УДК: 640.4:005.6:339.137.2

ВПЛИВ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ГОТЕЛЬНО - РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Лілія Бабич,
здобувачка ОС Магістр,
спеціальність «Готельно – ресторанна справа»,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Науковий керівник: к. е. н., доцент Лариса Гопкало

У сучасних умовах жорсткої конкуренції у сфері гостинності якість послуг стає основним фактором, що визначає успіх підприємства. Готелі та ресторани функціонують у середовищі, де споживачі мають широкий вибір альтернатив і формують очікування на основі відгуків, рекомендацій та загального рівня сервісу на ринку. Тому підприємства готельно-ресторанного бізнесу змушені не лише забезпечувати базовий рівень обслуговування, а й впроваджувати системи управління якістю, що дозволяють їм виділятися серед конкурентів.

Основою ефективного управління якістю є розуміння її багатокомпонентної природи. Якість послуг у готельно-ресторанному бізнесі складається з декількох ключових елементів: відповідності стандартам, рівня обслуговування, компетентності персоналу, технологічного забезпечення та клієнтського досвіду [2]. Високий рівень цих компонентів дозволяє створювати стійку конкурентну перевагу, що виражається у зростанні лояльності клієнтів, підвищенні попиту та розширенні ринкової частки.

Одним із головних механізмів покращення якості послуг є впровадження міжнародних стандартів. Сертифікація за системами ISO 9001, HACCP, EFQM допомагає підприємствам вибудовувати чіткі процеси контролю та вдосконалення якості обслуговування [1]. Наприклад, стандарт HACCP забезпечує безпеку харчових продуктів у ресторанному бізнесі, що критично важливо для довіри споживачів. Готелі, що проходять сертифікацію за ISO 9001, демонструють клієнтам свою орієнтованість на якість, що може стати додатковим маркетинговим інструментом та аргументом при виборі закладу.

Формування корпоративної культури, орієнтованої на якість, є ще одним важливим аспектом управління. Персонал відіграє ключову роль у створенні клієнтського досвіду, адже навіть високий рівень технічного оснащення та сучасний дизайн не компенсують неякісного сервісу. Для досягнення конкурентних переваг компанії необхідно інвестувати у навчання та розвиток співробітників, запроваджувати системи мотивації та контролю якості

виконання посадових обов'язків [3]. Успішні готельно-ресторанні мережі, такі як Hilton, Marriott, Accor, приділяють особливу увагу програмам розвитку персоналу, що дозволяє їм підтримувати стабільно високий рівень обслуговування у різних країнах та культурах.

Окремої уваги заслуговує використання технологій для підвищення якості послуг. Діджиталізація готельно-ресторанного бізнесу відкриває нові можливості для покращення сервісу та автоматизації процесів. Сучасні готелі використовують CRM-системи, що дозволяють аналізувати поведінку клієнтів і формувати персоналізовані пропозиції. Електронні системи управління готелем (PMS – Property Management System) дають можливість оптимізувати бронювання, контроль номерного фонду та комунікацію з гостями [4]. У ресторанному бізнесі цифрові рішення, такі як онлайн-замовлення, інтерактивні меню, QR-коди, значно підвищують швидкість та зручність обслуговування, що позитивно впливає на загальну якість послуг.

Зворотний зв'язок із клієнтами є важливим етапом управління якістю, оскільки дозволяє підприємствам готельно-ресторанного бізнесу коригувати свої послуги відповідно до очікувань споживачів. Як показано на схемі (рис. 1), процес управління якістю починається з очікуваної якості, яка формується на основі сподівань та потреб клієнтів. Далі відбувається виявлення потреб споживачів, що є критичним для розуміння їхніх запитів та вимог.

Наступним етапом є переведення потреб у конкретні характеристики продукції або послуг – так формується проектована якість, яка визначає стандарти та рівень сервісу. Після цього здійснюється виробництво продукції чи надання послуг, що формує реальну якість, яка може або відповідати, або не відповідати очікуванням клієнтів.

