

УДК 658.6:640.4

DOI: <https://doi.org/10.31651/2076-5843-2021-4-115-123>

ДРОБОТОВА Марина Володимирівна¹

кандидат економічних наук, доцент

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2676-0588>

marinadrobotova@ukr.net

БУТЕНКО Лариса Юріївна¹

старший викладач

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8627-3445>

larbutenko@ukr.net

ВІННИК Дарина Андріївна¹

здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0846-5828>

d.vorkut@gmail.com

ВІННИК В'ячеслав Іванович¹

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7716-8061>

consitatus@gmail.com

¹ Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
м. Черкаси, Україна

МІЖНАРОДНІ ТА НАЦІОНАЛЬНІ ПРЕМІЇ І КОНКУРСИ – МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТ У СФЕРІ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ

У статті проведено дослідження міжнародних та національних премій і конкурсів в системі управління якістю у сфері гостинності. Досліджено критерії оцінювання різних міжнародних премій на основі порівняльного аналізу. Представлено українські національні ресторанный премія та премія готельєрів. Доведено важливість конкурсів та премій як маркетингового інструменту в правлінні якістю. Обґрунтовано важливість такого інструменту для формування іміджу готельних і ресторанных закладів. Запропоновано використання соціальних мереж для просування іміджевої інформації щодо номінантів та переможців різних конкурсів у сфері гостинності.

Ключові слова: *якість, премії, конкурси, критерії оцінювання, об'єктивність оцінювання, сфера гостинності, готельні і ресторанный заклади.*

Постановка проблеми. Один із сучасних інструментів у сфері управління якістю – премії з якості, конкурси на визначення кращих, які у теперішній час розробляються і діють як на міжнародному (регіональному) рівні, так і національному (державному, галузевому, корпоративному). Водночас наявність премій (або визначення переможцем конкурсу) є не тільки ознакою якості, а й інструментом формування привабливого іміджу продукції та послуги для споживача. Це породжує явище виникнення значної кількості різноманітних премій і конкурсів у сфері гостинності. Вибір найбільш престижних і об'єктивних є складною й актуальною задачею для суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам управління якістю в сфері гостинності присвячені роботи О. Давидової, І. Писаревського, Н. Пятницької, Н. Бондара, М. Шаповал, В. Топольника та ін. Незважаючи на значні досягнення дослідників, низка питань теоретичного та практичного характеру потребують детальнішого висвітлення і подальших наукових розвідок. Існує актуальна необхідність поглиблення досліджень впливу таких інструментів в управлінні якістю як міжнародні й національні премії та конкурси у сфері гостинності на формування іміджу підприємств та їх послуг. Критерії оцінювання в системі премій, конкурсів і винагород та їх сприйняття з позицій підприємства і споживача є недослідженим напрямом, що ускладнює вибір найбільш доцільного конкурсу.

Метою статті є порівняльний аналіз критеріїв оцінювання премій і конкурсів у готельно-ресторанній сфері та розробка пропозицій використання участі в конкурсах для іміджевих заходів щодо якості послуг.

Викладення основного матеріалу дослідження. В основі більшості моделей премій у сфері якості лежать самооцінка підприємства за встановленими критеріями у межах звіту-конкурсанта, подальша експертиза цього звіту конкурсною комісією, виявлення переможців

конкурсу і надання підприємствам-учасникам зворотних звітів експертів із зазначеними перевагами та недоліками в діяльності підприємства.

До числа міжнародних премій з якості відноситься Європейська премія з якості, заснована у 1991 р. Європейським фондом управління якістю (EFQM), Комісією ЄС та Європейською організацією з якості (ЄОЯ) і присуджується щорічно з 1992 р. Із 1994 р. EQA включає дві складові: європейську нагороду за якість та європейські призи за якість.

Європейською нагородою за якість (The European Quality Award) нагороджується найбільш успішний виконавець TQM у Західній Європі, причому нагорода знаходиться у переможця номінально протягом одного року. Європейські призи за якість (The European Quality Prizes) присуджуються тим компаніям, які продемонстрували видатну майстерність в управлінні якістю та його безперервному поліпшенні.

