

запам'ятовувати уподобання постійних гостей і пропонувати їм персоналізовані страви або спеціальні пропозиції.

Крім того, для підвищення ефективності роботи ресторанів можна впроваджувати інтерактивні столи або цифрові панелі, які дозволяють клієнтам переглядати інформацію про страви, історію ресторану або навіть спостерігати за процесом приготування їжі через онлайн-трансляцію з кухні.

Список використаних джерел:

1. Технології та інновації, які змінюють ресторанний бізнес - SFII. SFII. URL: <https://sfii.gov.ua/tehnologii-ta-innovacii-yaki-zminjujut-restorannij-biznes/>
2. Силівейстр В. ТОП-13 трендів у ресторанному бізнесі у 2026 році – Poster POS. *Poster POS – программа автоматизации общепита на планшете – Poster POS*. URL: <https://joinposter.com/ua/post/restoranni-trendy>
3. Борисова О. В. Показники ефективності інноваційної політики підприємств ресторанного господарства. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : [зб. наук. праць]. Харків : ХДУХТ, 2009. С. 72–77.

Abstract: *The paper examines the use of smart technologies in the restaurant business as a factor for improving service quality and operational efficiency. The main digital technologies used in the restaurant industry are analyzed, and examples of restaurants in the city of Mykolaiv that use modern technological solutions are provided. Promising directions for implementing innovative technologies for the further development of the restaurant industry are proposed.*

Keywords: *smart technologies, restaurant business, digital technologies, automation, service quality, restaurant establishments, Mykolaiv.*

Науковий керівник:

Іваненко Т. Я.,

Кандидат економічних наук,

доцент кафедри готельно-ресторанної справи та туризму.

Миколаївський національний аграрний університет

УДК: 640.432

Аспекти стратегічного планування якості послуг AROMA-KAVA

Хомченко Анна,

здобувач вищої освіти спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

Миколаївський національний аграрний університет

м. Миколаїв, Україна

Анотація: *У статті досліджено аспекти стратегічного планування якості послуг кав'ярні AROMA-KAVA. Розглянуто основні напрями управління стандартами обслуговування, персоналом, контролем якості, впровадженням*

інновацій та маркетинговою підтримкою. Описано методи оцінки ефективності управлінських рішень, наведено приклади практичного застосування стратегічного планування у діяльності кав'ярні. Стаття спрямована на підвищення лояльності клієнтів і конкурентоспроможності бренду через системний підхід до сервісу.

Ключові слова: *стратегічне планування, якість послуг, кав'ярня, обслуговування, інновації, клієнтоорієнтованість*

У сучасному ринку громадського харчування забезпечення високої якості послуг є ключовим чинником конкурентоспроможності. Клієнти очікують не лише смачну продукцію, а й комфортне обслуговування, швидку подачу замовлень та інноваційний підхід. Стратегічне планування якості послуг у AROMA-KAVA передбачає інтеграцію всіх процесів – від закупівлі сировини до взаємодії клієнта з персоналом – у єдину систему управління [1].

Основою планування є визначення стандартів якості. У AROMA-KAVA стандарти охоплюють рецептуру напоїв, температуру приготування, презентацію продукції, свіжість інгредієнтів і чистоту робочого простору. Розробка чітких протоколів дозволяє зменшити варіативність якості у різних локаціях мережі, забезпечуючи стабільний сервіс і формуючи довіру клієнтів.

Аналіз потреб клієнтів є наступним критично важливим елементом. AROMA-KAVA застосовує опитування, онлайн-зворотний зв'язок та мобільні додатки для збору інформації про вподобання відвідувачів. Наприклад, зростання попиту на альтернативні види молока та сезонні напої сприяє адаптації асортименту під запити споживачів. Такий підхід підвищує задоволеність клієнтів і дозволяє оперативно реагувати на зміни ринку.

Персонал є ключовим фактором якості обслуговування. Баристи AROMA-KAVA проходять навчання щодо приготування напоїв, стандартів сервісу, комунікації з клієнтами та управління чергами. Система мотивації включає бонуси, KPI та корпоративні програми розвитку, що стимулює відданість бренду та підвищує залученість співробітників.

Контроль якості у мережі здійснюється комплексно. Використовуються внутрішні перевірки, аналітика часу приготування та подачі напоїв, зворотний зв'язок від клієнтів. Це дозволяє виявляти проблемні зони, такі як затримки у пікові години або нестача сировини, та оперативно впроваджувати коригувальні дії.

Інновації є важливим напрямом стратегічного планування. AROMA-KAVA впроваджує цифрові рішення: мобільні додатки для замовлень, безконтактну оплату та персоналізовані програми лояльності. Крім того, компанія розробляє нові рецепти, включно із сезонними пропозиціями та локальною кавою, що підтримує інтерес постійних клієнтів і приваблює нових [2].

