

інфраструктури, створення якісних гастрономічних продуктів та навчання персоналу [3].

У підсумку, гастрономічний туризм в Україні має значний потенціал для розвитку та може відігравати важливу роль у підтримці місцевої економіки, збереженні кулінарних традицій та залученні туристів. Необхідний комплексний підхід, залучення міжнародного досвіду та тісна співпраця між усіма зацікавленими сторонами для реалізації цього потенціалу та перетворення України на привабливий гастрономічний напрям. Враховуючи поточні тенденції та існуючі проблеми, розвиток гастрономічного туризму в Україні потребує стратегічного планування, інвестицій та активної підтримки. Це дозволить не лише задовольнити зростаючий попит на гастрономічні враження, але й зробити вагомий внесок у розвиток української економіки та збереження культурної спадщини.

Список використаних джерел

1. Абрамова О. О. Гастрономічний туризм як фактор розвитку регіонів України. Економіка АПК, (4), 2020. 3-9 с.
2. Василенко Л. В. Гастрономічний туризм як фактор розвитку регіональних туристичних дестинацій. Економіка та управління, (1), 2019. 100-106 с.
3. Веремчук О. А. Гастрономічний туризм як сучасний напрямок розвитку туризму в Україні. Науковий вісник НУБіП, (252), 2019. 112-116 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ОБСЛУГОВУВАННЯ НА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

*Семенюк Л.Л., кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Яковенко А.І., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну*

У сучасних умовах високої конкуренції у сфері гостинності якість обслуговування стає визначальним чинником успішності готельно-ресторанного підприємства. Гості очікують не лише комфорту, а й високого рівня сервісу, оперативності, персоналізованого підходу та емоційного задоволення від перебування у закладі. Управління якістю обслуговування — це системна, цілеспрямована діяльність, яка охоплює всі етапи взаємодії з клієнтом і потребує постійного вдосконалення. Метою цієї роботи є аналіз сучасних підходів до управління якістю обслуговування у готельно-ресторанному бізнесі, визначення ключових факторів, що впливають на рівень сервісу, та розробка пропозицій щодо вдосконалення процесу управління.

Якість обслуговування у сфері гостинності є багатокомпонентним поняттям, яке включає фізичну якість (стан номерів, чистота, комфорт), якість харчування (смак, подача, сервіс), якість комунікації (уважність персоналу, вміння вирішувати проблеми), швидкість надання послуг, зручність процедур бронювання та оплати, а також загальну атмосферу у закладі. За даними опитування TripAdvisor (2024), 71% клієнтів зазначають, що вони готові повернутись у готель або ресторан саме через високий рівень обслуговування, навіть якщо вартість послуг вища за середню на ринку [3].

В управлінні якістю обслуговування головну роль відіграють: система контролю, кваліфікація персоналу, внутрішні стандарти, система збору та аналізу зворотного зв'язку, технологічне забезпечення та культура обслуговування. Важливо розуміти, що якість формується не лише під час прямого контакту з гостем, а й на підготовчих етапах — під час бронювання, зустрічі, оформлення, передачі інформації між службами. Недосконалість на будь-якому з етапів знижує загальне враження клієнта.

Управління якістю на готельно-ресторанному підприємстві включає кілька ключових процесів: стандартизацію сервісу, навчання персоналу, моніторинг задоволеності клієнтів, аудит внутрішніх процедур, розробку системи заохочення та відповідальності працівників, а також впровадження систем якості відповідно до міжнародних стандартів, таких як ISO 9001, HACCP, або національних норм у сфері санітарії, безпеки праці та екологічної відповідальності.

На сучасному етапі важливо переходити від реактивного до проактивного управління якістю. Тобто не лише вирішувати проблеми після їх виникнення, а й прогнозувати ризики, запобігати помилкам, працювати на випередження. Наприклад, системи управління чергами, автоматичне нагадування персоналу про регулярні дії (заміна білизни, дезінфекція, перевірка міні-бару), щоденне опитування гостей - усе це дозволяє контролювати якість в режимі реального часу [2]. У таблиці 1 наведено порівняння традиційного та сучасного підходу до управління якістю обслуговування на готельно-ресторанному підприємстві.

Таблиця 1

Порівняння традиційного та сучасного підходу до управління якістю обслуговування в готельно-ресторанному підприємстві

| Критерій | Традиційний підхід | Сучасний підхід |
|-------------------------------|---|--|
| Джерело інформації про якість | Журнал скарг і пропозицій | Онлайн-опитування, QR-форми, CRM-системи |
| Стандарти | Внутрішні інструкції, часто без оновлення | Міжнародні стандарти (ISO, HACCP), регулярний аудит |
| Зворотний зв'язок | Рідко використовується | Регулярна оцінка гостей, індекси NPS, зворотний зв'язок в реальному часі |

| | | |
|-----------------------|--|---|
| Управління персоналом | Покарання за помилки | Навчання, заохочення, мотивація, KPI-система |
| Контроль якості | Перевірки керівництва, «таємний гість» | Інтеграція автоматизованих систем, контроль в онлайн-режимі |
| Цифровізація процесів | Мінімальна | Використання CRM, чат-ботів, електронного бронювання, QR-меню |
| Реакція на скарги | Після факту, через тривалий час | Миттєве реагування через мобільні додатки, месенджери |

