиться на ринок, та включає комплекс фізичних, соціальних і емоційних компонентів [27]. З точки зору гуманітарного підходу виділяють соціокультурний інститут гостинності [9].

Поєднує два оглянуті підходи до трактування «гостинності-сфери» наявність мережі господарських та інституційно-управлінських одиниць – підприємств, закладів, організацій, що забезпечують потреби широких кіл споживачів у різноманітних послугах та товарах, а також і контролю їх якості. У цьому зв'язку з урахуванням вищевикладеного нами було сформовано чотирирівневу модель сфери гостинності, яка представлена на рис. 1.

Основу («ядро») сфери гостинності становлять базові підприємства та заклади, для яких «гостинність-риси» є ключовим фактором економічного та іміджевого успіху, від рівня якості прояву рис гостинності для таких підприємств залежить безпосередньо надійність їх позиції на ринку, стабільність та рівень прибутку. Це головним чином підприємства готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, клієнтів та споживачів продукту яких справедливо при-



Рис. 1. Модель сфери гостинності

Джерело: складено авторами

йнято називати гостями та туристами (з варіантом «екскурсанти»). Риси гостинності для таких споживачів проявляються найбільш яскраво і становлять основу якості їх продукту.

Наступним, другим рівнем (або першим «надбудовним колом») сфери гостинності є вся сфера обслуговування, що включає увесь пасажирський транспорт, побутове обслуговування, сфери дозвілля, оздоровлення, страхування, банківського обслуговування, роздрібно торгівлі і т. ін. Для таких підприємств прояв рис гостинності є надзвичайно важливим, але не ключовим, тобто «гостинність-риси» для них є фактором успіху поряд з іншими факторами, наприклад, розташуванням, кваліфікацією працівників або інноваційністю застосовуваних технологій.

До третього рівня (з окресленням відповідно другого «надбудовного» навколо «ядра» кола) сфери гостинності можна віднести усі підприємства та заклади, що приймають та обслуговують відвідувачів, включаючи державні установи, громадські організації тощо. Наприклад, до цього кола можна включити паспортні столи, пункти пропуску через державний кордон, установи медицини та освіти, відділення поліції, пошти, спортивні клуби тощо. Прояв рис гостинності при прийомі відвідувачів для таких установ не є суворо регламентованим, невисока їх якість зазвичай не впливає (принаймні значною мірою) на загальну ефективність їх діяльності. Але при цьому варто зазначити, що «гостинність-риси» у розглянутому вище розумінні саме таких закладів є важливим показником загального рівня культури та цивілізованості суспільства.

Розглянуті вище три «підсфери» («ядро» та два «надбудовних кола») «гостинності-сфери» для будь-якого суспільства або співтовариства, з точки зору представленості рис гостинності в цілому підлягають певній регламентації та стандартизації (принаймні на рівні кваліфікаційних вимог до представників окремих професій, що працюють безпосередньо з людьми), з поступовим зменшенням їх значення для забезпечення успіху з кожним наступним колом. Наступний же, четвертий рівень (або третє «надбудовне коло») сфери гостинності не підлягає будь-яким регулятивним, регламентаційним, стандартизаційним та сертифікаційним вимогам щодо прояву рис гостинності (виняток при цьому можна зробити для державних органів, що покликані приймати високоповажних іноземних гостей згідно певних протокольних норм), але при цьому об'єктивно такі риси у діяльності закладів, підприємств та суб'єктів, що можна віднести до даного кола, присутні, і досить часто, з нашої точки зору, можуть відігравати певну роль у забезпеченні ефективності їх діяльності.

До четвертого рівня (третього «надбудовного кола» навколо «ядра») «гостинності-сфери» до-

цільно віднести усі економічні та неекономічні суб'єкти суспільства в найширшому розумінні, що займаються діяльністю, фактично жодним чином не пов'язаною з роботою безпосередньо з людьми (відвідувачами, клієнтами, споживачами послуг). Сюди можна віднести як підприємства будь-якої галузі господарства (крім зазначених вище у попередніх «колах») – промисловості, аграрного сектору, будівництва, вантажного транспорту та логістики, IT-технологій, окремих департаментів та відділів різного рівня установ апарату державного управління, міжнародних організацій тощо, так і приватних осіб та домогосподарства (сім'ї).

