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

може підвищити ефективність обслуговування на 20–30%, що безпосередньо корелює з підвищенням конкурентоспроможності закладу.

Важливим інноваційним напрямом є персоналізація сервісу, яка ґрунтується на використанні CRM-систем, аналітики великих даних та інструментів управління клієнтськими відносинами. Завдяки цьому підприємства отримують можливість формувати індивідуалізовані пропозиції, враховувати поведінкові характеристики споживачів, їхні попередні замовлення та уподобання. Такий підхід сприяє створенню унікального клієнтського досвіду, підвищує емоційну залученість гостей і стимулює їх до повторних відвідувань. Персоналізація виступає важливим інструментом формування лояльності клієнтів і забезпечує довгострокову взаємодію між споживачем і закладом.

Не менш значущим чинником підвищення якості сервісу є розвиток людського капіталу, який залишається базовим елементом сервісної системи навіть в умовах активної цифровізації. Професійна підготовка персоналу, формування клієнтоорієнтованої корпоративної культури, розвиток комунікативних і емоційних компетентностей працівників визначають рівень взаємодії з гостями та загальне сприйняття закладу. Високий рівень сервісу неможливий без систематичного навчання персоналу, впровадження стандартів обслуговування та ефективних мотиваційних механізмів. Саме персонал є носієм цінностей сервісу та ключовим фактором створення позитивного враження у споживача.

Сучасні тенденції розвитку ресторанного бізнесу також пов’язані з впровадженням концепції «smart-ресторану», яка передбачає використання штучного інтелекту, чат-ботів, систем самообслуговування та безконтактних технологій. Такі рішення дозволяють підвищити швидкість і зручність обслуговування, зменшити операційні витрати та забезпечити високий рівень безпеки і комфорту гостей. Крім того, smart-технології відкривають нові можливості для збору та аналізу даних про поведінку клієнтів, що сприяє подальшій оптимізації сервісу та прийняттю обґрунтованих управлінських рішень.

Порівняльний аналіз інноваційних підходів до підвищення якості сервісу свідчить, що цифровізація процесів орієнтована передусім на оптимізацію операційної діяльності та підвищення ефективності обслуговування, персоналізація — на формування унікального клієнтського досвіду та зміцнення лояльності, тоді як концепція «smart-ресторану» забезпечує комплексну трансформацію бізнес-моделі на основі інтеграції передових технологій. Водночас кожен із зазначених підходів має певні ризики, пов’язані з високими інвестиційними витратами, необхідністю якісних даних та залежністю від технологічної інфраструктури.

У сучасних умовах ефективний розвиток ресторанного підприємства неможливий без комплексного поєднання інноваційних підходів до управління якістю сервісу. Інтеграція цифрових технологій, персоналізації

обслуговування та розвитку людського капіталу формує цілісну модель сучасного сервісу, орієнтованого на задоволення потреб клієнта. Таким чином, інновації виступають не лише інструментом підвищення операційної ефективності, але й стратегічним фактором забезпечення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства та їх довгострокового розвитку.

Список використаних джерел

1. Зайва Я. В. Ресторанний сервіс: сучасні підходи та тенденції // *Наукові перспективи*. – 2025. – № 2 (56).
2. Стегней М. І., Нодь О. Л., Бергхауер О. О. Трансформація готельно-ресторанного обслуговування в умовах цифровізації // *Український журнал прикладної економіки та техніки*. – 2024.
3. Ткачук Л. М., Харченко В. В. Формування іміджу підприємств готельно-ресторанного бізнесу України в умовах війни та цифрової трансформації // *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. – 2025. – № 12 (337). – С. 153–160

УДК: 338.48:004.9
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1996-7663

ЦИФРОВІ МАРШРУТИ ШЕВЧЕНКОВИМИ МІСЦЯМИ: СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИСТИЧНІЙ ПРАКТИЦІ

Олексієнко А. В. 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: цифрові маршрути, культурний туризм, Шевченкові місця, GPS-трекинг, QR-кодова інфраструктура, доповнена реальність, цифровізація.

У сучасних умовах цифровізація стає ключовим чинником розвитку туристичного продукту, перетворюючи традиційні культурно-історичні маршрути на інтерактивні, персоналізовані туристичні досвіди. Цифрові маршрути – це інтегровані системи навігації й контентного супроводу, що поєднують геолокацію, мультимедійний контент, інтерактивні елементи та навігаційну підтримку [1]. Такий підхід дозволяє туристам не лише переміщуватися між об’єктами показу, а й отримувати комплексний історично-культурний контент у реальному часі, що значно поглиблює розуміння обраної теми.

Особливо перспективним є використання цифрових технологій для популяризації маршрутів, пов’язаних із життям і творчістю Тараса