

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра Туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Давиденко І.В.

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2019 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**

зі спеціальності 242 Туризм

за освітньою програмою туризм

на тему: «Шляхи підвищення якості послуг підприємств готельного  
господарства»

**Виконавець:**

студентка факультету міжнародної економіки

Вініченко Анастасія Вікторівна \_\_\_\_\_

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Науковий керівник :**

к.е.н., доцент (науковий ступінь, вчене звання)

Ухлічева Ірина Валеріївна \_\_\_\_\_

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2019

## ЗМІСТ

|   |    |
|---|----|
| <b>ВСТУП</b> .....  | 3  |
| <b>РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ</b> .....        | 6  |
| 1.1. Поняття якості послуг в готельному господарстві .....  | 6  |
| 1.2. Управління якістю послуг в готельному господарстві.....                                      | 14 |
| 1.3. Критерії та методика оцінки якості готельних послуг.....                                     | 23 |
| <b>РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ХОСТЕЛУ «KOSHER HOSTEL»</b> .....                           | 32 |
| 2.1. Загальна характеристика хостелу «Kosher Hostel».....   | 33 |
| 2.2. Аналіз основних показників господарсько-економічної діяльності хостелу "Kosher Hostel" ..... | 39 |
| 2.3. Оцінка якості послуг хостелі "Kosher Hostel".....  | 49 |
| <b>РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ У ХОСТЕЛІ «KOSHER HOSTEL»</b> .....                    | 60 |
| 3.1. Заходи щодо підвищення якості послуг в хостелі "Kosher Hostel".....                          | 60 |
| 3.2. Удосконалення управління якістю послуг в хостелі "Kosher Hostel".....                        | 67 |
| <b>ВИСНОВКИ</b> .....   | 75 |
| <b>Список використаних джерел</b> .....   | 79 |
| <b>Додатки</b> .....  | 85 |

## ВСТУП

*Актуальність дослідження.* Стратегічна мета розвитку готельного господарства в Україні полягає у створенні високоякісного готельного продукту, здатного максимально задовольнити потреби споживачів і забезпечити на цій основі комплексний розвиток галузі. Звідси постає необхідність постійної, цілеспрямованої роботи готельних підприємств щодо формування системи якісних готельних послуг. Сьогодні вітчизняні підприємства готельного господарства перебувають у стані перманентного розвитку, однак за організаційними формами, ступенем комфортності інфраструктури та якістю готельних послуг не відповідають кращим світовим зразкам. Хоча відомо, що високий рівень якості готельних послуг є важливим чинником прийняття рішення потенційних споживачів про вибір готельного підприємства, а здатність останнього впроваджувати сучасні технології управління якістю послугами дає значні йому конкурентні переваги. Наявні проблеми актуалізують проведення досліджень і теоретичних напрацювань із формування та забезпечення функціонування системи управління якістю готельного обслуговування, важливою складовою частиною якої є оцінка рівня якості готельних послуг та обслуговування гостей.

Індустрія гостинності є однією з важливих складових світового ринку послуг та високодохідною галуззю, що швидко розвивається, створюючи нові види та форми підприємств. Одним із таких засобів розміщення, який активно поширюється на ринку готельних послуг, є хостел. Їх актуальність зростає з кожним днем, оскільки щорічно десятки мільйонів осіб відправляються в подорожі, а далеко не у всіх є достатня кількість коштів для проживання в готелях.

Останнім часом в Україні створюється все більше закладів розміщення, що позиціонують себе як хостели, однак проблема створення достатньої

вітчизняної нормативно-правової бази, яка б регулювала діяльність таких засобів розміщення, залишається невирішеною.

Світовий досвід сформував певну систему знань про якість загалом та якість готельних послуг зокрема. Теоретичні аспекти якості послуг висвітлені у працях вчених: К. Гронруса, В. Демінга, Д. Джурана, Н. Кано, Дж. Кроніна, С. Тейлора, А. Фейгенбаума, Дж. Фленегана та ін. Проблематикою якості готельних послуг і обслуговування гостей займалися вітчизняні та закордонні вчені, серед яких В. Азаров, С. Байлик, М. Бойко, Ю. Волков, Л. Іванова, В. Липчук, В. Карсекін, А. Умнов, В. Федорченко, Т. Тулібацкі та ін.

Наукових публікацій за результатами фундаментальних досліджень системи готельних послуг та їх якості на сучасному етапі із врахуванням вітчизняних особливостей неприпустимо мало. Подальшого розвитку потребують теоретичні положення та методичні засади вимірювання якості готельних послуг, особливо у напрямі об'єктивної його кількісної оцінки. Все це зумовило актуальність та мету дослідження.

**Метою дослідження** є висвітлення сутності якості готельного сервісу, оцінка рівня якості обслуговування гостей у готельних підприємствах на прикладі та визначення шляхів його підвищення.

Для реалізації мети дослідження необхідно було вирішити низку взаємопов'язаних завдань:

- визначити поняття якості послуг в готельному господарстві та управління нею;
- сформулювати критерії та методику оцінки якості готельних послуг;
- надати загальну характеристику хостелу «Kosher Hostel»;
- проаналізувати основні показники господарсько-економічної діяльності хостелу "Kosher Hostel";
- надати оцінку якості послуг хостелу "Kosher Hostel";
- окреслити шляхи підвищення якості послуг хостелу "Kosher Hostel";

- обґрунтувати економічну доцільність запропонованих заходів.

**Об'єкт та предмет дослідження.** Об'єкт дослідження є якість готельних послуг. Предмет дослідження є якість готельних послуг в хостелі "Kosher Hostel".

