

**ИЗСЛЕДВАНЕ НА КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТТА НА
ТУРИСТИЧЕСКИЯ БИЗНЕС В РЪБЪЛГАРИЯ
(ОЦЕНКА НА РАЗЛИЧИЯ НА ПРЕДЛАГАНИТЕ УСЛУГИ)**

Гл. ас. д-р Стела Ст. Касабова

Стопанска академия “Димитър А. Ценов”

Катедра “Математика и статистика”

Резюме: Поддържането на висока конкурентоспособност в туристическия бизнес (в частност хотелиерството) съдейства както за дългосрочното развитие и управление на регионите, така и за устойчивото и конкурентоспособно развитие на регионалната туристическа дестинация. В статията са разгледани въпроси, отнасящи се до конкурентоспособността на туризма в България посредством оценка на хотелиерските услуги, предлагани на летиращите туристи. Резултатите са получени въз основа на анкетно проучване на четири хотела (разположени на българското черноморие) проведено през август 2012 г. Статията се състои от три части: социално-демографска характеристика на анкетираните туристи; оценка на качеството на предлаганите услуги в хотелите (обслужването на рецепцията, оценката на стаите и ресторанта в съответния хотел, и оценка на девет вида услуги), оценка на различията на предлаганите услуги по хотели. В резултат от изследването са определени „силните“ и „слабите“ страни по видове услуги, съобразно мнението на анкетираните туристи. Акцентът е поставен върху подобряване дейността на слабите звена и посоката за подобряване на характеристиките на тези показатели за четирите хотела.

Ключови думи: туризъм, конкурентоспособност, услуги.

JEL: C1, L83

**STUDYING THE COMPETITIVENESS OF TOURISM BUSINESS IN THE
REPUBLIC OF BULGARIA
(EVALUATION OF THE DIFFERENCES OF THE SERVICES OFFERED)**

Chief assist. prof. Stela Kasabova, Ph.D.

D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov

Department of Mathematics and Statistics

Abstract: Maintaining high competitiveness in tourism business (hotel business, in particular) contributes both to the long-term development and management of regions and to the sustainable and competitive development of regional tourist destination. The article deals with issues related to the competitiveness of tourism in Bulgaria by evaluating the hotel services offered to holidaymakers. The results are obtained based on a survey of four hotels (located on the Bulgarian Black Sea Coast), conducted in August 2012. The article consists of three parts: socio-demographic characteristics of surveyed tourists; evaluation of the quality of services offered in hotels (reception services, evaluation of the rooms and restaurant in the respective hotel, and evaluation of nine types of services); evaluation of the differences in the services offered by hotels. The results of the study are that the "strong" and "weak" points are defined by types of services according to the opinion

Стела Касабова

of the tourists interviewed. The emphasis is on improving the weak points and how to improve the characteristics of these indicators for the four hotels.

Keywords: tourism, competitiveness, services.

JEL: C1, L83

Поддържането на висока конкурентоспособност в туристическия бизнес (в частност на хотелиерството) съдейства както за дългосрочното развитие и управление на регионите, така и за устойчивото и конкурентоспособно развитие на регионалната туристическа дестинация. При изследване на конкурентоспособността на туризма възниква въпросът за качеството на туристическите и по-конкретно на хотелиерските услуги. Потребителската оценка е важен компонент от туристическия мониторинг. Идеята е въз основа на анкетно проучване да се определят основните приоритети на българските и чуждестранните туристи с цел подобряване на туристическите (хотелиерските) услуги. В статията са разгледани въпроси, отнасящи се до конкурентоспособността на туризма в България посредством оценка на хотелиерските услуги, които се предлагат на летиращите туристи. Резултатите са получени от анкетно проучване на четири хотела (разположени на българското черноморие) проведено през август 2012 г.¹ **Обект** на изследване са услугите, които се предлагат на летиращите туристи. Основната **цел** е изучаване конкурентоспособността на туризма в България.

Методология на изследването

Статистическа единица на изследване са летиращите туристи над 18-годишна възраст, пребивавали в един от четирите хотела за посочения период. За представителност на извадката, анкетните карти са разпределени по хотели пропорционално на техния капацитет. **Задачите** на изследването се свеждат до:

- определяне на социално-демографските характеристики на респондентите;
- оценка на качеството на предлаганите услуги в хотелите чрез система от показатели, характеризиращи обслужването на рецепцията, оценката на стаите и ресторанта в съответния хотел и оценка на девет вида услуги;
- оценка на различията на предлаганите услуги по хотели и насоките, в които трябва да се работи, за да се подобрят качествените характеристики на хотелите.

