

Софія СУХАНОВА

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

АНАЛІЗ ВІДГУКІВ ТУРИСТІВ У ГОТЕЛЬНІЙ МЕРЕЖІ НУАТТ

Для оцінки якості обслуговування у мережі готелів Hyatt важливо проаналізувати відгуки туристів на різних інтернет-платформах. Сьогодні туристи активно діляться своїми враженнями від перебування в готелях на таких ресурсах як TripAdvisor, Booking.com та офіційних сайтах готелів. Ці відгуки є цінним джерелом інформації, оскільки відображають реальний досвід гостей [1].

Аналіз загальних оцінок готелів мережі Hyatt на платформі TripAdvisor показує, що більшість закладів мають рейтинг від 4 до 4,5 зірок з 5 можливих. Особливо високі оцінки отримують готелі брендів Park Hyatt та Grand Hyatt, які належать до категорії люкс, із рейтингом 4,7-4,8 зірок. Готелі бренду Hyatt Regency зазвичай мають трохи нижчі рейтинги – в середньому 4,2-4,3 зірки.

На платформі Booking.com спостерігається схожа тенденція, хоча загальні оцінки дещо вищі – від 8,5 до 9,2 балів з 10 можливих. Це можна пояснити тим, що на Booking.com відгуки залишають лише реальні гості, тоді як на TripAdvisor може написати відгук будь-хто. Аналіз відгуків на офіційних сайтах готелів показує найвищі оцінки – від 4,5 до 5 зірок, але ці дані можуть бути менш об'єктивними [2].

Щодо якості номерів, то більшість відгуків відзначають їхню чистоту, простір та сучасне обладнання. Гості високо оцінюють комфортні ліжка, якісну постільну білизну та гарну звукоізоляцію. Особливу похвалу отримують ванні кімнати, які гості часто описують як «розкішні» та «просторі». У відгуках про готелі, які нещодавно пройшли реновацію, відзначається сучасний дизайн та технологічне оснащення [3].

Проте в деяких відгуках про старіші готелі мережі зустрічаються зауваження щодо застарілих меблів та техніки, що потребують оновлення. Зокрема, це стосується деяких готелів Hyatt Regency, які були відкриті більше 20 років тому і не проходили капітального ремонту. Також іноді зустрічаються скарги на недостатню звукоізоляцію та шум з вулиці у готелях у центрі великих міст [4].

Обслуговування персоналом є одним з найбільш позитивно оцінюваних аспектів у відгуках про готелі Hyatt. Гості відзначають професіоналізм, доброзичливість та готовність персоналу допомогти. Особливо високо оцінюється індивідуальний підхід до кожного гостя та увага до деталей. У багатьох відгуках туристи згадують конкретних працівників готелю, які зробили їхнє перебування особливим завдяки винятковому сервісу. Такі приклади демонструють високий рівень персоналізації обслуговування, який є характерним для мережі Hyatt. Проте в деяких відгуках зустрічаються скарги на повільне обслуговування в ресторанах та тривале очікування при заселенні в період високого завантаження [5].

Харчування в готелях Hyatt отримує переважно позитивні відгуки, особливо сніданки, які часто описуються як «різноманітні» та «високоякісні». Гості цінують наявність як інтернаціональних страв, так і місцевих кулінарних спеціалітетів. Ресторани при готелях класу люкс отримують особливо високі оцінки за якість кухні та обслуговування. Однак в деяких відгуках зустрічаються зауваження щодо високих цін в ресторанах готелю порівняно з іншими закладами харчування поза готелем. Деякі гості також відзначають обмежений вибір страв у меню обслуговування номерів та тривалий час доставки, особливо в пікові години. В готелях, розташованих у популярних туристичних локаціях, гості іноді скаржаться на переповненість ресторанів під час сніданку та необхідність очікування столика.

Щодо додаткових послуг та співвідношення ціна-якість, то найбільше позитивних відгуків отримують спа-центри, фітнес-зали та басейни в готелях Hyatt. Гості високо оцінюють їхнє обладнання, чистоту та професіоналізм персоналу [6]. Програма лояльності World of Hyatt також отримує позитивні

оцінки від постійних гостей, які цінують бонуси та привілеї. Щодо співвідношення ціна-якість, то думки гостей розділяються. Відвідувачі готелів класу люкс зазвичай вважають, що висока вартість проживання виправдана рівнем сервісу та комфорту. Водночас деякі гості готелів середньої цінової категорії відзначають, що ціни іноді здаються завищеними порівняно з конкурентами аналогічного рівня. Проте загалом більшість відгуків свідчить про те, що гості вважають своє перебування в готелях Hyatt вартим витрачених коштів. Це підтверджує високий рівень сервісу та відповідність мережі своїм стандартам якості.

Список використаних джерел :

1. Шикіна О.В., Нижниченко Я.Є., Ремігайло І.Ю. (2024) Організаційно-економічні засади дослідження процесу кооперації у сфері туризму. Економіка та суспільство, (69). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-39>
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>
3. Шикіна, О., Нечева Н., Тіщенко І. (2024). Застосування digital-маркетингу в готельному бізнесі. Економіка та суспільство, (58). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-29>
4. Іоргачова М.І., Шикіна О.В., Коцюрубенко Г.М., Нечева Н.В., Ворнік А.В. (2023). Маркетинг підприємств сфери готельно-ресторанних послуг. Ефективна економіка, (11). DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.11.53>
5. Шикіна, О., Нечева Н. Аналіз інструментів інтернет-маркетингу національних готельних мереж України (2023). Економіка та суспільство, (47). URL: <http://surl.li/fkshhm>
6. Нечева Н.В., Шикіна О.В. (2022) Місце готельних мереж на світовому ринку готельних послуг. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія. 2022. № 9-10 (298-299). С. 131-137. URL: <https://cutt.ly/W8k3hzF>