Вісник НТУ «ХПІ». Х. : НТУ «ХПІ». 2010. Випуск 62. С. 137-142. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/26853

9. Бажал Ю.М. Інноваційне підприємництво: креативність, комерціалізація, екосистема : навч. посібник. Київ: Пульсари, 2015. 278 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/27600

10. Назаренко С.М., Перерва П.Г. Методичний підхід до оцінювання ефективності використання ІТ-аутсорсингу. Маркетинг і цифрові технології. 2021. Т.5, №3. С.18-29. https://doi.org/10.15276/mdt.5.3.2021.2

11. Kosenko A.P., Kobielieva T.O., Tkachova N.P. The definition of industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia.* Part 2. № 3 (11). 2017. P. 43-50.

12. Перерва П.Г., Ткачова Н.П. Синергетичний ефект бенчмаркінгу конкурентних переваг // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. Т. 1, №4. С. 55-66. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/26812

13. Maslak O.I., Maslak M.V., Grishko N.Y., Hlazunova O.O., Pererva P.G., Yakovenko Y.Y. Artificial intelligence as a key driver of business operations transformation in the conditions of the digital economy. In Proceedings of the 2021 *IEEE International Conference on Modern Electrical and Energy Systems (MEES),* Kremenchuk, Ukraine, 21–24 September 2021; pp. 1–5.

14. Перерва П.Г., Косенко А.В., Косенко О.П. Антикризові інструменти сталого розвитку підприємства: інноваційна, інвестиційна та маркетингова політика [Електронний ресурс]. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/vcpi/TPtEV/2012_25/ statti/16Pererv.pdf

Рутинський Михайло Йосипович
кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки, підприємництва
та готельно-ресторанної справи,

Гордієнко Олександра Олексіївна
здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
Центральноукраїнський національний технічний університет,
Кропивницький, Україна

ПОБУДОВА КУЛЬТУРИ ГОСТИННОСТІ У РЕСТОРАННОМУ ЗАКЛАДІ – ОДИН З ПРІОРИТЕТІВ СУЧАСНОЇ СЕРВІСОЛОГІЇ

Індустрія гостинності України – це візитівка держави на світовій арені. Тому розвиток науково-практичних засад модерної сервісології та імплементація принципів сталого розвитку у цій сфері – це стратегічно важливі завдання, якщо ми прагнемо розбудовувати спільний цивілізаційно-ціннісний простір єднання з вільними демократичними націями.

Готельно-ресторанна індустрія України стикається з серйозними викликами [1, 4], пов’язаними як із воєнно-суспільно-економічною макрокризою

загалом, так і, у т. ч., із необхідністю задовольняти дедалі зростаючі очікування споживачів.

Культура гостинності у ресторанній індустрії – це невидиме, але водночас емоційно відчутне мистецтво. Це здатність створювати атмосферу людської турботи про гостя, бути поміченим та ставитися до кожного індивідуально. На сучасному етапі розвитку сервісології в Україні в реаліях воєнного стану ми розуміємо, що українці відвідують заклади гастрономії не лише заради їжі, а ладні повертатися знову передусім в ті ресторани і кав'ярні, де відчули цю турботу – заради атмосфери та позитивних емоцій. Ця філософія сервісології, яка ставить справжню турботу про враження гостей у центр бізнес-рівняння, дасть змогу утримати на плаву ресторанні заклади в умовах падіння споживацького попиту.

У той час, коли концепції франчайзингу в ресторанних мережах України часто зосереджуються на стандартизованих процесах на шкоду особистому підходу, сервісологія кожного закладу має будуватися на принципі, що справжня гостинність може бути як основою ідентичності бренду, так і рушійною силою його зростання [2, 3].

Культура гостинності – це більше, ніж просто доброзичливе обслуговування. Психологічні дослідження показують, що перше враження від закладу формується всього за 7-10 секунд, але його вплив може тривати місяцями. Крім того, людський мозок запрограмований запам'ятовувати негативний досвід сильніше, ніж позитивний [2]. Отже, для ресторанів і кав'ярень це перекладається в таку формулу успіху: одне погане перше враження може вимагати десятків позитивних взаємодій, щоб його скасувати. І момент, коли гість переступає поріг, часто визначає загальний досвід та майбутню лояльність.

