

УДК 338.48

**Абрамова Ассят Георгіївна**

*кандидат технічних наук, доцент*

*Національний університет харчових технологій*

**Кирпіченкова Оксана Миколаївна**

*кандидат технічних наук, доцент*

*Національний університет харчових технологій*

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ СЕРВІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

***Анотація.** Стаття присвячена розгляду перспективним напрямкам розвитку сервісної діяльності для підприємств готельного та ресторанного бізнесу. В статті розглянуто теоретичні засади сервісної діяльності індустрії гостинності, а також проаналізовано та систематизовано перспективні напрямки розвитку сервісу, враховуючи актуальні світові тренди. Також, окремо розглянуто шляхи удосконалення сервісу для вітчизняних підприємств, враховуючи внутрішню ситуацію в країні, а також потреби місцевих споживачів. Дана стаття розглядає комплексний підхід впливу різних факторів на сервісну діяльність готельно-ресторанних підприємств, зокрема враховуючи чинники зовнішнього середовища. В статті наведений прямий взаємозв'язок між діяльністю підприємством в процесі створення продукту гостинності та лояльністю споживачів.*

***Ключові слова:** індустрія гостинності, підприємства готельно-ресторанного бізнесу, сервісна діяльність, інновації сервісу, управління якістю послуг, менеджмент якості.*

**Постановка проблеми.** Поняття сервісу та сервісної діяльності в підприємствах готельно-ресторанного бізнесу завжди було комплексним, що включало в себе різноманітні заходи для задоволення потреб споживачів. Сервісна діяльність передбачає створення комфортних умов перебування гостей в готельному або ресторанному підприємстві, забезпечення позитивної атмосфери та ряду заходів для реалізації послуг, що забезпечать потреби споживачів і гостей підприємств [1, 2].

Характерними особливостями сервісної діяльності є наступні ознаки:

- нематеріальність – це означає, що сервіс не можна виміряти фізичними показниками, тому що в багатьох випадках він надається в нематеріальній формі (доброзичлива атмосфера персоналу при спілкуванні, включення емоційної складової – емпатії та турботи при спілкуванні з гостями, тощо);

- варіативність – надання сервісу може відрізнитись для різних гостей, залежно від їх вподобань та потреб; тобто в даному випадку сервісу ще й притаманна персоналізація – індивідуальний підхід до кожного гостя, і створення унікальної взаємодії з кожним гостем, залежно від настрою та вподобань споживача готельного/ресторанного продукту;

- комунікативність – здатність персоналу підприємства ефективно та професійно спілкуватись з гостями;

- іматеріальність – сервісна діяльність не має показників для фізичного виміру.

Особливості сервісної діяльності можуть відрізнитись для різних країн залежно від менталітету та етнічних особливостей населення в різних світових локаціях; залежно від кліматичних умов та пори року; від особливостей та політичного, економічного або військового стану в різних країнах, тощо. Однак, не зважаючи, на нематеріальність сервісу, як і будь яка послуга гостинності, він розвивається, удосконалюється та видозмінюється залежно від потреб споживачів. Також на розвиток сервісу

беззаперечно впливає і науково-технічний прогрес. Тому дослідження сервісної діяльності і її взаємозв'язок з потребами сучасного споживача є вагомим аспектом в індустрії гостинності в цілому, та для закладів готельно-ресторанного бізнесу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням розвитку сервісної діяльності присвячені праці Л. П. Малюка, О. М. Варипаєва, А. В. Зіолковської, Н. П. Машира, А. П. Пасюка, М. П. Побережної, Л. Л. Івашина, С.С. Галасюк, О.В. Шикіної, О.Ю. Давидової, Л.Д. Завідної, О.І. Мілашовської, А.В. Гриняло, М.М. Удуга, В. В. Різуна, О. Н. П'ятницької, Л. М. Мостової., О. В. Новікової.

