

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,

що включають персоналізацію послуг, оптимізацію роботи персоналу та автоматизацію сервісних процесів.

Дослідження процесу обслуговування клієнтів у готелях дозволяє визначити основні виклики, з якими стикаються підприємства, та розробити рекомендації для їхнього усунення. Особлива увага має приділятися використанню новітніх технологій, підвищенню рівня сервісу, удосконаленню роботи персоналу, а також розширенню спектру додаткових послуг, що формують позитивний клієнтський досвід.

Готельне обслуговування охоплює всі етапи взаємодії клієнта з готелем – від моменту бронювання до завершення перебування. Сучасні готелі активно впроваджують автоматизовані системи управління, що значно спрощують процес бронювання та підвищують його ефективність. Завдяки використанню онлайн-систем, мобільних додатків та CRM-систем персонал може швидко обробляти запити клієнтів, формувати персоналізовані пропозиції та забезпечувати комфортне перебування гостей [1].

Проживання в готелі передбачає забезпечення гостям максимально зручних умов. Інтегровані технологічні рішення, такі як системи «розумний номер», автоматизоване управління кліматом та освітленням, безконтактні ключі та цифрові помічники, допомагають значно покращити досвід клієнтів. Готелі, які активно впроваджують ці технології, демонструють вищий рівень задоволеності гостей та отримують позитивні відгуки, що впливає на їхню конкурентоспроможність [2].

Одним із головних викликів у сфері готельного обслуговування є необхідність інтеграції цифрових технологій, а також забезпечення високого рівня професійної підготовки персоналу. Недостатній рівень кваліфікації працівників може знижувати ефективність обслуговування та негативно впливати на клієнтський досвід. Важливим аспектом є також розробка програм персоналізації, які дозволяють враховувати вподобання клієнтів і пропонувати їм індивідуалізовані послуги.

Для вдосконалення сервісу необхідно впроваджувати програми підготовки та навчання персоналу, що орієнтовані на розвиток професійних навичок, комунікації з клієнтами та ефективного реагування на їхні запити. Важливим аспектом є також стандартизація сервісу та запровадження чітких протоколів обслуговування. Крім того, автоматизація процесів бронювання, реєстрації та взаємодії з гостями дозволяє оптимізувати роботу персоналу та покращити швидкість обслуговування [1].

Аналіз відгуків клієнтів є важливим інструментом для вдосконалення якості обслуговування. Використання цифрових платформ для збору та аналізу коментарів, а також моніторинг онлайн-рейтингів дозволяють оперативно виявляти проблемні аспекти та усувати їх. Готелі, які активно працюють із відгуками та впроваджують зміни на їхній основі, мають значно вищий рівень довіри з боку клієнтів та більшу кількість повторних бронювань [2].

Таким чином, удосконалення системи обслуговування у готелях має базуватися на комплексному підході, що включає:

Використання новітніх технологій і автоматизацію процесів;

Підвищення рівня професійної підготовки персоналу;

Персоналізацію послуг відповідно до очікувань клієнтів;

Запровадження ефективних систем збору та аналізу зворотного зв'язку;

Оптимізацію процесів управління готелем для покращення швидкості та якості сервісу. [2]

Реалізація цих заходів дозволить готелям підвищити рівень задоволеності гостей, забезпечити стабільний розвиток бізнесу та зміцнити їхні конкурентні позиції в індустрії гостинності.

У висновку з урахуванням усієї інформації наведеної вище, можна сказати, що забезпечення якісного сервісу в готельному бізнесі є запорукою його успіху та розвитку. Комплексний підхід до вдосконалення сервісу сприятиме зміцненню позицій готелів на ринку та забезпечить їхню конкурентоспроможність у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел

1. wiki.otelms.com. "Hotel Guest Service". URL: <https://wiki.otelms.com/uk/post/hotel-guest-service>

2. hotelmanagement.net. "The Role of Technology in Hotel Services". URL: <https://www.hotelmanagement.net/tech>

АНІМАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Белік М.С., здобувач вищої освіти

Київський національний університет технологій та дизайну

Сучасний ринок індустрії гостинності відзначається високим рівнем конкуренції, що зумовлює необхідність використання дієвих засобів для залучення та утримання клієнтів. Одним із таких інструментів є анімаційні програми, які окрім розваг формують емоційний зв'язок між гостем та закладом, що значно підвищує рівень його лояльності. Вони сприяють розширенню цільової аудиторії, створенню унікального відпочинкового середовища та підвищенню конкурентоспроможності підприємства. Анімація у сфері гостинності також виконує роль маркетингового інструменту, що допомагає створювати позитивний імідж закладу на ринку. Саме тому дослідження впливу анімаційних програм на позиціонування підприємств у конкурентному середовищі є надзвичайно актуальним.

Готельно-ресторанний бізнес та сфера дозвілля охоплюють широкий спектр послуг, де важливим аспектом успіху є забезпечення яскравих та