**Методи дослідження.** З метою досягнення поставлених завдань у роботі використовувалися такі методи дослідження:

- узагальнення та систематизації (для визначення сутності понять «якість готельних послуг»);
- системного і комплексного аналізу (для визначення управління якістю послуг в готельному господарстві);
- розрахунково-аналітичні та порівняльні методи (для дослідження господарської діяльності об'єкта дослідження);
- економіко-математичні методи (для розрахунку показників якості послуг об'єкту дослідження);
- метод системного аналізу та синтезу (для розробки шляхів удосконалення якості послуг об'єкту дослідження);
- графічні й табличні методи (для наочного зображення статистичного матеріалу, візуалізації теоретичних та практичних положень).

**Інформаційно-нормативною базою дослідження** стали чинна нормативна база України, наукові публікації вітчизняних і зарубіжних учених, інформаційно-аналітичні та облікові дані хостелу "Kosher Hostel".

Окремі результати кваліфікаційної роботи містяться в матеріалах студентської конференції:

Вінніченко А.В. Тенденції розвитку засобів розміщення Житомирської області. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених. (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.) Одеса: ОНЕУ, 2018. С. 513 – 518.

## ВИСНОВКИ

Туризм належить до сфери послуг та ефективність функціонування будь-якого готелю тісно пов'язана з якістю надання готельних послуг.

Стосовно до якості послуг виділяють:

- компетентність (фірма володіє необхідними навичками і знаннями, щоб надати послугу);
- (стабільність роботи фірми);
- чуйність (система не виходить з ладу при незвичних запитах);
- доступність (легкість контакту з співробітниками фірми);
- розуміння (розуміння специфічних потреб клієнтів);
- комунікація (своєчасне і дохідливе інформування клієнтів);
- довіра (репутація фірми);
- безпека (захист від ризику (фізичного і морального);
- ввічливість (ввічливість, уважність, дружелюбність);
- відчутність (матеріальна привабливість приміщень і форми персоналу).

Досягнення якості в сфері обслуговування - важливе завдання, вирішення якої забезпечує підприємницький успіх. Тому стратегія розвитку готельного підприємства повинна також мати на увазі і більше того, робити особливий акцент на вдосконалення відносин і спілкування між клієнтами і готельним підприємством.

Постійне підвищення якості - це не витрата, а довготерміновий вклад, заснований на забезпеченні вірності клієнтури шляхом задоволення її потреб.

Якість – це в першу чергу відчуття задоволення клієнта від обслуговування, а якісна послуга – це послуга, що відповідає потребам гостя.

Для оцінки якості обслуговування використовуються такі методи як спостереження, опитування, анкетування, особисте інтерв'ю та інші.

1. Базовим підприємством для проведення дослідження в роботі було обрано хостел «Kosher Hostel». Під «хостелом» розуміється засіб розміщення

економ-класу, призначений для організації тимчасового проживання в номерах приміщення як частини окремого будинку або всієї будівлі. Відзначимо, що хостели призначені переважно для малобюджетного туризму і не надають харчування і додаткових послуг, або роблять це в обмеженому спектрі, про що клієнт сповіщається при зверненні в готель.

2. Хостел "Kosher Hostel" розташований в центрі Одеси за адресою вул. Рішельєвська, 23. Гостям надається можливість проживати в просторах 4 номерах: один восьмимісний та три десятимісних, які обладнані двоповерховими ліжками з туалетом та душем у кожному номері. Сумарна одноразова місткість хостелу складає 38 місць. Цільова аудиторія хостелу "Kosher Hostel" – молодь, зацікавлена у недорогому проживанні, що не потребує окремих кімнат та особливого комфорту; самотні подорожні; працівники у відрядженні; а також іноземці, для яких подібний вид житла є більш звичним, ніж для українців. Хостел пристосований також для проживання родин із дітьми. Середня вартість послуги 185 грн. за одне койко-місце на добу.

3. Власником хостелу "Kosher Hostel" є фізична особа-підприємець (ФОП) без створення юридичної особи Дереновський Д.І. ФОП є платником єдиного податку з доходів 2 групи (з використанням найманої праці), виконує обов'язки директора, веде облік по спрощеній схемі. Персонал хостелу представляють директор та двоє адміністраторів.

4. Аналіз основних показників використання економіко-експлуатаційних можливостей хостелу "Kosher Hostel" за останні 2 роки показав, що при наявності 38 ліжко-місць на добу кількість ночівель в хостелі Гостями хостелу є як громадяни України, так і іноземці. Середня тривалість перебування одного гостя в хостелі за рік за досліджуваний період складає чуть більше 5 діб на іноземного туриста та чуть менше 3 діб на вітчизняного туриста.

5. Річна завантаженість хостелу "Kosher Hostel" в 2018 році склала 58%. За останні три роки діяльність хостела є прибутковою. З урахуванням того,

що дохід хостелу щорічно зростає, чистий прибуток а рентабельність продажу за досліджуваний період має тенденцію до зниження.

6. З проведеної оцінки якості послуг хостелу "Kosher Hostel" шляхом анкетування 100 клієнтів хостелу слідує:

- найбільш важливою складовою послуги хостелу є привітний прийом в рецепції, Практично таку ж важливість в очах споживача мають такі елементи як чистота в номері та наявність Інтернету та географічне положення хостелу;

- в той же час більшості споживачів послуг хостелу не надається важливою можливістю замовити їжу в номері в зв'язку з наявністю поблизу розташування хостелу "Kosher Hostel" значної кількості кафе та ресторанів, недалеко відстань від транспортних вузлів дає змогу вважати не дуже важливою послугою наявність трансферу.

