

*Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2026. № 4. ISSN 2307-2105*



*Copyright © The Author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).*

**DOI:** <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2026.4.62>

**УДК** 338.48:640.4

*H. B. Bakalo,*

*к. е. н. доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин та туризму, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*

*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3260-412X>*

*V. M. Makhovka,*

*к. е. н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та туризму, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*

*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7985-7792>*

## **ВПЛИВ КУЛЬТУРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСАХ НА РОЗВИТОК РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ**

*N. Bakalo,*

*PhD, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economic Relations and Tourism, National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»*

*V. Makhovka,*

*PhD in Economics, Associate Professor of the Department of International Economic Relations and Tourism, National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»*

## **THE INFLUENCE OF SERVICE CULTURE IN HOTEL AND RESTAURANT COMPLEXES ON THE DEVELOPMENT OF RECREATION TOURISM**

*У статті досліджено роль культури обслуговування у готельно-ресторанних комплексах як важливого чинника розвитку рекреаційного туризму. Розкрито сутність поняття культури обслуговування, що включає ввічливе та доброзичливе ставлення до клієнтів, дотримання норм професійної етики, оперативність виконання замовлень, комунікативну культуру персоналу та створення комфортних умов для перебування гостей. Визначено основні складові культури сервісу у сфері готельно-ресторанного господарства, зокрема професійну підготовку персоналу, дотримання стандартів обслуговування, організацію робочих процесів та формування сприятливої атмосфери гостинності. Проаналізовано значення якості послуг для підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності та задоволення зростаючих вимог сучасних туристів. Особливу увагу приділено особливостям культури обслуговування у рекреаційних туристичних комплексах, де важливими є індивідуальний підхід до клієнтів, комплексність послуг, високий рівень професіоналізму персоналу та створення емоційно комфортного середовища для відпочинку. У роботі також розглянуто особливості культури сервісу у готельно-ресторанних комплексах різних країн світу, що формуються під впливом національних традицій, соціальних норм та стандартів гостинності. Охарактеризовано сучасні міжнародні тенденції розвитку ресторанного бізнесу, серед яких цифровізація, розвиток доставки їжі, орієнтація на сталий розвиток, популяризація здорового харчування, персоналізація обслуговування та створення унікального клієнтського досвіду.*

*The article provides a comprehensive analysis of the role of service culture in hotel and restaurant complexes as a key determinant in the development of recreational tourism under modern conditions. The essence of the concept of service culture is clarified as a multifaceted phenomenon that encompasses polite and customer-oriented interaction, adherence to professional ethics, efficiency in service delivery, high communicative competence of personnel, and the creation of comfortable and safe conditions for guests' stay. It is emphasized that service*

*culture acts not only as a standard of behavior but also as a strategic resource that directly influences customer satisfaction and loyalty.*

*The main components of service culture in the hospitality industry are identified, including the professional training and continuous development of staff, strict compliance with established service standards, effective organization of operational processes, and the formation of a welcoming and psychologically favorable atmosphere. The study highlights the growing importance of service quality as a critical factor in enhancing the competitiveness of hotel and restaurant enterprises in the context of intensifying global competition and increasing consumer expectations.*

*Particular attention is paid to the specific features of service culture within recreational tourist complexes, where an individualized approach to guests, integration of diverse services, high professionalism of staff, and the creation of an emotionally комфортного environment play a decisive role in ensuring high-quality recreation experiences. The article also explores cross-cultural differences in service practices across various countries, shaped by national traditions, cultural values, and hospitality norms.*

*Furthermore, current international trends in the restaurant and hospitality sector are examined, including digital transformation, the expansion of food delivery services, a shift toward sustainable development principles, the популяризація healthy nutrition concepts, personalization of services, and the design of unique customer experiences. The study concludes that a high level of service culture significantly contributes to strengthening the positive image of hospitality enterprises, improving the overall quality of tourism products, and fostering the sustainable development of recreational tourism.*

