

Беззаперечно, що зміст наведених стандартів підлягає ретельному опрацюванню та є складовою компетенції фахівця в галузі готельно-ресторанного бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Гончар Л. О., Беляк А. О. Нормативно-правове регулювання діяльності підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу. *Економіка та суспільство*. Вип. № 26. 2021. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-3>.
2. Санітарні правила для підприємств громадського харчування, включаючи кондитерські цехи і підприємства, що виробляють м'яке морозиво (СанПін 42-123-5777-91) від 19.03.1991. URL: <https://bit.ly/3euUWRV>.
3. Гармонізований стандарт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/term/en-de/42712>.

Д-р екон. наук Жиленко К. М., Бойко О. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ НАУКОВИХ ШКІЛ
США ТА ЄВРОПИ**

Глобальна трансформація індустрії гостинності сьогодні диктує нові правила, проте в їхній основі незмінно лежать фундаментальні концепції, розроблені провідними науковими школами світу. Саме європейська та американська інтелектуальні традиції сформували ті стратегічні вектори, за якими працюють сучасні готелі та ресторани, пропонуючи різні, проте надзвичайно влучні погляди на природу сервісу. Ці ідеї стали справжнім теоретичним фундаментом, що дозволяє досягнути логіку ринку та динамічну поведінку сучасного споживача через призму класичних і новітніх підходів.

Європейська школа, представлена працями таких дослідників, як Walter Hunziker та Kurt Krapf, розглядає туризм як чітко організовану економічну систему [1; 2]. У межах цього підходу туристична діяльність нагадує роботу бездоганного годинникового механізму, де кожен окремий елемент має чітко визначене місце та специфічну функцію. Практичні прояви такого системного мислення помітно простежуються у німецьких та австрійських курортних центрах, де транспортні схеми, інфраструктура та логістичні потоки організовані максимально плавно і передбачувано. Австрійський теоретик Josef Roth надавав

особливої ваги саме операційній ефективності готельних процесів, описуючи їх як економічну модель, що мусить працювати безперебійно. Ця спадщина обумовила те, що в європейських готелях і сьогодні домінують детальні стандартизовані процедури обслуговування з ретельною регламентацією кожного кроку персоналу.

Логічним розвитком європейського вектору стала Швейцарська парадигма, яка трансформувала функціональний сервіс у форму високого професійного мистецтва. У межах швейцарських готельних шкіл були вперше канонізовані еталонні вимоги до естетики зовнішнього вигляду, манери триматися за стійкою рецепції, культури мовлення та специфічних інтонацій під час взаємодії з гостем. Ці засади подачі меню та створення особливої атмосфери простору стали основою операційної діяльності найбільших світових мереж [3; 4], таких як Marriott International або Hilton Hotels & Resorts. Гість у таких готелях відчуває професіоналізм та глибоку продуманість кожної деталі, що є прямим результатом багаторічної швейцарської традиції підготовки кадрів.

Натомість американська школа запропонувала принципово іншу парадигму осягнення туристичних процесів, де центром уваги постає людина з її індивідуальними мотивами, емоціями, уподобаннями та соціальними очікуваннями. Науковець Stanley Plog детально досліджував поведінкові моделі туристів [5], доводячи, що рішення щодо подорожей часто є безпосереднім відбитком стилю життя та психотипу особистості. Значний вплив на розвиток галузі мала також праця соціолога Dean MacCannell, який пояснював прагнення мандрівників до автентичності [6], водночас наголошуючи на її штучному створенні задля відповідності сподіванням аудиторії. Саме у США виникла ідея аналізу емоційних реакцій та фото-звичок людей, що згодом стало підґрунтям сучасного маркетингу вражень. У практиці гостинності американська модель орієнтована на створення відчуття виняткової персоналізації через активну комунікацію та емоційний контакт, що є наслідком дослідження психологічних потреб у визнанні та розумінні.

Зіставлення європейської та американської моделей демонструє дві різні логіки розвитку: точність структури проти індивідуальності досвіду. Сучасний розвиток туризму під впливом цифровізації, активного використання смартфонів та орієнтації на онлайн-відгуки вимагає адаптації цих класичних теорій. Ресторани впроваджують засади мінімізації відходів, а готелі інтегрують автоматизацію

з високим рівнем персоналізації [7]. Для ефективного зростання української індустрії гостинності стратегічно важливо забезпечити синтез європейської системності, швейцарської уваги до деталей та американського розуміння психології споживача, доповнюючи це локальною щирістю. Поєднання економічного та соціального підходів дозволяє створювати сервіс, що враховує і раціональні, і психологічні аспекти діяльності, забезпечуючи його конкурентоспроможність на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посібник, 2011. Чернівці: Книги XXI. URL: https://tourlib.net/books_ukr/kyfjak_full.htm.
2. Пазенок В. С., Федорченко В. К. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму, 2013. Київ: Академія. URL: <https://libdc.udu.edu.ua/files/show/57>.
3. Устименко Л. М., Афанасьєв І. Ю. Історія туризму: навч. посіб, 2008. Київ: Альтерпрес. URL: <https://libdc.udu.edu.ua/files/show/57>.
4. Medlik S. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality, 1976. Butterworth Heinemann. URL: <https://www.routledge.com/Dictionary-of-Travel-Tourism-and-Hospitality/Medlik/p/book/9780750656504>.
5. Plog S. C. The Power of Psychographics and the Concept of Venturesomeness. *Journal of Travel Research*. 2001. № 40. URL: <https://insight.cumbria.ac.uk/id/eprint/9139/>.
6. MacCannell D. The Tourist: A New Theory of the Leisure Class. 1976. Schocken Books. URL: https://books.google.com/books/about/The_Tourist.html?id=O92ieTHkfwEC.
7. George R. Marketing Tourism and Hospitality: Concepts and Cases, 2025. Springer. URL: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-74923-1>.

Д-р екон. наук Жиленко К. М., Вайнер Н. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ В ГОТЕЛЯХ

Менеджмент персоналу розглядається як комплексна система заходів, спрямованих на оптимізацію трудових ресурсів та забезпечення високого рівня обслуговування. Він включає підбір кадрів, навчання, професійний розвиток, оцінювання ефективності роботи та мотивацію співробітників, що дозволяє формувати колектив, здатний реалізовувати стратегічні цілі підприємства. Підхід до управління персоналом передбачає інтеграцію організаційних, соціально-психологічних і економічних механізмів, що сприяють стабільності роботи та підвищенню рівня задоволеності клієнтів [1-3].