

УДК 338.488.2

**Христина ЗАБЛОЦЬКА**

*Львівський державний університет фізичної культури*

## **МІЖНАРОДНІ СИСТЕМИ ОНЛАЙН-БРОНЮВАННЯ ЯК ЧИННИК УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ**

Відповідно до поширених підходів, якість послуги розглядають як сукупність характеристик послуги, які дозволяють їй задовольняти визначені потреби споживачів. Особливе значення при наданні будь-яких послуг має організація ефективного управління якістю – скоординованої діяльності, спрямованої на забезпечення оптимальної якості послуг, що надаються [2].

Якість туристичних послуг, як і будь-яких інших, може підтверджуватися перевіркою на відповідність встановленим стандартам для встановлення відповідного класу обслуговування. Однак, якщо якість готельної послуги легко перевірити, то якість екскурсії або якість послуг туристичних агенцій дуже важко [1].

З огляду на це, розглядаючи проблему забезпечення якості туристичних послуг, необхідно концентрувати увагу на особі споживача, який порівнює те, що йому надали, з тим, що він бажав отримати. Отже, основним критерієм якості туристичних послуг, на наш погляд, має бути задоволеність споживачів.

Виявлення рівня задоволеності туриста якістю готельних послуг не є простим завданням. Опитування гостей готелю під час їхнього проживання часто не є об'єктивним, оскільки в таких умовах люди схильні замовчувати або ж перебільшувати недоліки послуг, що надаються. Водночас анкетування, що проводиться після того, як минув певний час від проживання у готелі, нерідко супроводжується великою кількістю відмов. У таких умовах неоціненну роль у виявленні задоволеності споживачів якістю готельних послуг відіграють системи онлайн-бронювання, особливо Booking.com.

Щодня на сайті Booking.com бронюють понад 1,2 млн ночей проживання. Сайт і додатки Booking.com приваблюють туристів і бізнес-ман-

дівників з усього світу. Компанія Booking.com B.V., заснована у 1996 році, гарантує клієнтам можливість зручно й недорого забронювати житло в найрізноманітніших об'єктах розміщення – від невеликих сімейних готелів типу «ліжко і сніданок» до розкішних апартаментів і люксів у п'ятизіркових готелях. Міжнародний сайт Booking.com перекладено понад 40 мовами, він пропонує понад 1,2 млн різних помешкань, розміщених у 227 країнах та територіях світу [3].

Специфіка системи відгуків на сайті Booking.com полягає в тому, що відгук може залишити лише гість, який забронював житло через цей сайт і зупинився в заброньованому помешканні. З огляду на це точно відомо, що всі відгуки на сайті написані реальними гостями. На Booking.com туристи діляться своїми враженнями – як позитивними, так і негативними. Відгуки гостей і відповіді від представників готельних закладів показують різноманітність думок та допомагають майбутнім клієнтам приймати виважені рішення при виборі помешкання.

Booking.com дотримується кількох важливих правил і стандартів:

- коментарі повинні стосуватися подорожі;
- коментарі повинні бути доречними для міжнародної аудиторії;
- контент повинен бути справжнім і унікальним;
- заборонено поширювати особисту інформацію інших людей [3].

Отже, наявність такого сервісу як Booking.com дає змогу керівництву готельних закладів успішно відстежувати враження туристів про умови проживання, харчування, проведення дозвілля, а також ухвалювати важливі рішення щодо підвищення якості послуг, які надаються. Безумовно, для ефективного використання можливостей сучасних систем онлайн-бронювання у процесі управління якістю готельних послуг необхідним є розроблення методики аналізу відгуків клієнтів та інструментів упровадження відповідних управлінських рішень.

### **Список використаних джерел**

1. Голод А. П. Проблеми забезпечення якості туристичних послуг та напрямки їх вирішення / А. П. Голод // Менеджмент і логістика – перспективні напрямки розвитку економіки: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 20–21 вересня 2013 р.). – Київ: Київський економічний науковий центр, 2013. – С. 34–35.

2. Сидоренко І. О. Організаційно-економічний механізм управління якістю туристичних послуг [Електронний ресурс] / І. О. Сидоренко // Вісник Львівського інституту економіки і туризму. – Львів, 2009. – № 4. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Vliet/2009\\_4/3/4\\_Sydorenko\\_Kyiv.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vliet/2009_4/3/4_Sydorenko_Kyiv.pdf)

3. Booking.com [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.booking.com/>