

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-112>

УДК 338.488:640.4

## ОПТИМІЗАЦІЯ ЯКОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЮ «BOSSFOR», ОДЕСА

### OPTIMIZATION OF THE QUALITY OF HOTEL SERVICES AT THE «BOSSFOR» HOTEL, ODESA

**Олійник Валентина Дем'янівна**  
кандидат географічних наук, доцент,  
Міжнародний гуманітарний університет  
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6451-556X>

**Дишкантюк Юлія Ігорівна**  
доктор філософії, доцент кафедри,  
Міжнародний гуманітарний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0928-6004>

**Власюк Карина Вікторівна**  
старший викладач кафедри,  
Міжнародний гуманітарний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6209-5525>

**Oliinyk Valentyna, Dyshantiuk Yulia, Vlasiuk Karyna**  
International Humanitarian University

Готельне господарство є найбільшою складовою туристичної галузі. Готельні підприємства стикаються з проблемами підвищення ефективності управління, прибутковості бізнесу та конкурентоспроможності даного виду послуг на національному та міжнародному ринках. У статті проведений аналіз фундаментальних досліджень та наукових праць з теорії та практики готельного господарства країни, висвітлені питання сучасного стану та рекомендації щодо оптимізації надання готельних послуг на прикладі готелю «BOSSFOR». Проаналізовані основні показники сфери діяльності готелю, визначено рівень якості надання послуг. Проведені дослідження основних конкурентів готелю. Даний аналіз дав можливість виявити сильні та слабкі сторони готелю. Надати рекомендації та визначити основні заходи для вдосконалення якості послуг, підвищення кваліфікації персоналу, що відповідає за обслуговування, розширити спектр додаткових послуг, що дозволить підвищити задоволеність клієнтів.

**Ключові слова:** готельне господарство, послуги, готель, якість.

The hospitality industry worldwide demonstrates rapid development. One of the key directions is the formation and development of modern infrastructure, primarily in the accommodation sector according to international standards. Hotel management is the largest component of the tourism industry. Hotel enterprises face challenges in increasing management efficiency, profitability, and competitiveness of this type of service in both national and international markets. In the article, the analysis of fundamental research and scientific works on the theory and practice of the hotel industry of the country has been conducted; however, practical recommendations are practically absent. Accordingly, the purpose of the research is to analyze hotel services and the quality of service of a particular hotel to provide practical recommendations. The research methodology is based on assessing the criteria for service quality in hotels: the comprehensiveness of the service, the quality of the service, the quality of staff work, and the quality of the material and technical base. An analysis of statistical data on indicators such as the distribution of hotels by regions and the structure of the room stock has been carried out. The main indicators of the hotel's activities have been analyzed, and the level of service quality has been determined. The research has been conducted on the main competitors of the hotel. This analysis has enabled the identification of the hotel's strengths and weaknesses, providing recommendations and determining key measures to improve service quality: increasing the qualification of staff responsible for customer service; implementing the use of a mobile application or chatbot for effective communication with guests; introducing personalization for regular clients. As additional services, nanny services should be added. Equip a hypoallergenic room: hypoallergenic bedding, hypoallergenic pillows and blankets, hypoallergenic carpets, cleaning with odorless safe products. In the marketing environment,



the "Bossfor" hotel should take active steps to strengthen its position in the market by increasing the share of repeat customers, diversifying products, and introducing new services to the market.

**Key words:** hotel industry, hotel services, management, service quality.

**Постановка проблеми.** Сфера гостинності світу демонструє швидкі темпи розвитку. Одним із стержневих напрямлень є формування та розвиток сучасної інфраструктури і, в першу чергу, – сектора розміщення відповідно до міжнародних стандартів. Наразі, готельне господарство є чи не найбільшою складовою туристичної галузі. В умовах розвитку інтеграційних процесів та зростаючої конкурентної боротьби на міжнародному туристичному ринку сучасне готельне господарство вже виділилось у самостійну галузь економіки в багатьох країнах світу і Україна не є винятком. За умов міжнародної інтеграції, готельна справа стає дедалі привабливішою для інвестування та впровадження інновацій.

