

РОЛЬ СЕРВІСУ У ФОРМУВАННІ БРЕНДУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ

У сучасній індустрії гостинності сервіс грає ключову роль у формуванні бренду готельно-ресторанного комплексу. В умовах високої конкуренції саме якість обслуговування стає визначальним фактором, що впливає на лояльність клієнтів, репутацію закладу та його комерційний успіх. Готелі та ресторани, які створюють унікальний сервіс, що запам'ятовується, отримують конкурентну перевагу і можливість зайняти стійкі позиції на ринку гостинності [5, 431–432].

Бренд готельно-ресторанного комплексу – це не тільки його назва, логотип чи інтер'єр, а насамперед асоціації, емоції та враження, які отримує клієнт. Бездоганий сервіс формує позитивний імідж закладу, збільшує кількість постійних гостей та сприяє поширенню позитивних відгуків. Розглянемо основні чинники, що визначають вплив сервісу створення успішного бренду.

1. Персоналізація обслуговування. Сучасні клієнти очікують не просто якісного сервісу, а індивідуального підходу. Персоналізація – це ключ до створення унікального досвіду, який робить бренд готелю чи ресторану впізнаваним та цінним. Гостям важливо, щоб їх уподобання запам'ятовувалися: улюблені страви, найкращі номери, особливі побажання щодо сервісу.

Готелі та ресторани, які використовують CRM-системи для збору інформації про клієнтів, можуть пропонувати їм персоналізовані послуги, що формує емоційну прихильність до бренду. Наприклад, якщо постійного гостя зустрічають на ім'я, пропонують його улюблені страви або заздалегідь враховують його побажання, це створює відчуття винятковості та комфорту, підвищуючи ймовірність повторного візиту [14, 17–179].

2. Швидкість та якість обслуговування. Оперативність та високий рівень сервісу – важливі аспекти, які впливають на сприйняття бренду. Клієнти цінують, коли їх запити виконуються швидко, а обслуговування відповідає найвищим стандартам. Наприклад, у готелях важливо, щоб заселення та виселення проходили без затримок, а у ресторанах страви подавалися у розумні терміни.

Швидкість обслуговування має поєднуватись з увагою до деталей. Автоматизація процесів, таких як он-лайн-реєстрація, мобільні ключі та цифрові меню, допомагає покращити клієнтський досвід. Комплекси, які впроваджують сучасні технології та навчають персонал оперативно реагувати на запити гостей, створюють позитивне враження та зміцнюють свій бренд [1, 105–107; 3, 180–182].

3. Атмосфера та емоційний комфорт. Емоції, які відчувають гості під час перебування у готелі чи відвідування ресторану, формують їхнє ставлення до бренду. Доброзичливість персоналу, затишна обстановка, увага до деталей – це створює унікальну атмосферу, яка запам'ятовується. Наприклад, готелі, що пропонують компліменти у вигляді вітальних напоїв чи невеликих подарунків, справляють позитивне враження з перших хвилин [17, 202–205].

Сервіс, орієнтований на турботу про гостей, включає не тільки ввічливість персоналу, але й проактивний підхід. Наприклад, якщо співробітник зауважує, що гість втопився після дороги, і пропонує йому чашку чаю або допомогу з багажем, це створює відчуття турботи, що позитивно впливає на сприйняття бренду [18, 179–182; 19, 208–210].

4. Інноваційні технології у сервісі. Впровадження цифрових технологій у готельно-ресторанному бізнесі значно покращує якість обслуговування та формує сучасний, інноваційний імідж бренду. Наприклад, системи «розумний номер» дозволяють гостям керувати освітленням, температурою та іншими параметрами через мобільний додаток, а у ресторанах запроваджуються інтерактивні меню та безконтактна оплата [3, 180–182].

Використання технологій допомагає не тільки прискорити обслуговування, але й підвищити рівень комфорту гостей. Наприклад, чат-боти та голосові помічники у готелях можуть оперативно відповідати на запитання клієнтів, а цифрові системи бронювання дозволяють легко вибрати відповідний номер або столик у ресторані [12, 235–238; 13, 243–245].

5. Управління зворотним зв'язком та репутацією. В епоху цифрових технологій репутація готелю чи ресторану багато в чому формується он-лайн-відгуками. Готельно-ресторанні комплекси повинні активно працювати зі зворотним зв'язком: оперативно реагувати на зауваження клієнтів, дякувати за позитивні відгуки та демонструвати прагнення покращити сервіс.

