

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Зав. кафедри к.е.н., доцент

Давиденко І.В

«   » \_\_\_\_\_ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавра

зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

за освітньою програмою «Економіка та організація готельно-ресторанної  
справи»

на тему: «Оцінка якості надання готельних послуг в умовах роботи закладів розміщення туристів на засадах франчайзингу ( на прикладі групи готелів мережі "Marriott International")»

Виконавець:

студентка ЦЗВФН

Мартинюк Яна Віталіївна \_\_\_\_\_

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

Науковий керівник:

к.е.н., професор

(науковий ступінь, вчене звання)

Герасименко Віктор Григорович \_\_\_\_\_

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

Одеса 2024

## План

Вступ.....	3
Розділ 1. Якість надання послуг у франчайзингових готелях .....	6
1.1. Поняття та характеристика послуг, що надаються в готельних підприємствах.....	6
1.2. Поняття та характеристика франчайзингової системи у готельному бізнесі.....	12
1.3. Вимоги франшизи компанії Marriott International до якості надання послуг	17
Розділ 2. Оцінка якості надання послуг у готелях компанії Marriott International.....	23
2.1. Оцінка якості надання послуг у Warsaw Marriott Hotel.....	25
2.2. Оцінка якості надання послуг у Niagara Falls Marriott on the Falls.....	29
2.3. Оцінка якості надання послуг у AC Hotel by Marriott Alicante.....	33
Розділ 3. Пошук недоліків та порівняння якості надання послуг у готелях компанії Marriott International.....	38
3.1. Пошук недоліків у наданні послуг у готелях компанії Marriott International за допомогою методу Парето.....	38
3.2. Порівняння якості надання послуг у готелях Warsaw Marriott Hotel, Niagara Falls Marriott on the Falls та AC Hotel by Marriott Alicante.....	46
Висновок.....	53
Список використаних джерел.....	56
Додатки.....	62

## Вступ

### **Актуальність теми.**

Готельне господарство є найважливішою частиною туристичної індустрії. Розвиток національного та міжнародного туризму значною мірою пов'язаний з рівнем матеріально-технічної бази туристичних підприємств, розгалуженістю та різноманітністю їхніх мереж, якістю та асортиментом послуг, що надаються підприємствами готельного господарства.

Готельні підприємства виконують одну з найважливіших функцій туристичних послуг - забезпечення проживання та побутового обслуговування під час подорожі.

Готельні послуги - це всі види діяльності, які готель може запропонувати гостю, які здебільшого є нематеріальними і не призводять до чогось матеріального. Вони не існують доти, поки вони не будуть надані. Це унеможлиблює порівняння та оцінку готельних послуг до того, як вони будуть спожиті. Тому порівнювати можна лише очікувані та отримані вигоди. Готельні послуги характеризуються високим ступенем невизначеності, що ставить гостя у невідповідне становище і ускладнює їх просування на ринку для готельних підприємств.

Популярність франчайзингових відносин у готельній індустрії зростає у всьому світі з кожним роком, тому важливо спиратися на міжнародний досвід при створенні нової франчайзингової системи або входженні в існуючу, оскільки це допоможе уникнути більшості труднощів, які виникають у цій галузі. Варто також зазначити, що до франчайзингового готелю пред'являються високі вимоги не тільки з боку франчайзера, але й з боку гостей, тому важливо звести до мінімуму помилки.

**Мета кваліфікаційної роботи.** Метою кваліфікаційної роботи є оцінка якості надання готельних послуг в умовах роботи закладів розміщення туристів на засадах франчайзингу

**Об'єктом дослідження** виступає якість надання готельних послуг.

**Предмет дослідження:** якість надання готельних послуг в умовах роботи закладів розміщення туристів на засадах франчайзингу.