**Ключові слова:** *культура обслуговування, готельно-ресторанні комплекси, рекреаційний туризм, якість послуг, індустрія гостинності, ресторанний бізнес, туристичний сервіс.*

**Keywords:** *service culture, hotel and restaurant complexes, recreational tourism, service quality, hospitality industry, restaurant business, tourist service.*

**Постановка проблеми.** Сьогодні готельно-ресторанний бізнес належить до тих секторів ринку послуг, які розвиваються найбільш динамічно та демонструють швидкі темпи зростання, випереджаючи багато інших галузей економіки. Водночас цей вид підприємницької діяльності пов'язаний із значними ризиками. Важливою умовою ефективного функціонування підприємств у цій сфері є забезпечення високого рівня якості обслуговування. У сучасних конкурентних умовах заклади готельно-ресторанного господарства змушені впроваджувати нові підходи до залучення клієнтів і підвищення прибутковості.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню культури обслуговування у готельно-ресторанних комплексах на розвиток рекреаційного туризму приділяли увагу відомі вітчизняні та зарубіжні автори такі як: Яценко В., Чепурда, Л., Куракін, О., Данилюк, А. Корсак Р., Гуштан Т., Банєва І., Кушнірук В., Павлюк С., Іваненко Т. та ін. Але незважаючи на значну кількість ґрунтовних науково-практичних досліджень у цій сфері низка питань, зокрема таких, що стосуються розвитку готельно-ресторанного господарства як складової туристичної галузі, ще недостатньо розроблені

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є дослідження ролі та значення культури обслуговування у готельно-ресторанних комплексах як важливого чинника підвищення якості туристичних послуг та стимулювання розвитку рекреаційного туризму. Особлива увага приділяється визначенню особливостей формування культури сервісу, її впливу на рівень задоволеності туристів, конкурентоспроможність туристичних підприємств та формування позитивного іміджу рекреаційних туристичних комплексів. Таким чином, дослідження спрямоване на визначення ролі високого рівня культури обслуговування як важливого чинника підвищення якості туристичних послуг та розвитку рекреаційного туризму.

**Виклад основного матеріалу.** Культура обслуговування передбачає ввічливе, уважне й доброзичливе ставлення до відвідувачів, дотримання норм

етикету, оперативність виконання замовлень, а також здатність персоналу створювати комфортні умови для перебування клієнтів. Важливою складовою культури обслуговування є комунікативна культура працівників, яка включає грамотне мовлення, тактовність, вміння слухати клієнта та швидко реагувати на його потреби.

У сфері готельно-ресторанного господарства культура обслуговування відіграє особливо важливу роль, оскільки якість взаємодії між персоналом і гостями безпосередньо впливає на рівень задоволеності клієнтів та імідж закладу. До основних елементів культури обслуговування належать професійна підготовка працівників, дотримання стандартів сервісу, охайний зовнішній вигляд персоналу, організація робочого процесу та створення приємної атмосфери для гостей.

Культура обслуговування – це комплексне поняття, що охоплює дбайливе ставлення до споживача, високу професійну етику персоналу, естетику інтер'єру та комфортні умови, які забезпечують максимальне задоволення потреб клієнта з мінімальними витратами часу. Вона включає безпеку, технічну досконалість, а також дотримання психологічних і етичних норм [4].

Якість послуг відіграє ключову роль у підвищенні конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанної сфери. Заклад може успішно конкурувати на ринку лише тоді, коли його продукція та послуги користуються попитом серед споживачів. Це можливо за умови забезпечення високого рівня якості, відповідності потребам клієнтів, а також дотримання встановлених стандартів і нормативних вимог. Сучасні туристи, подорожуючи різними країнами та відвідуючи різноманітні готелі й ресторани, поступово стають більш вимогливими до рівня сервісу. Саме тому останніми роками значно зросли вимоги до якості послуг та стандартів обслуговування.