У випадку підприємств четвертого рівня гостинність ніяк не характеризує їхню спеціалізацію. Але для них характерні певні ділові та інші зв'язки (включаючи зовнішньоекономічні) з іншими спорідненими за напрямом діяльності суб'єктами (наприклад, зв'язки по постачанню, збуту, посередництво тощо), які проявляються в різних аспектах, у тому числі й у взаємовідвідуванні такого роду підприємств представниками ділових партнерів (включно з представниками контролюючих органів, наприклад, податкової інспекції). Для таких партнерів-відвідувачів насамперед з метою забезпечення свого позитивного іміджу підприємство має належним чином презентувати наочно свої позитивні сторони, для чого неможливо обійтися без прояву рис гостинності. Інший аспект прояву таких рис у діяльності таких підприємств – це організація ними профільних ділових заходів (семінарів, тренінгів, конференцій, курсів підвищення кваліфікації тощо), які відвідують відповідно «гості-партнери». У широкому розумінні кадрова робота будь-якого підприємства, особливо у тих випадках, коли вакансії не користуються великим попитом, неможлива без прояву рис гостинності.

На рівні окремих приватних осіб, сімей та домогосподарств, у будь-якому суспільстві періодично, принаймні на свята, прийнято один до одного «ходити в гості» (з варіантом «їздити у гості») на певний проміжок часу. Тут мова не йде про суто комерційну діяльність, такі суб'єкти не є економічними суб'єктами, але будь-який господар або господиня зазвичай завжди намагається зробити усе можливе для задоволення своїх гостей. Тому для таких суб'єктів, яких також можна віднести до четвертого рівня сфери гостинності, прояв класичних та новітніх рис гостинності має неабияке значення.

Представлена вище авторська модель сфери гостинності може слугувати додатковою основою для ухвалення законодавчих та нормативних актів і для прийняття управлінських рішень щодо регламентації прояву рис гостинності в роботі будь-яких підприємств та суб'єктів економічної діяльності,

головним чином у сфері готельно-ресторанного та туристичного бізнесу.

В цілому дослідження гостинності у розглянутому розумінні, на наш погляд, у майбутньому потребує удосконалення та розвитку за такими напрямками:

– окреслення завдань та їх виконання при розгляді гостинності з трьох точок зору – економіко-управлінської, філософсько-культурологічної та виробничо-технологічної, з обов'язковим узагальненням та поєднанням, синтезуванням результатів за кожним із трьох підходів;

– визначення та аналіз особливостей гостинності на різних рівнях просторово-організаційного масштабу та територіального охоплення: гостинність держави (країни), народу, регіону, міста, місцевості, підприємства, закладу, галузі, соціальної верстви, окремої сім'ї, окремої людини тощо;

– детальний аналіз рис гостинності, насамперед для регламентації вимог до обслуговуючого персоналу та його відповідальності, щодо окремих субгалузей як сфери туризму та готельно-ресторанного господарства (туроперейтинг, транспорт, екскурсії, розміщення, харчування, дозвілля, оздоровлення тощо), так і сфери обслуговування в цілому;

– вивчення просторових аспектів гостинності, обґрунтування розмежувань між «стаціонарною» та «пересувною» гостинністю (останнє найбільш важливо для обґрунтування особливостей гостинності на різних «ділянках-етапах» туристичної подорожі, що має яскраве просторове вираження);

– дослідження гостинності на різних етапах споживання продукту гостинності: вибір послуги (або комплексу послуг), заявка-оформлення, отримання, висновки та оцінки, спогади, а також на різних етапах перебування гостя у закладі гостинності (від зустрічі до прощання і подальших відносин гостя із закладом);