Моніторинг відгуків на платформах на зразок «TripAdvisor», «Google Maps» та «Booking.com» допомагає керувати репутацією бренду. Наприклад, якщо готель оперативно відповідає на скарги гостей та пропонує вирішення проблем, це показує рівень відповідальності та підвищує довіру до бренду [2, 177–179].

Також відмітимо, що в умовах війни, що триває сегмент мілітарі-готелів, орієнтованих на розміщення військовослужбовців, ветеранів та фахівців оборонної сфери, потребує особливого підходу до сервісу. Високий рівень дисципліни, надійність та функціональність – основні критерії, що впливають на їхню репутацію [4, 221–225; 9, 231–234].

Обслуговування у мілітарі-готелях має враховувати потреби специфічної аудиторії: гнучкі умови заселення, посилені заходи безпеки, наявність зручних просторів для відпочинку та роботи. Наприклад, надання спеціальних програм лояльності для військових, організація спортивних зон та якісне харчування можуть суттєво підвищити привабливість таких готелів [10, 403–405; 11, 84–86; 16, 180–183].

Також, Україна може використати міжнародний досвід у галузі управління сервісом та побудови бренду готельно-ресторанних комплексів. Наприклад, азіатські мережі готелів, роблять ставку на бездоганне обслуговування, персоналізацію, інтерактивні методи навчання персоналу та уважне ставлення до гостей, що дозволяє їм займати лідируючі позиції на світовому ринку [6, 223–227; 7, 164–167].

Європейські готелі, у свою чергу, акцентують увагу на екологічності та сталому розвитку. Впровадження таких практик, як мінімізація відходів, використання локальних продуктів та енергозберігаючих технологій допомагає покращити імідж готелю в очах сучасних мандрівників, орієнтованих на екологічно свідоме споживання [8, 230–232; 20, 67–89; 21, 181–187].

Таким чином, сервіс є ключовим фактором у формуванні бренду готельно-ресторанного комплексу. Персоналізація, швидкість та якість обслуговування, емоційний комфорт, впровадження інноваційних технологій та управління репутацією – основні елементи, що визначають успіх закладу на ринку гостинності.

Для посилення конкурентних переваг Україні важливо враховувати міжнародний досвід, адаптувати сучасні технології та запроваджувати індивідуалізований підхід до гостей. Впровадження передових стандартів сервісу дозволить вітчизняним готельно-ресторанним закладам зміцнити свій бренд та посісти гідне місце на світовому ринку гостинності [22, 78–84; 15, 187–192].

ЛІТЕРАТУРА

1. Годя І., Корсак Р. Індустрія гостинності: інноваційні рішення для устаткування готельно-ресторанного господарства. *Всеукраїнська науково-практична Інтернет-конференція*. Миколаївський національний аграрний університет. 2024. С. 105–107.

2. Годя І., Корсак Р., Зубак Н. Використання інтернет-ресурсів у діяльності готельно-ресторанних комплексів. *Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи. Том XV: Наукові пошуки в контексті викликів і конфліктів*. Конін – Ужгород – Перемишль – Херсон: Посвіт, 2023. С. 177–179.

3. Годя І., Корсак Р., Шубер Д. Роль цифрових технологій в ресторанному бізнесі. *Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи. Том XV: Наукові пошуки в контексті викликів і конфліктів*. Конін – Ужгород – Перемишль – Херсон: Посвіт, 2023. С. 180–182.

4. Гуштан Т., Корсак Р. Роль VR та AR – технологій для розвитку воєнно-патріотичного туризму та готельно-ресторанного бізнесу. *Наука і освіта України в умовах російсько-української війни: виклики та завдання в контексті національної безпеки. Том II*. Київ – Дрогобич – Львів – Переяслав – Ужгород – Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2024. С. 221–225.

5. Гуштан Т.В., Корсак Р.В. Управління людськими ресурсами в готельно-ресторанному бізнесі в умовах євроінтеграції. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі* [Електронний ресурс]: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., 5 листопада 2024 р. / Державний біотехнологічний ун-т. Електронні текстові дані. Харків, 2024. С. 431–432.

6. Гуштан Т., Корсак Р., Годя І. Особливості євроінтеграції готельно-ресторанного комплексу України до Європейського союзу. *Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи. Том XVII: Подолання кризових ситуацій у науці та освіті*. Конін – Ужгород – Перемишль – Миколаїв: Посвіт, 2024. С. 223–227.

7. Гуштан Т., Корсак Р., Ільницький В. Інтерактивні методи навчання в готельно-ресторанній сфері. *Актуальні питання освіти і науки в умовах сучасної російсько-української війни. Том I*. Дрогобич – Ужгород – Тернопіль: Посвіт, 2024. С. 164–167.