У таких умовах підприємства готельно-ресторанного господарства повинні враховувати зростаючі очікування клієнтів, адже дослідження та

постійне вдосконалення якості послуг стають важливою передумовою їхнього успішного розвитку. Загалом система управління якістю передбачає функціонування механізмів контролю та коригування діяльності підприємства. До них належать ефективний відбір і професійна підготовка персоналу, спрямовані на формування високого рівня професіоналізму працівників, а також постійний контроль за дотриманням стандартів обслуговування. Такий контроль можливий лише за наявності чіткого розуміння того рівня якості послуг, який здатний забезпечити повне задоволення потреб клієнтів.

Культура обслуговування є одним із ключових факторів успішного функціонування готельно-ресторанних комплексів та важливою умовою розвитку рекреаційного туризму. Вона охоплює систему професійних, етичних і комунікативних норм поведінки персоналу, які формують якість взаємодії між працівниками закладу та відвідувачами. Саме рівень культури обслуговування значною мірою визначає загальне враження туристів від відпочинку, їх задоволеність отриманими послугами та бажання повернутися до певного туристичного регіону.

Відмітимо, що готельно-ресторанні комплекси є важливою складовою інфраструктури рекреаційного туризму, оскільки забезпечують туристів послугами проживання, харчування, відпочинку та дозвілля. Їх класифікація здійснюється за різними критеріями, що дозволяє систематизувати різноманітність закладів та визначити їх функціональне призначення у сфері туризму рис. 1.

Клієнт завжди прагне до відповідності, визначається ним, між ціною готелю послуги та якістю обслуговування. Готельні послуги характеризуються високим рівнем невизначеності, що ставить клієнта в не вигідне становище, і робить компанії важко просувати свої послуги на ринок. Такі особливості ринку і готелю послуги визначають специфіку обслуговування споживачів [2].

За функціональною спрямованістю готельно-ресторанні комплекси поділяються на:

- **Курортні комплекси** – розташовані в рекреаційних зонах (морські узбережжя, гірські курорти, природні заповідники) і орієнтовані на оздоровлення та відпочинок туристів.
- **Оздоровчі комплекси** – поєднують послуги проживання, лікування та реабілітації (санаторії, спа-комплекси, велнес-центри).
- **Туристично-рекреаційні комплекси** – забезпечують різноманітні види відпочинку, активного дозвілля та харчування туристів.
- **Спортивно-рекреаційні комплекси** – спеціалізуються на організації активного відпочинку, спортивних заходів та тренувань.

За рівнем сервісу готельно-ресторанні комплекси поділяються на:

- **Економ-клас** – базовий рівень послуг і доступні ціни.
- **Середній клас** – стандартний рівень комфорту та широкий спектр послуг.
- **Преміум або люкс-клас** – високий рівень сервісу, індивідуальний підхід до гостей, розвинена інфраструктура.

Залежно від розміру та потужності комплекси можуть бути:

- **Малі** – невеликі готелі або пансіонати з рестораном.
- **Середні** – комплекси, що включають декілька закладів харчування та додаткові рекреаційні послуги.
- **Великі** – багатофункціональні туристичні комплекси з розвинутою інфраструктурою (готелі, ресторани, басейни, спа-центри, конференц-зали).

За територіальним розташуванням виділяють:

- Морські та прибережні комплекси
- Гірські комплекси
- Лісові або природно-рекреаційні комплекси
- Міські рекреаційні комплекси

За набором послуг готельно-ресторанні комплекси можуть бути:

- **Універсальні** – надають широкий спектр послуг проживання, харчування, дозвілля та рекреації.
- **Спеціалізовані** – орієнтовані на певний вид туризму (оздоровчий, екологічний, спортивний, сімейний).