Готельні підприємства стикаються з проблемами підвищення ефективності управління, прибутковості бізнесу та конкурентоспроможності даного виду послуг на національному та міжнародному ринках. Становлення і розвиток ринкових відносин загострює конкуренцію в сфері готельного бізнесу, що викликає безліч явищ і процесів, пов'язаних з обслуговуванням споживачів. При цьому питання якості та конкурентоспроможності послуг є надзвичайно актуальним. У зв'язку з цим, створення високоприбуткового і конкурентоспроможного готельного бізнесу стає головним завданням не тільки для політики держави, а також для регіональної влади, бізнесменів, керівників підприємств.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Фундаментальні дослідження теоретичних та практичних основ організації готельного господарства представлені в працях С. В. Байлика та І. М. Писаревського [11], М. П. Мальської, І. П. Пандяка [8], О.Г. Розметової, Т. Л. Мостенської та Т. В. Влодарчик [12]. Питання управління якістю готельних послуг широко висвітлені в роботах Р. С. Ладигенської [16], Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. В. Новак [17].

Основні поняття сфери гостинності, готельних послуг, особливості діяльності провідних готельних служб та організації, надання основних і додаткових послуг у закладах гостинності висвітлені в роботі Г. Круль, О. Заячук [13]. Не дивлячись на вагому теоретичну та практичну наукову базу, робіт щодо діяльності готельних підприємств, аналізу бізнес-процесів, удосконалення якості послуг, прак-

тичних прикладів та конкретних рекомендацій не досить.

Тому, метою дослідження є аналіз готельних послуг та якості обслуговування окремо взятого готелю для надання практичних рекомендацій.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Туристична індустрія країни розглядається як сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності, які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів. Головним завданням стратегічного розвитку туризму, курортів на 2018–2024 роки є утворення і розвиток сучасного конкурентоспроможного туристичного комплексу, основаного на мережі готельних підприємств. Для дослідження нами обрано тризірковий готель «Bossfor», в м. Одесі, так як Одеса є одним з туристичних центрів країни, і кількість готелів та якість готельних послуг має бути на високому рівні (рис. 1).

Одеська область посідає третє місце після м. Києва та Львівської області. Отже, область представлена значною кількістю готелів. За показником кількості осіб, які перебували у закладах розміщення лідирує м. Київ – столиця країни, також Львівська, Київська, Дніпропетровська та Одеська області [9].

Тризіркові готелі користуються популярністю у туристів, тому що відповідають ринковому принципу ціна – якість (рис. 2).

Найбільша кількість номерного фонду зосереджена в тризіркових готелях, що є практичним для вітчизняних туристів, кількість яких збільшилась, у зв'язку з активізацією внутрішнього туризму, через ковідні обмеження в країнах Європи. Користуються попитом і готелі 4 зірок – 29%. Практично однакова кількість номерів у готелях 5 зірок та 1–2 зірок.

Одеса – культурний, логістичний, економічний, курортний центр країни що підтверджується статистикою туристичних потоків міста рис. 2.

Одеса демонструвала стійкий розвиток туризму. Ріст на 30% у 2021 р. після ковідного 2020 р. Британське видання включило Одесу в список міст, які варто відвідати у 2022 р. Також в список must visit потрапили Відень, Ханья, Неаполь, Париж, Сеул, Каунас, Осло і Спліт, проте політична ситуація в країні не сприяла розвитку туризму [14]. Сума туристич-

