

СОЦІОКУЛЬТУРНІ КОЛАБОРАЦІЇ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ: СИНЕРГІЯ БІЗНЕСУ, ТРАДИЦІЙ І СПІЛЬНОТ

*Чернихівська А. В., кандидат економічних наук, доцент, старший викладач
кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну*

Сфера гостинності – одна з найвагоміших галузей економіки, оскільки її основна мета – забезпечення комфорту, сервісу та доброзичливої атмосфери для гостей. В умовах соціальних потрясінь, гуманітарних криз і війни в Україні ця сфера набула нового значення.

Сфера гостинності стала не лише бізнесом, а й простором соціальної взаємодії та культурного обміну. Гості та відвідувачі закладів готельно-ресторанного бізнесу та туризму очікують не лише якісного сервісу, а й емоційного, культурного та соціального досвіду. Саме тому все більшої популярності набувають соціокультурні колаборації – партнерства між готелями, ресторанами, кав'ярнями, туристичними компаніями, громадськими організаціями, креативними індустріями.

У контексті сучасної України, особливо під час воєнної агресії, такі партнерства стали способом підтримки, самоідентифікації, формування громади та збереження культури [1].

Це спільні проекти та ініціативи у сфері гостинності, що об'єднали:

- соціальну стратегію (підтримка ЗСУ, ВПО, ветеранів, молоді);
- культуру (музика, театр, література, арт);
- бізнес (виставки, тематичні заходи, фестивалі, арт-дизайн, кулінарно-крафтові технології).

Ці поєднання дозволяють готельно-ресторанним закладам розширити функціональність, створити нову цінність, залучити ширшу аудиторію.

Найпопулярнішими форматами соціокультурних колаборацій стали [2-3]:

Готелі, ресторани, кав'ярні як майданчики благодійності, що організують: благодійні заходи, арт-ярмарки, тематичні події (наприклад, «Вечеря із героєм-ветераном» або «Літературні шедеври з кавою»), де кошти збираються на соціальні цілі.

Арт-кафе, ресторани і готелі як платформи для митців, що відкривають свої простори для: художніх виставок, концертів, читань і поетичних вечорів, вистав і перформансів.

Ресторани Києва, Львова, Івано-Франківська, Чернівців, Ужгорода проводять кулінарні події, де готують страви разом із переміщеними особами, а прибуток віддають на допомогу сім'ям військових.

Адже кулінарна страва – це не лише їжа та базова потреба, а й потужний інструмент підтримки, турботи, єднання та психологічного комфорту. В умовах війни в Україні кулінарія стала одним із ключових напрямів громадської активності. Тисячі кухарів, власників закладів,

аматорів і просто небайдужих людей об'єдналися, щоб годувати військових, переселенців, медиків, літніх людей, дітей. Цей рух перетворився на справжній соціальний феномен, що поєднав гастрономію з гуманітарною місією.

Готельний бізнес, як простір для освітніх і соціальних ініціатив: тренінги, воркшопи, форуми на базі готелів і конференц-залів, присвячені культурному розвитку, інклюзії, правам людини.

Співпраця з громадськими організаціями, фондами, молодіжними рухами.

Veteran Hub організовує події в кав'ярнях і хабах, де ветерани можуть навчатися, спілкуватися, адаптуватися.

Туристичні маршрути, які включають відвідування креативних кав'ярень, ремісничих готелів, локальних майстерень.

Фестивалі вуличної їжі, де ресторани поєднуються з музикою, театром, майстер-класами.

Соціокультурні колаборації у сфері гостинності – це новий вимір сервісу, де бізнес об'єднується з мистецтвом, освітою і благодійністю. У часи викликів саме такі ініціативи формують нову якість простору, де не лише обслуговують, а надихають, підтримують, гуртують.

Отже, сфера гостинності – це прояв любові, турботи й солідарності, де заклад стає не просто місцем продажу послуг, а центром спільноти, в якому поєднались суспільна зрілість, людяність, традиції, креативні технології.

У повоєнний час в Україні соціокультурні колаборації обов'язково стануть частиною туристичних програм, що будуть відкриті не лише внутрішнім туристам, а й всім охочим із багатьох країн світу.

У середньостроковій перспективі необхідно орієнтуватися на основу соціального підприємництва, залучати грантову підтримку на розвиток локальних культурних проєктів, а також створювати мережі культурно-гостинних хабів, де будуть поєднуватись заклади готельно-ресторанного господарства, галереї, книгарні та громадські центри.

Україна вже сьогодні створює приклади, що можуть стати моделлю для всього світу.

Список використаних джерел

1. Капліна Т.В., Бойко І.М., Пархоменко І.В. Роль корпоративної культури у формуванні нової стратегії й моделі бізнесу підприємств сфери гостинності [Електронний ресурс] // *Науковий вісник ХНУ ім. О.М. Бекетова*. – 2023. – Режим доступу:

<https://heraldes.khmnu.edu.ua/index.php/heraldes/article/view/968>

2. Ковальчук О.В., Шепітко М.В., Бренінг К.О. Особливості застосування колаборацій у сфері гостинності HoReCa в умовах непередбачуваності [Електронний ресурс] // *Електронний архів НАВС України*. – Режим доступу: <https://elar.naiu.kiev.ua/items/f3d59518-7040-4c00-ac49-0b6e222bba0a>