



Менеджмент

УДК 658

DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.14898170>

Роль сервісології для удосконалення ефективності підприємств у сфері готельно-ресторанного бізнесу

Березівська Оксана Йосипівна

к.е.н., доцент, доцент кафедри туризму, Львівський національний університет природокористування, вулиця Володимира Великого, 1, Дубляни, Львівська область, Україна, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-6892-6238>

Стадник Мирослава Євгенівна

к.е.н., доцент, доцент кафедри туризму, Львівський національний університет природокористування, вулиця Володимира Великого, 1, Дубляни, Львівська область, Україна, ORCID <https://orcid.org/0000-0002-5383-5648>

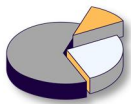
Прийнято: 04.02.2025 | Опубліковано: 19.02.2025

***Анотація.** Метою статті є виявлення й обґрунтування ролі сервісології як провідного чинника підвищення ефективності підприємств у сфері готельно-ресторанного бізнесу та формування конкурентних переваг у сучасному середовищі гостинності. Об'єктом дослідження виступають бізнес-процеси готелів і ресторанів, що перебувають у тісній взаємодії з ринком туристичних та інших послуг, а також механізми побудови сервісного простору. Основними завданнями є аналіз теоретичних підходів до сервісології, визначення ключових чинників впливу на якість обслуговування, формулювання практичних рекомендацій щодо інтеграції сервісологічних інструментів у діяльність підприємств у сфері готельно-ресторанного бізнесу та систематизація*



результатів для використання у подальших дослідженнях і реальному секторі гостинності. Стаття містить обґрунтування актуальності й важливості теми ролі сервісології для підвищення ефективності підприємств у сфері готельно-ресторанного бізнесу, враховуючи як внутрішні, так і зовнішні виклики. Наголошується, що саме завдяки системності сервісологічних підходів, глибокому розумінню психології та очікувань клієнтів, а також широкій інтеграції технологічних інновацій можливо досягати довготривалих успіхів у гостинному бізнесі. Сформовано чотири ключові сутнісні засади ролі сервісології, які демонструють, чому цей підхід стає фундаментальним у формуванні конкурентних переваг. У роботі також визначено основні напрями підвищення ефективності, серед яких: цілеспрямоване вдосконалення стандартів якості, персоналізація послуг і впровадження інформаційно-комунікаційних технологій. Окрему увагу приділено розвитку партнерських відносин, що дозволяють розширити спектр пропозицій і задовольнити індивідуальні потреби найвимогливіших клієнтів. Усе це свідчить про зростаючу значущість сервісології як комплексного та гнучкого механізму, спрямованого на покращення управління бізнес-процесами в сфері гостинності. Окрім теоретичного аспекту, анотація підкреслює практичну цінність даних рекомендацій для керівників і фахівців, які прагнуть підвищити конкурентоспроможність і рівень задоволеності гостей. Сервісологія дає змогу не лише глибше зрозуміти ринок і споживача, а й визначити ефективні механізми реалізації стратегій з урахуванням сучасних економічних та соціокультурних тенденцій.

Ключові слова: підприємства у сфері готельно-ресторанного бізнесу, сервісологія, ефективність, якість обслуговування, інноваційні технології, конкурентоспроможність, гостинність



The role of servisology in improving the efficiency of enterprises in the hotel and restaurant business

Oksana Berezivska

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Tourism, Lviv National Environmental University, V. Velykoho Street, 1, Dublyany town, Ukraine, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-6892-6238>

Myroslava Stadnyk

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Tourism, Lviv National Environmental University, V. Velykoho Street, 1, Dublyany town, Ukraine, ORCID <https://orcid.org/0000-0002-5383-5648>

Abstract. *The purpose of the article is to identify and substantiate the role of serviceology as a leading factor in increasing the efficiency of enterprises in the hotel and restaurant business and forming competitive advantages in the modern hospitality environment. The object of the study is the business processes of hotels and restaurants that are in close interaction with the market of tourist and other services, as well as the mechanisms for building a service space. The main tasks are to analyze theoretical approaches to serviceology, identify key factors influencing the quality of service, formulate practical recommendations for integrating serviceology tools into the activities of enterprises in the hotel and restaurant business, and systematize the results for use in further research and the real hospitality sector. The article contains a justification of the relevance and importance of the topic of the role of serviceology for increasing the efficiency of enterprises in the hotel and restaurant business, taking into account both internal and external challenges. It is emphasized that it is thanks to the systematic nature of service approaches, a deep understanding of customer psychology and expectations, as well as the broad integration of technological innovations that it is possible to achieve long-term success in the hospitality business. Four key essential principles of the role of service are formed, which demonstrate why this approach is*