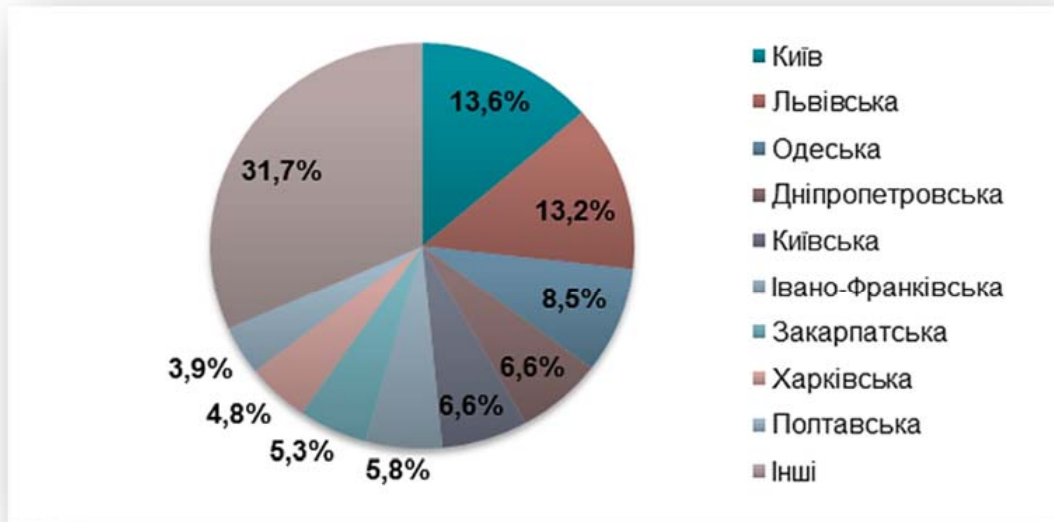


Рис. 1. Розподіл готелів за регіонами

Джерело: [1]

тичного збору у 2022 р. склала 178,9 млн. грн, що на 24% менше в порівнянні з 2021 роком. В Одеській області загальна сума турзбору у 2021 р. склала 235,5 млн. грн., у 2022 році даний показник зменшився на 80% [19; 20].

Отже, в умовах національного і культурного відродження України, розвитку туристичної індустрії – аналіз готельних послуг з метою оптимізації якості обслуговування клієнтів є актуальним маркетинговим дослідженням, яке проводилось ґрунтуючись на методиці, яку часто використовують науковці при дослідженні закладів гостинності [15]. В даному дослідженні увага приділена критеріям якості обслуговування в готелях: комплексність послуги, якість послуги, якість праці персоналу та якість матеріально-технічної [7].

«Bossfor» – це вишуканий і сучасний готельно-ресторанний комплекс бізнес-класу, розташований у мальовничому, тихому куточку Одеси, поблизу курортної зони міста – Аркадії. Готель «Bossfor» повністю відповідає рівню комфорту та якості надання готельних послуг категорії 3 зірки. Готель «Bossfor» входить до мережі готелів «Ribas Hotels». Середня завантаженість готелю в 2020-21 р.р. становила близько 60%, у 2022 р. різко знизилась до 30% у зв'язку з політичною ситуацією в країні, у 2023 р. показник зріс на 18%. Безкоштовні послуги готелю: Загальна характеристика номерного фонду готелю «Bossfor» представлена в табл. 2 [3].

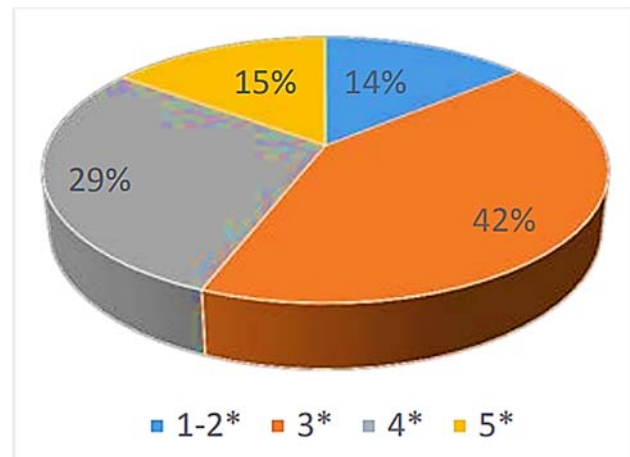


Рис. 2. Структура номерного фонду в Україні за категоріями готелів

Джерело: [1]

Максимальна кількість проживаючих становить 56 ос. Цінова політика готелю прийнятна і коливається в межах 1000–1800 грн. Середній чек ресторану складає 700 грн. До безкоштовних послуг відносяться: виклик швидкої допомоги або лікаря; пробудження у визначений термін; доставка в номер кореспонденції; надання посуду й столових приборів; надання місця для автостоянки; замовлення таксі; Wi-Fi Інтернет. До платних послуг відносяться: транспортне обслуговування; послуги пральні; послуги хімчистки; користування факсом, ксероксом, комп'ютером; екскурсійне обслуговування; замовлення квит-

