

СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СЕРВІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Поляшенко Є.Г., магістрант

Щербонос Є.Т., магістрант

Сорокіна С.В., канд. техн. наук, доц.

Акмен В.О., канд. техн. наук, доц.

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Сфера гостинності в Україні, яка включає готельні та ресторани послуги, стала одним із важливих секторів економіки, що активно розвивається. У зв'язку зі зростаючою конкуренцією, зміною потреб споживачів і сучасними викликами, українські підприємства готельно-ресторанного господарства (ГРГ) потребують інноваційних стратегій для підвищення якості обслуговування та адаптації до нових реалій.

Сучасний розвиток технологій у сфері ГРГ має значний вплив на підвищення якості обслуговування та оптимізацію операційних процесів. Українські підприємства активно впроваджують цифрові рішення, що сприяють автоматизації, персоналізації обслуговування та зручності для клієнтів. Так, запровадження автоматизованих систем бронювання, електронних меню та самостійного обслуговування знижує навантаження на персонал та підвищує швидкість обслуговування (наприклад, мобільні додатки, що дозволяють клієнтам самостійно здійснювати бронювання та замовлення послуг, сприяють зручності взаємодії з підприємством). Впровадження систем аналізу даних та CRM-систем дозволяє підприємствам збирати інформацію про вподобання клієнтів і пропонувати їм персоналізовані послуги, що підвищує задоволеність клієнтів і сприяє формуванню лояльності до бренду (наприклад, для постійних клієнтів можуть розроблятися спеціальні пропозиції, бонуси та знижки). Також, у зв'язку зі зростаючою популярністю доставки їжі та дистанційного обслуговування багато ресторанів інтегруються з популярними платформами доставки, що дозволяє забезпечити додатковий канал збуту та розширити клієнтську базу.

Сучасний споживач шукає не лише якісне обслуговування, але й новий досвід та унікальні враження. Тому підприємства ГРГ впроваджують концепції, що дозволяють відповідати потребам різних сегментів клієнтів та створювати цінність через емоційне залучення.

1. Екологічність і стійкість. Глобальні тренди на екологічно дружні ініціативи змушують підприємства гостинності робити свій внесок у

збереження довкілля. Готелі та ресторани впроваджують практики зменшення використання пластику, переробки відходів, використання місцевих продуктів. Це не лише допомагає підприємствам підвищити свою соціальну відповідальність, а й приваблює екосвідомих клієнтів.

2. Розширення спектра послуг. Враховуючи зростаючий попит на оздоровчі та релаксаційні послуги, багато готелів розширюють спектр послуг, додаючи спа-програми, оздоровчі заняття, тренажерні зали та інші можливості для відпочинку. Ресторани, у свою чергу, впроваджують спеціальні меню з акцентом на здорове харчування, яке включає вегетаріанські, веганські та дієтичні опції.

3. Створення атмосферних просторів. Сучасний споживач цінує естетичний досвід, тому підприємства ГРГ звертають особливу увагу на створення унікального інтер'єру та дизайну. Наприклад, готелі й ресторани створюють затишні та індивідуально оформлені простори, що сприяє зануренню клієнта у певну атмосферу та покращує його загальні враження.

Формування лояльності клієнтів у сфері гостинності є важливою складовою довгострокового успіху. Підприємства ГРГ застосовують різні інструменти для залучення та утримання клієнтів.

1. Програми лояльності. Запровадження систем знижок та накопичувальних бонусів дозволяє стимулювати клієнтів повертатися знову. Наприклад, кожне наступне бронювання або замовлення може надавати додаткові привілеї для клієнтів.

2. Зворотний зв'язок із клієнтами. Залучення клієнтів до процесу вдосконалення послуг шляхом опитувань та аналізу відгуків допомагає підприємствам глибше зрозуміти потреби клієнтів і вдосконалювати свої послуги відповідно до їхніх побажань.

3. Маркетинг через соціальні мережі. Сьогодні соціальні мережі відіграють важливу роль у комунікації з клієнтами, а також є інструментом для формування іміджу компанії. Ресторани і готелі активно ведуть сторінки у популярних соціальних мережах, де вони публікують контент, що сприяє залученню нових клієнтів, а також розповідає про актуальні акції та нові послуги.

Таким чином можна стверджувати, що сучасні стратегії розвитку сервісної діяльності на українських підприємствах готельно-ресторанного господарства відображають нові тенденції ринку. Впровадження технологій, орієнтація на клієнта, екологічність і створення унікальних вражень стають ключовими чинниками конкурентоспроможності. Інноваційний підхід, адаптивність та орієнтація на клієнтів дозволяють українським підприємствам ГРГ залишатися успішними навіть у складних економічних умовах.