туристичного бізнесу. *ScientificNotesof LvivUniversity of Business and Law*. 2025. № 44. С. 604-611.

2. Волобоєв В. Д. Трансформація моделі конкурентоспроможності готельного бізнесу під впливом генеративного ШІ. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України*: кол. монографія / За ред. Н. В. ЯкименкоТерещенко, Д. В. Райко, О. О. Носирєва. Харків: НТУ «ХПІ», 2026. С. 867-885.

3. Коваль О. Д. Економіка довіри в рекламі готельно-ресторанного бізнесу: системний аналіз ефективності маркетингових стратегій на основі спільного створення цінності. *ScientificnotesofLvivUniversityofBusinessandLaw*. 2025. № 45. С. 61-70.

4. Поворознюк І. Маркетингові стратегії просування готельно-ресторанних підприємств у цифрову епоху. *Економічні горизонти*. 2026. № 1 (34). С. 77-86.

5. Ткачук Л., Харченко В. Формування іміджу підприємств готельно-ресторанного бізнесу України в умовах війни та цифрової трансформації. *ScientificBulletinoftheOdessaNationalEconomicUniversity*. 2026. № 12 (337). С. 153-160.

6. Старовойт В. В.Аналіз ефективності цифрових маркетингових стратегій для підтримки готельного бізнесу під час кризи. *Актуальні питання економічних наук*. 2024. № 3-4. С. 1-17.

УДК 640.4:658.562:339.137.2
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1996-7663

СТАНДАРТИ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ ТА ЇХ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Лук’янчук В.О., здобувач вищої освіти
Ткачук Л.М., кандидат географічних наук, доцент,
доцентка кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: стандарти обслуговування, конкурентоспроможність, якість послуг, лояльність клієнтів, менеджмент готелю.

Стандарти обслуговування в готельному бізнесі являють собою комплекс регламентованих норм, правил і процедур, які визначають якість надання послуг на всіх етапах контакту з гостем – від першого звернення до виїзду. Вони включають обов’язкові вимоги до санітарного стану приміщень, технічного оснащення номерів, безпеки перебування, а також детальні рекомендації щодо поведінки персоналу, швидкості реагування на

запити, рівня ввічливості, знання мов, зовнішнього вигляду працівників і навіть тональності голосу під час спілкування. Ці стандарти формуються з урахуванням класу готелю, специфіки цільової аудиторії та стратегічного позиціонування закладу на ринку.

Основна мета стандартів полягає в забезпеченні стабільної та передбачуваної якості послуг. У готельній індустрії, де враження гостя складається з безлічі дрібниць, послідовне дотримання єдиних норм дозволяє уникнути випадкових збоїв і створює відчуття надійності. Для мережевих брендів це стає основою корпоративної ідентичності: гість, який зупинявся в одному готелі мережі в Києві, очікує аналогічного рівня сервісу в іншому місті чи країні. У контексті українського ринку підкреслюється, що впровадження чітких стандартів обслуговування є стратегічним кроком для наближення до міжнародних вимог і підвищення привабливості для закордонних мандрівників [1, с. 258].

Стандарти класифікуються за кількома рівнями складності та глибини. Базовий рівень (застосовується до всіх закладів розміщення) охоплює гігієну, справність обладнання, наявність гарячої води 24/7, швидке поселення (не більше 10 хвилин), чистоту громадських зон і оперативне усунення несправностей. Розширений рівень (3–4 зірки) додає вимоги до проактивності персоналу, обов'язкового привітання гостя на ім'я, пропозиції допомоги з багажем, знання принаймні однієї іноземної мови, персоналізованих привітань і своєчасного прибирання номера (щоденно або за запитом). Преміальний рівень (5 зірок і люксові сегменти) передбачає передбачення потреб, використання CRM-даних для персоналізації (наприклад, улюблений напій у міні-барі, подушка певної жорсткості), створення wow-ефектів (сюрпризи, компліменти від імені готелю) та індивідуальний супровід консьєржа.

Контроль за дотриманням стандартів здійснюється через багатоступеневу систему. Це щоденні чек-листи для прибирання номерів, аудит часу очікування на рецепції, телефонні опитування гостей під час перебування, аналіз відгуків у реальному часі та регулярні mystery guest перевірки. Такий підхід дозволяє не лише виявляти проблеми, а й оперативно їх усунути, запобігаючи накопиченню негативного досвіду. У менеджменті готельно-ресторанного бізнесу стандартизація процесів розглядається як ключовий механізм забезпечення операційної стабільності в умовах волатильності туристичного ринку [3].