– розробка та впровадження у практику універсального алгоритму вимірювання та оцінки ступеня гостинності суб'єкта, насамперед з метою побудови об'єктивної картини його певного статусу, із застосуванням різноманітних оціночних методів, що базуються на формалізації: суджень експертів, результатів опитування споживачів, висновків інспекцій контролюючих державних органів та громадських інституцій (наприклад, телепрограма «Ревізор») тощо, за аналогією схем присудження готелям певного рівня «зірковості» або ресторанам зірок Мішлена;

– дослідження інновацій у сфері гостинності як у виробничо-технологічному, так і в економіко-управлінському та історичному аспектах;

– удосконалення системи підготовки кваліфікованих фахівців для сфери гостинності, насамперед для її «ядра» – сфери туризму та готельно-ресторанного бізнесу. На останній тезі вважаємо за доцільне зупинитись окремо.

Оскільки гостинність у різних своїх проявах та аспектах останнім часом все глибше увиходить фактично у всі сфери сучасного суспільного життя, то системі підготовки кадрів для сфери гостинності в різних державах приділяється все більше уваги, що проявляється насамперед у поглибленні та диверсифікації освітнього та наукового забезпечення такої підготовки. В системі вищої освіти в Україні виділено окрему галузь знань 24 «Сфера обслуговування», що складається із двох профільних спеціальностей: 241 «Готельно-ресторанна справа» та 242 «Туризм і рекреація» ([24]) та передбачає можливість здобуття вищої освіти за рівнями бакалавра та магістра. Цю підготовку фахівців варто вважати такою, що відіграє ключову роль у забезпеченні високої якості, ефективності та продуктивності насамперед «ядра» сфери гостинності у розглянутому вище розумінні, що у свою чергу має позитивно відображатись і на якості діяльності усіх наступних її «надбудовних кіл». Поряд з тим існують окремі спеціальності у галузі гостинності у системі середньої спеціальної та професійно-технічної освіти, що можна вважати певним суттєвим «підґрунтям» для подальшої підготовки висококваліфікованих фахівців. Крім того, останнім часом набуває певного значення система неформальної, інформальної та дуальної освіти [14; 36], у тому числі й у сфері туризму та гостинності, що можна вважати певною важливим доповненням, своєрідним якісним «змащуванням» (але не більше того) загальної формальної спеціалізованої освіти.

Для забезпечення якості вищої освіти у процесі підготовки фахівця варто ретельно підходити до поєднання різних освітніх компонентів (з урахуванням їх обсягу), що передбачають теоретичне навчання, практичну підготовку та державну атестацію. На наш погляд, оптимізація такого поєднання є особливо важливою для підготовки кваліфікованих фахівців для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, оскільки їх профільна діяльність є серед інших чи не найбільш соціально орієнтованою, не просто спрямованою безпосередньо на роботу з людьми, а покликаною максимально повно задовольняти широкий спектр потреб та запитів споживачів, а також формувати та реалізовувати новий попит. У цьому зв'язку, з нашої точки зору, гостинність в обґрунтованому вище розумінні (насамперед «гостинність-риси») у процесі профільної освіти при підготовці фахівців у галузі сервісу має «стрижневим вектором», своєрідною червоною лінією проходити крізь усі профільні навчальні дисципліни та інші освітні компоненти, як при теоретичному навчанні, так і при тренуванні практичних навичок. Зокрема, вважаємо за доцільне запропонувати посилення теоретичної та практичної психологічної підготовки здобувачів вищої освіти для сфери гостинності, головним чином

тренування ключових якостей «гостинності-риси» майбутнього працівника у сфері сервісу – ввічливість, щедрість, щирість, привітність, турботу тощо, а також зовнішній вигляд, поведінку, дикцію, вимову і т. ін. При цьому варто враховувати, що споживачі послуг (гості, туристи, відвідувачі) є різними за психологічними характеристиками (насамперед за типом темпераменту), тому важливо застосовувати у такому навчанні диференційований підхід, впроваджуючи в освітній процес найбільш дієві форми та методи – психологічні тренінги, квести, розв’язання ситуаційних вправ (кейсів) тощо.

