

Олеся БЕСЕДА

ЗВО спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, Україна

*Науковий керівник - канд.екон.наук, доцент кафедри
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*

Ольга ШИКІНА

ВПЛИВ ІНТЕР'ЄРУ НА ІМІДЖ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ГОТЕЛЮ

Імідж – образ або враження, створене людиною чи компанією. Поняття іміджу описує явища, подібні до бренду, які компанія намагається створити для свого продукту, щоб відрізнити його від інших продуктів, і до нього можна прив'язати деякі попередні очікування, наприклад, високу якість. Близьким поняттям іміджу є також репутація. Це відноситься до комплексної оцінки того, що компанія своєю діяльністю або продукцією викликає у людей [1].

Імідж готелю – це сукупність характеристик, які визначають його сприйняття клієнтами, партнерами та громадськістю. Він складається з багатьох факторів, зокрема рівня сервісу, унікальності інтер'єру, репутації, відгуків гостей, якості послуг та відповідності сучасним стандартам гостинності. Сильний імідж готелю сприяє підвищенню його конкурентоспроможності, приваблює нових клієнтів і формує довіру з боку постійних відвідувачів. Одним із ключових елементів іміджу є дизайн інтер'єру, адже саме він створює перше враження у гостей і впливає на їхній комфорт під час перебування. Гармонійно оформлений простір, зручні меблі, якісне освітлення та стильні деталі – усе це є невід'ємною складовою успішного готелю, який прагне утримувати високу позицію на ринку.

Унікальний та продуманий дизайн інтер'єру створює неповторну атмосферу, яка відображає стиль і характер закладу, задовольняючи потреби та очікування гостей. Правильно підібраний інтер'єр здатний створити відчуття комфорту, затишку та розкоші, роблячи перебування в готелі незабутнім і

приємним [2]. Естетична привабливість інтер'єру безпосередньо впливає на сприйняття готелю його відвідувачами. Різноманітні елементи дизайну, такі як кольорова палітра, освітлення, меблі та декор, формують унікальну атмосферу, яка може слугувати основою для іміджу закладу. Дослідження підтверджують, що естетичний комфорт є важливим чинником у формуванні позитивного враження, що підвищує ймовірність повторних візитів або рекомендацій.

Рівень обслуговування є ключовим фактором у формуванні іміджу готелю. Взаємодія з гостями має бути професійною, привітною та результативною, що сприятиме створенню позитивного враження та підвищенню лояльності клієнтів [1].

Отже, конкурентоспроможність підприємств індустрії гостинності можна оцінювати за кількома ключовими параметрами. По-перше, це здатність пропонувати споживачам продукт із більш привабливими характеристиками. Це включає якість послуг, інноваційність, унікальність пропозицій та адаптацію до потреб клієнтів. По-друге, ефективність діяльності підприємства на ринку визначається як співвідношення отриманого ринкового результату до виробничих витрат. Це означає, що підприємство повинно не лише генерувати прибуток, але й оптимізувати витрати для забезпечення стійкої рентабельності. По-третє, ринковий результат, який дозволяє підприємству індустрії гостинності успішно розвиватися в перспективі, задовольняючи потреби як власників, так і найманого персоналу. Це включає зростання ринкової частки, позитивну репутацію та лояльність клієнтів [2].

Список використаних джерел:

1. Нечева Н.В., Шикіна О.В., Ярмоменко С.Г. (2021) Використання елементів бренду в просуванні міста Одеси як туристичної дестинації. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. (3-4) (280, 281). С. 100-107. URL: <https://cutt.ly/y8k2H6m>
2. Oliinyk, O., Dolynska, O., Polova, O., Shykina, O. and Sliusarchuk, O. (2024). Modern, Innovative Approaches to Managing the Quality and Competitiveness of Hospitality and Tourism Businesses. *Econ. Aff.*, 69 (Special Issue): 169-177. (Scopus) URL: <http://surl.li/uoweb>