Оцінка учасників конкурсу на здобуття цієї премії проводиться за 1000-бальною системою за 9 критеріями, які розділені на дві групи: «Можливості» (500 балів) та «Результати» (500 балів). Премія EQA передбачає чотири категорії: великі та мультинаціональні компанії та концерни, організації у громадському секторі, малі підприємства, середні підприємства [1].

Першою серед національних премій у сфері якості була Премія Японії за якість імені Демінга (Deming Application Prize – DAP). Премія заснована у 1951 р. на честь В. Демінга для увічнення його внеску в японську індустрію та на підтримку розвитку управління якістю в Японії. Якщо до 1984 р. розглядалися тільки японські компанії та люди цієї країни, що найбільш відзначилися, то у 1984 р. Комітетом з присудження призу Демінга було прийнято рішення про присудження цього призу і для зарубіжних компаній. Для цього був заснований спеціальний приз Японського комітету – приз Демінга для зарубіжних компаній (The Deming Application Prize for Oversea Companies – DAPOC), умови присудження якого були оголошені вперше у 1987 р.

Загалом Японський комітет з присудження премій Демінга присуджує 5 видів премій. Серед 129 компаній Японії, які отримали приз Демінга в період з 1951 р., є такі всесвітньо відомі компанії, як Nippon Electric Co., Kawasaki Steel, Hitachi Ltd., Fuji Photo Film Ltd., Nissan Motor Co., Toyota Limited, Kansai Electric Power Company і Fuji Xerox Co. Серед лауреатів премії Демінга були широко відомі вчені у сфері якості, як К. Ісікава і Г. Тагучі [2].

Критеріями оцінки організації, яка претендує на приз Демінга, є 48 показників. Оцінка учасників конкурсу проводиться за 100-бальною системою. Для отримання премії Демінга необхідно набрати не менше 70 балів.

Друга відома національна премія – Національна премія США з якості імені М. Болдріджа. Присуджується премія М. Болдріджа організаціям і компаніям у 3 номінаціях. Оцінка учасників конкурсу проводиться за 1000-бальною системою за 24 показниками та 7 критеріями. Відповідно до вимог, встановлених цією премією, компанії, які її отримують, мають інформувати інші компанії через публікації та лекції про перебіг та результати своєї роботи з поліпшення якості. Мета премії – усвідомленні ролі якості в досягненні конкурентоспроможності підприємств на світовому ринку та оволодінні сучасними методами забезпечення якості [3].

Національна премія М. Болдріджа була ініційована DAP (премією Демінга), і тому вимоги цих двох премій близькі в частині критеріїв, за якими оцінюють роботу претендента. Однак критерії премії М. Болдріджа є більш деталізованими, ніж критерії призу Демінга, а системи оцінки претендентів різні (табл. 1).

Найбільш важливим ефектом від встановлення статусу премії М. Болдріджа стало те, що багато компаній у США під час розробки системи управління якістю та подальшого її удосконалення для конкретних умов роботи компанії орієнтувалися на критерії цієї премії.

У низці країн також засновані національні премії у сфері якості – Французька премія з якості (заснована у 1992 р.), Бельгійська премія з якості (заснована у 1990 р.), Голландська премія з якості (заснована у 1992 р.), Премія з якості Великобританії (заснована у 1994 р.), Норвезька премія з якості (заснована у 1992 р.), Фінська премія з якості (заснована у 1991 р.), Премія з якості Словацької Республіки (заснована у 1994 р.) та ін. Ці премії у переважній більшості базуються на моделях Європейської премії з якості, премій Е. Демінга та М. Болдріджа.