becoming fundamental in the formation of competitive advantages. The work also identifies the main areas of increasing efficiency, including: targeted improvement of quality standards, personalization of services and the introduction of information and communication technologies. Special attention is paid to the development of partnerships that allow expanding the range of offers and satisfying the individual needs of the most demanding customers. All this indicates the growing importance of service as a comprehensive and flexible mechanism aimed at improving business process management in the hospitality sector. In addition to the theoretical aspect, the abstract emphasizes the practical value of these recommendations for managers and specialists who seek to increase competitiveness and guest satisfaction. Servisology allows not only to understand the market and the consumer more deeply, but also to determine effective mechanisms for implementing strategies taking into account modern economic and socio-cultural trends.

Keywords: *enterprises in the hotel and restaurant business, servisology, efficiency, quality of service, innovative technologies, competitiveness, hospitality*

Постановка проблеми. Актуальність сервісології полягає в тому, що вона дає змогу розглядати бізнес-процеси не лише з точки зору прибутковості, а й крізь призму створення цінності для гостей. Завдяки цьому підприємства у сфері готельно-ресторанного бізнесу можуть змінювати свій підхід до управління персоналом, налагоджувати чіткі канали комунікації з клієнтами й упроваджувати інноваційні технології обслуговування. У результаті зростає ефективність усіх процесів: від формування асортименту страв і напоїв до післяпродажного супроводу. Сервісологія стає необхідною ланкою для побудови вдалого досвіду взаємодії гостя з закладом, що визначає рівень його задоволеності.

Структура статті передбачає: аналіз останніх досліджень і публікацій; формування мети й завдання дослідження; висвітлення ключових методів досягнення мети дослідження; виклад основного матеріалу й формування висновків по результатах дослідження.



Аналіз останніх досліджень і публікацій. Слід підкреслити, що важливі аспекти дослідження проблем ефективності підприємств у сфері готельно-ресторанного бізнесу розкривалися в роботах багатьох вчених та практиків. До прикладу, Коваленко О. В. [1] розглядає превентивне антикризове управління, яке є критично важливим для стабілізації підприємств готельно-ресторанного бізнесу в умовах економічної нестабільності. Автор акцентує на необхідності розробки комплексних стратегій, що дозволяють антиципувати кризові явища та мінімізувати їхній вплив на діяльність підприємства. Кузьмін О. Є. та Георгіаді Н. Г. [2] аналізують роль інформаційних систем у формуванні стратегій економічного розвитку підприємств. У контексті готельно-ресторанного бізнесу, впровадження ефективних інформаційних систем може значно підвищити якість сервісу та оперативність управлінських рішень. Корбутяк В. І. [3] обговорює методологію системного підходу у наукових дослідженнях, яка дозволяє інтегрувати різні аспекти діяльності підприємства в єдину управлінську стратегію. Це особливо важливо для сфери послуг, де кожен компонент сервісу взаємопов'язаний і впливає на загальну якість обслуговування. Калюжна Н. Г. [4] досліджує різні підходи до управління підприємством, що включають стандартизацію процесів та кастомізацію послуг згідно з потребами клієнтів. Такий підхід сприяє покращенню взаємодії з клієнтами та оптимізації робочих процесів. Копитко М. І. та Ільків Ю. І. [5] акцентують на управлінні безпековою діяльністю інноваційно-активних підприємств. Забезпечення високого рівня безпеки є важливим аспектом у готельно-ресторанному бізнесі, що впливає на репутацію та клієнтську лояльність. Міщук Є. В. [6] досліджує економічну стійкість та безпеку підприємства в контексті багатоваріантності зовнішнього і внутрішнього середовища. Розуміння цих аспектів дозволяє підприємствам ефективно адаптуватися до змін та уникнути потенційних ризиків. Мельник С. І. [7] розглядає управління фінансовою безпекою підприємств, що є ключовим для забезпечення довгострокової стабільності та зростання. Фінансова безпека сприяє стабільному фінансуванню інвестицій в якість сервісу та інновації. Мелушова І. Ю., Прокопова О. В., та Твердохліб К. О. [8] описують конкурентне