Важливим є фінальний етап – сприйняття споживачами якості послуг, адже саме воно визначає задоволеність клієнтів і подальшу лояльність до закладу. Якщо реальна якість не відповідає очікуваній, клієнти залишають негативні відгуки, що сигналізує про необхідність вдосконалення послуг. Відтак зворотний зв'язок відіграє ключову роль у постійному покращенні сервісу: аналіз відгуків допомагає виявити слабкі місця, скоригувати стандарти та підвищити рівень обслуговування, що сприяє збільшенню конкурентоспроможності готельно-ресторанного бізнесу.

Такий підхід дозволяє підприємствам не лише відповідати очікуванням клієнтів, а й перевершувати їх, створюючи високу сприйняту якість та підвищуючи рівень довіри до бренду.



Рис. 1. Цикл управління взаємовідносинами зі споживачами [1]

Ефективне управління якістю передбачає використання різних методів оцінювання, які можна поділити на дві основні категорії. Залежно від способу отримання інформації використовують вимірювальні, реєстраційні, органолептичні та розрахункові методи. Вони дозволяють об'єктивно визначати відповідність послуг встановленим стандартам. Друга категорія методів оцінювання залежить від джерела інформації. Традиційні, експертні та соціологічні підходи допомагають отримати суб'єктивну оцінку якості з боку клієнтів і спеціалістів, що дозволяє виявити слабкі місця та знайти шляхи вдосконалення сервісу (рис. 2).

Ще одним важливим фактором, що впливає на якість та конкурентоспроможність готельно-ресторанного бізнесу, є сталий розвиток і соціальна відповідальність. У сучасних реаліях все більше споживачів звертають увагу на екологічність, етичність та сталість бізнес-моделі компанії. Готелі, що впроваджують екологічні ініціативи (відмова від одноразового пластику, використання енергозберігаючих технологій, впровадження програм zero-waste), стають більш привабливими для нових поколінь споживачів. Ресторани, що пропонують органічні, локальні продукти та вегетаріанські опції, отримують конкурентну перевагу серед клієнтів, які дотримуються екологічного способу життя.

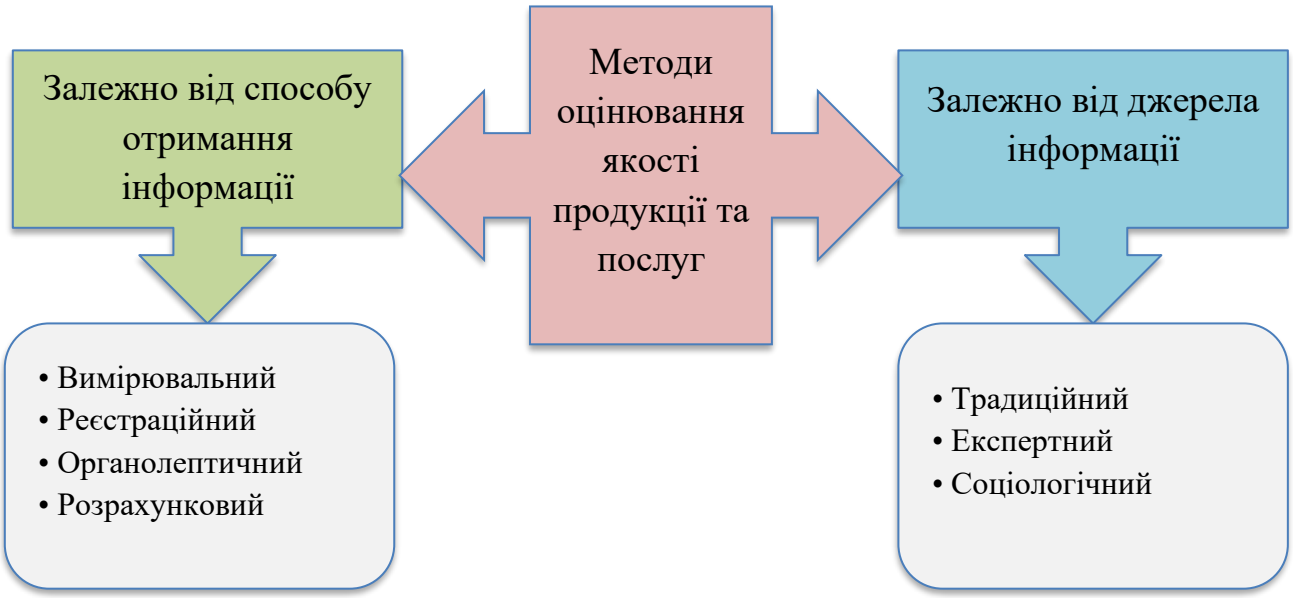


Рис. 2. Методи оцінювання якості продукції, послуг [2]