### **Рис. 1. Класифікація готельно-ресторанних комплексів**

*Джерело: складено автором на основі [2]*

Тому найважливішим фактором збільшення конкурентоспроможності в сучасному готельному господарстві є використання спеціальних, дещо унікальних видів послуг, що відрізняє конкретне підприємство від своїх конкурентів. Великий сукупність досліджень в області якості готелю а ресторанне обслуговування базується на ідеї, що персоналізація сьогодні є основою для забезпечення висока (перш за все в очах споживача) якість, і не тільки в сегменті люкс [8]. Сьогодні вважається високий рівень сервісу залежить від професійної та якісної роботи

Культура обслуговування у рекреаційних туристичних комплексах має свої специфічні особливості, що пов'язані з метою перебування туристів – відпочинком, відновленням фізичних і психологічних сил, отриманням позитивних емоцій та комфортного дозвілля. Саме тому рівень сервісу в таких комплексах повинен забезпечувати не лише якісне надання послуг, а й створення сприятливої атмосфери для релаксації та відновлення.

Однією з головних особливостей культури обслуговування у рекреаційних туристичних комплексах є орієнтація на потреби відпочивальників. Персонал повинен враховувати індивідуальні запити гостей, їхній вік, стан здоров'я, мету відпочинку та культурні особливості. Індивідуальний підхід до клієнта дозволяє створити комфортні умови перебування та підвищує рівень задоволеності туристів.

Важливим аспектом є комплексність обслуговування. Рекреаційні комплекси, як правило, поєднують у собі декілька видів послуг: проживання, харчування, оздоровчі процедури, спортивні та розважальні заходи. Тому культура обслуговування повинна забезпечувати злагоджену роботу всіх підрозділів комплексу, що сприяє створенню єдиного якісного туристичного продукту.

Ще однією особливістю є створення емоційно комфортного середовища. Атмосфера гостинності, доброзичливе ставлення персоналу, уважність до потреб гостей і швидке реагування на їхні побажання формують позитивні враження від відпочинку. Саме емоційний компонент сервісу часто визначає загальну оцінку туристами якості обслуговування.

Культура обслуговування у рекреаційних комплексах також передбачає високий рівень професійної підготовки персоналу. Працівники повинні володіти навичками комунікації, знати стандарти сервісу, правила етикету та основи міжкультурного спілкування, адже рекреаційні комплекси часто обслуговують туристів із різних країн.

Крім того, важливою складовою є дотримання санітарно-гігієнічних норм, безпеки та екологічних стандартів, оскільки рекреаційні комплекси

зазвичай розташовані в природних зонах і мають забезпечувати безпечне та комфортне середовище для відпочинку.

У сфері рекреаційного туризму, де основною метою подорожі є відновлення фізичних і психологічних сил, комфорт та емоційна атмосфера відіграють надзвичайно важливу роль. Готельно-ресторанні комплекси забезпечують не лише проживання та харчування туристів, а й створюють умови для відпочинку, релаксації та соціального спілкування. Висока культура обслуговування сприяє формуванню позитивного емоційного середовища, що підвищує якість туристичного продукту та привабливість рекреаційних територій.

Однією з основних складових культури обслуговування є професійна підготовка персоналу. Ввічливість, уважність до потреб клієнтів, здатність оперативно реагувати на запити та вирішувати проблемні ситуації формують довіру до закладу і створюють позитивний імідж підприємства. Крім того, важливе значення має дотримання етичних норм, стандартів сервісу, охайний зовнішній вигляд персоналу, а також високий рівень організації процесів обслуговування.

Культура обслуговування також впливає на конкурентоспроможність готельно-ресторанних комплексів на туристичному ринку. У сучасних умовах туристи оцінюють не лише матеріальну інфраструктуру, але й якість сервісу, рівень гостинності та атмосферу закладу. Позитивні відгуки клієнтів, рекомендації та повторні відвідування значною мірою залежать від того, наскільки комфортно і приємно турист відчуває себе під час перебування в готелі чи ресторані.

Важливим аспектом є також культурна складова обслуговування. Ознайомлення туристів з національними традиціями гостинності, місцевою кухнею, культурними особливостями регіону сприяє формуванню унікального туристичного досвіду. Це підсилює привабливість рекреаційних дестинацій та стимулює розвиток внутрішнього й міжнародного туризму.

