

Список використаних джерел

1. Лямова М.А. Методи оцінки рівня якості туристичних послуг. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, 10.04.2019 р. Одеса: ОНЕУ, 2019. С. 643-645.
2. Круковська О. В. Оцінка якості продукції та якості послуг готельно-ресторанного бізнесу. Економіка та суспільство. 2023. Вип. 56. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-3>.
3. Модель SERVQUAL - ефективний спосіб вимірювання сервісу: презентація. SlideShare. URL: <https://www.slideshare.net/RostyslavDmytruk/servqual-pptx>.
4. Куракін О. Б. Дослідження методологічних підходів до оцінки якості готельних послуг. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. 2023. Вип. 1 (7) . С. 5-9. URL: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(7\).2023.1](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(7).2023.1)
5. Рябенька М.О. Оцінка якості послуг у готелях і ресторанах. Економіка та управління підприємствами. 2020. Вип. 52-2. С. 46-51. URL: <http://surl.li/rkbqj>

Димитрієва А. А.

Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна

*Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*

Нєчева Н. В.

ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Сфера гостинності є комплексом галузей, основне завдання яких полягає в обслуговуванні туристів під час їхнього перебування поза місцем постійного проживання. Це включає в себе готельний бізнес, ресторани, кафе, кейтерингові послуги, туристичний та розважальний бізнес, а також інші види діяльності, спрямовані на забезпечення комфорту, харчування, розваг та інших потреб туристів. Сфера гостинності є важливою складовою туристичної індустрії та має велике значення для економіки багатьох країн, оскільки вона забезпечує

робочі місця, приваблює інвестиції та сприяє розвитку інфраструктури та послуг у сфері туризму.

Готельна послуга може бути розглянута як дія або операція підприємства, спрямована на розміщення споживачів шляхом надання номера або місця для тимчасового проживання у готелі. Крім цього, ця послуга також може включати інші дії або операції, пов'язані з розміщенням і тимчасовим проживанням гостей, такі як обслуговування у номерах, надання послуг харчування, організація дозвілля та розваг для гостей, забезпечення безпеки і комфорту під час їх перебування в готелі та інші подібні дії [1].

Готельні послуги можна розділити на основні і додаткові. Основні послуги - це ті, що включені у ціну номера і передбачені у договорі, такі як проживання та харчування. Додаткові послуги - це ті, які не включені в основний пакет і можуть бути замовлені споживачем за додаткову плату, такі як автостоянка, послуги пральні, сауни та інші.

Ефективна система надання послуг у готельній індустрії відіграє важливу роль у визначенні якості перебування гостей і є ключовим чинником у формуванні їхнього враження про готель. Готелі, які забезпечують високий рівень обслуговування та враховують потреби своїх гостей, мають більші шанси на позитивні відгуки, повторні відвідини та рекомендації. Ефективна система надання послуг може включати в себе такі аспекти, як швидка реакція на запити гостей, професійне та дружелюбне обслуговування персоналу, якісне харчування, зручність у використанні послуг та інші фактори, які сприяють зручності та задоволенню гостей. Задоволені гості частіше повертаються та рекомендують готель своїм знайомим, що є важливим для успішної діяльності в готельній галузі [2].

В епоху глобалізації та зростаючого туризму конкуренція серед готелів є вельми великою. Щоб вижити і процвітати в такому середовищі, готелі повинні мати чітку стратегію конкурентного позиціонування і здійснювати добре організовану та скоординовану процедуру надання послуг. Ось деякі ключові аспекти, на які вони можуть зосередитися:

– цільова аудиторія: готелі повинні чітко визначити свою цільову аудиторію і адаптувати свої послуги та маркетингові зусилля відповідно до її потреб і очікувань;

– якість обслуговування: надання високоякісного обслуговування є ключовим елементом залучення та утримання клієнтів. Це включає в себе якість номерів, харчування, обслуговування гостей та інші додаткові послуги;

– персонал: дружелюбний та компетентний персонал може стати справжньою перевагою готелю. Школація персоналу для забезпечення високого рівня обслуговування важлива для задоволення потреб гостей;

– інновації: готелі повинні триматися в тренді з інноваціями в галузі гостьового обслуговування, використовуючи нові технології та ідеї для поліпшення комфорту і зручності гостей;

– маркетинг і реклама: ефективна маркетингова стратегія, яка використовує як онлайн, так і офлайн канали, допомагає привертати нових клієнтів та зберігати існуючих;

– відгуки та репутація: відгуки та репутація грають важливу роль у привертанні клієнтів. Готелі повинні активно відслідковувати відгуки гостей і вживати заходів для вирішення будь-яких проблем або недоліків;

– стратегічне партнерство: укладання стратегічних партнерств з туроператорами, авіакомпаніями та іншими гравцями в сфері туризму може допомогти готелям розширити свою аудиторію та збільшити прибуток.

Загалом, успішне конкурентне позиціонування готелю потребує комплексного підходу, який охоплює всі аспекти бізнесу, від обслуговування гостей до маркетингу та управління репутацією.

Гостинність і якість обслуговування відіграють ключову роль у привабленні та збереженні клієнтів. Гарне обслуговування сприяє формуванню лояльності клієнтів, а задоволені клієнти часто рекомендують ваш бізнес іншим, сприяючи розширенню клієнтської бази. У конкурентному середовищі гостинність і якість обслуговування можуть стати конкурентною перевагою. [3]

Список використаних джерел

1. Бігдан М.Г., Карлик Ю.Ю. Пряма залежність якості туристичних послуг від ефективного управління персоналом. Економіка. Управління. Інновації. 2012. Вип. 2 (8). С. 43-49.
2. Семенов В.Ф., Нєчева Н.В. Дослідження процесів управління персоналом підприємств курортно-рекреаційної сфери: термінологічні уточнення. Вісник соціально-економічних досліджень. 2015. Вип. 3 (58). С. 214-220.
3. Семенов В.Ф., Нєчева Н.В. Макроекономічний контекст ефективного управління персоналом підприємств курортно-рекреаційної сфери: монографія. Київ: ФОП Бондаренко М.О., 2019. 258 с.

Загарій Є. С.

Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна

*Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*

Галасюк С. С.

СТАН РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СВІТОВОГО РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Гостинність можна визначити дещо широко як галузь, яка зосереджена на забезпеченні споживачів засобами для участі у дозвіллі, будь-то проживання у готелі або вечеря у ресторані. Він охоплює багато галузей, найбільшими з яких є розміщення та послуги харчування та напоїв. У 2023 році світовий ринок гостинності сягнув майже 4,7 трильйона доларів США і, за прогнозами, зросте до 5,8 трильйона доларів США у 2027 році при середньорічному темпі зростання (CAGR) 5,5%. Очікується, що ринок досягне 6715,27 млрд. дол. у 2026 році при CAGR 10,2%.

Станом на 2023 рік у світі налічувалося близько 187 000 готелів із приблизно 17,5 мільйонами номерів у всьому світі. Загалом у 2022 році у світі було відкрито 1842 готелі.