Одним з пріоритетів сучасної сервісології є увага до першого враження гостя – від чистоти інтер'єру до аромату та способу зустрічі гостей. Перші секунди контакту можуть визначити, чи стане хтось амбасадором бренду, чи його критиком. Алже сьогодні більшість споживачів називають клієнтський досвід ключовим фактором у своїх рішеннях про покупку, а також готові платити більше за доброзичливе та корисне сервісне обслуговування.

В епоху цифровізації та просунутих соціальних мереж та платформ відгуків репутація ресторану чи кав'ярні формується переважно в Інтернеті. Звіт Local Consumer Review Survey (2025), показав, що 93% споживачів кажуть, що онлайн-відгуки впливають на їхній вибір ресторану.

Побудова культури гостинності у ресторанному закладі вимагає системного підходу, який починається задовго до першої взаємодії з клієнтом. Основою є правильний підбір персоналу – пошук працівників з природною схильністю до роботи з людьми, доповнений комплексним навчанням. Процес навчання основ сервісології повинен охоплювати не лише технічні аспекти обслуговування, але й передбачати кейс-орієнтований розвиток навичок активного слухання та вирішення проблем. Також вирішальним є створення команди, яка розуміє, що кожен співробітник – від шеф-кухаря до офіціанта – впливає на враження гостей.

Іншим фактором успіху є баланс між стандартизацією та автентичністю. Сучасна гастрономія вимагає процедур, які забезпечують стабільне обслуговування, але гості швидко виявляють штучність та шаблонні формули. Отож, згідно з принципами сучасної сервісології, ефективний підхід має базуватися на: 1) чітко визначених стандартах, що визначають мінімальні вимоги, просторі для персоналізації та автентичності працівників, 2) послідовності у вербальному та невербальному спілкуванні, 3) адаптації стилю обслуговування до профілю гостя, 4) увазі до деталей сервісу.

Розвиток сервісології гостинності, будучи одним з аспектів сталого розвитку галузі, є фундаментальним дороговказом для майбутнього готельно-ресторанної галузі України.

Список джерел інформації:

1. Давидова О. Ю. Стратегічні орієнтири розвитку готельної індустрії в Україні. Бізнес Інформ: наук. журнал. 2025. №2. С. 255-261. URL: http://jnas.nbuv.gov.ua/article/UJRN-0001573792

2. Зайченко В. В., Рутинський М. Й., Гайдук Л. С. Сучасні підходи до управління персоналом у готельно-ресторанному бізнесі: акценти на лідерстві та корпоративній культурі. Development Service Industry Management. 2025. №3. С. 50–58. https://doi.org/10.31891/dsim-2025-11(7)

3. Рутинський М. Й., Зайченко В. В. Інноваційна практика розбудови готельно-курортних комплексів: кейс Goro Mountain Resort. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 2025. № 8(1). С. 57–68. DOI: https://doi.org/10.31866/2616-7468.8.1.2025.334825

4. Семикіна М. В., Рутинський М. Й. Теоретико-методологічні засади розвитку потенціалу міжнародного співробітництва України у сфері туризму та гостинності. Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки. 2025. Вип. 14(47). С. 124-131.

Хитра Олена Володимирівна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри публічного управління та адміністрування,
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

СТІЙКІСТЬ ВІТЧИЗНЯНОГО ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ВИКЛИКІВ СЬОГОДЕННЯ І МОЖЛИВОСТЕЙ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

Сьогодні Українська держава переживає досить складний період – протистояння російській агресії та боротьби за незалежність, підтвердження відданості європейським цінностям, впровадження змін у соціальній, економічній, політичній та інших сферах. З огляду на це, важливим завданням є зміцнення національної системи стійкості, яка має досить багато проявів.

Відповідно, на засадах стійкості повинна започатковуватись і здійснюватися будь-яка людська діяльність, в т. ч. туристично-рекреаційна.