Таблиця 1 – Порівняльна характеристика національних премій з якості

	Премія Демінга	Премія Болдріджа
Номінації	1. Великі компанії; 2. Малі підприємства; 3. Підрозділи; 4. Персональна премія Демінга окремим особам або групам; 5. Зарубіжні компанії	1. Бізнес; 2. Освіта; 3. Охорона здоров'я.
Критерії оцінювання	1. Політика та цілі; 2. Організація й адміністрування; 3. Освіта та розповсюдження знань; 4. Виконання; 5. Результати; 6. Подальші плани.	1. Керівництво 2. Інформація та аналіз 3. Стратегія планування якості 4. Людські ресурси 5. Упевненість у якості товарів та послуг 6. Результати якості 7. Фокус на споживача і задоволення його потреб та побажань
Показники	48	24
Оцінка	100-бальна	1000-бальна

Джерело: складено автором

Слід відзначити, що широко застосовуються в системі оцінки якості й галузеві премії – як міжнародні, так і національні. Особливого значення і поширення цей інструмент набуває у сфері гостинності. Сфера гостинності – це комплекс галузей, основне завдання яких пов'язане з обслуговуванням туристів під час їхнього перебування поза місцем постійного проживання. До неї, згідно з визначеннями провідних спеціалістів, належать готельний і ресторанний бізнес, підприємства транспортного обслуговування, своєрідні розваги [4].

Так, найбільш відомою міжнародною премією в ресторанній сфері слід вважати «Путівник Мішлен» («Мішленовський гід»). Історію розвитку і зростання авторитетності видання «Мішленовський гід» ілюструє таблиця 1.

Таблиця 1 – Історія розвитку і зростання авторитетності видання «Мішленовський гід»

Роки	Подія
1900	Опубліковано перший мішленівський гід по Франції. 35 000 безкоштовних копій отримали відвідувачі Всесвітньої виставки в Парижі.
1904	Перший гід по Бельгії
1907	Гід по Алжиру і Тунісу (території, підлеглі Франції)
1908	Гід “Альпи й Рейн” (Північ Італії, Швейцарії, Баварії, Голандії і Бельгії)
1909	Перше видання гйда по Франції на Англійській мові.
1920	Гід стає платним. 90 000 копій було подано за 7 франків за книгу.”Мішлен” наймає анонімних інспекторів для пошуку і оцінки нових закладів.
1926	Поява зіркової системи.”Мішлен” починає відмічати однією зіркою особливо примітні ресторани високої кухні.
1931	Редакція довідника анонсує тризіркову систему оцінки ресторанів. З цього ж року в Франції його називають “червоним гідом”.
1944	Союзні війська для орієнтування на французькій місцевості використовують рептит мішленівського гйда по Франції 1939 року (кращі карти з доступних).
1945	Гід “Мішлен” з'являється на полицях магазинів через тиждень після оголошення про перемогу над Німеччиною.
1952	Один з найбільш респектабельних американських журналів Time називає мішленівські гиди “Біблією туриста”.
1956	Початок публікації щорічних гідів по Італії.
1957	Додана нова оцінка для ресторанів з відмінною кухнею за помірною ціною – “Біб Гуман” як спеціальний символ у вигляді голови БІБЕНДУМА.

Продовження таблиці 1

1964	Початок публікації щорічних гідів по Німеччині.
1974	Поява щорічних гідів по Великобританії та Ірландії.
1982	Запуск щорічних гідів по містах Європи.
1994	Вихід щорічних гідів по Швейцарії.
2006	Перший гід по другу сторону Атлантиди — по Нью-Йорк.
2008	Перший гід по Токію. 120 000 довідників продано за три дні.
2009	Перше видання по Гонконгу та Макао.
2018	В довіднику з'являється нова категорія ресторанів, позначених символом тарілочки. "Прості ресторани із якісною їжею".
2021	Перша відзнака веганського ресторану

Джерело: складено автором за матеріалами [5]

Гід присуджує зірки тільки дуже особливим ресторанам. В таблиці 2 представлено «зіркову статистику» Мішлен за 2021 рік.

Таблиця 2 – MICHELIN Guide France 2021 року в цифрах

Ресторани, зазначені зірками	106
3 *	30, з них 1 новий
2*	74, з них 2 нових
1*	543, з них 54 нових
нові ресторани MICHELIN Green Star	33
ресторани Bib Gourmand	524, з них 72 нових
ресторани MICHELIN Plate	2093, з них 164 нових

Джерело: складено автором за матеріалами [6]

Система оцінювання якості відповідними зірками спочатку була простою. Ресторан із відмінною кухнею отримував одну зірку і згадувався в довіднику. За сто років оцінювання стало, з одного боку, набагато складнішим, з іншого – демократичнішим.

