

3. Офіційний сайт міжнародної готельної мережі Radisson Hotels. URL: <https://www.radissonhotels.com>.
4. Шикіна О.В. Динаміка розвитку міжнародної готельної індустрії на прикладі готельних мереж. Актуальні проблеми економіки: науковий економічний журнал. 2018. № 12 (210). С. 82-91.
5. Vakhovich I., Matviychuk L. and Smal B. (2021). Development of the hospitality industry in modern conditions: trends and measures to strengthen competitive advantages. Financial and credit activity problems of theory and practice. 6 (41). 494-502.

Осітковська П. О.
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна
*Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*
Шикіна О. В.

СПЕЦИФІКА ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Специфіка визначення якості послуг на підприємствах готельного господарства полягає в унікальних вимогах та очікуваннях, що ставляться перед цією галуззю.

Готельний бізнес має високий стандарт обслуговування, який визначається не лише комфортом та зручністю, але й дбайливим ставленням до деталей та індивідуальним побажанням кожного гостя.

В сучасному світі, де конкуренція на ринку готельних послуг надзвичайно висока, важливо зрозуміти специфіку визначення якості обслуговування на підприємствах готельного господарства. Ця тема належить до одних з найактуальніших у галузі туризму та гостинності, оскільки вона впливає на репутацію та успішність бізнесу. У цій роботі ми розглянемо основні аспекти специфіки визначення якості послуг на підприємствах готельного господарства.

Розглянемо декілька основних аспектів (табл. 1).

Таблиця 1

Основні аспекти специфіки визначення якості послуг
на підприємствах готельного господарства

Аспект	Його опис
Комплексний підхід до обслуговування гостей	Готельне господарство має враховувати різні аспекти обслуговування, включаючи прибирання номерів, стан ресторану, якість послуг на рецепції та додаткові сервіси, такі як трансфери або екскурсії. Підприємство повинно забезпечити, щоб кожен етап взаємодії з гостем є якісним та забезпечує їхнє задоволення.
Важливість чистоти та порядку	Чистота та порядок у готельному середовищі є важливими аспектами, які безпосередньо впливають на враження гостей. Не тільки номери мають бути бездоганними, але й загальні зони, такі як холи, лобі, ресторани та інші, повинні бути доглянуті та чистими.
Роль зручностей та комфорту	Важливо, щоб гості мали доступ до необхідних зручностей, таких як швидкий Інтернет, зручні ліжка, клімат-контроль та інші, які сприяють їхньому комфортному перебуванню. Недостатня якість цих послуг може призвести до незадоволення та втрати лояльності.
Персональний підхід до кожного гостя	Кожен гість унікальний, і готель повинен забезпечити індивідуальний підхід до кожного. Це включає в себе врахування їхніх побажань, дотримання дієтичних обмежень, надання додаткових послуг або забезпечення спеціальних умов для гостей з обмеженими можливостями.
Використання зворотного зв'язку	Збір і аналіз відгуків та оцінок гостей дозволяє підприємству виявляти сильні та слабкі сторони своєї діяльності. Це допомагає вдосконалювати сервіс та виправляти недоліки для підвищення рівня задоволення клієнтів.

Джерело: складено автором за [1]

Можемо віднести до специфічних методів оцінки визначення якості готелів метод опитування клієнтів, метод аналізу скарг і відгуків, метод

«таємний покупець», метод порівняльний аналіз та метод сертифікації.

Оцінка якості послуг через опитування клієнтів є одним з найпоширеніших методів визначення якості готельних послуг. Опитування можуть проводитися у формі анкет, інтерв'ю, телефонних дзвінків або онлайн-опитувань.

Багато корисної інформації можна отримати шляхом аналізу скарг і відгуків, особливо на таких ресурсах як [booking.com](https://www.booking.com).

Вже давно класикою аналізу якості надання послуг став метод «таємний покупець», який передбачає наймання експертів, які відвідують готель під виглядом звичайних клієнтів і потім оцінюють якість обслуговування.

Достатньо складний для застосування, але дієвий у реаліях ринку – метод порівняльного аналізу. Цей метод передбачає порівняння якості послуг одного готелю з якістю послуг інших готелів. Питанням залишається достовірність аналізу готелів конкурентів, але тримати руку на пульсі готельного ринку, на якому надаються послуги – є дуже важливим моментом.

І останній метод, що має дуже чітке вимірювання – сертифікація. Наявність сертифікату якості свідчить про те, що готель відповідає певним стандартам.

Для підвищення якості надання послуг у готельному підприємстві доцільним є розглянути розробка та впровадження системи управління якістю, навчання персоналу, модернізацію матеріально-технічної бази, залучення маркетингу та реклами, підвищення кваліфікації персоналу, мотивацію персоналу та безпосередній контроль якості.

Підвищення якості послуг готельного господарства є постійним процесом, який потребує значних зусиль і ресурсів. Однак це є необхідною умовою для забезпечення конкурентоспроможності готельного господарства на ринку.

Якість послуг готельного господарства – це не лише про комфорт і зручність клієнтів. Це також про їхню безпеку, здоров'я та емоційний стан.

Специфіка визначення якості послуг на підприємствах готельного

господарства полягає у комплексному підході до обслуговування гостей, врахуванні чистоти та порядку, забезпеченні комфорту та зручностей, персональному обслуговуванні та використанні зворотного зв'язку. Розуміння та врахування цих аспектів допомагає готелям підтримувати високий стандарт обслуговування та забезпечує їхню успішність на ринку гостинності.

Список використаних джерел

1. Bedradina G., Nezdoyminov S., Ivanov A. Digital Technology in the Management of Quality Service in Tourism Business. International Journal of Engineering and Advanced Technology 2019. Vol.9, Issue-1. P. 1865-1869 URL: <http://surl.li/fdxkt>.

Пінті О. І.

Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна

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

Нєчева Н. В.

БРЕНДИНГ ТЕРИТОРІЇ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ

Сьогодні національний брендинг є потужним інструментом для підвищення конкурентоспроможності регіонів, залучення інвестицій, стимулювання бізнесу та розвитку туристичної галузі. Завдяки глобалізаційним процесам конкуренція між регіонами значно зростає, і брендинг може стати ключовим фактором у привабливості уваги і ресурсів. Туристичні напрямки вважаються специфічним товаром, який визначається не лише потребами туристів, а й місцевими жителями, бізнесом та інвесторами. Використання брендингових підходів може значно поліпшити конкурентоспроможність будь-якого регіону, привертаючи увагу та інвестиції.

Сучасні міста і регіони розвиваються не лише завдяки матеріальним чинникам, але й через важливі нематеріальні аспекти, такі як економічна стабільність, соціальна гармонія, інвестиції у капітальні проекти, розвиток туризму та освіти. Однією з ключових стратегій для досягнення цих цілей є