Висновки. Феномен гостинності у сучасному швидкоплинному світі з часом набуває все більшого значення практично в усіх сферах життя суспільства, тому потребує ретельного вивчення, напрацювання нових сучасних методів досліджень та форм організації надання відповідних послуг, а також досконалої підготовки кваліфікованих фахівців. Запропонована у цій статті чотирирівнева модель сфери гостинності, що базується на узагальнених постулатах обґрунтованої «гостинності-риси», більш повноцінно розкриває усі глибини зазначеного феномену та може бути застосована для удосконалення й опти-

мізації законодавчих та нормативно-інструктивних документів, а також для прийняття більш раціональних управлінських рішень в аналізованій сфері.

Окреслені в роботі напрями досліджень гостинності передбачають різноаспектний та різномірний підхід, і таким чином покликані в кінцевому підсумку покращити ефективність та продуктивність даної сфери як в цілому, так і на рівнях окремих її «підсфер», галузей та субгалузей, підприємств та закладів, окремих індивідуальних суб’єктів тощо. Надані авторами пропозиції стосовно удосконалення системи підготовки кваліфікованих кадрів для сфери готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, зокрема щодо посилення психологічної підготовки майбутніх фахівців, дозволять певною мірою збагатити освітній потенціал гостинності, що в кінцевому підсумку сприятиме підвищенню якості та ефективності функціонування сфери гостинності держави в цілому. Для України як в умовах складного сьогодення, так і на мирну перспективу обґрунтовані та запропоновані у статті положення сприятимуть прискоренню набуття гідної позиції на міжнародному ринку послуг туризму та гостинності серед цивілізованих країн.

Список літератури:

1. Biswas-Diener R., Kushlev K., Su R., Goodman F., Kashdan T., Diener E. Assessing and understanding hospitality: the Brief Hospitality Scale. *International Journal of Wellbeing*. 2019. № 9 (2). P. 14–26.
2. Koc E. Service failures and recovery in hospitality and tourism: a review of literature and recommendations for future research. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 2018. P. 1–25.
3. The Psychology of Hospitality and Stress Management. URL: <https://medium.com/@ludickgeon/the-psychology-of-hospitality-and-stress-management-f8723ace6f88>
4. Zhang R, Zwaal W. A review of research about the psychology of hospitality management in three leading hospitality journals. *Research in Hospitality Management*. 2021. № 11 (3). P. 177–183.
5. Белік Д.Р., Зайцева В.М. Психологія обслуговування в закладах розміщення. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства : Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 25 листопада 2022 р.)*. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. С.473-475.
6. Вдовічен А., Кифяк В. Сфера гостинності України: відновлення у повоєнний період. *SCIENTIA FRUCTUOSA. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2022. Том 143. № 3. С. 68–77.
7. Войтович Н.М., Гримак О.Я. Традиційна гостинність українців та її значення для розвитку туризму. *Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету*. 2017. Вип. 48. С. 205–207.
8. Гарбар Г.А. Гостинність як соціокультурний феномен: український контекст. *Освітній дискурс. Гуманітарні науки*. 2018. Вип. 4. С. 36–43.
9. Гарбар Г. Філософія гостинності в українському просторі туризму. *Релігія та Соціум*. 2013. № 3-4 (11-12). С. 43–48.
10. Гоблик В.В., Черничко Т.В., Хаустова К.М. Ресурсне забезпечення розвитку сфери гостинності. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія Економіка*. 2019. Випуск 2 (12). С. 21–26.
11. Горб К.М., Радиш Я.А. Інтеграція послуг у сфері туризму та гостинності. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку : матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (м. Старобільськ, 16-17 листопада 2021 року)*. Старобільськ : Вид-во ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», 2021. С. 275–278.
12. Дишкантюк О.В. Концептуальні підходи до підготовки кадрів для індустрії гостинності. *Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика : Матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 31 жовтня – 1 листопада 2018 р.)*. Львів : ЛТЕУ, 2018. С. 193–197.
13. Дочинець І. Гостинність, як психологічний аспект обслуговування туристів. *Наукові здобутки молоді – вирішення проблем харчування людства у XXI столітті : Матеріали 85 Міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р.* Київ : НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 313.
14. Дуальна освіта. URL: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/profesijno-tehnicna-osvita/reforma-profesijnoyi-osviti/derzhavno-privatne-partnerstvo-ta-dualna-osvita/dualna-osvita>