- результати анкетування клієнтів хостелу були використані для розрахунку індексу споживчої задоволеності (ІСЗ). Він розраховується на основі оцінок загальної задоволеності за 5-розрядної шкалою, починаючи з вкрай незадоволених і закінчуючи повністю задоволеними клієнтами;

- середній та індивідуальні індекси задоволеності споживачів хостелу "Kosher Hostel" досить високі, але не є абсолютними, тому що в якості надаваних послуг є недоліки;

- аналіз результатів обстеження клієнтів (анкета гостя) показав, що якість послуг бронювання номерів низька, гості не задоволені послугою замовити їжу в номер і часом виникають складнощі з виходом в Інтернет через Wi-Fi. Слід також підвищити професійну придатність адміністраторів.

7. В ході усного опитування клієнтів хостелу були виявлені конкретні недоліки в діяльності "Kosher Hostel": 55% опитуємих отримали добре враження від проживання у хостелу "Kosher Hostel" і будуть його рекламувати як засіб розташування для своїх друзів та знайомих, 31% - нейтральні відвідувачі – перебування в хостелі їх задовільнило, але вони не захваті, щоб рекомендувати його друзям та знайомим і 14% - клієнти, яких



перебування не задовільнило і вони будуть рекомендувати не зупинятися в даному закладі. 14% - потенціальні втрати клієнтури хостелу на майбутнє.

8. По бажанню більшості опитаних гостей хостелу "Kosher Hostel" слід розробити ряд додаткових послуг та удосконалити існуючі, що дасть змогу залучити нову клієнтуру і зацікавити постійну.

Незважаючи на позитивні економічні показники, в найближчому майбутньому успішна діяльність хостелу "Kosher Hostel" може дати збій. Пов'язано це з постійно зростаючою конкуренцією. Тому, щоб остаточно не розчарувати клієнтів і зовсім їх не втратити, постає необхідність підвищення якості та розширення асортименту послуг, що надаються.

З наведеного дослідження вважаємо доцільним рекомендувати ряд заходів покращення якості послуг, які бажали би більшість з опитуваних гостей хостелу.

Захід 1. Удосконалення роботи служби прийому і розміщення.

Захід 2. Удосконалення асортименту послуг, що надаються хостелом "Kosher Hostel":

2.1. Включення в вартість послуги з проживання сніданок.

2.2. Підключення POST-терміналу банку для розрахунку з клієнтами платіжними картками.

2.3. Розширення зони дії Wi-Fi та впровадження більш потужного Інтернету ніж існуючий в хостелі.

2.4. Надання послуг екскурсиводів по пам'яткам Одесі та Одеської області, реалізація білетів в театри Одеси та клуби.

Проведений в дослідженні розрахунок економічного ефекту свідчить, що впровадження запропонованих заходів підвищення якості послуг хостелу "Kosher Hostel" прогнозовано може збільшити чистий прибуток закладу на 213,2 тис. грн., що на 68% більше фактичного чистого прибутку 2018 року.

Для того, щоб підтримувати якість послуг обслуговування клієнтів на високому рівні, хостелу "Kosher Hostel" розроблено методику контролю над якістю послуг.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : Навч. посібник. К.: Знання України, 2002. - 358 с.
2. Байлик С. І, Писаревський І. М. Організація готельного господарства: підручник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 329 с.
3. Беляєва С. С., Заїка О. І. Концептуальні засади діяльності хостелів. Економіка. Управління. Інновації. 2015. Випуск № 2 (14). URL: [http://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/296/1/eui\\_2015](http://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/296/1/eui_2015). (дата звернення 20.03.2019).
4. Богдан Н.М. Гомонець Т.В. Дослідження проблематики оцінювання якості готельних послуг. Приазовський економічний вісник. 2018. Випуск 5. С. 127 – 133.
5. Волков Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания. М. : Феникс, 2013. 218 с.
6. Галасюк С. С., Шикіна О.В. Організаційно-економічні засади функціонування малих готелів: монографія. Одеса : Атлант. 2015. 279 с.
7. Галасюк С. С. Проблеми визначення ємкості готельної бази в Україні. Науковий вісник Ужгородського національного університету: збірник наукових праць. Серія «Економіка». Вип. 33. Ч. 3. Ужгород: УжНУ. 2011. С. 36-41.
8. Галасюк С. С. Сучасні проблеми розвитку готельної індустрії України . Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2014. Том 2. Вип. 7. Харків: ХНАДУ. С. 9-13.
9. Галасюк К. А. Оцінка інноваційного потенціалу підприємств готельного господарства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04; Одес. нац. екон. ун-т. Одеса. 2016. 20 с.

10. Давиденко І.В. Особливості розвитку хостелів в Україні та світі. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/>
11. Давиденко І. В., Ушатова А.В. Питання визначення якості готельних послуг. Світові тенденції та перспективи розвитку фінансової системи: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Дніпро: НО «Перспектива», 2017. Ч. 1. С. 78-81.
12. Данько Н. І. Управління якістю готельних підприємств в Україні./ Пробл. економіки. 2011. № 1. С. 67–72.
13. Деревлева Е. Хостельный надлом. Бізнес. URL: [https://www.business.ua/companies/khostelnyy\\_nadlom-342973/](https://www.business.ua/companies/khostelnyy_nadlom-342973/) (дата звернення 20.03.2019).
14. Дубодєлова А. В., Лісовська Л. С., Нищота А. О. Система управління якістю обслуговування клієнтів готельного підприємства. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Проблеми економіки та управління. 2013. № 754. С. 159-165.
15. Дубодєлова А.В. Система управління якістю готельних послуг: методологічні . Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2008. №611. С.130-134/
16. ДСТУ ISO 9000–2001 «Система управління якістю. Основні положення». URL: [https://dbn.at.ua/\\_ld/11/1128\\_432\\_iso9000-1-.pdf](https://dbn.at.ua/_ld/11/1128_432_iso9000-1-.pdf) (дата звернення 20.03.2019).
17. Журавльова С. М. Стратегічне управління підприємствами готельного господарства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. Харків. 2015. 22 с.
18. Индекс удовлетворенности потребителей // Главный инженер. URL: <http://chiefengineer.ru/organizaciya-proizvodstva/pokazateli-effektivnosti/indeksudovletvorennosti-potrebiteley/> (дата звернення 14.05.15)
19. Капліна А.С. Методичний підхід до оцінки якості готельних послуг. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Економіка, організація і управління підприємством. 2016. №1 (38). С.168 -173.