**Завдання кваліфікаційної роботи.** Опираючись на мету, об'єкт та предмет дослідження, було виділено такі завдання кваліфікаційної роботи:

- описати поняття та характеристику послуг, що надаються в готельних підприємствах;
- описати поняття та характеристику франчайзингової системи у готельному бізнесі;
- з'ясувати вимоги компанії Marriott International до якості надання послуг;
- описати франшизу компанії Marriott International;
- оцінити надання послуг у Warsaw Marriott Hotel;
- оцінити надання послуг у Niagara Falls Marriott on the Falls;
- оцінити надання послуг у AC Hotel by Marriott Alicante;
- з'ясувати недоліки у наданні послуг у готелях компанії Marriott International за допомогою методу Парето;
- провести порівняння якості надання послуг у готелях Warsaw Marriott Hotel, Niagara Falls Marriott on the Falls та AC Hotel by Marriott Alicante.

**Методи дослідження.** Під час написання роботи використовувалися теоретичні та емпіричні методи. З теоретичних методів було використано індукцію, пояснення та класифікацію, а з емпіричних – аналіз, розрахунки та опис.

**Інформаційна база досліджень.** Під час виконання кваліфікаційної роботи було використано праці вітчизняних дослідників, наукові статті, законодавча база України, офіційні сайти мережі Інтернет

## Висновок

У кваліфікаційній роботі я спробувала розкрити поняття та сутність готельних послуг в умовах роботи закладів розміщення туристів на засадах франчайзингу. Було з'ясовано основні поняття, такі як готель, процес обслуговування, готельна послуга. А також було описано основні вимоги до готельних підприємств, поділ послуг за функціональним призначенням, різницю між основними та додатковими послугами та їх характеристику.

При розкритті поняття та сутності франчайзингової системи в готельному бізнесі, було з'ясовано поняття франчайзер, франчайзі, франшиза, готельний франчайзинг. Також було описано напрямки франшизи мережі готелів.

При розгляді вимог франшизи компанії Marriott International до якості надання послуг, було з'ясовано, що в своїй роботі компанія притримується принципів TQM, і була надана загальна характеристика цієї концепції. Також було з'ясовано, що компанія має корпоративний посібник з ділової поведінки, в якому компанія пропагує відвертість та чесність при роботі з клієнтами.

Для оцінки якості надання послуг в компанії Marriott International було обрано три готелі в різних країнах, що дало можливість сформувати чітку картину надання послуг в цій компанії. Спочатку було оцінено якість надання послуг у Warsaw Marriott Hotel, комплексна оцінка якості якого склала 3,8 бали, показником за найвищим балом (4,8) виявилось розташування готелю, а показником з найнищим середнім балом виявилось співвідношення ціни/якості. Далі було проведено оцінку показників якості у готелі у Niagara Falls Marriott on the Falls, в результаті комплексна оцінка якості склала 3,7 бали. Найвище оцінено було показник розташування, бал якого становив 4,9, а найнище оцінено було чистоту готелю (3,3 бали). Останнім було оцінено якість

надання послуг у AC Hotel by Marriott Alicante, тут комплексна оцінка якості склала 4,1 бали. Найвище відвідувачі оцінили показники персонал та чистота в 4,7 бали кожен.

Далі було проведено пошук недоліків у наданні послуг у готелях компанії Marriott International за допомогою методу Парето. За результатами було з'ясовано що, у Warsaw Marriott Hotel та AC Hotel by Marriott Alicante найбільшу кількість негативних відгуків за 2024 рік отримав показник комфорт. А в готелі Niagara Falls Marriott on the Falls показником з найбільшою кількістю негативних відгуків виявилася чистота.

Наостанок в кваліфікаційній роботі було проведено порівняння якості надання послуг у готелях Warsaw Marriott Hotel, Niagara Falls Marriott on the Falls та AC Hotel by Marriott Alicante. Загалом можна зазначити, що за показниками персонал, чистота, комфорт та співвідношення ціна/якість найвищий бал у AC Hotel by Marriott Alicante, а за показником розташування у Niagara Falls Marriott on the Falls.

Підсумовуючи, можна зазначити, що готелів, які відкриваються за франшизою, з кожним роком стає все більше, адже купуючи франшизу ви отримуєте не тільки ім'я, а й репутацію, покрокову інструкцію дій, підтримку з боку франчайзера. Звісно є і негативні аспекти франшизи, наприклад, регулярна оплата франшизи чи не можливість приймати всі рішення, щодо управління готелем самостійно, але позитивні аспекти звісно переважають.