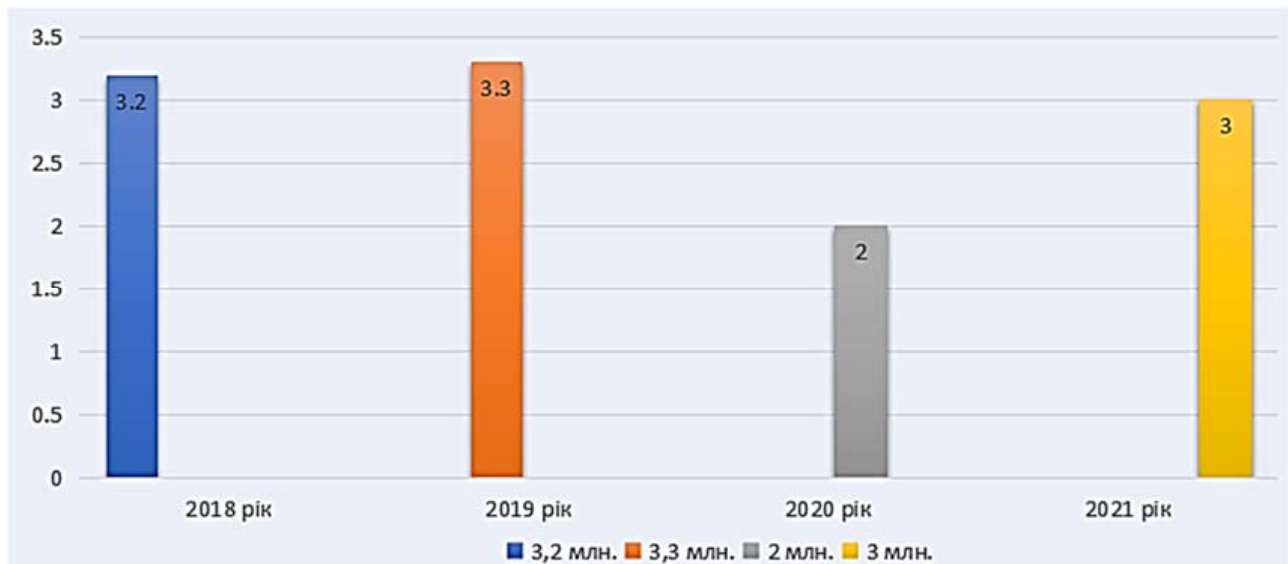


Рис. 3. Динаміка туристичних потоків

Джерело: [14]

Таблиця 1

## Номерний фонд готелю

Клас номеру	Кількість місць	Кількість Номерів	Частка в структурі номерного фонду, %
Стандарт	Двомісний	2	11,8
Стандарт покращений	Двомісний	6	35,3
Напівлюкс	Двомісний	5	29,4
Люкс однокімнатний	Двомісний	2	11,8
Люкс двокімнатний	Чотиримісний	2	11,8
Всього	-	17	100

Джерело: власна розробка авторів

ків; обслуговування в номерах (доставка їжі і товарів до номеру за бажанням гостя).

На основі аналізу інформації, надана характеристика сфер діяльності готелю для визначення якості обслуговування. Визначені його сильні та слабкі сторони табл. 2 [3; 9].

Для надання рекомендацій оптимізації готельних послуг визначимо конкурентів готелю в радіусі 1 км та проведемо аналіз за аналогічними показниками. Головними конкурентами готелю «Bossfor» виступають: готель «Аркадія» (3\*), готель «Geneva Resort» (3\*), готель «Корона» (3\*) табл. 3. [2; 4; 5]

Таким чином, слід сказати, що за рівень конкурентоспроможності готелю «Bossfor» (12 балів) менший, ніж у готелю «Корона» (14 балів), однак більший, ніж у готелів «Аркадія» (8 балів) та «Geneva Resort» (10 балів).

Наступним етапом дослідження є оцінка рівня конкурентоспроможності вище пере-

рахованих закладів на основі оцінок клієнтів (табл. 4).

Отже, гості готелю «Bossfor» досить високо оцінюють якість проживання в готелі та рівень наданих послуг. Серед конкурентів за рівнем якості надання послуг готель «Bossfor» займає високі позиції. Звісно, що дані табл. 5 є суб'єктивними, але до цих даних слід уважно прислуховуватися для підвищення рівня якості надання послуг серед готелів-конкурентів.