Сучасна система оцінювання передбачає три категорії ресторанів.

1. Зазначені зірками (від однієї до трьох) – вища каста гастрономічного світу:

1* - дуже хороший ресторан у своїй категорії (категорія може бути різною: від кіоску, де роблять суши, до класичного ресторану при п'ятизірковому готелі);

2* - чудова кухня; варто того, щоб зробити гак по дорозі;

3* - видатна кухня; ресторан гідний окремої подорожі.

2. Зазначені знаком "Біб Гурман" (у вигляді голови мішленівського чоловічка Бібендума). Потенційні кандидати в зоряну категорію – найцікавіші для економного мандрівника ресторани, ті, що пропонують "видатну їжу за помірну ціну". На відміну від зіркових ресторанів, в закладах "Біб Гурман" пропонують їжу практично такого ж рівня, але за "людські" 20-30 євро за обід.

3. Зазначені знаком тарілочки. Це нововведення 2018 року – відмітка для ресторанів, що пропонують "якісну їжу", але поки не доросли до категорії "Біб Гурман". Критеріями оцінки є: рівень кухні; сервіс, комфорт і дизайн інтер'єра (в гіді відзначені окремими символами).

Серед національних ресторанних премій України значне місце займає премія «Сіль». Вона заснована Андрієм Скіп'яном, керівником компанії Hoteliero, у 2013 році. Ця ресторанна премія – головна щорічна подія для професіоналів ресторанної індустрії та гостей закладів, які активно стежать за розвитком ресторанного бізнесу в Україні. До складу членів журі премії входять провідні спеціалісти ресторанної сфери України та підприємці: керівники українських асоціацій шеф-кухарів, ресторатори, експерти вузькоспеціалізованих напрямків (хлібопечення, барна індустрія в галузі кави, вина, пива, кондитерських виробів).

Премія присуджується номінантам за двома групами по 18 номінаціям: I група - заклади-самономінанти, які подали заявки через сайт премії в оголошений організатором термін. II група – заклади-номінанти, висунуті експертами премії. Кількість номінантів не обмежена.

Кожен заклад зі списку фіналістів відвідують п'ять членів журі премії, оцінюючи за категоріями: «Кухня», «Сервіс», «Атмосфера» та «Спеціалізація». Аудит премії проводить незалежний аудитор – RSM Ukraine.

Переможці премії оголошуються на урочистій церемонії нагородження Національної ресторанної премії СІЛЬ® 1 грудня кожного року та отримують мідну сковороду СІЛЬ®. Визначення переможців премії ґрунтується на професійній оцінці членів журі Премії через відвідування закладів-фіналістів. Переможців премії представлено в таблиці 3.

Таблиця 3 – Національна ресторанна премія «Сіль»