Що ж до компанії Marriott International, то можна побачити, що не дивлячись на те що франшиза висуває однакові вимоги до всіх готелів, кожен керуючий по різному їх притримуються. Саме це ми можемо побачити на прикладах Warsaw Marriott Hotel, Niagara Falls Marriott on the Falls та AC Hotel by Marriott Alicante. До прикладу, різниця середнього балу за показник якості

чистота між цими готелями сягала до 1,4 бали, а це значна різниця враховують, що оцінка проводилася за 5-бальною системою.

Я вважаю, що компанії Marriott International варто проводити щорічні перевірки якості надання послуг, інакше вони можуть втратити репутацію, яку здобували роками.



## Список використаних джерел

1. Балабаниць А., Гапонюк О. Методичний підхід до оцінки якості обслуговування споживачів готельних послуг. Page of journal Socio-Economic Problems and the State. 2019 р. – 12 ст. URL: <https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/30963/5/19bavshp.pdf>
2. Д. І. Басюк, Д. О. Мельник, М. П. Маршаленко. Комплексний підхід до оцінки якості послуг готельних підприємств. Економічна наука, 2019р. – 4 ст. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/0184e87b-b834-471f-9202-e8c793e80a6f/content>
3. С.І. Байлик, І. М. Писаревський. Організація готельного господарства: підручник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 329 с. URL: [https://eprints.kname.edu.ua/41618/1/%D0%9F%D0%95%D0%A7\\_2015\\_4%D0%9F\\_%D0%9E%D1%80%D0%B3%20%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%20%D0%B3%D0%BE%D1%81%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0%20%D0%9F%D0%B8%D1%81%D0%B0%D1%80%D0%B5%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9.pdf](https://eprints.kname.edu.ua/41618/1/%D0%9F%D0%95%D0%A7_2015_4%D0%9F_%D0%9E%D1%80%D0%B3%20%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%20%D0%B3%D0%BE%D1%81%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0%20%D0%9F%D0%B8%D1%81%D0%B0%D1%80%D0%B5%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9.pdf)
4. Беляєва С. В., Шокур А. В. Актуальність управління якістю надання готельних послуг. 2016р. - 20-25 ст. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197261512.pdf>
5. Бондаренко С. М., Строкач І. А. Особливості використання соціально-орієнтованої концепції загального управління якістю TQM в Україні. Київ: КНУТД – 7 ст. URL: <https://www.knutd.edu.ua/publications/pdf/TD/2014-1/Bondarenko2015060411.pdf>
6. О. В. Величко, В. Осецька, О. М. Вишневська. Організація готельного господарства: конспект лекцій. Миколаїв: МНАУ, 2022р. – 133 ст. URL:

<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/15564/1/organizaciya-gotel'nogo-gospodarstva-konspekt-bakalavr-241.pdf>

7. Віннікова В.О., Бондаренко В. Ф. Технологія надання послуг : опорний конспект. Харків: ХДУХТ, 2016р. – 76 ст. URL: [https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/9554/1/opornij\\_konsp\\_lekc\\_tehnol\\_nadannya\\_poslug\\_2016.pdf](https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/9554/1/opornij_konsp_lekc_tehnol_nadannya_poslug_2016.pdf)

8. Глухова О.І. Ділове адміністрування: управління якістю. Методичні рекомендації до виконання практичних робіт. Частина II

9. О. Ю. Давидова, І. М. Писаревський, Р. С. Ладиженська. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: навч. посібник. Харків : ХНАМГ, 2012. – 414 с. URL: [https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/10782/1/Ypravl\\_yakisty\\_prod\\_Pidrychnuk\\_2018.pdf](https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/10782/1/Ypravl_yakisty_prod_Pidrychnuk_2018.pdf)

10. Державна податкова служба. Офіційний портал. URL: <https://tr.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/print-464467.html>

11. Георгій Довгаль та Наталія Данько. Міжнародні готельні мережі: світовий досвід для України. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/96102051.pdf>