Серед зарубіжних авторів, доцільним є виділити: A. Parasuraman, Leonard L. Berry, Richard Teare, Robert C. Ford, Michael D. Olsen, Haemoon Oh, Sara C. Parks, Rob Law, Metin Kozak, Jay Kandampully, Marianna Sigala, Kaye Chon, R. L. Gruner, D. Power, C. Milewicz, C. Saxby, M. Bruhn, V. Schoenmueller, D. B. Schäfer, A. Linke, A. Zerfass.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Якщо розглядати сервісну діяльність в готельно-ресторанному бізнесі України, то необхідно орієнтуватись саме під потреби місцевих споживачів, враховуючи складну ситуацію через військовий стан в країні та періодичні блекауту. А також необхідно зважати на розвиток науково-технічного прогресу, автоматизацію підприємств та їх адаптацію під використання інструментів ШІ для створення якісного сервісу.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою даної статті є визначення сучасних трендів розвитку сервісної діяльності в Україні, а також перспективних напрямів в майбутньому для підприємств готельно-ресторанної сфери.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** За даними Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) України у 2025 році фундаментом галузі став саме внутрішній туризм. За результатами діяльності у 2025 році

до місцевих бюджетів України надійшло 359 млн грн туристичного збору [3]. Згідно з даними ДАРТ (Рис. 1) за обсягом сплаченого туристичного збору відслідковується чіткий перерозподіл туристичних потоків у безпечні регіони та збереження ролі столиці й великих економічних центрів у сегменті ділового туризму.