	2018	2019	2020
Кількість номінацій	16	18	18
Кількість номінантів	≈ 2000	2874	2250
Найкраща кав'ярня	One Love espresso bar, Київ	Foundation Coffee Roasters, Одеса	Тишина Espresso Bar, Одеса
Найкращий м'ясний ресторан	Гудман, Київ	Beef, Київ	Наживо, Київ
Найкращий ресторан української кухні	Хуторець на Дніпрі, Київ	Канапа, Київ	Ресторан Шпигеля, Хмельницький
Найкращий рибний ресторан	Catch Seafood Restraunt, Київ	Odessa, Київ	Catch Seafood Restraunt, Київ
Відкриття року	Mimosa Brookly Pizza, Київ	Рыночные Отношения, Київ	Giannivio, Дніпро
Найкраща кондитерська	Honey, Київ	Milk Bar, Київ	Tort'n'tart, Одеса
Найкраща міське кафе	ЖЗЛ, Київ	Dizyngoff, Одеса	Gorcafe 1654, Харків
Найкращий бар	Parovoz Speak Easy, Київ	Benedict Daily Bar, Харків	Zelda Bar, Одеса
Найкращий заміський ресторан	Terrace	Fabius, Київ	Наша дача, Харків
Найкращий пивний ресторан	Солом'янська броварня, Київ	This is Пивбар, Київ	Altbier, Харків
Найкращий ресторан національної кухні	Chang В'єтнамська Бістрономія, Київ	Чічіко, Київ	Osteria il Tartufo, Харків
Найкращий ресторан при готелі	VOUGE Café при Fairmont Grand Hotel, Київ	Comme Il Faut, Київ	11 Mirrors Rooftop Restraunt&Bar, Київ
Ресторан із найкращою винною картою	Bernardazzi, Одеса	Vino e Cucina, Київ	Bernadazzi, Одеса
Найкраще кафе-пекарня	Bakehouse, Київ	Живий хліб, Львів	Bakehouse, Київ
Найкращий street-food	Furgoneta, Київ	Божественный тако, Одеса	
Найкращий винний бар		Win Bar, Київ	101 Wine Bar, Київ
Найкращий паб	Кеды Искусствоведа, Дніпро	Varvar Bar, Київ	

Джерело: складено автором за матеріалами [7]

Міжнародний конкурс International Hospitality Awards визначає найкращі готелі та готельні компанії світу. Премія International Hotel Awards була заснована у 1995 року на основі давно визнаної премії International Property Awards, яка була зосереджена як на житловому, так і на комерційному ринку. Премія International Hospitality Awards була розроблена для того, щоб

визначити, підкреслити та винагородити досконалість у світовій індустрії гостинності в широкому діапазоні областей. Окрім категорій для кількох типів готелів спеціального призначення та категорій за розміром готелю, існують також категорії для кращої архітектури, будівництва, дизайну інтер'єру, маркетингу, веб-сайту.

Нагороди поділені за регіонами й охоплюють Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Аравію та Африку, Північну та Південну Америку, Карибський басейн, Європу та Великобританію. Перемога в конкурсі надає право використовувати престижний логотип у маркетингу [8].

У 2011 році компанією Hoteliero було засновано національну українську премію International Hospitality Awards з метою вдосконалення вітчизняної індустрії гостинності, для визначення й нагородження найкращих готелів України [9]. Із 2016 року проєкт отримав статус міжнародної премії у сфері готельного бізнесу. Ця премія виконує важливу місію, яка полягає у виборі найкращих готелів відповідно до результатів діяльності кожного року, підвищенню якості послуг у готельному секторі, розвитку професійної та конкурентноспроможної індустрії гостинності шляхом просування досягнень в готельному бізнесі.

Мета премії – дати можливість учасникам, тобто європейським готелям, вдосконалюватись за допомогою інновацій, розвитку та культурної освіти суспільства, підвищення туристичної привабливості та уваги до гостей, конкуруючи в готельній галузі.

Участь у премії International Hospitality Awards передбачає, що готель-заявник знаходиться на території Центральної, Східної та Західної Європи. Вигравши нагороду, готель отримує світове визнання як найкращий представник у обраній номінації протягом наступного року, можливість використовувати в рекламних цілях емблему та табличку переможця на всіх ресурсах: веб-сайт, соціальна мережа, ЗМІ.

Історія і розвиток премії International Hospitality Awards представлена в таблиці 4.