12. Іванова. Л. О. Світовий досвід застосування концепції маркетингу та франчайзингових систем у готельному бізнесі. URL: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2010\\_5\\_4/172-177.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2010_5_4/172-177.pdf)

13. Корж Н.В., І. В. Левицька, Н. В. Онищук. Готельна справа: Навчальний посібник. Вінниця, ПП «ТД«Едельвейс і К» 2015р. – 580 ст. URL: <https://ir.vtei.edu.ua/g.php?fname=26667.pdf>

14. Коросташивець Ю. Г. Уніфікація правил надання готельних послуг за європейськими стандартами. Нове українське право, випуск 6, том 1, 2022 р. – 7 ст. URL: <http://newukrainianlaw.in.ua/index.php/journal/article/view/376/332>

15. Круль Г., Заячук О. Організація і технологія надання послуг гостинності : навчальний посібник, 2-ге вид. Чернівці : Чернівецьк. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022р. - 488 ст.

16. Лущик М. В., Роїк О. Р. Аналіз соціальних мереж як метод оцінки якості надання послуг. Бізнес-процеси в туризмі: Монограма. Познань, 2019 р. – 236 ст. URL: [http://elibrary.donnuet.edu.ua/1530/1/Nikolaichuk\\_monograph\\_%2001\\_12\\_2019.pdf#page=138](http://elibrary.donnuet.edu.ua/1530/1/Nikolaichuk_monograph_%2001_12_2019.pdf#page=138)

17. М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. Економіка туризму: теорія та практика : підручник. 2014 рік. 539 с. URL: <http://elib.chdtu.edu.ua/e-books/2919>

18. Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції «Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі», 19 - 20 травня 2020р. – К.: НУХТ, 2020 р. – 305 с. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/21df968a-82e9-4d73-9b4f-69ad8ad3e77b/content>

19. Наталія Міськів. Франчайзинг як провідна форма управління в готельному бізнесі. Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. "Міжнародний бізнес та замковий туризм в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку" (м. Тернопіль-Збараж, 28-29 квітня 2017 р.). Тернопіль: ТНЕУ, 2017р. -79-81ст. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/miskiv.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/miskiv.htm)

20. Непокупна Т. А. Організація готельно-ресторанного господарства : навчальний посібник. Полтава : ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2021р. -

62ст.URL:

[http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/16357/1/%D0%9D%D0%9C%D0%9F\\_%D0%9E%D0%93%D0%A0%D0%93.pdf](http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/16357/1/%D0%9D%D0%9C%D0%9F_%D0%9E%D0%93%D0%A0%D0%93.pdf)

21. О.А.Ніколайчук, Н.С.Приймак, О.А. Сімакова, А.В. Слащева, Ю.А. Горайнова, Ю.М. Коренець, О.А. Боднарчук, О.А. Пусікова, Є.Г. Клевцов. Готельно-ресторанна справа: навчальний посібник. Кривий Ріг, 2022 – 250ст.URL:

[http://elibrary.donnuet.edu.ua/2504/1/2022\\_NP\\_Nikolaichuk\\_Hotelno-restoranniy%20bussniss.pdf](http://elibrary.donnuet.edu.ua/2504/1/2022_NP_Nikolaichuk_Hotelno-restoranniy%20bussniss.pdf)

22. Остапенко Я. О. Класифікація готельних послуг для цілей бухгалтерського обліку та внутрішньогосподарського контролю доходів і витрат підприємств готельного господарства. Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. 2014. №1. С.144-153. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/ostapenko.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/ostapenko.htm)

23. М. О. Петросян. Франчайзинг в готельному бізнесі. Тези доповідей VI Всеукраїнської студентської наукової конференції. Київ, 2020 р. -318 ст. URL:<https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/57cc77f413ca254e25a15f9b8b8cb653.pdf#page=68>

24. Про внесення змін до Закону України "Про туризм" щодо розширення кола суб'єктів надання готельних послуг № 31 dsl 29.04.2021 (Редакція від 01,04,2023) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1441-20#Text>