15. Дьяченко Р.В. Соціокультурна диверсифікація розуміння гостинності як основа готельно-ресторанного та туристичного сервісу: огляд сучасних зарубіжних досліджень. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2022. Випуск 43. С. 116–120.
16. 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>
17. Коваленко О.В., Великодна Є.М. Особливості підготовки фахівців сфери туризму та гостинності в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. 2019. URL: <https://repository.sspu.edu.ua/bitstream/123456789/8290/3/%D0%9A%D0%BE%>
18. Круль Г., Заячук О. Організація і технологія надання послуг гостинності : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 488 с.
19. Любарець В.В. Гостинність як продукт розвитку соціокультурного середовища. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах : зб. наук. праць*. 2018. № 61. Т. 2. С. 117–122.
20. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 472 с.
21. Мартієнко А.І., Дишкантюк О.В. Сутність гостинності як економічної категорії. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 2 (30). С. 72–78.
22. Морозова О.С., Морозов О.В. Індустрія гостинності: перспективи її розвитку в Україні. *Приазовський економічний вісник*. 2020. Випуск 2 (19). С. 50–58.
23. Нагернюк Д.В., Коваленко Л.Г. Особливості сфери гостинності: дефініція поняття. *Інфраструктура ринку*. 2021. Випуск 59. С. 50–54.
24. Перелік галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти. Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266. URL: <http://vnz.org.ua/zakonodavstvo/101-perelik-galuzej-znan-i-spetsialnostej>
25. Піцул К.С. Педагогічні умови формування готовності до професійної діяльності у майбутніх фахівців готельно-ресторанної справи. *Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського : зб. наук. пр.* 2016. № 6. С. 112–118.
26. Рибальченко Н.П., Намлієва Н.В., Гарбар Г.А. Розвиток сучасних технологій індустрії гостинності в умовах цифровізації економіки. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2022. № 2. С. 30–39.
27. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2005. 408 с.
28. Русавська В.А. Гостинність в українській традиційній культурі : навч. пос. Київ : Видавництво Ліра-К, 2016. 280 с.
29. Сіройч З., Карягін Ю., Манов М. Значення сфери гостинності в управлінні сучасним мегаполісом. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2019. Т. 2. № 1. С. 110–120.
30. Гузар У., Голод А., Паска М., Феленчак Ю., Федоришина Л. Становлення індустрії гостинності як чинника підвищення конкурентоспроможності національної економіки. *Фінансово-кредитна діяльність. Проблеми теорії та практики*. 2022. № 3 (44). С. 208–215.
31. Сучасні тенденції та стратегії відновлення індустрії гостинності після COVID-19 та карантинних обмежень : монографія / Г. О. Горіна, Г. А. Богатирьова, Ю. С. Дорош, Р. І. Дудченко та ін.; наук. ред. Г. О. Горіна. Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2023. 142 с.
32. Тарасюк Г.М., П'янков В.С. Індустрія гостинності України: становлення та розвиток. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2022. Вип. 43. С. 140–143.
33. Тищенко С.В. Теоретичні основи поняття індустрії гостинності. *Інфраструктура ринку*. 2021. Випуск 55. С. 176–182.
34. Ніколенко Н.А., Доценко В.Ф., Пушка О.С., Шаран Л.О. Удосконалення сервісу в закладах сфери гостинності. *SWorld*. 2020. № 6. С. 68–74.
35. Фоменко Н.А. Деякі методологічні підходи до оцінки відповідності якості підготовки кадрів сфери гостинності в сучасних умовах господарювання. *Економічний часопис-XXI*. 2012. № 3-4. С. 42–45.
36. Формальна, неформальна та інформальна освіта: що вибрати та як поєднати? URL: <https://teach-hub.com/formalna-neformalna-ta-informalna-osvita-vchitelya/>
37. Як таємний гість збільшить гостинність персоналу та прибуток готелю? URL: <https://4service.group/yak-tayemnij-gist-zbilshit-gostinnist-personalu-ta-pributok-gotelyu/>