Культура обслуговування у готельно-ресторанних комплексах формується під впливом національних традицій, менталітету населення, соціальних норм і стандартів гостинності, які притаманні певній країні. Саме тому підходи до організації сервісу, спілкування з гостями та надання послуг можуть суттєво відрізнятись в різних частинах світу. Водночас головною метою культури обслуговування у всіх країнах є забезпечення комфорту, задоволення потреб клієнтів і створення позитивного враження від перебування у готельно-ресторанному комплексі.

Однією з характерних рис культури обслуговування у країнах Європи є високий рівень професіоналізму персоналу та чітке дотримання стандартів сервісу. У багатьох європейських країнах велика увага приділяється ввічливості, тактовності та індивідуальному підходу до кожного гостя. Обслуговування здійснюється відповідно до встановлених правил етикету, а персонал проходить спеціальну професійну підготовку.

У країнах Азії культура обслуговування значною мірою базується на традиціях гостинності, повазі до клієнта та гармонії у спілкуванні. Наприклад, у Японії велике значення має принцип «омотенаші», який передбачає щире турботу про гостя та уважність до найменших деталей. Персонал намагається передбачити потреби клієнтів ще до того, як вони будуть озвучені, що створює атмосферу особливого комфорту.

У Сполучених Штатах Америки культура обслуговування характеризується високою швидкістю сервісу, відкритістю та доброзичливістю персоналу. Увага приділяється неформальному спілкуванню з гостями, створенню дружньої атмосфери та оперативному вирішенню будь-яких питань. Крім того, важливу роль відіграє система чайових, яка стимулює працівників до підвищення якості обслуговування.

Для країн Близького Сходу характерна особлива гостинність і щедрість у прийомі гостей. У готельно-ресторанних комплексах цих країн велика увага приділяється розкоші інтер'єрів, індивідуальному обслуговуванню та

створенню атмосфери престижу. Водночас сервіс часто поєднує сучасні міжнародні стандарти з національними традиціями.

В Україні культура обслуговування у готельно-ресторанних комплексах поступово вдосконалюється та орієнтується на міжнародні стандарти сервісу. Важливими складовими є привітність персоналу, увага до потреб клієнтів, дотримання етичних норм спілкування та підвищення професійної кваліфікації працівників. Разом із тим зберігаються національні традиції гостинності, що додає обслуговуванню особливого колориту.

Нова тенденція в готельному бізнесі відбудеться розширення перелік послуг, які допоможуть клієнтам залишатися активними і підтримувати себе у формі. А також готелі з тренажерними залами та спа-центрами як індивідуальні програми харчування та заняття спортом навчання, принесе користь.

Екологічно чисті варіанти розміщення займають Важливе місце в світових тенденціях в готелі промисловість. Згідно з опитуваннями Booking.com, 73% мандрівників мають намір зупинитися в зеленому готелі наступна поїздка. Більш того, 70% людей вважають, що вони з більшою ймовірністю забронюють місце, яке є екологічним, навіть якщо вони шукають варіант для звичайного (нетривалий) відпочинок. Condé Nast Traveler опитування показало, що 58% мандрівників виключно вибирати готелі, які сприяють збереженню навколишнього середовища або надати благодійну підтримку місцевим жителям [2].

Таким чином, культура обслуговування у готельно-ресторанних комплексах різних країн має свої особливості, які формуються під впливом історичних, соціальних та культурних чинників. Розуміння цих відмінностей сприяє підвищенню якості сервісу, розвитку міжнародного туризму та створенню комфортних умов для відпочинку туристів з різних країн світу.

Відмітимо, що сучасний ресторанний бізнес перебуває у стані активної трансформації під впливом глобалізації, технологічного розвитку, змін у поведінці споживачів та економічних факторів. Міжнародні тренди формують

нові підходи до організації ресторанної діяльності, структури меню, способів обслуговування та взаємодії з клієнтами. Аналіз цих тенденцій дозволяє визначити ключові напрямки розвитку ресторанної індустрії у світі [5].