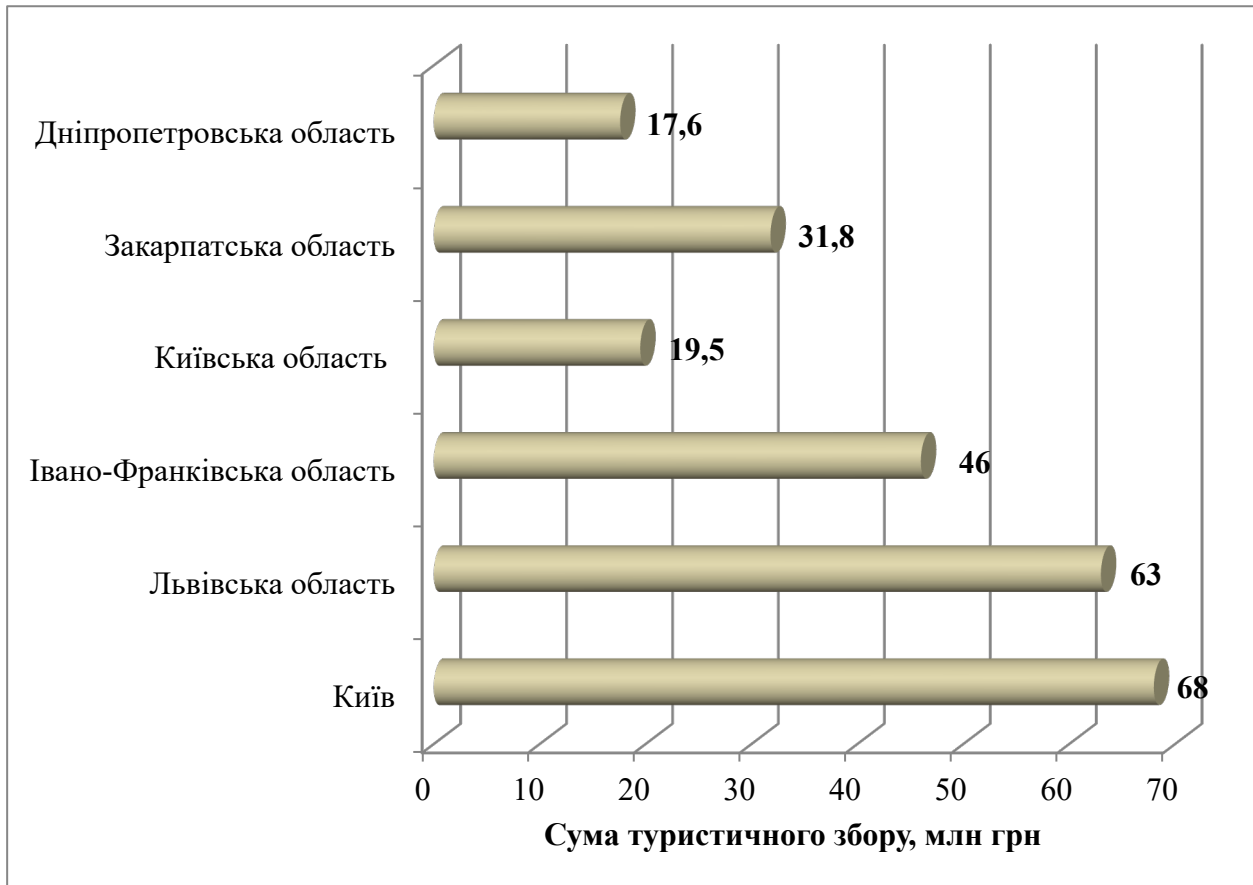
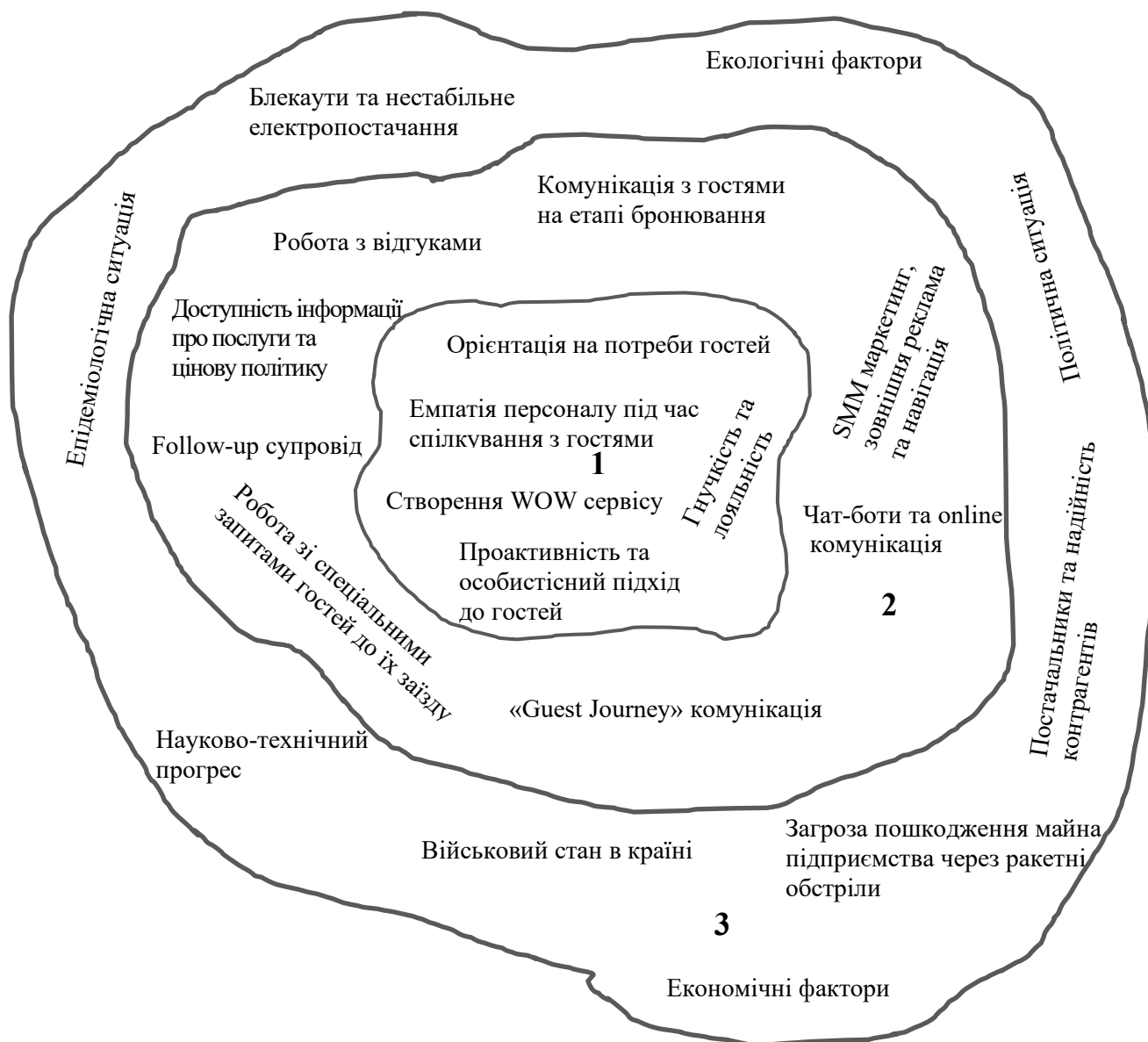


Рис. 1. Сплачений туристичний збір за 2025 рік

А тому для удосконалення та покращення сервісної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу, доцільним є орієнтуватись саме на потреби внутрішніх туристів.

Загалом сервісну діяльність готельно-ресторанного бізнесу можна відобразити як складну структуризовану схему, яка відображає внутрішню і зовнішню взаємодію з гостями підприємства (Рис. 2).