середовище підприємств, що дозволяє ідентифікувати ключові стратегічні переваги та недоліки. Врахування конкурентних факторів є важливим для формулювання унікальної пропозиції в готельно-ресторанному бізнесі.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Віддаючи належне науковому внеску провідних вчених, зазначимо, що низка теорій і концепцій в контексті визначення ролі сервісології для удосконалення ефективності підприємств у сфері готельно-ресторанного бізнесу, досі залишаються не розкритими повною мірою, що й зумовило вибір даної тематики, її сучасну актуальність. Дослідження може внести значний вклад у розуміння як удосконалити ефективність підприємств у сфері готельно-ресторанного бізнесу.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є виявлення й обґрунтування ролі сервісології як провідного чинника підвищення ефективності підприємств у сфері готельно-ресторанного бізнесу та формування конкурентних переваг у сучасному середовищі гостинності. Об'єктом дослідження виступають бізнес-процеси готелів і ресторанів, що перебувають у тісній взаємодії з ринком туристичних та інших послуг, а також механізми побудови сервісного простору. Основними завданнями є аналіз теоретичних підходів до сервісології, визначення ключових чинників впливу на якість обслуговування, формулювання практичних рекомендацій щодо інтеграції сервісологічних інструментів у діяльність підприємств у сфері готельно-ресторанного бізнесу та систематизація результатів для використання у подальших дослідженнях і реальному секторі гостинності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний ринок гостинності вимагає від підприємств у сфері готельно-ресторанного бізнесу постійного пошуку нових підходів до надання послуг та якісного обслуговування клієнтів. Традиційні моделі ведення бізнесу вже не здатні забезпечити стале зростання й високу конкурентоспроможність [9-11]. Саме тому все більшої уваги набуває сервісологія – міждисциплінарний підхід, що охоплює системний аналіз сфери обслуговування, вивчає потреби споживачів і формує рішення щодо надання найкращого сервісу. Для підприємств у сфері готельно-ресторанного бізнесу



залучення інструментів сервісології стає вирішальним чинником у формуванні позитивного іміджу та лояльності клієнтів.

Останніми роками споживачі все більше цінують індивідуалізований підхід та унікальні враження. В умовах перенасиченості ринку й зростаючих очікувань клієнтів, підприємства у сфері готельно-ресторанного бізнесу мають знайти способи персоналізувати обслуговування й вийти за межі звичного формату надання послуг [12-15]. Сервісологія допомагає систематизувати дані про відвідувачів, аналізувати їхню поведінку та вподобання, а також пропонувати оптимальні рішення. Саме такий підхід сприяє формуванню довгострокових відносин, перетворює випадкових відвідувачів на постійних гостей і формує хорошу репутацію у сфері гостинності. Розвиток сервісології визначається й тими викликами, що виникають через глобалізацію та посилення конкуренції (рис.1).



Рис.1. Характеризуючі аспекти значення ролі сервісології для удосконалення ефективності підприємств у сфері готельно-ресторанного бізнесу

Джерело: складено авторами



Підприємства у сфері готельно-ресторанного бізнесу, які прагнуть вижити в умовах активного ринку, мусять постійно моніторити тенденції й адекватно реагувати на них. Сервісологія надає інструментарій для виявлення унікальних сервісних можливостей, сприяє формуванню фірмового стилю обслуговування та дає змогу виділитися серед конкурентів. Таким чином, вона підвищує привабливість та конкурентоспроможність, оскільки орієнтує бізнес не лише на короткостроковий прибуток, а й на стале зростання, засноване на задоволенні потреб клієнтів. Крім безпосереднього впливу на якість обслуговування, сервісологія допомагає ефективніше керувати ресурсами та оптимізувати внутрішні процеси. Наприклад, ретельний аналіз шляхів пересування гостей у ресторані чи зонуванні в готелі дає змогу краще впорядкувати роботу персоналу, розташувати обладнання так, щоб мінімізувати час очікування й покращити загальні враження клієнтів. Для підприємств у сфері готельно-ресторанного бізнесу це означає раціональніше використання коштів, оптимізацію штатного розкладу та підвищення продуктивності кожного працівника. В результаті досягаються водночас і вища якість обслуговування, і фінансова ефективність (рис.2).

Науковий підхід сервісології підкріплює дослідження психології споживачів і принципів поведінки клієнтів. Культурні, соціальні та емоційні аспекти впливають на рішення щодо вибору готелю чи ресторану й на оцінку клієнтом отриманого досвіду. Вивчення цих чинників дозволяє підприємствам у сфері готельно-ресторанного бізнесу краще адаптувати пропозицію під цільові сегменти ринку, уникати типових помилок і формувати унікальну атмосферу гостинності. Так формується стійка конкурентна перевага, оскільки заклад може надати гостеві саме ту послугу, що відповідає його очікуванням і стимулює подальше поширення позитивних відгуків.