20. Капліна А.С. Особливості й умови формування організаційно-економічного механізму управління розвитком підприємств готельного господарства України. Модернізація туризмознавства: теорія і практика партнерства: монографія / за заг. ред. Г.П. Склера. Полтава: ПУЕТ, 2015. С. 352 – 363.
21. Капліна А.С. Удосконалення управління якістю готельних послуг як складової цільової підсистеми організаційно-економічного механізму управління розвитком підприємств готельного господарства. Наукові праці Полтавської державної академії: Економічні науки. 2015. №2 (11) С.124 - 134.
22. Кійко В. В., Кавтарадзе Т.С. Управління якістю послуг в індустрії гостинності. Наукова творчість молоді в індустрії гостинності: матеріали Другої всеукр. наук.-практ. конф. студ., аспірантів та молодих вчених, 15-16 листопада 2012. Донецьк. 2012. С. 222-225.
23. Кізима В. Л. Організаційно-економічний механізм управління розвитком сфери готельного господарства України : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03. Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. Львів, 2013. 20 с.
24. Кіктенко З. П., Купа І. В., Особливості регулювання розвитку готельного господарства в Україні. Держава та регіони. Серія: Державне управління, 2015 р.. № 3. С. 50-56.
25. Кожухівська Р.Б. Використання міжнародного досвіду впровадження інновацій у сферу готельного бізнесу. URL: <http://dspace.udpu.edu.ua/jspui/bitstream/6789/3338/>. (дата звернення 20.03.2019).
26. Король К., Литвинец Л. Управління якістю послуг підприємств готельного господарства. Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у ХХІ столітті: програма і матеріали 80 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 10–11 квітня 2014 р. К. : НУХТ, 2014. Ч. 3. С. 513-514.

27. Кузнецова Н.М., Нездоймінов С.Г. Регіональний вимір розвитку туристичного та готельного бізнесу. Одеса: Астропринт, 2010. 256 с.
28. Куртов А.І., Полікашин О.В., Потіхенський А.І., Александров В.М. Експертні оцінки. Метод «Дельфі» як технологія прийняття управлінських рішень. Збірник наукових праць Харківського національного університету Повітряних Сил. Моделювання в економіці та управління проектами. 2017. №1. С. 119 - 122
29. Липчук В., Бойко В. Дослідження якості обслуговування споживачів готельних послуг. Вісник КНЕУ. 2016. № 4. С. 51–58.
30. Лупич О.О. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності. Регіональні проблеми розвитку територіальних систем: теорія, практика, перспективи: матеріали Міжнародної науковопрактичної конференції, Частина 3, 15-16 квітня 2016 р.. та ін. Ужгород: Вид-во «ФОП Сабов А.М.». 204 с. С. 83 – 87.
31. Лупич О. О. Вплив сучасних тенденцій індустрії гостинності на перспективи її розвитку в Україні. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. 2016. №1. С. 78 – 82.
32. Мельник І.М. Химич Т.В. Сучасні підходи до оцінки якості обслуговування в готельних підприємствах. Економіка та управління підприємствами. Випуск 14. 2017. С. 155 – 161.
33. Миколюк О. А., Прилепа Н. В. Формування систем управління якістю підприємств готельного бізнесу. Вісник Хмельницького національного університету. 2015. № 2. Т. 2 с.309 – 312.
34. Мельниченко С.В., Босовська М.В., Полтавська О.В. Оцінка персоналу підприємств готельного господарства на основі компетентного підходу. URL: <https://www.sworld.com.ua/simpoz2/3.pdf> (дата звернення 20.03.2019)
35. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу: навчальний посібник. / під загальною редакцією М. М. Поплавського і О. О. Гаца. К, : Кондор, 2008. 460 с.

36. Мунін Г.Б. Оцінка ефективності витрат на якість послуг. Інноваційний менеджмент: проблеми формування в умовах перехідної економіки : збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції в МАУП. К. : МАУП. 2002. С. 67 – 72.
37. Нездойминов С. Г. Гостиничный бизнес Украины в условиях рыночных реформ / С. Г. Нездойминов // *Ars Administrandi*. – 2016. – Вып. 3. – С. 97-106.
38. Офіційний сайт хостелу "Kosher Hostel". URL: <https://kosher-hostel-odessa.nochi.com.ua/> (дата звернення 20.03.2019).
39. Пінчук А.С. Атанасевич О.Є. Шляхи підвищення якості готельних послуг в Україні. Економіка та управління підприємствами. 2018. Випуск 25. С. 393 – 396
40. Роглев Х. Й Основи готельного менеджменту: навчальний посібник. К : Кондор. 2005. 408 с.
41. Скибінський С.В., Іванова Л.О., Моргун О.Ф. Маркетинг готельних послуг. Львів: Видавництво Львівської комерційної академії. 2000. 246 с.
42. Семенов В. Ф., Галасюк С.С., Шикіна О.В. Поняття і зміст організаційно-економічного забезпечення функціонування готельних підприємств малої місткості Актуальні проблеми економіки. 2015. № 10(172). С. 202-212.
43. Федорченко В.К., Мініч І.М. Готельне господарство: основні показники, оцінка якості послуг. К. : КУТЕП, 2009. 78 с.
44. Феофанова О.Г., Нездойминов С.Г. Проблемы формирования конкурентных преимуществ в гостиничном бизнесе. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2016. №1. С. 162 – 175.
45. Чередниченко А.О., Калінін М.В. Якість надання послуг підприємствами готельного господарства як ключовий фактор привабливості в туристичній галузі. Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції "Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами" (м. Луцьк, 8.12.2016 р.) Луцький НТУ. Луцьк. 2016. Ч.3. 656 с. С. 209 – 211.