References:

1. Biswas-Diener R., Kushlev K., Su R., Goodman F., Kashdan T., Diener E. (2019) Assessing and understanding hospitality: the Brief Hospitality Scale *International Journal of Wellbeing*, no. 9 (2), pp. 14–26.
2. Koc E. (2018) Service failures and recovery in hospitality and tourism: a review of literature and recommendations for future research. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, pp. 1–25.
3. The Psychology of Hospitality and Stress Management. Available at: <https://medium.com/@ludickgeon/the-psychology-of-hospitality-and-stress-management-f8723ace6f88>
4. Zhang R, Zwaal W. (2021) A review of research about the psychology of hospitality management in three leading hospitality journals. *Research in Hospitality Management*, no. 11 (3), pp. 177–183.
5. Bielik D.R., Zaitseva V.M. (2022) Psykhohohiia obsluhovuvannia v zakladakh rozmishchennia [Psychology of service in accommodation facilities]. *Svitovi dosiahnennia i suchasni tendentsii rozvytku turyzmu ta hotelno-resto-*

rannoho hospodarstva: Materialy mizhnar. nauk.-prakt. konf. (m. Zaporizhzhia, November 25, 2022). Zaporizhzhia: NU "Zaporizka politehnika", pp. 473–475.

6. Vdovichen A., Kyfiak V. (2022) Sfera hostynnosti Ukrainy: vidnovlennia u povoiennyi period [The sphere of hospitality of Ukraine: recovery in the post-war period]. *Scientia fructuosa. Visnyk Kyivskoho natsionalnoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, vol. 143, no. 3, pp. 68–77.

7. Voitovych N.M., Hrymak O.Ya. (2017) Tradytsiina hostynnist ukraintziv ta yii znachennia dlia rozvytku turyzmu [Traditional hospitality of Ukrainians and its significance for the development of tourism]. *Naukovi pratsi istorychnoho fakultetu Zaporizkoho natsionalnoho universytetu*, vol. 48, pp. 205–207.

8. Harbar H.A. (2018) Hostynnist yak sotsiokulturnyi fenomen: ukraintskyi kontekst [Hospitality as a sociocultural phenomenon: the Ukrainian context]. *Osvitnii dyskurs. Humanitarni nauky*, vol. 4, pp. 36–43.

9. Harbar H. (2013) Filosofiia hostynnosti v ukrainskomu prostori turyzmu [The philosophy of hospitality in the Ukrainian space of tourism]. *Relihiia ta Sotsium*, no. 3-4 (11-12), pp. 43–48.

10. Hoblyk V.V., Chernychko T.V., Khaustova K.M. (2019) Resursne zabezpechennia rozvytku sfery hostynnosti [Resource support for the development of the hospitality industry]. *Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnoho universytetu. Serii Ekonomika*, vol. 2 (12), pp. 21–26.

11. Horb K.M., Radysh Ya.A. (2021) Intehratsiia posluh u sferi turyzmu ta hostynnosti [Integration of services in the field of tourism and hospitality]. *Turystychnyi ta hotelno-restoranni biznes: suchasnyi stan, problemy ta perspektyvy rozvytku: materialy I mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* (m. Starobilsk, November 16-17, 2021). Starobilsk: Vyd-vo DZ "Luhanskyi natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka", pp. 275–278.

12. Dyshkantiuk O.V. (2018). Kontseptualni pidkhody do pidhotovky kadriv dlia industrii hostynnosti [Conceptual approaches to training for the hospitality industry]. *Stalyi rozvytok turyzmu na zasadakh partnerstva: osvita, nauka, praktyka: Materialy I Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (Lviv, October 31 – November 1, 2018)*. Lviv: LTEU, pp. 193–197.

