

сільськогосподарської техніки. Молода наука. Прогресивні технологічні процеси, технологічне обладнання й оснащення: збірник наукових праць Всеукраїнської науково-технічної конференції з міжнародною участю студентів і молодих науковців. Краматорськ: ДДМА, 2018. С. 44-47. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/items/ef03cfd8-c2c7-451c-b053-668b583c8b7c>

2. Магалецький А. Ресторанний бізнес 2025: головні тренди, що змінять індустрію: блог експертів. Ribas Hotels Group. 11 червня 2025 р. URL: <https://ribashotelsgroup.ua/blog/restorannyj-biznes-2025-golovni-trendy-shho-zminyvat-industriyu/>

3. 12 ресторанних трендів світу, які будуть популярними у 2025 році: ста. Блог Metro. 20.08.2025. URL: <https://www.metro.ua/Blogs/vidpochynok/12-restorannyh-trendiv-svitu-yaki-budut-populyarnumu-u-2025-rotsi>

Анастасія РОМАНОВА

ЗВО спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної справи та туризму

Світлана ПАВЛЮК

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Динамічні трансформації сучасного українського соціуму зумовлюють необхідність адаптації всіх сфер життєдіяльності країни до нових викликів. У цьому контексті перед вітчизняною економікою постає завдання оперативного реагування на мінливі запити суспільства, що є особливо актуальним для сфери ресторанного бізнесу. Для забезпечення конкурентоспроможності та досягнення європейських стандартів сервісу, пріоритетним вектором розвитку для операторів ринку стає впровадження систем управління якістю на базі міжнародних стандартів ISO серії 9000, що є фундаментальним механізмом гарантування високої якості та безпечності харчової продукції в Україні.

В умовах високої конкуренції та мінливості споживчих переваг якості обслуговування стає головним чинником виживання та розвитку ресторанного бізнесу. Сучасний клієнт оцінює не лише смакові якості страв, а й швидкість сервісу, атмосферу, персоналізацію та технологічність закладу. Удосконалення

системи управління якістю сьогодні вимагає інтеграції цифрових інструментів, психологічних аспектів взаємодії та принципів сталого розвитку.

Як зазначають Кузьома В. В. та Павлюк С. І. [1] «якість є основоположним фактором конкурентоспроможності підприємства, то, відповідно, конкурентоспроможність продукції або товару слід розглядати як здатність найповніше відповідати всім вимогам ринку та запитам споживачів (покупців) з точки зору визначеного набору конкурентних переваг, порівняно з іншою аналогічною продукцією або товаром, що представлені на ринку. Серед таких характеристик може бути безпосередньо якість продукції, ціна, гарантійний і післягарантійний сервіс, імідж виробника, реклама тощо».

Що стосується сфери гостинності, на думку Русавської В.А. [2] «для підвищення конкурентоспроможності закладів ресторанного бізнесу в Україні необхідне впровадження системи управління якістю відповідно вимог міжнародних стандартів. Відповідно ж оператори ринку, які впроваджують сучасні системи управління якістю мають вагомі переваги на міжнародному ринку продукції та послуг».

Якість у ресторанному бізнесі – це комплексне поняття, що поєднує технічну якість (матеріальний продукт) та функціональну якість (процес надання послуг). На відміну від виробництва, послуга в ресторані споживається одночасно з її наданням, що виключає можливість попереднього виправлення помилок перед «відвантаженням» клієнту.

Основними методиками оцінювання якості в готельно-ресторанному бізнесі є наступні (табл.1).