Стандарти безпосередньо формують лояльність клієнтів і повторні візити. Дослідження показують, що гості, які отримали досвід, повністю відповідний або вищий за обіцяний рівень, демонструють у 3–5 разів вищу ймовірність повернення та рекомендацій. Навпаки, навіть одна серйозна невідповідність стандартам (наприклад, брудна ванна кімната чи грубість персоналу) може призвести до втрати клієнта та негативного поширення інформації в соціальних мережах і агрегаторах бронювання. Тому багато готелів впроваджують внутрішні програми заохочення працівників, які

дотримуються стандартів, а також інтегрують їх у системи управління репутацією [2, с. 160].

Актуальність стандартів посилюється через швидкі зміни в споживчих очікуваннях. Сьогодні гості вимагають не лише комфорту, а й екологічної відповідальності – тому норми включають сортування сміття, використання засобів без фосфатів, економію води та електроенергії, відмову від одноразового пластику. Цифровізація додала нові вимоги: стандарти безконтактного заселення через мобільний додаток, чат-боти для швидких запитів, інтеграцію з голосовими помічниками, безготівкові платежі в номері. Персоналізація на основі аналізу даних (big data) стає обов'язковим елементом преміум-стандартів, де гості отримують пропозиції, адаптовані саме під їхні попередні вподобання.

Управлінська роль стандартів полягає в тому, що вони виступають основою для систем навчання персоналу, розробки посадових інструкцій, KPI, оцінки роботи та мотивації. Чітко прописані процедури усувають суб'єктивізм у судженнях про якість сервісу та створюють прозору ієрархію відповідальності. Сучасні підходи до управління закладами готельного та ресторанного бізнесу акцентують, що системне впровадження стандартів є обов'язковою умовою для збереження конкурентної переваги та підтримки репутації в епоху відкритої інформації та швидкого поширення відгуків [4].

Окрім поточного функціонування, стандарти відіграють критичну роль під час криз. У період пандемій чи інших форс-мажорів вони швидко адаптуються: вводяться норми посиленої дезінфекції, безконтактних процедур, соціального дистанціювання, обмеження місткості ресторанів і зон відпочинку. Така гнучкість дозволяє готелю оперативно відновлювати операційну діяльність, демонструвати турботу про здоров'я гостей і зберігати довіру.

Таким чином, стандарти обслуговування є не просто набором правил, а стратегічним інструментом формування конкурентоспроможності готельного підприємства. Вони гарантують стабільну якість, створюють емоційний зв'язок з клієнтом, сприяють лояльності та рекомендаціям, полегшують адаптацію до нових тенденцій і забезпечують міцну основу для довгострокового успіху на динамічному ринку гостинності.

Список використаних джерел

1. Давидова О. Ю. Стратегічні орієнтири розвитку готельної індустрії в Україні. *Бізнесінформ.* 2025. № 2. С. 255–261.

2. Кожухівська Р. Використання міжнародного досвіду впровадження інновацій у сферу готельного бізнесу. *Вісник Донецького національного університету. Сер. В: Економіка і право*. 2015. Вип. 1. С. 160–164.

3. Круковська О. В. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування.* 2024. № 1 (11). DOI: 10.32782/2708-4949

4. Рябенька М. О., Постова В. В. Сучасні аспекти управління в закладах готельного та ресторанного бізнесу. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління.* 2024. № 13. DOI: 10.54929/2786-5738-2024-13-12-01

УДК 640.432:005.6:658.8:004
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1996-7663

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ СЕРВІСУ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Науменко К О. здобувач вищої освіти
Ткачук Л.М., кандидат географічних наук
доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: якість сервісу, ресторанний бізнес, цифровізація, персоналізація, інновації, клієнтський досвід.

Процес підвищення якості сервісу в сучасному ресторанному господарстві слід розглядати як складну багатофакторну систему, що інтегрує інноваційні технології, ефективні управлінські підходи та орієнтацію на формування позитивного клієнтського досвіду. В умовах посилення конкуренції, динамічних змін споживчих уподобань і зростання вимог до якості обслуговування сервіс набуває стратегічного значення та трансформується у ключовий інструмент формування конкурентних переваг і забезпечення довгострокової лояльності споживачів. Відтак якість сервісу перестає бути лише операційною характеристикою діяльності підприємства, а стає визначальним чинником його ринкового позиціонування та сталого розвитку [1].

Одним із провідних напрямів удосконалення сервісу є цифровізація ресторанного бізнесу, яка передбачає активне впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Використання POS-систем, електронних меню, мобільних застосунків для оформлення замовлень, а також автоматизованих систем управління й обліку сприяє оптимізації бізнес-процесів, підвищенню швидкості обслуговування та зниженню впливу людського фактора. Застосування цифрових рішень забезпечує не лише скорочення часу очікування, але й підвищення точності виконання замовлень, що в сукупності позитивно впливає на рівень задоволеності клієнтів. Дослідження свідчать, що впровадження автоматизованих систем