46. Шикіна О. В. Динаміка розвитку малих готелів м. Одеси. Актуальні проблеми економіки. 2017. № 1(187). С. 313-325.
47. Шикіна О. В. Організаційно-економічне забезпечення функціонування готельних підприємств малої місткості : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Одес. нац. екон. ун-т. Одеса, 2015. 20 с.
48. Шикіна О. В. Сучасний стан розвитку готельного бізнесу Одеської області. Глобальні та національні проблеми економіки. Миколаїв. 2016. Вип. № 13. С. 413-420
49. Tulibacki T. Miedzynarodowe systemy hotelowe. Warszawa : Wsz HGpT, 2005. 262 с.
50. Cronin J.J., Taylor S.A. Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. Journal of Marketing. 1992. Vol. 56. P. 55–68.
51. Flanagan J.C. The critical Incident Technique. Psychological Bulletin. 1954. Vol. 51. № 4. 33 p.
52. Kano's Methods for Understanding Customer-defined Quality . Center for Quality of Management Journal. 1993. Vol. 2. № 4. 37 p.
53. Customer Satisfaction Index // CEE market and social research network. URL: <http://www.factum-group.com/solutions/customer-satisfaction-index/> (дата звернення 14.04.19)

## ДОДАТКИ



## Анкета для тих, що виїжджають з хостелу "Kosher Hostel".

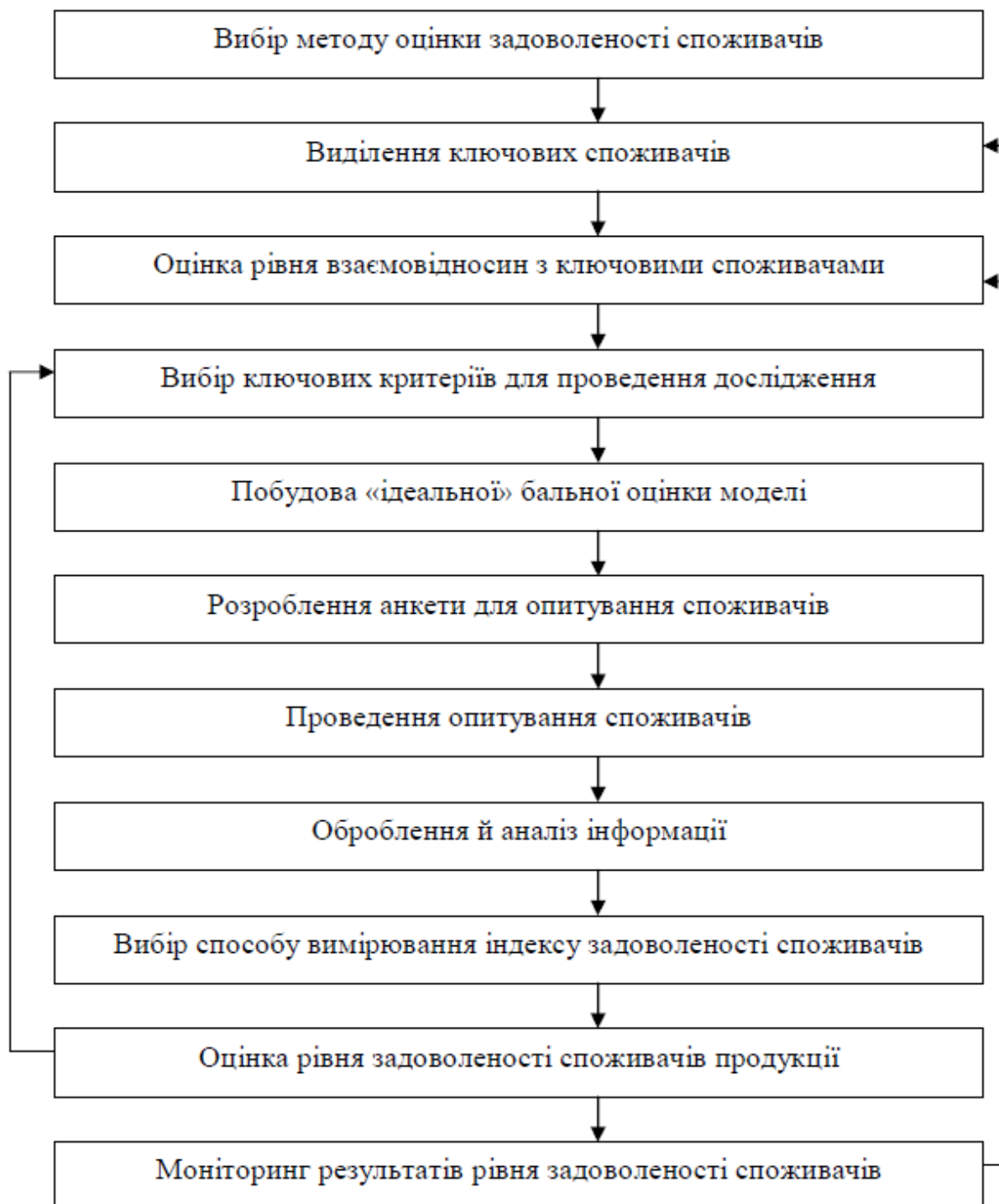
|  |          |       |            |              |        |   |
|--|----------|-------|------------|--------------|--------|---|
| Яку оцінку ви дали б наступним службам?<br>(поставте, будь ласка хрестик у відповідній клітці) | відмінно | добре | задовільно | незадовільно | погано | Пропозиції і зауваження<br><br>Прізвище _____<br><br>Кімната № _____<br><br>Дата _____ заповнення<br><br>ДЯКУЄМО! |
| Прийом в рецепції  |          |       |            |              |        |   |
| Чистота в номері   |          |       |            |              |        |   |
| Доступ до Інтернету  |          |       |            |              |        |   |
| Місцерозташування закладу  |          |       |            |              |        |   |
| Професійна придатність персоналу   |          |       |            |              |        |   |
| Наявність зони відпочинку та робочої зони  |          |       |            |              |        |   |
| Наявність парковки   |          |       |            |              |        |   |
| Можливість бронювання номера   |          |       |            |              |        |   |
| Наявність трансферу  |          |       |            |              |        |   |
| Послуги з прання та прасування   |          |       |            |              |        |   |
| Можливість замовлення їжі в номер  |          |       |            |              |        |   |