**Рис. 2. Схематичне зображення сервісної взаємодії з гостями підприємств готельно-ресторанної сфери, де:**

**1 – внутрішнє поле взаємодії з гостями; 2 – зовнішнє поле взаємодії з гостями; 3 – зовнішні фактори, що можуть впливати на сервісну діяльність підприємств**

Згідно схеми, наведеної на рисунку 1, можна побачити що діяльність підприємств готельно-ресторанної сфери залежить від ряду зовнішніх факторів, які можуть опосередковано або напряду впливати на якість

сервісу та послуг. Вплив зовнішнього середовища може як покращити сервісну діяльність так і погіршити її. Наприклад, коли мова йде про науково-технічний прогрес та створення нових технологічних рішень, це переважно може позитивно вплинути на покращення сервісної діяльності: наприклад, кіоски та термінали самообслуговування, які дозволяють гостям самостійно та швидко ознайомитись з послугами та оплатити їх через POS-термінали (такі кіоски розміщують в холі готельних підприємств, а також вони популяризовані в закладах швидкого харчування як KFC та McDonald's). В даному випадку вплив зовнішнього середовища оптимізує процес обслуговування гостей і скорочує час отримання бажаної послуги.

Якщо розгляну такі фактори зовнішнього впливу як військовий стан, загрозу пошкодження майна підприємства через воєнні дії, відсутність електропостачання, що наразі є актуальними для України, то вони значно погіршують рівень сервісу підприємствах. Звичайно, що більшість закладів адаптувались до реалій сучасності – закупили додаткові генератори, забезпечили для гостей та персоналу укриття. Однак, це напряду впливає на послуги підприємства, зокрема на процес ціноутворення та собівартості: в процесі затяжних блекаутів підприємства активно використовують альтернативні джерела енергії та генератори, що є додатковими витратами і відповідно впливають на підвищення цінника готельних або ресторанних послуг.

Загалом визначено, що забезпечення якісного готельного/ресторанного продукту з високим сервісним обслуговуванням формує сегмент задоволених споживачів та їх лояльності до підприємств. Схематично даний взаємозв'язок зображено на рисунку 3.