На основі аналізу можна зробити висновок, що якість послуг є не просто індикатором рівня сервісу, а й стратегічним інструментом управління конкурентоспроможністю бізнесу. Підприємства, які системно підходять до управління якістю – впроваджують стандарти, інвестують у навчання персоналу, застосовують технології та підтримують сталий розвиток – мають вищі шанси на успіх і довготривале утримання ринкових позицій. У перспективі конкуренція у готельно-ресторанному бізнесі буде лише загострюватися, тому компанії, що зможуть створити унікальний клієнтський досвід та постійно вдосконалювати якість послуг, матимуть значну перевагу над конкурентами.

Список використаних джерел

1. ДСТУ ISO 9001:2015. Системи управління якістю. Вимоги. – [Офіційний стандарт ISO в Україні].
2. Писаревський, І. М. (2021). Менеджмент гостинності: теорія та практика. Київ: Центр учбової літератури.
3. Дудник, О. В., Кудла, Н. В. (2020). Якість обслуговування у сфері гостинності: теоретико-методологічні засади. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм, 3(2), 58–67.
4. Чудновський, А. Д. (2019). Технології управління якістю у готельно-ресторанному бізнесі. Львів: Львівська політехніка.



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ВАРШАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАУК ПРО ЖИТТЯ, М. ВАРШАВА, ПОЛЬЩА
ГДАНСЬКИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ, М. ГДАНСЬК, ПОЛЬЩА
АЙОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ, США
ЗАХІДНОЧЕСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ, ЧЕХІЯ
ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЛУЛЕО, ШВЕЦІЯ
ШКОЛА ГУМАНІТАРНИХ НАУК ЛОНДОНСЬКОГО СТОЛИЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ, ВЕЛИКА БРИТАНІЯ
АКАДЕМІЯ ПРОФЕСІЙНОГО НАВЧАННЯ “МЕРКУР”, СЛОВАЦЬКА РЕСПУБЛІКА

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

IV МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

«ГОСТИННІСТЬ І ТУРИЗМ МАЙБУТНЬОГО: НАУКОВІ ТА ПРАКТИЧНІ ГОРИЗОНТИ»

30 квітня - 01 травня 2025 року, м. Київ

КИЇВ – 2025

УДК 338.48 “40”

Гостинність і туризм майбутнього: наукові та практичні горизонти: збірник тез доповідей IV-ої міжнародної науково-практичної конференції (30 квітня - 1 травня 2025 р.). Київ: НУБіП України. 2025. 243 с.

Редакційна колегія:

Мельниченко С.В. – доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

Бандура В.М. – доктор технічних наук, професорка кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

Мосіюк С.І. – кандидат економічних наук, доцентка кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

У збірнику тез доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції висвітлюються результати наукових досліджень з питань глобального, національного та регіонального розвитку туризму і сфери гостинності, соціокультурного виміру туризму та реалізації концепції сталого розвитку, маркетингу туристичних дестинацій та діджиталізації бізнес-процесів суб’єктів туристичної діяльності, інноваційних технологій та еко-трендів в туристичному і готельно-ресторанному бізнесі.

Видання розраховане для студентів бакалаврату та магістратури, аспірантів, докторантів, дослідників, викладачів, суб’єктів підприємницької діяльності.

Матеріали друкуються в авторській редакції. Відповідальність за зміст і достовірність тез доповідей несуть автори. Точки зору авторів публікацій можуть не співпадати з точкою зору редколегії збірника.

© Колектив авторів, 2025
© НУБіП України, 2025