1. Цифровізація та технологізація ресторанного бізнесу. Одним із найважливіших трендів є активне впровадження цифрових технологій. У багатьох ресторанах використовуються мобільні додатки для замовлення, електронні меню, QR-коди, безконтактні платежі та системи автоматизації процесів обслуговування. Такі технології дозволяють підвищити швидкість сервісу, зменшити кількість помилок під час замовлення та покращити клієнтський досвід. Крім того, сучасні ресторани все частіше застосовують штучний інтелект для аналізу поведінки клієнтів, прогнозування попиту та персоналізації пропозицій. Автоматизовані кухонні системи та роботизоване обладнання допомагають оптимізувати виробничі процеси та зменшити витрати.

2. Розвиток доставки їжі та «віртуальних ресторанів». Суттєвим глобальним трендом є зростання популярності ghost kitchens або «хмарних кухонь» – кухонь, які працюють виключно на доставку та не мають залу для відвідувачів. Така модель дозволяє зменшити витрати на оренду та персонал, а також швидко тестувати нові концепції кухні. Ринок таких кухонь активно зростає: у 2023 році його оцінювали приблизно у 44,9 млрд доларів, а до 2035 року він може перевищити 150 млрд доларів [6].

Крім того, багато операторів використовують одну кухню для кількох брендів або меню, що значно підвищує ефективність використання ресурсів.

3. Орієнтація на сталий розвиток і екологічність. Зазначимо, що сьогодні все більше ресторанів впроваджують принципи сталого розвитку. До таких практик належать: використання локальних і сезонних продуктів, зменшення харчових відходів, застосування біорозкладної упаковки, енергоефективні технології приготування їжі.

Споживачі, особливо покоління Z і міленіали, все більше звертають увагу на екологічність закладів харчування, тому ресторани використовують сталий розвиток як конкурентну перевагу.

4. Поширення здорового та рослинного харчування. Ще одним важливим трендом є популяризація здорового способу життя та зростання попиту на рослинну кухню. Багато ресторанів розширюють меню за рахунок: веганських та вегетаріанських страв, альтернативних білків, органічних і натуральних продуктів.

Це пов'язано зі зростанням уваги до здоров'я, екології та етичних аспектів виробництва їжі.

5. Персоналізація та індивідуальний досвід гостя. У сучасному ресторанному бізнесі велике значення має створення індивідуалізованого клієнтського досвіду. Завдяки аналізу даних ресторани можуть пропонувати персоналізовані рекомендації, спеціальні акції або меню, що відповідають смаковим уподобанням клієнтів. Такий підхід підвищує рівень задоволеності гостей і сприяє формуванню лояльності до бренду.

6. Розвиток концепції «досвіду» в ресторанному сервісі. Сучасні ресторани дедалі більше орієнтуються не лише на якість їжі, а й на створення унікального досвіду для відвідувачів. До таких форм належать табл. 1:

**Таблиця 1. Форми ресторанів за досвідом**

Тематичні ресторани	Інтерактивні кулінарні шоу	Гастрономічні фестивалі	Мультисенсорні ресторани
			
			
			

*Джерело: сформовано автором*

Досвід стає важливим фактором конкурентоспроможності, оскільки відвідувачі прагнуть отримати нові емоції та незвичайні враження від відвідування закладу.

7. Глобалізація кухонь і гастрономічні експерименти. Завдяки міжнародному туризму та культурному обміну ресторани активно поєднують різні кулінарні традиції. Зростає популярність:

- ф'южн-кухні;
- автентичних національних страв;
- локальних гастрономічних концепцій.

Водночас у багатьох країнах спостерігається тенденція повернення до традиційних рецептів та локальних продуктів, що дозволяє зберігати кулінарну ідентичність регіонів [7].