8. Ільницький В., Корсак Р. Міжнародна співпраця України та ЄС у сфері туризму та гостинності. *Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи. Том XVII: Подолання кризових ситуацій у науці та освіті*. Конін – Ужгород – Перемишль – Миколаїв: Посвіт, 2024. С. 230–232.

9. Ільницький В., Корсак Р. Використання готельно-ресторанних послуг у військово-історичному туризмі. *Наука і освіта України в умовах російсько-української війни: виклики та завдання в контексті національної безпеки. Том II.* Київ – Дрогобич – Львів – Переяслав – Ужгород – Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2024. С. 231–234.

10. Ільницький В., Корсак Р. Проблеми та перспективи розвитку військово-патріотичного туризму. *Фундаментальні та прикладні дослідження: сучасні науково-практичні рішення і підходи: збірник матеріалів II-ї Міжнародної науково-практичної конференції.* Баку–Ужгород–Дрогобич: Посвіт, 2017. С. 403–405.

11. Ільницький В., Корсак Р. Сучасні тенденції розвитку військового туризму в Україні. *Тенденції розвитку туристичної індустрії в умовах глобалізації: матеріали I-ої Міжнародної науково-практичної конференції* (27–28 квітня 2017 р., м. Ужгород). Ужгород: ПП «Інватор», 2017. С. 84–86.

12. Корсак Р. Використання штучного інтелекту у готельно-ресторанному бізнесі. *Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи. Том XVII: Подолання кризових ситуацій у науці та освіті.* Конін – Ужгород – Перемишль – Миколаїв: Посвіт, 2024. С. 235–238.

13. Корсак Р., Годя І. Вимоги до сучасного устаткування у готельно-ресторанних комплексах. *Наука і освіта України в умовах російсько-української війни: виклики та завдання в контексті національної безпеки. Том II.* Київ – Дрогобич – Львів – Переяслав – Ужгород – Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2024. С. 243–245.

14. Корсак Р., Годя І. Роль інформаційних технологій і устаткування у готельно-ресторанному бізнесі: автоматизація процесів та аналітика. *Актуальні питання освіти і науки в умовах сучасної російсько-української війни. Том I.* Дрогобич – Ужгород – Тернопіль: Посвіт, 2024. С. 177–179.

15. Корсак Р.В., Гуштан Т.В., Годя І.М. Роль інноваційного устаткування як чинника підвищення конкурентоспроможності підприємств галузі в умовах євроінтеграції. *Причорноморські економічні студії.* 2024. Випуск 87. С. 187–192.

16. Корсак Р., Ільницький В. Маркетингові стратегії для «мілітарі» готельно-ресторанних комплексів: ефективні підходи та інструменти. *Актуальні питання освіти і науки в умовах сучасної російсько-української війни. Том I.* Дрогобич – Ужгород – Тернопіль: Посвіт, 2024. С. 180–183.

17. Корсак Р., Комар М. Сутність і специфіка готельно-ресторанних послуг. *Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи. Том XV: Наукові пошуки в контексті викликів і конфліктів.* Конін – Ужгород – Перемишль – Херсон: Посвіт, 2023. С. 202–205.

18. Корсак Р., Мазюкевич Є. Сучасні тенденції організації обслуговування у вітчизняному готельному бізнесі. *Міжнародна конференція: «Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи».* Том XV. Конін – Ужгород – Перемишль – Херсон: Посвіт, 2023. С. 179–182.

19. Корсак Р., Руднєва А. Сучасні проблеми удосконалення додаткових послуг готельно-ресторанного комплексу. *Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи. Том XV.* Конін – Ужгород – Перемишль – Херсон: Дрогобич: Посвіт, 2023. С. 208–210.

20. Ilnytskyi V., Korsak R., Sichka I. Interregional European Integration, Trade And Tourism Cooperation Of The Countries Of Eastern And Central Europe (On The Example Of Ukraine And The Czech Republic). *European journal of transformation studies*. 2019. Vol. 7. № 1. C. 67–89.

21. Ilnytskyi V., Korsak R., Hodia I. Ukrainian-czech economic links: diplomacy, trade, and tourism (the beginning of the XXI century). *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4. № 4. Pp. 181–187.

22. Hushtan T., Korsak R. The Role of State Support in the Development of the Hotel and Restaurant Business in the Context of Crisis Phenomena and Eurointegration Processes. *Baltic Journal of Economic Studies*, Vol. 10. No. 2, 2024. P. 78–84.