### Анкета для гостей хостелу "Kosher Hostel"

Шановані гості!

Ми будемо Вам дуже вдячливі, якщо Ви заповните цю анкету, яка, як ми сподіваємося, допоможе нам поліпшити якість обслуговування в нашому хостелі.

|  |   |
|--|---|
| Ви приїхали в *****:<br><br><input type="radio"/> автомобілем<br><input type="radio"/> літаком<br><input type="radio"/> поїздом<br><input type="radio"/> автобусом | У хостелі має бути:<br><br><input type="radio"/> сейф<br><input type="radio"/> охоронна сигналізація<br><input type="radio"/> інтернет<br><input type="radio"/> холодильник<br><input type="radio"/> кондиціонер<br><input type="radio"/> міні-бар<br>Ваша пропозиція _____ |
| Мета Вашого візиту:<br><br><input type="radio"/> ділова поїздка<br><input type="radio"/> туризм<br><input type="radio"/> інше                                      |   |
| Ви зупинялись у нас раніше?<br><br><input type="radio"/> так<br><input type="radio"/> ні   | Ви вибрали наш заклад:<br><br><input type="radio"/> по рекомендації<br><input type="radio"/> по рекламі через турагенство   |
| Ви залишитесь у нас ще?<br><br><input type="radio"/> так<br><input type="radio"/> ні<br>Чому? _____  | Як Ви забронювали номер:<br><br><input type="radio"/> самостійно<br><input type="radio"/> через служби готелю<br><input type="radio"/> не бронював (а)  |



Методика оцінки рівня задоволеності споживачів

### Методика розрахунку індексу споживчої задоволеності [18]

Виконуються наступні етапи з розрахунку інтегрального показника задоволеності споживачів якістю певного виду продукції (послуги):

1) Обчислюється середня оцінка задоволеності по кожному показником продукції (послуги):

$$\bar{S}_l = \frac{\sum_{i=1}^n x_{li}}{n} \quad (1)$$

де

$\bar{S}_l$  - середня оцінка задоволеності l-м показником,  
 $x_{li}$  - оцінка задоволеності конкретним l-м показником кожного i-го споживача,  
 $n$  - кількість опитаних споживачів,  
 $l$  - порядковий номер показника продукції (послуги),  
 $i$  - порядковий номер опитаного споживача

2) Обчислюється сума важливості по кожному показнику на основі оцінок важливості, виставлених експертами:

$$V_l = \sum_{j=1}^k v_{lj}, \quad (2)$$

де  $V_l$  - сума важливості l-го показника,  
 $v_{lj}$  - оцінка важливості j-го експерта по l-му показнику,  
 $k$  - кількість експертів,  
 $j$  - порядковий номер експерта.

3) Відносно суми оцінок важливості показника розставляється ранг важливості показника. Тобто показнику з найбільшою сумою оцінок важливості присвоюється найбільший ранг важливості. Наприклад, оцінюється важливість п'яти показників. Показником, який отримав найбільшу суму оцінок важливості, присвоюється ранг важливості 5. показником, який отримав найменшу суму оцінок важливості, присвоюється ранг важливості 1.

4) Експертам пропонується визначити питому вага кожного показника продукції, таким чином, щоб виконувалась умова:

$$\sum_{l=1}^m z_{jl} = 1 \quad (3)$$

де  $z_{jl}$  - питома вага l-го показника, виставленого j - експертом,  
 $j$  - порядковий номер експерта,

$l$  - порядковий номер показника продукції (послуги),  
 $m$  - кількість показників продукції (послуги).

5) Обчислюється середня питома вага кожного показника:

$$\bar{z}_l = \frac{\sum_{j=1}^k z_{lj}}{k} \quad (4)$$

де

$\bar{z}_l$  - середня питома вага  $l$ -го показника,

$z_{lj}$  - питома вага  $l$ -го показника, поставлений  $j$ -м експертом,

$l$  - порядковий номер показника продукції (послуги),

$j$  - порядковий номер експерта,

$k$  - кількість експертів.

6) Розраховується інтегральний показник задоволеності якістю продукції

$$S = \sum_{l=1}^m \bar{s}_l * \bar{z}_l \quad (5)$$

де  $S$  - інтегральний показник задоволеності якістю продукції (послуги),

$\bar{s}_l$  - середня оцінка задоволеності  $l$ -м показником продукції (послуги),

$\bar{z}_l$  - середня питома вага  $l$ -го показника продукції (послуги),

$l$  - порядковий номер показника продукції (послуги).

7) Інтерпретується отримане значення інтегрального показника задоволеності якістю продукції.