Провівши порівняльний аналіз якості надання послуг в готелях, очевидно, що «Bossfor» займає високу позицію. Для того, щоб утриматися на цій позиції на ринку готельних послуг міста, готелю «Bossfor» необхідно постійно працювати над підвищенням рівня конкурентності: запроваджувати програми лояльності, з кожним роком покращуватися та розширювати асортимент додат-

Таблиця 2

## Характеристика сильних та слабких сторін готелю «Bossfor»

Сфера діяльності	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Маркетинг, готельні послуги, бренд	Постійне вивчення та аналіз стану ринку, позицій конкурентів, своєї позиції, потреб споживачів; диференціація готельних послуг; підтримка та розвиток іміджу. Комплексність готельних послуг. Використання маркетингових комунікацій: засоби реклами, промоакції.	Не всі готельні послуги знаходять широкий попит у клієнтів.
Формування готельних послуг	Значний асортимент послуг. Всі послуги чітко розроблені та мають відповідні алгоритми. Вони відповідають стандартам та мають ґрунтовну розрахункову базу.	Недостатньо адаптовані до вимог клієнтів пропозиції додаткових послуг.
Організація збуту	Готель входить в мережу готелів «Ribas Hotels Group». Наявність власного веб-сайту.	Зниження попиту внаслідок епідемії коронавірусу, військової агресії.
Інновації	Розробкою технологій надання готельних послуг займаються спеціалісти, які пройшли атестацію та навчання у спеціалізованих іноземних центрах.	Обмеженість ресурсів площі. Слабка забезпеченість власними обіговими коштами.
Фінанси	Готель був прибутковим у 2019, 2021 роках, при цьому дотримуються усі фінансові нормативи.	Недостатність фінансових ресурсів, низький рівень прибутковості впродовж 2022 р.
Організація, управління	Чітко сформовані стратегії, високий рівень управління, ефективні засоби контролю, чітко сформована організаційна структура управління.	Занадто складний процес прийняття рішень.
Кадри	Високий рівень кваліфікації та підготовки вищого управлінського персоналу; досвід діяльності, атестація та навчання вищого управлінського персоналу. Ефективна система стимулювання праці – премії.	Відсутність централізованого навчання персоналу низової ланки. Недостатнє володіння персоналом іноземними мовами.

Джерело: власна розробка авторів

кових послуг. Наразі, орієнтуючись на площу та інфраструктуру готелю пропонуємо ввести послуги няні, перукарські, манікюрні, масажні послуги в кабінеті або в номерах, дрібний ремонт речей, підвищення професійних якостей персоналу, знання ними іноземних мов.

Наступним кроком дослідження готелю «Bossfor» є аналіз його зовнішніх можливостей та загроз (табл. 5).

**Висновки.** За результатами проведеного аналізу сильних та слабких сторін готелю «Bossfor», а також зовнішніх можливостей та загроз, побудуємо матрицю SWOT-аналізу (табл. 6).

Проведене дослідження дало можливість надати конкретні рекомендації для оптимізації готельних послуг.

Звернути увагу на «створення першого враження» у клієнтів: націлювати персо-

нал на доброзичливість у конфліктних ситуаціях, застосовувати індивідуальний підхід до кожного гостя, інформувати гостей про послуги, надавати детальну інформацію про пам'ятки та місцеві заходи, а також рекомендувати маршрути для прогулянки містом.

Для більш ефективної комунікації з гостями, у зв'язку зі скороченням персоналу, запровадити використання мобільного додатку або чат-боту.

Персоналізація постійних клієнтів, підтримання зв'язку з клієнтами, який може проявлятися в персональних вітальних листах або подарунках у номер при повторному заселенні. Можливість підготовки номера відповідно до побажань гостя на основі попередньо проведеного анкетування чи опитування.

До додаткових послуг додати послуги няні, так як місто відвідують багато сімей з дітьми.

Таблиця 3

## Порівняльна оцінка готелю «Bossfor» та його конкурентів

Показники	«Bossfor»	«Аркадія»	«Geneva Resort»	«Корона»
Місце розташування	1	1	1	1
Обслуговування в номерах	1	0	0	1
Відповідність: ціна/якість	1	0	0	1
Атмосфера	1	1	1	1
Парковка автотранспорту	1	1	1	1
Виклик таксі	1	1	1	1
Безпроводний безкоштовний доступ до Wi-Fi	1	1	1	1
Наявність засобів для людей з обмеженими фізичними можливостями	0	0	0	1
Входження до мереж	1	0	0	1
Активна маркетингова політика	1	0	1	1
Наявність програм лояльності	0	1	0	1
Якість меню	1	0	1	1
Володіння різними мовами персоналу	0	1	1	1
Відповідність концепції закладу щодо інтер'єру	1	1	1	1
Відповідність закладу щодо очікуваних сподівань	1	0	1	0
Всього	12	8	10	14

