

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КУЛЬТУРИ ТА ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Миронець В.С., здобувач вищої освіти

*Науковий керівник Бірюкова Ю.А., кандидат еконмічних наук, доцент
Київський національний університет технологій та дизайну*

Рівень культури та якості обслуговування є ключовим фактором конкурентоспроможності готельно-ресторанного бізнесу. У сучасних умовах туристи та відвідувачі закладів гостинності очікують не лише базового комфорту, а й індивідуального підходу, високої якості сервісу та професіоналізму персоналу. Високий рівень обслуговування сприяє формуванню лояльності клієнтів, збільшенню кількості повторних відвідувань та позитивних відгуків, що, у свою чергу, стимулює розвиток підприємства. Формування ефективної стратегії підвищення культури обслуговування потребує комплексного підходу, що включає професійну підготовку персоналу, впровадження сучасних стандартів сервісу, використання технологічних рішень та активну роботу з клієнтами.[1]

Основним етапом розробки стратегії є визначення ключових аспектів, що впливають на якість обслуговування. По-перше, важливо забезпечити високий рівень професійної підготовки персоналу. Готельно-ресторанні підприємства мають впроваджувати регулярні тренінги, навчальні програми та курси підвищення кваліфікації для співробітників. Наприклад, міжнародні мережі готелів, такі як Hilton та Marriott, використовують системи внутрішнього навчання, що дозволяють персоналу покращувати навички комунікації, роботи з клієнтами та управління конфліктними ситуаціями. В Україні деякі готельні підприємства також впроваджують аналогічні програми, проте їхня ефективність значною мірою залежить від системності та контролю виконання.

Другим важливим напрямом є встановлення високих стандартів сервісу, що базуються на світових практиках. Впровадження чітких алгоритмів обслуговування, використання регламентів взаємодії з клієнтами, контроль якості надання послуг – усе це сприяє підвищенню рівня задоволеності гостей. Для досягнення цієї мети підприємства можуть використовувати систему «таємний гість», яка дозволяє оцінити якість сервісу з погляду споживача. У таблиці 1 представлено основні складові стратегії підвищення якості обслуговування.

Таблиця 1

Основні складові стратегії підвищення якості обслуговування

Компонент стратегії	Опис заходів	Очікуваний результат
Навчання персоналу	Тренінги, курси з підвищення кваліфікації, стажування в міжнародних мережах	Підвищення рівня професіоналізму співробітників, ефективне управління клієнтськими запитами
Впровадження стандартів сервісу	Розробка регламентів, контроль якості, застосування методу «таємний гість»	Стабільна якість обслуговування, позитивні відгуки клієнтів
Використання цифрових технологій	Автоматизовані CRM-системи, мобільні додатки для бронювання та відгуків	Оптимізація процесів взаємодії з гостями, персоналізація послуг
Формування культури гостинності	Мотивація персоналу, корпоративна етика, соціальні проекти	Підвищення лояльності працівників та покращення іміджу підприємства

Джерело : сформовано на основі [1]

Третій важливий аспект – це використання цифрових технологій для оптимізації взаємодії з клієнтами. Сучасні готелі та ресторани активно впроваджують CRM-системи, що дозволяють вести облік уподобань гостей, персоналізувати послуги та оперативно реагувати на запити клієнтів. Наприклад, у міжнародних мережах готелів AI-асистенти допомагають у бронюванні номерів, наданні рекомендацій щодо послуг, а також оцінці рівня задоволеності після перебування. В Україні багато готелів та ресторанів лише починають використовувати такі системи, однак їхнє впровадження може суттєво покращити взаємодію з клієнтами та підвищити ефективність роботи персоналу.

Наступний компонент стратегії – це формування культури гостинності серед працівників підприємства. Готельний і ресторанный бізнес значною мірою залежить від рівня залученості персоналу та їхньої мотивації. Створення комфортного середовища для працівників, розробка програм лояльності, корпоративна етика та залучення співробітників до соціальних проектів допомагають створити позитивний імідж закладу. Наприклад, деякі українські готелі започатковують програми винагородження персоналу за якісний сервіс та ініціативність, що позитивно впливає на загальний рівень обслуговування.[3]

Окрему увагу слід приділити роботі з клієнтами після надання послуг. Зворотний зв'язок дозволяє оцінити рівень задоволеності гостей, виявити слабкі місця в організації обслуговування та вчасно реагувати на проблеми. Готелі та ресторани можуть використовувати онлайн-

опитування, соціальні мережі, електронні листи для збору відгуків та проведення аналізу отриманих даних. Впровадження персоналізованих пропозицій та спеціальних знижок для постійних клієнтів сприяє формуванню довгострокових відносин із гостями та підвищенню їхньої лояльності.

Таким чином, стратегія підвищення культури та якості обслуговування в готельно-ресторанному бізнесі повинна включати комплекс заходів: навчання персоналу, розробку стандартів сервісу, впровадження сучасних технологій, мотивацію співробітників та активну взаємодію з клієнтами. Високий рівень культури обслуговування сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств, створенню позитивного іміджу та залученню більшої кількості лояльних клієнтів. У перспективі розвиток цифрових технологій, автоматизація процесів та персоналізація послуг стануть ключовими напрямками удосконалення обслуговування в індустрії гостинності.

Список використаних джерел

1. Науменко О. В. Використання сучасних маркетингових стратегій у сфері туризму // *Туристична бібліотека*. 2024. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/naumenko.htm (дата звернення: 12.03.2025).
2. Рябенька М. О. Аналіз розвитку туристичних послуг та їх вплив на економіку // *Туристична бібліотека*. 2024. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/ryabenska5.htm (дата звернення: 12.03.2025).
3. Сучасні тенденції розвитку економіки та суспільства. 2024. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2493> (дата звернення: 12.03.2025).

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У ГОТЕЛЯХ ТА ШЛЯХИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ

Помінчук В. О., здобувач вищої освіти

*Тонких О. Г., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри
туризму та готельно-ресторанного бізнесу*

Київський національного університету технологій та дизайну

Організація обслуговування споживачів у готельному бізнесі є ключовим фактором успішного функціонування підприємства, оскільки вона безпосередньо впливає на рівень задоволеності клієнтів, репутацію готелю та його фінансову ефективність. Готельна сфера постійно розвивається під впливом нових технологій, зміни споживчих очікувань та глобальних трендів у туризмі. В умовах жорсткої конкуренції на ринку гостинності важливо впроваджувати ефективні механізми обслуговування,