

Тетяна ОЛІЙНИК
кандидат економічних наук, доцент
Миколаївський національний аграрний університет
м.Миколаїв, Україна

НОВІ ФОРМАТИ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Сучасний готельно-ресторанний бізнес переживає епоху стрімких змін, зумовлених технологічним прогресом, еволюцією споживчих очікувань та зростанням конкуренції. У цих умовах ключовим фактором успіху стає не лише якість основних послуг (проживання, харчування), але й ефективність взаємодії з клієнтами на всіх етапах їхнього досвіду. Саме тому на арену виходять нові формати обслуговування, які трансформують традиційні підходи та відкривають нові можливості для підвищення економічної ефективності підприємств галузі.

Одним із найбільш помітних трендів є цифровізація обслуговування. Впровадження онлайн-платформ бронювання, мобільних додатків, віртуальних турів, чат-ботів та систем онлайн-замовлення їжі стало не просто зручністю, а необхідністю. Для готелів це означає оптимізацію процесів бронювання, персоналізацію пропозицій на основі даних про клієнтів, можливість надання інформації про послуги та зручності в інтерактивному форматі. Чат-боти та віртуальні асистенти здатні оперативно відповідати на запитання гостей, надавати рекомендації та навіть приймати замовлення, знижуючи навантаження на персонал рецепції та підвищуючи швидкість обслуговування. Ресторани, у свою чергу, активно використовують онлайн-меню з інтерактивними елементами, системи онлайн-замовлення з доставкою або на винос [1].

Іншим важливим напрямком є розвиток самообслуговування. У готелях це можуть бути кіоски самостійної реєстрації та виїзду, автоматизовані камери зберігання багажу, інтерактивні інформаційні панелі. У ресторанах – термінали самозамовлення, каси самообслуговування, системи замовлення через власні гаджети. Самообслуговування дозволяє клієнтам отримувати необхідні послуги швидше та без очікування, а для підприємств це означає зменшення

навантаження на персонал, оптимізацію площ та підвищення пропускної здатності. Поєднання онлайн та офлайн каналів призводить до появи гібридних форматів обслуговування, які дозволяють використовувати переваги обох форматів, забезпечуючи зручність та персоналізацію [2].

Особливої уваги заслуговує персоналізація обслуговування. Завдяки аналізу даних про попередні візити, вподобання та поведінку клієнтів, готелі та ресторани можуть пропонувати індивідуалізовані послуги та пропозиції. Це може включати персоналізовані вітальні повідомлення, рекомендації щодо номерів або страв, спеціальні пропозиції на основі попередніх замовлень. Персоналізація сприяє підвищенню задоволеності та лояльності клієнтів, що, в свою чергу, призводить до збільшення повторних візитів та позитивних рекомендацій, а отже, і до зростання доходів [3].

Отже, нові формати обслуговування є потужним інструментом для підвищення економічної ефективності в готельно-ресторанному бізнесі. Їхнє розумне та виважене впровадження, з урахуванням специфіки закладу, потреб клієнтів та потенційних вигод, дозволить оптимізувати витрати, підвищити якість обслуговування, зміцнити лояльність клієнтів та, зрештою, досягти сталого зростання прибутковості. Підприємства, які вчасно адаптуються до цих змін, отримують конкурентні переваги та збільшують свої шанси на успіх у динамічному та конкурентному середовищі.

Список використаних джерел

1. Кащук К. М., Мосійчук І. В., & Саух І. В. (2023) Сучасні технології управління в готельно-ресторанному бізнесі: практики та інновації. *Бізнес Інформ.* № 6. С. 93–99. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-6-93-99> (дата звернення 08.04.2025)
2. Лисюк, Т. (2024). Інноваційні рішення в готельно-ресторанному бізнесі: технології автоматизації та персоналізації послуг. *Економіка та суспільство*, (67). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-13> (дата звернення 12.04.2025)
3. Рогова, Н., & Оніщенко, О. (2024). Переваги інновацій для підвищення якості обслуговування в готелях та ресторанах. *Економіка та суспільство*, (68). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-86>