Джерело: власна розробка авторів

Таблиця 4

## Рівень якості надання послуг закладів готельного господарства за даними Google

Показники	«Bossfor»	«Аркадія»	«Geneva Resort»	«Корона»
Зручність номерів	4,4	3,2	3,9	4,0
Місце розташування готелю	4,7	4,6	4,2	4,6
Якість обслуговування	4,8	4,3	4,4	4,7
Загальна кількість відгуків	337	2669	469	240
Середній бал	8,7 (приголомшливо)	8,4 (дуже добре)	8,9 (приголомшливо)	8,8 (приголомшливо)

Джерело: [2; 4; 5]

Обладнати гіпоалергенний номер: гіпоалергічна постіль, протиалергічні подушки і ковдри, протиалергічні килими, чищення безпечними засобами без запаху. Гіпоалергенні номери, наразі, є не лише тенденцією, але поволі стають необхідністю.

Підвищення кваліфікації персоналу: проведення постійних тренінгів, вебінарів, майстер-класів, стажувань за кордоном.

Також, в умовах маркетингового середовища, готель «Bossfor» повинен проводити активні дії для зміцнення своєї позиції на ринку, шляхом збільшення своєї частки постійних клієнтів, диверсифікації продуктів, виведення на ринок нових послуг. Готель «Bossfor» повинен використовувати свої сильні сторони: місцеположення, можливості мережевих готелів «Ribas Hotels».

Таблиця 5

## Характеристика можливостей та загроз готелю «Bossfor»

Потенційні зовнішні можливості, О	Потенційні зовнішні загрози, Т
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Високий рівень ділової активності в країні.</li> <li>2. Зростання взаємозв'язків українських підприємств з іноземними операторами.</li> <li>3. Свобода ціноутворення.</li> <li>4. Можливість переходу до більш ефективних стратегій.</li> <li>5. Активний розвиток інформаційних продуктів.</li> <li>6. Взаємозв'язок і взаємодія з постійними постачальниками.</li> <li>7. Зростання привабливості Одеси як ділового бізнес центру.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Воєнні дії на території України.</li> <li>2. Пандемія коронавірусу.</li> <li>3. Зростання безробіття.</li> <li>4. Зростання рівня інфляції.</li> <li>5. Нестабільна законодавча база.</li> <li>6. Погіршення демографічної ситуації.</li> <li>7. Ослаблення зростання ринку.</li> <li>8. Поява на ринку іноземних конкурентів з високотехнологічними можливостями.</li> <li>9. Сезонний характер розподілу попиту на готельні послуги.</li> <li>10. Зростання вимог клієнтів до якості обслуговування.</li> </ol>

Джерело: власна розробка авторів

Таблиця 6

## Матриця SWOT-аналізу готелю «Bossfor»

	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Можливості, О	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Збільшити обсяги реалізації готельних послуг вже існуючим клієнтам, приваблюючи їх високою якістю.</li> <li>2. Розширювати нові додаткові послуги за потребами та смаками споживачів.</li> <li>3. Свобода ціноутворення дає змогу готелю самостійно встановлювати цінову політику і отримувати максимально можливі вигоди від своєї діяльності.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Активізація маркетингових заходів з формування власного бренда (рекламні іміджеві заходи, PR), щоб залучити додаткових клієнтів.</li> <li>2. Оптимізація пропозиції додаткових послуг.</li> <li>3. Підвищення рівня висококваліфікованого персоналу, обізнаності персоналу в іноземних мовах.</li> <li>4. Підвищення продуктивності праці.</li> <li>5. Оптимізація витрат виробництва.</li> <li>6. Покращення взаємозв'язків та співпраці з постачальниками.</li> </ol>
Загрози, Т	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Посилення маркетингових заходів.</li> <li>2. Активізація рекламної діяльності.</li> <li>3. Контроль і підвищення вимог до якості наданих послуг.</li> <li>4. Індивідуальний підхід до клієнтів.</li> <li>5. Диференціація послуг.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Концентрація зусиль на найбільш стійких і привабливих позиціях готелю.</li> <li>2. Оптимізація додаткових послуг.</li> <li>3. Відмова від розвитку тих послуг, які є досить проблематичними та відволікають ресурси.</li> <li>4. Весь потенціал готелю повинен бути сконцентрований лише на перспективних напрямках.</li> <li>5. Виявлення резервів для зниження витрат.</li> <li>6. Підвищення кваліфікації кадрів.</li> <li>7. Використання нових ідей в маркетингу</li> </ol>