Таблиця 4 – Історія та розвиток премії International Hospitality Awards

	2018	2019	2020
Кількість номінантів	250	300	432
Кількість країн-учасниць	21	21	36
Кращий апарт-готель	Арт-бутік готель Греція	Бутік-готель «Грюнелль Львів» Україна	Апартаменти JustLvlvt Україна
Найкращий бар в готелі	Парк Хаятт Відень Австрія	Radisson Blu Carlton Hotel Bratislava Словаччина	Готель River Side Тбілісі Грузія
Кращий бутік готель	Бутік-готель Domus Renier Греція	Hotel de Paris Одеса Україна	Citadel Inn Hotel&Resort Україна
Кращий бізнес-готель ***	Готель «Надія» Україна	Бізнес-готель Bossfor Україна	Готель «Надія» Україна
Кращий бізнес готель ****	Radisson Blu Carlton Hotel Bratislava Словаччина	Centerville Hotel& Experiences Чорногорія	Готель «ОВІС» Україна
Кращий бізнес готель *****	Готель «Харків Палас Прем'єр» Україна	Готель «Харків Палас Прем'єр» Україна	Хаятт Ріджерсі Київ Україна
Кращий замиський готель	Avalon Resort&SPA Угорщина	-	Palos Resort Угорщина
Кращий дизайн готель	Готель Rakai Литва	Hotel de Paris Одеса Україна	Готель Rakai Литва
Кращий етно-готель	Гірський курорт Коруна Україна	-	
Кращий зелений готель	Таор Карпати Україна	Таор Карпати Україна	
Кращий історичний готель	Бутік-готель Domus Renier Греція	Parisi Udvar Hotel Budapest Угорщина	БАНКГОТЕЛЬ Україна

Продовження таблиці 4

Найкращий хостел	Пушкіна 10 Грузія	Chors like a hotel Словаччина	Globe Runner Україна
Найкраща місцева мережа	Premier Hotels and Resort Україна	Premier Hotels and Resort Україна	
Кращий готель люкс	Парк Хаятт Відень Австрія	Парк Хаятт Відень Австрія	InterContinental Kyiv Україна
Кращий медичний готель	Edem Resort Medical&SPA Україна	Спа-готель УЛРИКА Чеська республіка	Savoy Westend Hotel Чехія
Кращий міні готель	Готель «Прем'єр Почаїв» Україна	Premier Hotel Palazzo Україна	Palace Art Hotel Pezinok Словаччина
Кращий курортний готель	Kempinski Hotel Grand Arena Bansko Болгарія	Aldemar Royal Olympian Luxuri&SPA Resort Греція	Kempinski Hotel Grand Arena Bansko Болгарія
Кращий ресторан в готелі	Бутік-готель Frederic Koklen Україна	Парк Хаятт Відень Австрія	Готель Riverside Україна
Кращий лижний готель	Kempinski Hotel Grand Arena Bansko Болгарія	Телеферік Гранд готель Румунія	AmstelSki Україна
Кращий Спа-готель	Mirotel Resort&SPA Україна	Гранд Готель Кемпинські Високі Татри Словаччина	
Кращий спорт-готель	Superior Golf&Spa Resort Україна	Superior Golf&Spa Resort Україна	Готель FAVOR PARK Україна
Відкриття року	Вілла Санторіні 520 Греція	Parisi Udvar Hotel Budapest Угорщина	Готель Brik Україна
Кращий гольф-готель	Theodora Golf Club Румунія	Superior Golf&Spa Resort Україна	Theodora Golf Club Румунія
Кращий весільний готель	Гранд Готель Кемпинські Високі Татри Словаччина	Edem Resort Medical&SPA Україна	SunRay Hotel&Restaurant Україна
Кращий інноваційний готель	-	Готель Коссак Польща	Ibis Style Львів-Центр Україна
Кращий сімейний готель	-	Готель Kolping Spa&Family Resort Угорщина	Село Форте Італія
Кращий велнес-готель			Anax Resort Міконос Греція

Джерело: складено автором за матеріалами [9]

Аналіз таблиці дозволяє зробити висновок, що серед переможців є значна частка українських готелів. Так, у номінації «Кращий зелений готель» два роки поспіль визначено готель «Таор Карпати» (Україна). Але в поданні інформації про свої послуги і про себе на офіційному сайті (<https://taor.com.ua/>) і в соціальних мережах Instagram і Facebook інформація про цю нагороду згадується доволі скромно [10].

Зокрема, в Instagram є позначка з написом «BEST GREEN HOTEL 6 років підряд», у Facebook це зазначено у вкладці «Інформація». Хоча готель «Таор Карпати» відзначає важливість участі в конкурсах (про це свідчить цьогорічна участь і перемога в головній туристичній премії України «Ukraine Tourism Awards 2021» в номінації «Найкращий заміський комплекс»), застосування такого маркетингового інструменту, як посилення привабливості власного іміджу і задоволення споживача у якості своїх послуг, є недостатнім. Аналогічна ситуація спостерігається і щодо інших переможців.