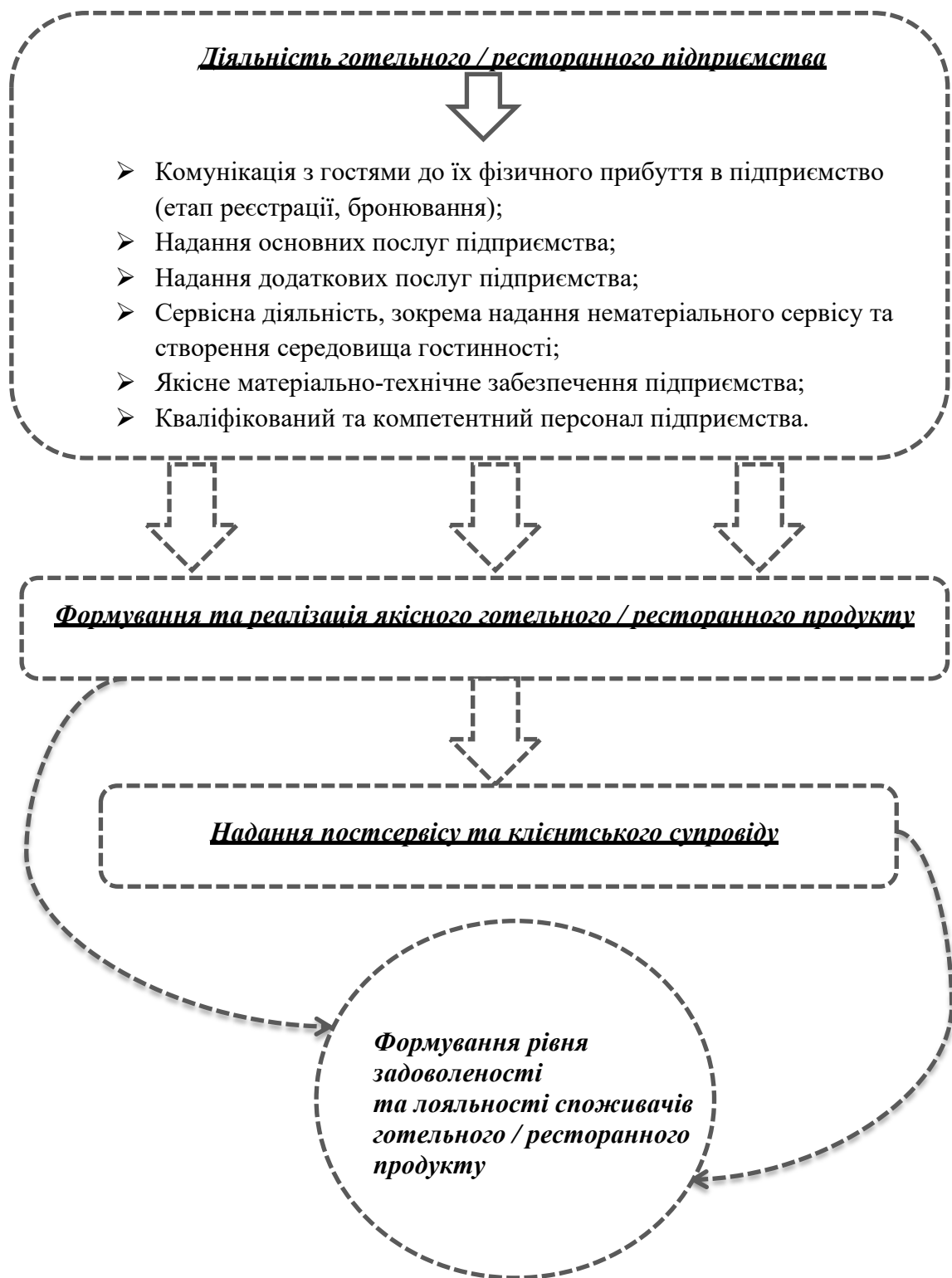


Рис. 3. Схематичне зображення співвідношення діяльності готельно-ресторанних підприємств до формування лояльності споживачів

Нами досліджено та систематизовано перспективні напрями удосконалення (розвитку) сервісної діяльності для готельно-ресторанних

підприємств України, враховуючи реалії сучасності та світові тренди (таблиця 1).

Таблиця 1

**Характеристика перспективних напрямів удосконалення сервісної діяльності готельно-ресторанних підприємств**

<b>Перспективні напрями удосконалення сервісу</b>	<b>Шляхи реалізації</b>	<b>Очікуваний результат</b>
Підвищення культури обслуговування	Формування та систематичне удосконалення стандартів ввічливого та професійного спілкування з гостями. Сприяння розвитку у співробітників навичок міжособистісного спілкування та сервісного етикету.	Покращення якості взаємодії з гостями підприємства. Створення позитивних вражень у споживачів та гостей підприємства.
Індивідуалізація та персоналізований сервіс	Збір, обробка та збереження інформації про гостей. Використання CRM-систем, для автоматизації роботи з базою споживачів та аналізу вподобань гостей. Дані інструменти допоможуть врахувати особисті побажання та потреби гостей.	Зростання лояльності та задоволеності гостей, підвищення рівня конкурентоспроможності.
Покращення мовної комунікації з гостями	Наявність персоналу, що володіє іноземними мовами. Організація навчання працівників іноземним мовам як міжнародним, так і країн близького зарубіжжя (для України, наприклад, це може бути польська, чеська та румунська мови). За наявності сайту підприємства, доцільним є організувати сторінки з перекладом сайту на інші мови.	Покращення якості обслуговування іноземних туристів
Забезпечення атмосфери комфорту та безпеки	Покращення заходів безпеки, щоб зберегти майно гостей, та	Формування у гостей відчуття спокою, турботи та конфіденційності. Гості

	мінімізувати ризики крадіжок. Наявність укриттів, що є актуальним для закладів гостинності в Україні.	мають бути впевненими у збереженні цілісності їх майна та персональних даних.
Інклюзивність послуг	Адаптація сервісу для людей з інвалідністю, людей які є тимчасово маломобільними, та різних категорій гостей з ПТСР, тощо.	Розширення цільової аудиторії та підвищення соціальної відповідальності
Впровадження безконтактних інструментів сервісу	Використання QR-меню, електронних ключів, чат-ботів, кіосків самообслуговування, автоматизованих планшетних станцій тощо.	Економія часу гостей; створення опцій для гостей, які бажають мінімізувати контакти з персоналом; операційна ефективність процесів та зниження завантаженості на персонал.
Акцент на екологізацію	Впровадження принципів sustainable hospitality, енергозбереження та сортування відходів; впровадження концепцій Zero Waste, Upcycling, Circular Economy, Localvorism, тощо.	Формування позитивного іміджу готелю та зниження витрат. Зниження додаткових витрат, може позитивно впливати на собівартість послуг.
Створення середовище дотичності гостей до соціальних проєктів	Певний відсоток від вартості послуг, підприємство передає на благодійність. Тобто це є формуванням цільового публічного збору, коли підприємства інформують гостей, що певна сума від вартості послуг буде переведена конкретному фонду.	Створення соціально відповідальної ініціативи, як цільової програми бізнесу. Таким чином споживачі готельно-ресторанних послуг мають чітке розуміння, що частина коштів, яку вони заплатили за певні послуги буде переведена на благодійність.