Джерело: власна розробка авторів

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Головне управління статистики. URL: <http://od.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 16.01.2024).
2. Готель «Аркадія». URL: <https://hotel-arkadia.com/ua> (дата звернення: 16.01.2024).
3. Готель «Bossfor»: офіційний сайт. URL: <https://bossfor.com.ua> (дата звернення: 15.01.2024).
4. Готель «Корона». URL: <https://corona-hotel-apartments-odessa.nochi.com.ua/> (дата звернення: 14.01.2024).
5. Готель «Geneva Resort». URL: <https://hotel-geneva.com.ua/> (дата звернення: 14.01.2024).
6. Державна служба статистики України: офіційний сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 14.01.2024).
7. Капліна А.С. Методичний підхід до оцінки якості готельних послуг. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2016. № 2 (74). С. 70–76.

8. Бедрадіна Г. Методика SERVICE QUALITY в оцінюванні якості готельних послуг. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Випуск 5 (16). С. 113–119
9. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2- вид. перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
10. Міжнародний туристичний портал TripAdvisor. URL: <https://www.tripadvisor.com/> (Дата звернення: 10.01.2024).
11. Національний стандарт України ДСТУ 4269:2003. URL: <https://uhra.com.ua/wp-content/uploads/2021/02/%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3-4269.pdf> (дата звернення: 10.01.2024).
12. Організація готельного господарства: підручник. С. І. Байлик, І. М. Писаревський; Харківський нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 329 с.
13. О. Г. Разметова, Т. Л. Мостенська, Т. В. Влодарчик. Організація готельного господарства : підручник. Кам'янець-Подільський : «Абетка» – ФОП Сисин О. В., 2014. 432 с.
14. Організація і технологія надання послуг гостинності : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Г. Круль, О. Заячук. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 488 с.
15. Офіційний сайт міста Одеса. URL: <https://omr.gov.ua/ru/news/76552> (дата звернення: 10.01.2024).
16. Столярчук П., Юзевич В., Сусол Н.. Моделювання системи обслуговування у повносервісних закладах ресторанного господарства. *Вимірювальна техніка та метрологія*. 2008. № 69. С. 143–151.
17. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: навч. посібник. О. Ю. Давидова, І. М. Писаревський, Р. С. Ладиженська; Харківський нац. ун-т міськ. госп-ва. Харків : ХНУМГ, 2012. 414 с.
18. Управління якістю готельних послуг: монографія. Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. В. Новак. – 157 Економіка та управління підприємствами. Київ : Київський нац. торг.-екон. ун-т., 2006. 234 с.
19. Ribas Hotels Group: офіційний сайт. URL: <https://ribashotelsgroup.ua> (дата звернення: 10.01.2024).
20. Головне управління статистики в Одеській області. URL: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 10.01.2024).
21. Суспільне. Одеса. Туристичний збір в Одеській області скоротився на 80%. URL: <https://suspilne.media/423390-turistichnij-zbir-v-odeskij-oblasti-skorotivsa-na-80/> (дата звернення: 10.01.2024).