Висновки. Проведене дослідження національних премій у сфері якості продемонструвало їх обмежену кількість і різноманітність методики оцінювання діяльності при визначенні переможців. У сфері гостинності в Україні найбільш відомими є такі премії: ресторанна премія

«Сіль», премія готельєрів «International Hospitality Awards» (яка вже стала міжнародною) і туристична премія України «Ukraine Tourism Awards». Відомість цих премій наразі сформована лише для професійного кола експертів. Вони, на жаль, не отримали престижності на кшталт «Гіда Мішлен», але усвідомлення важливості участі в таких конкурсах для готельних і ресторанних закладів уже є.

Тому для цих закладів сфери обслуговування актуальним і доцільним є інтенсивне використання цього маркетингового інструменту в системі управління якістю продукції і послуг, а також у системі іміджевих заходів. Уважаємо за доцільне активізувати використання в соціальних мережах логотипів і атрибутів цих конкурсів як елемента іміджевої (корпоративної) атрибутики для залучення уваги споживачів до конкурсів і премій. Це буде формувати нове сприйняття участі в конкурсах – як планку високого рівня якості послуг.

Список використаних джерел

1. Давидова О., Писаревський І., Ладиженська Р. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: навч. посібник. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х.: ХНАМГ, 2012. 414 с.
2. Грудцина Ю. В. Премії з якості як метод державного регулювання якості продукції. Ефективна економіка. 2019. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7045> (дата звернення: 17.12.2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.5.39
3. Джордж С., Ваймерскірх А. Всеобщее управление качеством: стратегии и технологии, применяемые сегодня в самых успешных компаниях. (TQM). СПб.: Виктория Плюс, 2002. 253 с.
4. Мальська М., Пандяк І., Занько Ю. Організація готельного обслуговування: Підручник. К.: Знання, 2011. 366 с.
5. Миронова М. Национальное достояние: путеводные звезды Мишлен. *Вокруг света*. 2019. № 1. URL: <http://www.vokrugsveta.ru/article/306535/> (дата звернення 5.10.2021).
6. Гід MICHELIN Франція 2021: 638 зіркових ресторанів, 57 новачків, 33 «зелені» зірки та перша відзнака веганського ресторану. URL: <https://posteat.ua/obzory/gid-michelin-franciya-2021-638-zirkovix-restoraniv-57-novachkiv-33-zeleni-zirki-ta-persha-vidznaka-veganskogo-restoranu/> (дата звернення 16.12.2021)
7. Сіль. Ресторанна премія: веб-сайт. URL: <https://saltawards.com/> (дата звернення 15.12.2021)
8. The International Hotel Awards: веб-сайт. URL: <https://ihotelawards.com> (дата звернення 9.12.2021)
9. International Hospitality Awards: веб-сайт. URL: <https://hospitalityawards.international/> (дата звернення 10.12.2021)
10. СПА-готель TAOR Karpaty Resort & Spa: веб-сайт. URL: <https://taor.com.ua/> (дата звернення 18.12.2021)