13. Dochynets I. (2019) Hostynnist, yak psykholohichni aspekt obsluhovuvannia turystiv [Hospitality as a psychological aspect of tourist service]. *Naukovi zdobutky molodi – vyrishenniu problem kharchuvannia liudstva u XXI stolitti. Materialy 85 mizhnarodnoi naukovo konferentsii molodykh uchenykh, aspirantiv i studentiv* (Kyiv, April 11-12, 2019). Kyiv: NUKhT, ch. 3, p. 313.

14. Dualna osvita [Dual education]. Available at: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/profesijno-tehnichna-osvita/reforma-profesijnoyi-osviti/derzhavno-privatne-partnerstvo-ta-dualna-osvita/dualna-osvita>

15. Diachenko R.V. (2022) Sotsiokulturna dyversyfikatsiia rozuminnia hostynnosti yak osnova hotelno-restorannoho ta turystychnoho servisu: ohliad suchasnykh zarubizhnykh doslidzhen [Sociocultural diversification of the understanding of hospitality as the basis of hotel-restaurant and tourist service: a review of modern foreign studies]. *Ukrainska kultura: mynule, suchasne, shliakhy rozvytku*, vol. 43, pp. 116–120.

16. Iehupova I.M. (2021) Industriia hostynnosti: poniattia, sklad ta mistse u sferi posluh [The hospitality industry: concept, composition and place in the service sector]. *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 29. Available at: <https://economyand-society.in.ua/index.php/journal/article/view/590/566>

17. Kovalenko O.V., Velykodna Ye.M. (2019) Osoblyvosti pidhotovky fakhivtsiv sfery turyzmu ta hostynnosti v Ukraini: suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku [Peculiarities of training specialists in the field of tourism and hospitality in Ukraine: current state and prospects for development]. Available at: <https://repository.sspu.edu.ua/bitstream/123456789/8290/3/%D0%9A%D0%BE%>

18. Krul H., Zaiachuk O. (2022) Orhanizatsiia i tekhnolohiia nadannia posluh hostynnosti [Organization and technology of providing hospitality services], navch. posib. 2-he vyd., pererob. i dop. Chernivtsi: Chernivets. nats. un-t im. Yu. Fedkovycha, 488 p.

19. Liubarets V.V. (2018) Hostynnist yak produkt rozvytku sotsiokulturnoho seredovyscha [Hospitality as a product of the development of the socio-cultural environment]. *Pedahohika formuvannia tvorchoi osobystosti u vyshchii i zahalnoosvitnii shkolakh: zb. nauk. prats.*, no. 61, t. 2, pp. 117–122.

20. Malska M.P., Pandiak I.H. (2009) Hotelnyi biznes: teoriia ta praktyka [Hotel business: theory and practice]. Kyiv: Tsentri uchbovoi literatury, 472 p.

21. Martiienko A.I., Dyshkantiuk O.V. (2017) Sutnist hostynnosti yak ekonomichnoi katehorii [The essence of hospitality as an economic category]. *Ekonomika: realii chasu*, no. 2 (30), pp. 72–78.

22. Morozova O.S., Morozov O.V. (2020) Industriia hostynnosti: perspektyvy yii rozvytku v Ukraini [The hospitality industry: prospects for its development in Ukraine]. *Pryazovskiy ekonomichnyi visnyk*, vol. 2 (19), pp. 50–58.

23. Naherniuk D.V., Kovalenko L.H. (2021). Osoblyvosti sfery hostynnosti: definitsiia poniattia [Peculiarities of the field of hospitality: definition of the concept]. *Infrastruktura rynku*, vol. 59, pp. 50–54.

24. Perelik haluzei znan i spetsialnostei, za yakymy zdiisnuietsia pidhotovka zdobuvachiv vyshchoi osvity. Zatverdzeno postanovoiu Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 29 kvitnia 2015 r. № 266 [List of fields of knowledge and specialties for which higher education applicants are trained. Approved by the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated April 29, 2015. No. 266]. Available at: <http://vnz.org.ua/zakonodavstvo/101-perelik-galujej-znan-i-spetsialnostej>

25. Pitsul K.S. (2016) Pedahohichni umovy formuvannia hotovnosti do profesiinoi diialnosti u maibutnikh fakhivtsiv hotelno-restoranni spravy [Pedagogical conditions for the formation of readiness for professional activity among future specialists in the hotel and restaurant business]. *Naukovyi visnyk Pivdennoukrainskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni K. D. Ushynskoho: zb. nauk. pr.*, no. 6, pp. 112–118.