Таблиця 1 Порівняльна характеристика моделей оцінювання якості в готельно-ресторанному бізнесі

Назва моделі	Об'єкт оцінювання	Ключова ідея	Переваги
SERVQUAL	Розрив (Gap) між очікуваннями та сприйняттям	Якість = Сприйняття мінус Очікування (Q = P - E) за 5 параметрами (RATER)	Дозволяє виявити, де саме готель чи ресторан не виправдовує сподівання гостя
SERVPERF	Фактичне виконання послуги	Оцінюється лише реальний результат роботи персоналу без врахування попередніх	Простіша у проведенні (коротші анкети) та має вищу діагностичну цінність у

		очікувань	динамічних умовах
Модель Гренруса	Технічна та функціональна якість	Розподіл на результат («що» отримали) та процес («як» обслужили). Важлива роль іміджу	Акцентує увагу на емоційній складовій сервісу, що критично для ресторанів
EFQM	Вся організація (бізнес-досконалість)	Оцінка за 9 критеріями: від лідерства до результатів для бізнесу та суспільства	Дає стратегічне розуміння якості як результату ефективного менеджменту всієї компанії
ISO 9001 / HACCP	Процеси та безпека	Стандартизація алгоритмів роботи та контроль критичних точок безпеки харчування	Гарантує стабільність якості та мінімізацію ризиків (отруєння, помилки персоналу)

Джерело: узагальнено за матеріалами [3-6]

Так, однією з найбільш розповсюджених у світовій практиці є модель SERVQUAL, розроблена Парасураманом А., Зейтамль В. та Беррі Л. [3]. Дана методика ґрунтується на концепції «розриву» між очікуваннями споживача та його фактичним сприйняттям наданої послуги. Розрахунок індексу якості здійснюється за п'ятьма базовими критеріями (шкала RATER): надійність, впевненість, відчутність, емпатія та чуйність. Для ресторанного господарства ця модель адаптується у формі модифікованої шкали DINESERV, яка включає 29 специфічних індикаторів оцінки сервісу.

Альтернативним підходом виступає модель SERVPERF від Кронін Дж. та Тейлор С. [4], яка акцентує увагу тільки на результативності виконання послуги. Автори доводять, що порівняння зі сподіваннями клієнта є надлишковим, оскільки фактичне сприйняття вже містить у собі підсвідому корекцію на очікування.

Особливої уваги заслуговує двофакторна модель К. Гренруса, яка розмежовує технічну якість (матеріальний результат, наприклад смак страви чи стан номера) та функціональну якість (процес взаємодії з персоналом, атмосфера) [4]. Важливим елементом цієї моделі є корпоративний імідж, що виступає своєрідним фільтром сприйняття послуги гостем.

Для системного управління підприємством доцільним є впровадження моделі досконалості EFQM, яка передбачає комплексну самооцінку діяльності закладу (від лідерства та стратегії до результатів для суспільства), що дозволяє великим готельним мережам здійснювати стратегічний моніторинг якості на

всіх рівнях менеджменту.

З точки зору стандартизації якості та безпеки значення мають міжнародні стандарти ISO9001 (забезпечує алгоритмізацію управлінських процесів) та HACCP (є критично важливою для ресторанного сегмента, оскільки гарантує біологічну, хімічну та фізичну безпеку харчової продукції). Інтеграція цих стандартів у єдину систему управління якістю є запорукою стійкої конкурентоспроможності підприємства на сучасному ринку.

За умови цифрової трансформації бізнес-процесів традиційні методи контролю потребують доповнення новітніми інструментами, що зумовлює необхідність перегляду парадигми менеджменту та визначення стратегічних напрямів удосконалення системи управління якістю в межах економіки вражень. З огляду на глобальні тренди та специфіку вітчизняного ринку, доцільно виокремити такі вектори розвитку:

1. Впровадження інтелектуальних систем зворотного зв'язку. Традиційні методи анкетування поступаються місцем цифровим інструментам реального часу. Інноваційним кроком є інтеграція QR-меню з платформами миттєвих відгуків на базі штучного інтелекту. Це дозволяє менеджменту проводити семантичний аналіз думок гостя безпосередньо під час обслуговування та оперативно корегувати функціональну якість сервісу.

2. Сервіс-дизайн та персоналізація на основі Big Data. Сучасна СУЯ неможлива без персоналізації. Використання CRM-систем дозволяє закладам реалізовувати індивідуальний підхід (від врахування дієтичних уподобань до прогнозування замовлень), що підвищує рівень емпатії за шкалою DINESERV та зміцнює лояльність клієнта.