Так як максимальна оцінка задоволеності 5 балів, максимальна питома вага - 1, то максимальне значення інтегрального показника дорівнює 5. Споживачі вважаються задоволеними при значенні інтегрального показника задоволеності рівного або вище 3. Споживачі, що потрапили в зону оцінок задоволеності від 3 до 4, вважаються частково незадоволеними. На рисунку наочно представлено зонування оцінок задоволеності.

| Зона 1                            | Зона 2                            | Зона 3                            |
|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| Оцінка задоволеності від 5 до 4 – | Оцінка задоволеності від 4 до 3 – | Оцінка задоволеності від 3 до 1 – |

Зонування оцінок задоволеності

Аналогічним чином розраховується інтегральний показник задоволеності якістю послуги.

## Розрахунок індексу споживчої задоволеності хостелу "Kosher Hostel"

| №          | Показники  | Відмінно     | Добре | Задовільнено | Незадовільнено | Погано |
|------------|--|--------------|-------|--------------|----------------|--------|
| 1          | Оцінка якості в балах  | 5            | 4     | 3            | 2              | 1      |
| 2          | Вагомість якості, %  | 100          | 75    | 50           | 25             | 0      |
| 3          | Послуги  |              |       |              |                |        |
| <b>3.1</b> | <b>Прийом в рецепції</b>   |              |       |              |                |        |
| 3.1.1      | Кількість споживачів, що оцінили якість, осіб                                  | 25           | 47    | 23           | 5              | 0      |
| 3.1.2      | Індивідуальний показник оцінки якості послуги в балах (стр. 1.*стр. 3.1.1)/100 | 1,25         | 1,88  | 0,69         | 0,1            | 0      |
| 3.1.3      | Індивідуальний CSI в % (Стр. 2*стр. 3.1.1)/100                                 | 25           | 35,25 | 11,5         | 1,25           | 0      |
| 3.1.4      | Середня оцінка якості послуги в балах (Сума стр. 3.1.2)                        | <b>3,92</b>  |       |              |                |        |
| 3.1.5      | CSI якістю послуги, % (Сума стр. 3.1.3)  | <b>73,0</b>  |       |              |                |        |
| <b>3.2</b> | <b>Чистота в номері</b>  |              |       |              |                |        |
| 3.2.1      | Кількість споживачів, що оцінили якість, осіб                                  | 47           | 25    | 28           | 0              | 0      |
| 3.2.2      | Індивідуальний показник оцінки якості послуги в балах (стр. 1.*стр. 3.1.1)/100 | 2,35         | 1     | 0,84         | 0              | 0      |
| 3.2.3      | Індивідуальний CSI в % (Стр. 2*стр. 3.1.1)/100                                 | 47           | 18,75 | 14           | 0              | 0      |
| 3.2.4      | Середня оцінка якості послуги в балах (Сума стр. 3.1.2)                        | <b>4,19</b>  |       |              |                |        |
| 3.2.5      | CSI якістю послуги, % (Сума стр. 3.1.3)  | <b>79,75</b> |       |              |                |        |
| <b>3.3</b> | <b>Доступ до Інтернету</b>   |              |       |              |                |        |
| 3.3.1      | Кількість споживачів, що оцінили якість, осіб                                  | 30           | 17    | 32           | 11             | 10     |
| 3.3.2      | Індивідуальний показник оцінки якості послуги в балах (стр. 1.*стр. 3.1.1)/100 | 1,5          | 0,68  | 0,96         | 0,22           | 0      |
| 3.3.3      | Індивідуальний CSI в % (Стр. 2*стр. 3.1.1)/100                                 | 30           | 12,75 | 16           | 2,75           | 0      |
| 3.3.4      | Середня оцінка якості послуги в балах (Сума стр. 3.1.2)                        | <b>3,46</b>  |       |              |                |        |
| 3.3.5      | CSI якістю послуги, % (Сума стр. 3.1.3)  | <b>61,5</b>  |       |              |                |        |

|            |  |              |       |      |      |   |
|------------|--|--------------|-------|------|------|---|
| <b>3.4</b> | <b>Місцерозташування закладу</b>   |              |       |      |      |   |
| 3.4.1      | Кількість споживачів, що оцінили якість, осіб                                  | 79           | 11    | 10   | 0    | 0 |
| 3.4.2      | Індивідуальний показник оцінки якості послуги в балах (стр. 1.*стр. 3.1.1)/100 | 3,95         | 0,44  | 0,3  | 0    | 0 |
| 3.4.3      | Індивідуальний CSI в % (Стр. 2*стр. 3.1.1)/100                                 | 79           | 8,25  | 5    | 0    | 0 |
| 3.4.4      | Середня оцінка якості послуги в балах (Сума стр. 3.1.2)                        | <b>4,69</b>  |       |      |      |   |
| 3.4.5      | CSI якістю послуги, % (Сума стр. 3.1.3)  | <b>92,25</b> |       |      |      |   |
| <b>3.5</b> | <b>Професійна придатність персоналу</b>  |              |       |      |      |   |
| 3.5.1      | Кількість споживачів, що оцінили якість, осіб                                  | 22           | 49    | 27   | 2    | 0 |
| 3.5.2      | Індивідуальний показник оцінки якості послуги в балах (стр. 1.*стр. 3.1.1)/100 | 1,1          | 1,96  | 0,81 | 0,04 | 0 |
| 3.5.3      | Індивідуальний CSI в % (Стр. 2*стр. 3.1.1)/100                                 | 22           | 36,75 | 13,5 | 0,5  | 0 |
| 3.5.4      | Середня оцінка якості послуги в балах (Сума стр. 3.1.2)                        | <b>3,91</b>  |       |      |      |   |
| 3.5.5      | CSI якістю послуги, % (Сума стр. 3.1.3)  | <b>72,75</b> |       |      |      |   |
| <b>3.6</b> | <b>Наявність зони відпочинку та робочої зони</b>                               |              |       |      |      |   |
| 3.6.1      | Кількість споживачів, що оцінили якість, осіб                                  | 36           | 35    | 27   | 2    | 0 |
| 3.6.2      | Індивідуальний показник оцінки якості послуги в балах (стр. 1.*стр. 3.1.1)/100 | 1,8          | 1,4   | 0,81 | 0,04 | 0 |
| 3.6.3      | Індивідуальний CSI в % (Стр. 2*стр. 3.1.1)/100                                 | 36           | 26,25 | 13,5 | 0,5  | 0 |
| 3.6.4      | Середня оцінка якості послуги в балах (Сума стр. 3.1.2)                        | <b>4,05</b>  |       |      |      |   |
| 3.6.5      | CSI якістю послуги, % (Сума стр. 3.1.3)  | <b>76,25</b> |       |      |      |   |
| <b>3.7</b> | <b>Наявність парковки</b>  |              |       |      |      |   |
| 3.7.1      | Кількість споживачів, що оцінили якість, осіб                                  | 45           | 44    | 11   | 0    | 0 |
| 3.7.2      | Індивідуальний показник оцінки якості послуги в балах                          | 2,25         | 1,76  | 0,33 | 0    | 0 |