Рис.2. Напрями підвищення ефективності підприємств у сфері готельно-ресторанного бізнесу

Джерело: складено авторами

Важливим аспектом є те, що сервісологія тісно пов'язана з інноваціями. Підприємства у сфері готельно-ресторанного бізнесу, які впроваджують сучасні технології – від мобільних додатків для бронювання до цифрових меню та програм лояльності – отримують можливість розширювати канали комунікації з клієнтами й надавати додаткову зручність. Такі нововведення створюють комфортні умови, дозволяють гостю відчувати, що заклад іде в ногу з часом і



орієнтується на його потреби. Сервісологія системно пояснює, як інтегрувати ці інноваційні рішення так, щоб підвищити загальну ефективність бізнесу й рівень задоволеності клієнтів. Не менш значущим є управління персоналом на основі сервісологічних підходів. Підприємства у сфері готельно-ресторанного бізнесу, що надають пріоритет кваліфікації та мотивації своїх працівників, бачать кращі результати як у фінансовому плані, так і в репутаційному. Правильно сформована корпоративна культура обслуговування, з акцентом на повазі й уважності до гостя, здатна перетворити пересічний візит у незабутній досвід. Досягненню цих результатів сприяє належна підготовка персоналу, що включає не лише технічні навички, а й розуміння психології комунікації та стандартів гостинності.

Висновки. Підсумовуючи, можна стверджувати, що в умовах зростання конкуренції та динамічних змін у споживчих настроях очевидно, що сервісологія вже перестала бути просто додатковою перевагою – вона стала визначальним чинником успішності для підприємств у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Постійне вдосконалення якості обслуговування, впровадження інновацій і системне управління враженнями клієнтів формують стабільну позитивну репутацію та сприяють розширенню ринкової частки. Тому актуальність і важливість теми значення сервісології дедалі зростають, адже від неї залежить, наскільки успішно бізнес зможе відповідати вимогам часу і формувати нові можливості для свого розвитку.

Список використаних джерел

1. Коваленко О. В. Сутність, особливості та деякі проблеми превентивного антикризового управління підприємством. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». 2009. № 5. С. 99–106.
2. Кузьмін О. Є., Георгіаді Н. Г. Формування і використання інформаційної системи управління економічним розвитком підприємства : монографія. Львів, 2006. 368 с.



3. Корбутяк В. І. Методологія системного підходу та наукових досліджень. Рівне : НУВГП, 2010. 176 с.
4. Калюжна Н. Г. Аналіз підходів до визначення системи управління підприємством. Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 2. С. 50–53.
5. Копитко М. І., Ільків Ю. І. Управління безпековою діяльністю інноваційно-активних підприємств. Соціально-правові студії. 2020. Вип. 3 (9). С. 162–172.
6. Міщук Є. В. Дослідження економічної стійкості та економічної безпеки підприємства в умовах багатоваріантності зовнішнього і внутрішнього середовища. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. 2018. № 5. С. 67–71.
7. Мельник С. І. Управління фінансовою безпекою підприємств: теорія, методологія, практика : монографія. Львів : «Растр-7», 2020. 384 с.
8. Мелушова І. Ю., Прокопова О. В., Твердохліб К. О. Конкурентне середовище підприємств: сутність та види. БізнесІнформ. 2016. № 11. С. 379–385.
9. Кулик Н. М., Соколенко Т. М. Технологія адаптації у системі управління підприємством. Економічний аналіз. 2013. Т. 14. № 3. С. 96–100.
10. Дорошук Г. А., Дашченко Н. М. Антикризове управління підприємством: теорія та практика. Львів : Новий Світ-2000, 2010. 332 с.
11. Дорошенко М. П., Вороніна В. Л. Організаційна структура управління: сутність та класифікація. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. 2019. № 5. С. 52–56.
12. Гринько Т. В. Управління змінами на підприємствах – необхідна умова забезпечення їх розвитку. Бізнес-Інформ. 2013. № 10. С. 247–252.
13. Кондратюк О. І. Основні напрями економічного розвитку підприємств у сучасних умовах. Зб. наук. праць Таврійського державного агротехнологічного університету. 2013. № 1. С. 257–266.
14. Штангрет А., Силкін О., Шляхетко В. Трудова міграція як зовнішня загроза для кадрової безпеки підприємства. № 10(38), 2024. Наукові інновації та передові технології. С. 190-201. [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-10\(38\)-190-201](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-10(38)-190-201)



15. Штангрет А., Силкін О. Безпекові аспекти управління персоналом в умовах гіпердинамічного зовнішнього середовища. № 9(37), 2024. Наукові інновації та передові технології. С. 227-237. [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-9\(37\)-227-237](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-9(37)-227-237)