Джерело : сформовано на основі [4]

Для удосконалення управління якістю на підприємстві доцільно розробити цілісну систему стандартів обслуговування. Це може бути корпоративний гід з обслуговування, що охоплює етапи взаємодії з гостем, допустимий час на реакцію, форми звернень, шаблони вирішення конфліктів, правила обліку запитів. Такий документ має бути гнучким, адаптованим до різних категорій гостей - туристів, бізнес-клієнтів, іноземців, родин з дітьми тощо. Важливо, щоб персонал не просто знав вимоги, а розумів їх логіку, бачив у них користь для себе і для клієнта [1].

Наступним елементом системи є навчання персоналу, яке має бути постійним, багатоетапним і обов'язковим. Воно може включати майстер-класи з етикету, тренінги зі стресостійкості, мовні курси, тренування з вирішення конфліктів, використання цифрових інструментів. Досвід показує, що заклади, які інвестують у навчання персоналу не рідше 1 разу на квартал, отримують на 30% більше позитивних відгуків у середньому.

Важливою складовою сучасного управління є використання KPI для оцінки роботи персоналу, таких як швидкість реагування на запити, частка позитивних відгуків, кількість повторних гостей. На основі цих показників можна впровадити систему бонусів, премій або ротації посад. У готелях міжнародного рівня персонал, який забезпечує найвищі показники обслуговування, регулярно відзначається на корпоративному рівні, що додатково підвищує мотивацію.

Ще один дієвий інструмент - аналітика зворотного зв'язку: QR-коди з формами для відгуків, миттєві push-опитування, інтеграція з Booking.com, Tripadvisor або Google дозволяють готелю оперативно реагувати на зауваження, а також створювати аналітичні звіти для стратегічного планування. У більшості випадків, якщо гість отримує оперативну відповідь на проблему, він не залишає негативний відгук публічно, що зменшує ризики репутаційних втрат.

Окрему роль відіграє атмосфера в колективі та сервісна культура. Висока якість обслуговування неможлива без згуртованої команди, яка розуміє цінність гостя, працює як єдиний механізм і прагне до вдосконалення. Це досягається завдяки регулярним нарадам, внутрішнім комунікаціям, визнанню досягнень, прозорому менеджменту. Готелі з

високим рівнем командної взаємодії демонструють стабільно високі рейтинги обслуговування.

Таким чином, удосконалення процесу управління якістю обслуговування в готельно-ресторанному підприємстві вимагає комплексного підходу, що включає створення стандартів, навчання персоналу, цифровізацію процесів, активний зворотний зв'язок і розвиток корпоративної культури. Лише за умови поєднання всіх цих компонентів можна досягти стабільно високого рівня обслуговування, зростання лояльності клієнтів і успішного розвитку підприємства у довгостроковій перспективі. Українські готельно-ресторанні заклади, які сьогодні інвестують у якість, вже завтра стануть флагманами галузі на європейському туристичному ринку.

Список використаних джерел

1. Гірняк М. І. Формування туристичного продукту як об'єкта маркетингової діяльності // *Туристична бібліотека*. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/girnyak2.htm (дата звернення: 24.03.2025).
2. Томаляк І. Сучасні тенденції у сфері просування туристичних послуг // *Туристична бібліотека*. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/tomalya.htm (дата звернення: 24.03.2025).
3. Удосконалення якості послуг у готельному господарстві // *Turizmliol – блог про туризм і готельну справу*. 2020. URL: <https://turizmliol.wordpress.com/2020/05/14/удосконалення-якості-послуг-у-готель/> (дата звернення: 24.03.2025).
4. Язіна Т. Сервісне обслуговування в готельно-ресторанному господарстві: основні вимоги // *Туристична бібліотека*. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/yazina3.htm (дата звернення: 24.03.2025).

ОСОБЛИВОСТІ ГЛЕМПІНГУ В УКРАЇНІ ТА В СВІТІ

Бажура Я. О., здобувач вищої освіти

Київський національний університет технологій та дизайну

Глемпінг є відносно новим напрямом у сфері туризму, що поєднує комфорт готельного відпочинку з можливістю перебування на природі. Ця концепція виникла як відповідь на зростаючий попит туристів на екологічні, автентичні та водночас зручні варіанти відпочинку. На міжнародному рівні глемпінг набув значної популярності, особливо в країнах з розвиненою туристичною індустрією, таких як США, Велика Британія, Австралія та країни Скандинавії. В Україні цей вид туризму ще не набув масового характеру, проте поступово привертає увагу підприємців та туристів завдяки унікальним природним ресурсам і перспективам розвитку індустрії гостинності.