|             |   |              |       |      |      |   |
|-------------|---|--------------|-------|------|------|---|
|             | (стр. 1.*стр. 3.1.1)/100  |              |       |      |      |   |
| 3.7.3       | Індивідуальний CSI в %<br>(Стр. 2*стр. 3.1.1)/100                                 | 45           | 33    | 5,5  | 0    | 0 |
| 3.7.4       | Середня оцінка якості послуги в балах<br>(Сума стр. 3.1.2)                        | <b>4,34</b>  |       |      |      |   |
| 3.7.5       | CSI якістю послуги, %<br>(Сума стр. 3.1.3)  | <b>83,5</b>  |       |      |      |   |
| <b>3.8</b>  | <b>Можливість бронювання номера</b>   |              |       |      |      |   |
| 3.8.1       | Кількість споживачів, що оцінили якість, осіб                                     | 16           | 43    | 39   | 2    | 0 |
| 3.8.2       | Індивідуальний показник оцінки якості послуги в балах<br>(стр. 1.*стр. 3.1.1)/100 | 0,8          | 1,72  | 1,17 | 0,04 | 0 |
| 3.8.3       | Індивідуальний CSI в %<br>(Стр. 2*стр. 3.1.1)/100                                 | 16           | 32,25 | 19,5 | 0,5  | 0 |
| 3.8.4       | Середня оцінка якості послуги в балах<br>(Сума стр. 3.1.2)                        | <b>3,73</b>  |       |      |      |   |
| 3.8.5       | CSI якістю послуги, %<br>(Сума стр. 3.1.3)  | <b>68,25</b> |       |      |      |   |
| <b>3.9.</b> | <b>Наявність трансферу</b>  |              |       |      |      |   |
| 3.9.1       | Кількість споживачів, що оцінили якість, осіб                                     | 39           | 42    | 14   | 5    | 0 |
| 3.9.2       | Індивідуальний показник оцінки якості послуги в балах<br>(стр. 1.*стр. 3.1.1)/100 | 1,95         | 1,68  | 0,42 | 0,1  | 0 |
| 3.9.3       | Індивідуальний CSI в %<br>(Стр. 2*стр. 3.1.1)/100                                 | 39           | 31,5  | 7    | 1,25 | 0 |
| 3.9.4       | Середня оцінка якості послуги в балах<br>(Сума стр. 3.1.2)                        | <b>4,15</b>  |       |      |      |   |
| 3.9.5       | CSI якістю послуги, %<br>(Сума стр. 3.1.3)  | <b>78,75</b> |       |      |      |   |
| <b>3.10</b> | <b>Послуги з прання та прасування</b>   |              |       |      |      |   |
| 3.10.1      | Кількість споживачів, що оцінили якість, осіб                                     | 34           | 39    | 27   | 0    | 0 |
| 3.10.2      | Індивідуальний показник оцінки якості послуги в балах<br>(стр. 1.*стр. 3.1.1)/100 | 1,7          | 1,56  | 0,81 | 0    | 0 |
| 3.10.3      | Індивідуальний CSI в %<br>(Стр. 2*стр. 3.1.1)/100                                 | 34           | 29,25 | 13,5 | 0    | 0 |
| 3.10.4      | Середня оцінка якості послуги в балах<br>(Сума стр. 3.1.2)                        | <b>4,07</b>  |       |      |      |   |
| 3.10.5      | CSI якістю послуги, %<br>(Сума стр. 3.1.3)  | <b>76,75</b> |       |      |      |   |



|             |  |              |      |      |      |   |
|-------------|--|--------------|------|------|------|---|
| <b>3.11</b> | <b>Можливість за­ка­зу їжі в номер</b>   |              |      |      |      |   |
| 3.11.1      | Кількість споживачів, що оцінили якість, осіб                                  | 24           | 44   | 28   | 4    | 0 |
| 3.11.2      | Індивідуальний показник оцінки якості послуги в балах (стр. 1.*стр. 3.1.1)/100 | 1,2          | 1,76 | 0,84 | 0,08 | 0 |
| 3.1013      | Індивідуальний CSI в % (Стр. 2*стр. 3.1.1)/100                                 | 24           | 33   | 14   | 1    | 0 |
| 3.11.4      | Середня оцінка якості послуги в балах (Сума стр. 3.1.2)                        | <b>3,88</b>  |      |      |      |   |
| 3.11.5      | CSI якістю послуги, % (Сума стр. 3.1.3)  | <b>72,62</b> |      |      |      |   |