Таким чином, у світі періодично виникають своєрідні тренди, вивчення характерних рис яких стає достатньо важливою складовою процесів моніторингу стану й у сфері діяльності готельних підприємств та й індустрії гостинності в цілому.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Міжнародні тренди ресторанного бізнесу свідчать про глибоку трансформацію галузі. Основними напрямками розвитку є цифровізація, поширення доставки та віртуальних кухонь, орієнтація на екологічність, здорове харчування, персоналізацію сервісу та створення унікального клієнтського досвіду. Успішні ресторани майбутнього поєднуюватимуть інноваційні технології з високою культурою обслуговування та автентичними гастрономічними традиціями.

У сучасних умовах високої конкуренції у сфері гостинності готелі змушені впроваджувати інноваційні підходи для залучення нових клієнтів, утримання постійних гостей та підвищення прибутковості. Основна увага приділяється використанню сучасних технологій, персоналізації сервісу та розширенню спектра послуг.

Одним із важливих напрямів є активне використання цифрового маркетингу. Готелі активно застосовують соціальні мережі, контекстну рекламу, SEO-просування, а також співпрацюють із туристичними онлайн-платформами бронювання. Це дозволяє підвищити видимість готелю на ринку та залучити ширшу аудиторію потенційних клієнтів. Ще одним ефективним підходом є персоналізація обслуговування. Використання систем управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) дає змогу зберігати інформацію про вподобання гостей, що дозволяє пропонувати індивідуальні послуги, спеціальні пропозиції та бонуси для постійних клієнтів. Важливим інструментом є розширення додаткових послуг і сервісів. Готелі все частіше пропонують оздоровчі програми, SPA-послуги, організацію екскурсій, спортивні та розважальні заходи, що підвищує привабливість закладу для туристів та збільшує середній чек. Суттєву роль відіграє створення унікального досвіду перебування гостей. Тематичні готелі, локальна гастрономія, культурні заходи та використання місцевих традицій дозволяють сформувати особливу атмосферу, яка вирізняє готель серед конкурентів. Крім того, важливим напрямом є використання гнучкої цінової політики.

Динамічне ціноутворення, спеціальні пропозиції в низький сезон, пакетні тури та програми лояльності сприяють підвищенню завантаженості номерного фонду та стабільності доходів.

Тому вважаємо, впровадження сучасних маркетингових стратегій, цифрових технологій, персоналізованого підходу до гостей та розширення спектра послуг дозволяє готелям підвищувати конкурентоспроможність, залучати нових клієнтів і забезпечувати стабільне зростання прибутковості.

Таким чином, культура обслуговування у готельно-ресторанних комплексах є важливим чинником розвитку рекреаційного туризму. Високий рівень сервісу, професіоналізм персоналу та створення сприятливої атмосфери відпочинку підвищують задоволеність туристів, сприяють формуванню позитивного іміджу туристичних регіонів та стимулюють подальший розвиток туристичної галузі.

### Література

1. Бакало Н.В., Кречотень І.М. Розвиток та особливості управління готельного господарства в умовах воєнного стану. *Економіка і регіон*. 2023. № 4(91). С. 17–23. DOI: 10.26906/EiR.2023.4(91).3188.

2. Банеєва І., Кушнірук В., Павлюк С., Іваненко Т., Величко О. Quality management strategies in the hotel and restaurant industry: Best practices and challenges. *Economic Affairs*. 2023. Vol. 68, № 03. P. 1653–1664.

3. Корсак Р., Гуштан Т. Культура обслуговування у ресторанах: стандарти та практики / [Ред.: Я. Гжесяк, І. Зимомря, В. Ільницький]. *Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи. Том XVII: Подолання кризових ситуацій у науці та освіті*. Конін – Ужгород – Перемишль – Миколаїв: Посвіт, 2024. С. 242–245.

4. Лепкий М., Подоляк В. Регіональні особливості проектування та організації рекреаційних послуг у готельно-ресторанних комплексах України. *Економіка та суспільство*. 2025. № 75.