References

1. Davydova O. Yu., Pisarevsky IM, Ladyzhenska RS Management of quality of products and services in hotel and restaurant economy: textbook. Manual. Kharkiv: 2012. 414 p.
2. Grudtsyna, Yuliia (2019), "Quality awards as a method of state regulation of product quality", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7045> (Accessed 17 Dec 2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.5.39
3. George S., Weimerskirch A. Total Quality Management: Strategies and Technologies Used in Today's Most Successful Companies. (TQM). SPb.: Victoria Plus, 2002. 253 p.
4. Malskaya MP, Pandyak IG, Zanko Yu. S. Organization of hotel services: Textbook. K.: Knowledge, 2011. 366 p.
5. Mironova M. Nacional'noe dostoyanie: putevodnye zvezdy Mishlen. *Vokrug sveta*. 2019. № 1. URL: (Accessed 5.10.2021) (in Rus)
6. Hid MICHELIN Frantsiia 2021: 638 zirkovykh restoraniv, 57 novachkiv, 33 «zeleni» zirky ta persha vidznaka vehanskoho restoranu. URL: <https://posteat.ua/obzory/gid-michelin-franciya-2021-638-zirkovix-restoraniv-57-novachkiv-33-zeleni-zirki-ta-persha-vidznaka-veganskogo-restoranu/> (Accessed 16.12.2021)
7. Sil. Restoranna premiia: website. Retrieved from: <https://saltawards.com/> (Accessed 15.12.2021)
8. The International Hotel Awards: website. URL: <https://ihotelawards.com> (Accessed 9.12.2021)
9. International Hospitality Awards: website. URL: <https://hospitalityawards.international/> (Accessed 10.12.2021)
10. TAOR Karpaty Resort & Spa: website. URL: <https://taor.com.ua/> (Accessed 18.12.2021)

DROBOTOVA Marina¹
PhD in Economics, Associate Professor

BUTENKO Larisa¹
Senior Lecturer

VINNYK Daryna¹
Master's student

VINNYK Viacheslav¹
Master's student

¹ Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy, Cherkasy, Ukraine

INTERNATIONAL AND NATIONAL AWARDS AND COMPETITIONS - A MARKETING TOOL IN THE FIELD OF QUALITY OF HOSPITALITY SERVICES

Introduction. *One of the modern tools in the field of quality management - quality awards, competitions to determine the best, which are currently being developed and operated both at the international (regional) level and national (state, industry, corporate). At the same time, the presence of prizes (or determination of the winner of the competition) is not only a sign of quality, but also a tool for creating an attractive image of products and services for consumers. This gives rise to a significant number of different awards and competitions in the field of hospitality. Choosing the most prestigious and objective is a difficult and urgent task for the hotel and restaurant business*

The purpose of the article is a comparative analysis of the criteria for evaluating awards and competitions in the hotel and restaurant industry and the development of proposals for the use of participation in competitions for image measures for the quality of services.

Results. *It was noted that industry and national awards, both international and national, are widely used in the quality assessment system. This tool is especially important and widespread in the hospitality industry. Thus, the most famous international award in the restaurant industry should be considered the "Michelin Guide".*

The evaluation of various international awards on the basis of comparative analysis is studied. Ukrainian national restaurant award and hoteliers' award are presented. The importance of both competitions and awards marketing tool as quality is proved.

A study of international and national awards and competitions in the quality management system in the field of hospitality. The need to use these marketing tools to enhance the attractiveness of their own image and assure the consumer as the quality of their services has been proven, because today the use of these tools by national hospitality companies is insufficient.

Originality. *The information about the winners of the national awards - restaurant award Salt and hoteliers award is summarized and the importance of participation in competitions for the formation and maintenance of an attractive image is substantiated.*

Conclusions. *A study of national awards in the field of quality demonstrated their limited number and variety of evaluation methods in determining the winners. In the field of hospitality in Ukraine, the most famous are: the restaurant award "Salt", the hotel award "International Hospitality Awards" (which has already become international) and the tourist award of Ukraine "Ukraine Tourism Awards". The list of these awards has not yet been formed for the professional community and, unfortunately, has not received the reputation and prestige of the "Michelin Guide", but awareness of the importance of participating in such competitions for hotels and restaurants is already there. Therefore, for these institutions in the field of service is relevant and appropriate to intensive use of this marketing tool with a system of quality management of products and services and in the system of image activities. First of all, we consider it expedient to intensify the use of logos and attributes of these contests on social networks as an element of the image (corporate) attributes to attract consumers' attention to contests and awards. This will shape the perception of participation in competitions - as a bar for a high level of service quality.*

Key words: *quality, prizes, competitions, evaluation criteria, objectivity of evaluation, hospitality, hotel and restaurant establishments.*

*Одержано редакцією: 20.09.2021
Прийнято до публікації: 27.11.2021*