Окрім впровадження нових актуальних трендів в сфері сервісної діяльності для готельно-ресторанних підприємств, вагомим є методи контролю за дотриманням відповідного рівня сервісу [4-6].

Контроль якості сервісу можна забезпечити за рахунок використання різних інструментів, однак загалом можна виокремити три основні способи збору інформації щодо якості сервісу:

1. Оцінка відвідувачами / зворотній зв'язок від гостей. Для збору необхідної інформації, зазвичай використовують QR-коди та опитування (розміщення відповідних QR-кодів в приміщеннях загального користування: обідні зали ресторанів, вестибюль, вбиральні; або в номерному фонді); цифрові платформи для бронювання номерів (наприклад, Booking); та моніторинг відгуків на сторінках соціальних мереж підприємства;

2. Внутрішній контроль менеджменту. Розроблення та використання стандартних чек-листів для персоналу (для усної комунікації з гостями, наприклад на етапі бронювання номерів, або резервування столика в ресторані; для поетапної перевірки виконання виробничих операцій, наприклад чек-листи для покоївок).

Фіксація хронометражу обслуговування – контроль за стандартним часом виконання певної операції/дії (наприклад, час прийому замовлення у гості, та час за який мають подати готові страви; швидкість проведення бронювання через телефонний дзвінок; час реєстрації гостя працівником рецепції, тощо).

Автоматизація завдань – використання спеціалізованого програмного забезпечення або додатків для персоналу, наприклад Servi, Opera, Hotelogix, де можна фіксувати статус виконаних завдань (наприклад, прибирання номеру).

3. Незалежний зовнішній аудит проводиться найманими професійними експертами (наприклад, перевірка «таємний гість»); перевірки від профільних асоціацій або державних установ (наприклад, для присвоєння зірок Мішлен); та за рахунок регулярних корпоративних інспекцій щодо контролю дотримання стандартів бренду (такі перевірки є актуальними для мережевих підприємств).

Контроль якості сервісу потрібен для того щоб підтримувати високий рівень обслуговування, зберегти довіру та лояльність гостей та бути на

відповідному рівні конкурентоспроможності. Процес контролю якості сервісу дозволяє виявити проблеми або слабкі місця, і відповідно розробити дії для їх усунення.

**Висновки.** Забезпечення високого рівня сервісу та контролю його якості – це один з ефективних шляхів підтримки конкурентоспроможності та збереження контингенту споживачів. Наразі для підприємств в Україні важливим є будувати стратегію сервісної діяльності орієнтуючись не лише на світові тренди, а і на потреби внутрішніх споживачів та ситуацію всередині країни. Також, завжди доречним є розвивати сервісну діяльність для розширення цільової аудиторії та залучення нового сегменту споживачів, що принесе прибутковість та сприятиме популяризації підприємств.

### **Література**

1. Асоціація індустрії гостинності України. Офіційний сайт. URL: <http://aigu.org.ua/> (дата звернення: 15.05.2026).

2. Всеукраїнська громадська організація «Асоціація малих готелів та апартаментів України». ВГО «АМГАУ». URL: <https://vkursi.pro/card/vho-amhau-35142910> (дата звернення: 15.05.2026).

3. Державне агентство розвитку туризму в Україні. Офіційний сайт. URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 15.05.2026).

4. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві : підручник. 2-ге вид., перероб. і доп. Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2024. 494 с.

5. Давидова О. Ю., Сисоєва С. І. Концептуальні напрями забезпечення і підвищення якості послуг підприємств готельно-ресторанного господарства. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки"*. 2022. № 12. DOI: 10.25313/2520-2294-2022-12-8475.

6. Павлова С. Управління якістю послуг ресторану через механізми впровадження внутрішніх стандартів обслуговування. *Економіка та суспільство*. 2021. № 34. DOI: 10.32782/2524-0072/2021-34-18.