5. Яценко В.М. Готельно-ресторанне господарство як складова туристичної галузі, його розвиток та сучасні тенденції. *Вісник Черкаського університету, серія “Економічні науки”*. 2018. № 4. С. 116–122.

6. Статистика світової ресторанної галузі за 2025 рік: розмір ринку, тенденції зростання та ключові дані. URL: [https://www.restroworks.com/blog/global-restaurant-industry-statistics/?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.restroworks.com/blog/global-restaurant-industry-statistics/?utm_source=chatgpt.com)

7. Чепурда Л., Куракін О., Данилюк А. Світові та вітчизняні тренди в організації діяльності готельних підприємств: сучасні виклики та адаптивні заходи. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2025. Т. 3, № 17. С. 126–132. [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(17\).2025.20](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(17).2025.20)

8. Ali B., Gardi B., Othman B., Ahmed S. Hotel service quality: The impact of service quality on customer satisfaction in hospitality. *Int. J. Engineering, Business and Management (IJEEM)*. 2021. Vol. 5, № 3. P. 14–28.

9. Bakalo N., Makhovka V., Krekoten I., Glebova A., Kulakova S. Local tourism as financial and economic development driver of the community: Management aspect. *World Development Perspectives*. 2025. Vol. 38. 100693. <https://doi.org/10.1016/j.wdp.2025.100693>

## References

1. Bakalo, N.V. and Krekoten, I.M. (2023), “Development and features of hotel management under martial law”, *Ekonomika i rehion*, vol. 4, no. 91, pp. 17–23.

2. Baneieva, I., Kushniruk, V., Pavliuk, S., Ivanenko, T. and Velychko, O. (2023), “Quality management strategies in the hotel and restaurant industry: Best practices and challenges”, *Economic Affairs*, vol. 68, no. 03, pp. 1653–1664.

3. Korsak, R. and Hushtan, T. (2024), “Service culture in restaurants: standards and practices”, *Rozvytok suchasnoi osvity i nauky: rezultaty, problemy, perspektyvy* [Development of modern education and science: results, problems, prospects], Posvit, Konin – Uzhhorod – Peremyshl – Mykolaiv, pp. 242–245.

4. Lepkyi, M. and Podoliak, V. (2025), “Regional features of designing and organizing recreational services in hotel and restaurant complexes of Ukraine”, *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 75.

5. Yatsenko, V.M. (2018), “Hotel and restaurant industry as a component of the tourism sector, its development and modern trends”, *Visnyk Cherkaskoho universytetu*, vol. 4, pp. 116–122.

6. Restroworks (2025), “Global restaurant industry statistics 2025: market size, growth trends and key data”, available at: <https://www.restroworks.com/blog/global-restaurant-industry-statistics/> (Accessed 17 March 2026).

7. Chepurda, L., Kurakin, O. and Danyliuk, A. (2025), “Global and domestic trends in the organization of hotel enterprises: modern challenges and adaptive measures”, *Innovatsii ta tekhnolohii v sferi posluh i kharchuvannia*, vol. 3, no. 17, pp. 126–132, available at: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(17\).2025.20](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(17).2025.20) (Accessed 17 March 2026).

8. Ali, B., Gardi, B., Othman, B. and Ahmed, S. (2021), “Hotel service quality: The impact of service quality on customer satisfaction in hospitality”, *International Journal of Engineering, Business and Management*, vol. 5, no. 3, pp. 14–28.

9. Bakalo, N., Makhovka, V., Krekoten, I., Glebova, A. and Kulakova, S. (2025), “Local tourism as financial and economic development driver of the community: Management aspect”, *World Development Perspectives*, vol. 38, available at: <https://doi.org/10.1016/j.wdp.2025.100693> (Accessed 17 March 2026).

*Отримано редакцією журналу / Received: 18.03.26*

*Прорецензовано / Revised: 07.04.26*

*Дата публікації / Published: 23.04.26*