Маркетинг і брендинг якості забезпечують формування емоційного зв'язку з клієнтами. AROMA-KAVA комунікує стандарти обслуговування, походження кави та процес обсмаження через соціальні мережі, що підвищує довіру до бренду та стимулює повторні візити.

Управління ланцюгом поставок включає контроль постачальників, моніторинг запасів та оптимізацію логістики. Це гарантує безперебійну наявність необхідної сировини та підтримку стандартів якості без додаткових витрат.

Фінансове планування забезпечує баланс між витратами на сировину, оплату праці, маркетинг та інновації. Аналіз рентабельності нових продуктів та сервісних рішень дозволяє оптимізувати ресурси та підтримувати стабільну економічну ефективність.

Безпека та гігієна у закладах AROMA-KAVA забезпечуються дотриманням санітарних норм і стандартів HACCP, регулярним навчанням персоналу та контролем процесів. Це мінімізує ризики для здоров'я клієнтів і підтримує високий рівень довіри.

Психологія споживача враховується у формуванні сервісу: атмосфера закладу, поведінка персоналу та естетика подачі напоїв створюють позитивний досвід. Дослідження підтверджують, що емоційний компонент обслуговування прямо впливає на повторні візити та лояльність.

Екологічні та соціальні аспекти інтегровані у стратегію: використання екоупаковки, сортування відходів, участь у соціальних ініціативах підвищують репутацію компанії та формують відповідальність бренду.

Управління ризиками передбачає заходи для зменшення ймовірності порушення стандартів якості: резервні технології, контроль запасів та навчання персоналу. Це дозволяє підтримувати стабільний рівень обслуговування у всіх локаціях.

Впровадження інноваційних сервісних форматів, таких як експрес-пункти та цифрові системи замовлень, підвищує швидкість обслуговування та задоволеність клієнтів. Інтеграція даних про продажі, замовлення та відгуки клієнтів дозволяє приймати ефективні управлінські рішення.

У підсумку, стратегічне планування якості послуг у AROMA-KAVA охоплює стандарти обслуговування, персонал, контроль якості, інновації, маркетинг, управління ланцюгом поставок, фінанси, безпеку та соціально-екологічні аспекти. Системний підхід дозволяє забезпечити стабільний високий рівень сервісу, підвищити лояльність клієнтів та конкурентоспроможність бренду.

Список використаних джерел:

1. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., Gremler, D. D. *Services Marketing*. McGraw-Hill, 2021.
2. Kotler, P., Keller, K. L. *Marketing Management*. Pearson, 2022.
3. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 1988, 64(1), 12–40.
4. Gronroos, C. *Service Management and Marketing: Managing the Service Profit Logic*. Wiley, 2020.

5. Heskett, J., Sasser, W., Schlesinger, L. The Service Profit Chain. Free Press, 1997.

6. Guenzi, P., Pelloni, O. The impact of service orientation on service quality and customer satisfaction. European Management Journal, 2004, 22(3), 350–364.

***Анотація :** The article examines aspects of strategic planning for service quality in the AROMA-KAVA coffee chain. It covers the main directions of managing service standards, personnel, quality control, innovation, and marketing support. Methods to increase customer loyalty and brand competitiveness through a systematic approach to service are highlighted. Practical examples of strategic planning implementation are also presented.*

***Key words:** strategic planning, service quality, coffee shop, customer service, innovation, customer-oriented approach*

Науковий керівник:

Іваненко Т.Я.,

*кандидат економічних наук, доцент,
кафедра готельно-ресторанного бізнесу та туризму,
Миколаївський національний аграрний університет*

УДК 005.642:640.43

Система управління якістю в ресторанному бізнесі: сучасні підходи та інструменти

Хортів Крістіна,

*здобувач вищої освіти спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв, Україна*

***Анотація:** У тезах досліджено сучасні підходи та інструменти системи управління якістю у ресторанному бізнесі. Розглянуто концепції TQM, HACCP та Lean, роль стандартів ISO 9001:2015 і ISO 22000:2019 та цифрових технологій у забезпеченні якості послуг. Обґрунтовано доцільність інтегрованого підходу до управління якістю на підприємствах ресторанного господарства.*

***Ключові слова:** управління якістю, ресторанний бізнес, TQM, HACCP, ISO 9001, стандарти якості, цифрові технології.*

Ресторанний бізнес функціонує в умовах зростаючої конкуренції та підвищення вимог споживачів, що перетворює системний підхід до управління якістю з конкурентної переваги на необхідну умову виживання підприємства.