26. Rybalchenko N.P., Namliieva N.V., Harbar H.A. (2022) Rozvytok suchasnykh tekhnolohii industrii hostynnosti v umovakh tsyfrovizatsii ekonomiky [The development of modern technologies of the hospitality industry in the conditions of digitalization of the economy]. *Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok*, no. 2, pp. 30–39.
27. Rohliev Kh.Y. (2005) Osnovy hotelnoho menedzhmentu [Basics of hotel management]. Kyiv: Kondor, 408 p.
28. Rusavska V.A. (2016) Hostynnist v ukrainskii tradytsiinii kulturi [Hospitality in Ukrainian traditional culture]. Kyiv: Vydavnytstvo Lira-K, 280 p.
29. Siroich Z., Kariahin Yu., Manov M. (2019) Znachennia sfery hostynnosti v upravlinni suchasnym mehapolisom [The importance of hospitality in the management of a modern metropolis]. *Restoranni i hotelnyi konsaltnh. Innovatsii*, vol. 2, no. 1, pp. 110–120.
30. Huzar U., Holod A., Paska M., Felenchak Yu., Fedoryshyna L. (2022) Stanovlennia industrii hostynnosti yak chynnyka pidvyshchennia konkurentospromozhnosti natsionalnoi ekonomiky [Formation of the hospitality industry as a factor in increasing the competitiveness of the national economy]. *Finansovo-kredytna diialnist. Problemy teorii ta praktyky*, no. 3 (44), pp. 208–215.
31. Horina H.O., Bohatyrova H.A., Dorosh Yu.S., Dudchenko R.I. ta in (2023) Suchasni tendentsii ta stratedii vidnovlennia industrii hostynnosti pislia COVID-19 ta karantynnykh obmezhen: monohrafiia [Current trends and strategies for the recovery of the hospitality industry after COVID-19 and quarantine restrictions: a monograph]. Kryvyi Rih: Vyd. DonNUET, 142 p.
32. Tarasiuk H.M., Piankov V.S. (2022) Industriia hostynnosti Ukrainy: stanovlennia ta rozvytok [The hospitality industry of Ukraine: formation and development]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*, vol. 43, pp. 140–143.
33. Tyshchenko S.V. (2021) Teoretychni osnovy poniattia industrii hostynnosti [Theoretical foundations of the concept of the hospitality industry]. *Infrastruktura rynku*, vol. 55, pp. 176–182.
34. Nikolenko N.A., Dotsenko V.F., Pushka O.S., Sharan L.O. (2020) Udoskonalennia servisu v zakladakh sfery hostynnosti [Improvement of service in hospitality establishments]. *Sworid*, no. 6, pp. 68–74.
35. Fomenko N.A. (2012) Deiaki metodolohichni pidkhody do otsinky vidpovidnosti yakosti pidhotovky kadriv sfery hostynnosti v suchasnykh umovakh hospodariuvannia [Some methodological approaches to assessing the adequacy of the quality of training of personnel in the field of hospitality in modern economic conditions]. *Ekonomichni chasopysy-XXI*, no. 3-4, pp. 42–45.
36. Formalna, neformalna ta informalna osvita: shcho vybraty ta yak poiednati? [Formal, non-formal and informal education: what to choose and how to combine?]. Available at: <https://teach-hub.com/formalna-neformalna-ta-informalna-osvita-vchitelya/>
37. Iak taiemnyi hist zbilshyt hostynnist personalu ta prybutok hoteliu? [How will the secret guest increase the hospitality of the staff and the profit of the hotel?]. Available at: <https://4service.group/yak-tayemnij-gist-zbilshit-gostinnist-personalu-ta-pributok-gotelyu/>