3. Екологізація та сталий розвиток як критерій якості. У 2026 році якість обслуговування невід'ємна від етичності бізнесу. Впровадження концепції «Zero Waste» та прозорість ланцюга постачання стають новими індикаторами класу закладу. Це вимагає інтеграції стандартів екологічного менеджменту (зокрема серії ISO 14000) у загальну систему управління.

4. Розвиток емоційного інтелекту персоналу. Оскільки послуга

виробляється та споживається одночасно, людський капітал є ключовим елементом СУЯ. Удосконалення системи має передбачати не лише технічне навчання (Hard skills), а й розвиток Soft skills. Впровадження принципів внутрішнього маркетингу дозволяє знизити рівень стресу працівників, що позитивно впливає на «чуйність» та «впевненість» у моделі SERVQUAL».

Особливого значення набуває перехід до економіки вражень, де якість обслуговування визначається не лише технічною досконалістю, а й здатністю закладу створювати унікальний емоційний досвід. У цьому контексті система управління якістю має трансформуватися у систему управління клієнтським досвідом, де кожен контакт гостя із закладом розглядається як «точка враження». А це вимагає від операторів ринку впровадження методів сенсорного маркетингу та сторітелінгу, які доповнюють функціональний сервіс емоційною складовою, перетворюючи звичайне відвідування ресторану на цілісну подію.

Удосконалення системи управління якістю обслуговування у закладах ресторанного бізнесу на сучасному етапі має бути комплексним та багаторівневим. Поєднання жорстких стандартів безпеки та управлінських алгоритмів із гнучкими методиками оцінки задоволеності створює надійний фундамент для стабільного розвитку.

Однак ключовим вектором модернізації є людиноцентричність як щодо клієнта, так і щодо персоналу. Майбутнє вітчизняного ресторанного сервісу полягає в синергії високих технологій (автоматизація, ІІІ) та високої емоційної культури обслуговування. Саме такий підхід забезпечить українським операторам ринку не лише відповідність європейським стандартам, а й стійкі конкурентні переваги в умовах динамічного середовища.

Список використаних джерел:

1. Кузьома В. В., Павлюк С. І. (2020). Якість продукції як вирішальний фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Бізнес Інформ*, (12). С. 252–258. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-12-252-258>
2. Русавська, В.А. (2025). Удосконалення системи управління якістю продукції та послуг в закладах ресторанного бізнесу на основі міжнародних принципів управління якістю. *Економіка та суспільство*, (71).

<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-91>

3. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A multiple- Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40. URL: <https://surl.li/hwlfdy>

4. Cronin, J.J., & Taylor, S.A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68. <https://doi.org/10.2307/1252296>.

5. Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44. DOI:10.1108/EUM0000000004784

6. Офіційний веб-сайт EFQM. URL: <https://efqm.org/>.

Юлія ЯНКОВСЬКА

ЗВО спеціальності 073 Менеджмент

Миколаївський національний аграрний університет

м. Миколаїв

Науковий керівник – д-р філос. наук, професор кафедри

готельно-ресторанної справи та туризму

Галина ГАРБАР

ІННОВАЦІЙНЕ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ БІЗНЕСОМ В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Сучасний туристичний бізнес перебуває на етапі глибокої трансформації, зумовленої швидким розвитком цифрових технологій. Цифровізація стає ключовим фактором, що визначає ефективність управлінських процесів та конкурентоспроможність підприємств у глобальному середовищі. В умовах України, де індустрія туризму стикається з численними викликами, зокрема через обмежені фінансові ресурси та економічні труднощі, спричинені війною, впровадження інноваційних цифрових технологій є необхідною умовою для відновлення та розвитку галузі[1][2].

Одним із основних напрямів інноваційного управління є застосування цифрових інструментів для просування туристичних послуг та формування позитивного іміджу підприємства. Використання сучасних технологій дозволяє не лише оптимізувати внутрішні процеси, але й ефективно взаємодіяти з клієнтами, забезпечуючи їм зручний доступ до інформації та послуг. Зокрема, впровадження систем онлайн-бронювання, віртуальних турів та інтерактивних