Съдържателното и аналитичното изучаване в посочените аспекти е извършено посредством приложение на подходящи статистически методи, характеризиращи средното равнище и степента на разсейване при определяне на социално-демографските характеристики на анкетираните и качеството на предлаганите услуги и дисперсионен анализ за оценка на значимостта на различията на предлаганите услуги.

Анкетната карта се състои от 14 въпроса. Първите три дават информация за определяне на социално-демографските характеристики на респондентите – пол, възраст и национална принадлежност. Следващите въпроси са обособени в по-големи групи, характеризиращи качеството на предлаганите услуги в

¹ Материалът е по проект към Института за научни изследвания на тема: “Изследване на конкурентоспособността на туристическия бизнес в РБългария”, с ръководител доц. д-р Р. Колева.

Стела Касабова

хотелите: обслужването на рецепцията (въпрос 4 с показатели от VAR04 до VAR09); оценката на стаите в съответния хотел (въпрос 5 с променливи от VAR10 до VAR17); оценката на ресторанта (въпрос 6 с показатели от VAR18 до VAR27); и оценка на девет вида услуги (въпрос 7 – VAR28 до VAR36). Следващите четири въпроса (от VAR37 до VAR40) характеризират степента на удовлетвореност от престоя на туристите в съответния хотел. Последната серия показатели (въпрос 12 с променливи от VAR41 до VAR48) определя важността на предлаганите услуги според оценката на анкетирания туристи. Чрез тях се получава информация за насоките, в които трябва да се работи, за да се подобрят качествените характеристики на хотелите.

1. Социално-демографска характеристика на респондентите

В настоящото изследване са анкетирани общо 237 туристи, като от тях 215 души (90,7%) са се определили едновременно според признаците пол, възраст и национална принадлежност (таблица 1). Останалите по-малко от 10% не са попълнили първите три въпроса от анкетната карта. Наблюдава се общо взето равномерно разпределение на летиращите по признаците пол и възраст (последните три реда от таблицата), като максималната стойност се заема от жените на възраст 18-30 г. и минимална при мъжете от същата възрастова група. Преобладаващата част от туристите (75,8%), посетили четирите, хотела са чужденци.

Таблица 1.

Национална принадлежност		Възраст				Общо
		над 18 до 30 г.	над 30 до 40 г.	над 40 до 50 г.	над 50 г.	
Българи	Мъже	8	9	4	6	27
	Жени	7	11	6	1	25
	Общо	15	20	10	7	52
Чужденци	Мъже	13	19	19	20	71
	Жени	28	17	23	24	92
	Общо	41	36	42	44	163
Общо	Мъже	21	28	23	26	98
	Жени	35	28	29	25	117
	Общо	56	56	52	51	215

В таблица 2 са дадени отговорите на въпросите относно оценката на туристите по отношение на тяхната удовлетвореност от престоя им в съответния хотел. На първия въпрос за съотношението цена-качество за предлаганите услуги 159 души (67,09%) отговарят утвърдително и 9,70% не изразяват съгласие. Останалите 55 души (23,20%) или не могат да преценят, или изобщо не са дали отговор. Близко 70% от анкетирания туристи биха препоръчали посещения от тях хотел на приятели и познати (69,62%), а преобладаващата част от тях биха отседнали отново в хотела (62,45% от всички анкетирани). Относно конкурентноспособността на българските курорти 57,81% от анкетирания лица отговарят положително, а 16,03% са категорични в обратното твърдение.

Таблица 2.

Отговори	VAR37*	VAR38	VAR39	VAR40
Да	159	165	148	137
Не	23	28	36	38
Не мога да преценя	33	26	34	39
Общо отговорили	215	219	218	214
Неотговорили	22	18	19	23
Общо	237	237	237	237

Интерес представлява разпределението на анкетираните лица, когато в анализа се включи и тяхната националност. По-голямата част от чужденците се удовлетворени от цената спрямо качеството на предлаганите услуги (75,00%). При българските туристи процентът е доста по-нисък – 68,09% от тях отговарят утвърдително на този въпрос. Близки значения се получават на отговорилите: “Бихте ли препоръчали хотела на приятели и познати?” – 75% от българите и 74,85% от чужденците дават положителен отговор. Над 70% от българите отново биха избрали същия хотел. При чужденците този процент е по-малък – 67,48% от тях биха повторили престоя си. На въпроса, характеризиращ конкурентноспособността на българските курорти чуждестранните туристи са по-благоклонни – 2/3 от тях отговарят положително, а от българите малко над половината (53,19%) определят българските курорти като конкурентни.