## REFERENCES:

1. Holovne upravlinnia statystyky [Main Department of Statistics]. Retrieved from: <http://od.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].
2. Hotel «Arkadiia» [Hotel "Arcadia"]. Retrieved from: <https://hotel-arkadia.com/ua> [in Ukrainian].
3. Hotel «Bossfor»: ofitsiyni sait [Hotel "Bossfor"]. Retrieved from: <https://bossfor.com.ua> [in Ukrainian].
4. Hotel «Korona» [Hotel "Korona"]. Retrieved from: <https://corona-hotel-apartments-odessa.nochi.com.ua/> [in Ukrainian].
5. Hotel «Geneva Resort» [Hotel «Geneva Resort»]. Retrieved from: <https://hotel-geneva.com.ua/> [in Ukrainian].
6. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy: ofitsiyni sait [State Statistics Service of Ukraine]. Retrieved from: <https://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].
7. Kaplina A. S. (2016) Metodichniy pidkhid do otsinky yakosti hotelnykh posluh [Methodological Approach to the Evaluation of Hotel Service Quality]. *Naukoviy visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli*, vol. 2 (74), pp. 70–76.
8. Bedradina H. (2019) Metodyka SERVICE QUALITY v otsiniuvanni yakosti hotelnykh posluh. *Pryazovskiy ekonomichnyi visnyk*, vol. 5 (16), pp. 113–119
9. Malska M. P., Pandiak I. H. (2012) Hotelnyi biznes: teoriia ta praktyka. Pidruchnyk [Hotel Business: Theory and Practice. Textbook]. 2- vyd. pererob. ta dop. K.: Tsentri uchbovoi literatury, 472 p. [in Ukrainian].
10. Mizhnarodnyi turystychniy portal TripAdvisor [International travel portal TripAdvisor]. Retrieved from: <https://www.tripadvisor.com/> [in Ukrainian].
11. Natsionalnyi standart Ukrainy DSTU 4269:2003 [National Standard of Ukraine DSTU 4269:2003]. Retrieved from: <https://uhra.com.ua/wp-content/uploads/2021/02/%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3-4269.pdf> [in Ukrainian].
12. Orhanizatsiia hotelnoho hospodarstva: pidruchnyk [Organization of the hotel industry: a textbook] / S. I. Bai-lyk, I. M. Pysarevskiy; Kharkivskiy nats. un-t misk. hosp-va im. O. M. Beketova. Kharkiv: KhNUMH im. O. M. Beke-tova, 2015. 329 p. [in Ukrainian].
13. Razmetova O. H., Mostenska T. L., Vlodarchyk T. V. (2014) Orhanizatsiia hotelnoho hospodarstva: pid-ruchnyk [Organization of the hotel industry: a textbook]. Kamianets-Podilskiy: «Abetka» – FOP Sysyn O.V., 432 p. [in Ukrainian].



14. Orhanizatsiia i tekhnolohiia nadannia posluh hostynnosti : navch. posib. 2-he vyd., pererob. i dop. [Organization and technology of providing hospitality services: a study guide]. / H. Krul, O. Zaiachuk. Chernivtsi : Chernivets. nats. un-t im. Yu. Fedkovycha, 2022. 488 p. [in Ukrainian].
15. Ofitsiinyi sait mista Odesa [Official site of the city of Odesa]. Retrieved from: <https://omr.gov.ua/ru/news/76552> [in Ukrainian].
16. Stoliarchuk P., Yuzevych V., Susol N. (2008) Modeliuvannia systemy obsluhovuvannia u povnoservisnykh zakladakh restorannoho hospodarstva [Modeling of the service system in full-service restaurants]. Vymiriuvalna tekhnika ta metrolohii, no. 69, pp. 143–151.
17. Upravlinnia yakistiu produktsii ta posluh u hotelno-restorannomu hospodarstvi: navch. Posibnyk [Quality management of products and services in the hotel and restaurant industry: a study guide]. / O. Yu. Davydova, I. M. Pysarevskiyi, R. S. Ladyzhenska; Kharkivskiyi nats. un-t misk. hosp-va. Kharkiv: KhNUMH, 2012. 414 p. [in Ukrainian].
18. Upravlinnia yakistiu hotelnykh posluh: monohrafiia [Quality management of hotel services: monograph]/ T. I. Tkachenko, S. V. Melnychenko, M. V. Novak. – 157 Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy Kyiv: Kyivskiyi nats. torh.-ekon. un-t., 2006. 234 p. [in Ukrainian].
19. Ribas Hotels Group: ofitsiinyi sait [Ribas Hotels Group: official website]. Retrieved from: <https://ribashotelsgroup.ua> [in Ukrainian].
20. Holovne upravlinnia statystyky v Odeskii oblasti [Main Department of Statistics in Odesa Region]. Retrieved from: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].
21. Suspilne. Odesa [Public. Odesa]. Turystychnyi zbir v Odeskii oblasti skorotyvsia na 80%. Retrieved from: <https://suspilne.media/423390-turisticnij-zbir-v-odeskij-oblasti-skorotivsa-na-80/> [in Ukrainian].