25. В. Є. Редько, С. В. Ваніна. Вплив корпоративної культури на якість готельного сервісу. 2018 р. – 8 ст. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11\\_2018/66.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/66.pdf)

26. Семенов В.Ф., Бортник Л.В. Франчайзинг як метод організації і розвитку готельного бізнесу. Вісник соціально-економічних досліджень. Вип.2(49). Ч.1. 2013р.- 68-75ст. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/semenov5.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/semenov5.htm)

27. Управління якістю продукції та послуг в готельно-ресторанному бізнесі. Конспект лекцій. Мелітополь 2021. URL: [https://elib.tsatu.edu.ua/dep/ate/tpzpsg\\_2/index.html](https://elib.tsatu.edu.ua/dep/ate/tpzpsg_2/index.html)

28. Федунь. Ю. Б. Голубка. Д. С. Особливості регулювання національного розвитку франчайзингу. Львівський національний університет імені Івана Франка. URL: [https://ev.nmu.org.ua/docs/2021/4/EV20214\\_026-031.pdf](https://ev.nmu.org.ua/docs/2021/4/EV20214_026-031.pdf)

29. Федюкін Р.О. Франчайзинг у готельному бізнесі. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції - 2017. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/fedjukin.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/fedjukin.htm)

30. Л. М. Чепурда, К. М. Таньков, О. Б. Куракін. Організація готельного господарства. Теорія і практика : Навчальний посібник. – Черкаси : ЧДТУ, 2015. – 427 с. URL: <https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/3208/3/2015-%d0%9e%d0%93%d0%93-%d0%9d%d0%b0%d0%b2%d1%87.-%d0%bf%d0%be%d1%81%d1%96%d0%b1%d0%bd%d0%b8%d0%ba.pdf>

31. Чередниченко А. О., Калінін М. В., Якість надання послуг як ключовий фактор привабливості підприємств готельного господарства. Харків: ХНУМГ імені О.М. Бекетова. Вісник економіки транспорту і промисловості №5 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yakist-nadannya-poslug-yak-klyuchoviy-faktor-privablivosti-pidpriemstv-gotelnogo-gospodarstva/viewer>

32. Booking: AC Hotel by Marriott Alicante. URL: <https://www.booking.com/hotel/es/ac-alicante.uk.html#tab-main>

33. Booking: Niagara Falls Marriott on the Falls. URL:  
<https://www.booking.com/hotel/ca/marriott-on-the-falls.uk.html?aid=356980&label=gog235jc-1DCAIYaCgnOA1IKVgDaOkBiAEBmAEpuAEXyAEM2AED6AEB-AECiAIBqAIDuAL70IWwBsACAdICJGJiZTQxODU5LTc1MWUtNGQ5Ny04ODI4LWYyMjllYjhlM2RhMtgCBOACAQ&sid=83c82245412102f5bf6f0baa2dc71ef3#tab-main>

34.Booking: Warsaw Marriott Hotel. URL:  
[https://www.booking.com/hotel/pl/marriothotelwarszawa.uk.html?lang=uk&soz=1&lang\\_changed=1#tab-main](https://www.booking.com/hotel/pl/marriothotelwarszawa.uk.html?lang=uk&soz=1&lang_changed=1#tab-main)

35.Franchise Direct. URL:  
<https://www.franchisedirect.com/travelfranchises/marriott-international-franchise-08393/ufoc/#DownloadReportForm>

36. Leah Maranan. Elements of TQM: Marriott Hotels and Resorts. 2021 p.  
 URL: <https://www.scribd.com/document/531280084/Activity-2>

37.Marriott. Business Conduct Guide. URL:  
[https://www.marriott.com/Multimedia/PDF/CorporateResponsibility/Marriott\\_Business\\_Conduct\\_Guide\\_English.pdf](https://www.marriott.com/Multimedia/PDF/CorporateResponsibility/Marriott_Business_Conduct_Guide_English.pdf)

38. Marriott International: A Managerial Strategic Audit. URL:  
<https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1647&context=honorsthesis>

39.Marriott International. URL: <https://www.hotel-development.marriott.com/hotel-development>.