2. Оценка на качеството на предлаганите услуги в хотелите

Анкетната карта дава информация за основните показатели, които определят конкурентноспособността на хотелите. В следващата таблица са дадени резултатите от изследването по отношение степента на важност относно: обслужването (VAR41), удобствата в стаите (VAR42), чистотата (VAR43), храната (VAR44), местоположението на хотела в комплекса (VAR45), близостта на хотела до плажа (VAR46), релакс зоната (VAR47) и анимацията в хотела (VAR48):

Таблица 3.

Показатели	VAR41	VAR42	VAR43	VAR44	VAR45	VAR46	VAR47	VAR48
N Valid	216	217	218	214	213	217	209	199
Missing	21	20	19	23	24	20	28	38
Mean	4,55	4,54	4,70	4,58	4,31	4,22	4,15	3,60
Std. Deviation	0,828	0,700	0,664	0,693	0,824	0,925	0,947	1,370

Най-важен за туристите от посочените критерии се оказва чистотата в хотела със средна оценка 4,70² (при максимална 5,00), като относителният дял на отговорилите е максимален при този показател - 91,98% от анкетираните. На второ място с оценка 4,58 е показателят “храна”, следван непосредствено от обслужването (с оценка 4,55) и удобствата в стаите (4,54). Със значение над 4,00 се получават и критериите местоположението на хотела в комплекса, близостта му до плажа и наличието на басейн, спа център и др. Анимацията в хотела се

* VAR37 – “Отговаря ли цената, която сте заплатили за престоя си в хотела на качеството на услугите, които сте получили?”; VAR38 – “Бихте ли препоръчали хотела на приятели и познати?”; VAR39 – “Бихте ли отседнали отново в хотела?”; VAR40 – “Според Вас конкурентни ли са българските курорти?”.

² Средната оценка е получена посредством средна аритметична величина (mean), а разсейването в оценките е измерено чрез стандартното отклонение (Std. Deviation).

Стела Касабова

оказва последен по важност показател с оценка едва 3,60 и с максимално разсейване в размер на 1,37 единици. Получените оценки по тези критерии може да се използват за подобряване на качеството на предлаганите услуги с цел нарастване на конкурентноспособността на хотелите и привличане на повече туристи за бъдещ период.

Характеристика на въпросите, определящи обслужването на рецепцията. Резултатите от анализа показват, че средната величина, която отразява различията при отделните показатели в най-голяма степен е средната аритметична (*Mean*). Затова и интерпретацията на резултатите по-нататък ще бъдат основани на тази величина заедно с разсейването, измерено посредством стандартното отклонение (*Std. Deviation*) или дисперсията (*Variance*). В таблица 4 са дадени показателите, които определят обслужването на рецепцията, като освен средната величина и разсейването е дадена информация за броя на анкетираните (общ брой отговорили – *valid*, брой на неотговорилите – *missing*).

Таблица 4.

Показатели	VAR04	VAR05	VAR06	VAR07	VAR08	VAR09
хотел "Свети Георги"						
N=80 Valid	80	68	73	78	71	68
Mean	4,66	3,93	4,3	4,72	4,49	4,5
Std. Deviation	0,78	1,07	0,98	0,62	0,69	0,78
хотел "Перла"						
N=70 Valid	68	61	63	66	64	54
Mean	4,13	3,9	4,05	4,08	3,81	4,31
Std. Deviation	0,945	0,943	0,974	1,012	1,233	0,987
хотел "Арабела"						
N=44 Valid	44	42	44	44	42	39
Mean	3,98	3,6	3,73	4,02	3,5	3,79
Std. Deviation	1,02	0,94	0,97	0,98	1,02	1,03
хотел "Добротица"						
N=43 Valid	43	43	43	43	42	40
Mean	3,93	3,91	4,02	4,09	3,74	3,95
Std. Deviation	0,91	0,97	0,91	0,95	0,94	0,9

Данните от таблицата по отделни показатели показват, че качеството на услугите в първия хотел е на по-високо ниво от това в останалите три. За проверка на значимостта на тези различия се прилага дисперсионният анализ. Тестовите се провеждат за всеки показател поотделно. Поради големия обем информация резултатите от проверката са дадени в приложение. Първият въпрос, характеризиращ обслужването на рецепцията е “посрещане и настаняване” (VAR04). Резултатната информация се състои от две части: SUMMARY (таблица 5), която включва броят на респондентите (*Count*), които са оценили този вид услуга, сумата на всички получени оценки (*Sum*), средната стойност, получена чрез средната аритметична величина (*Average*) и разсейването, измерено чрез дисперсията (*Variance*).

Таблица 5.

SUMMARY				ANOVA					
Groups	Count	Average	Variance	Source of Variation	SS	df	MS	F	Fcrit
Св. Георги	80	4,66	0,61	Between Groups	22,22	3	7,41	9,13	2,64
Перла	68	4,13	0,89	Within Groups	187,46	231	0,81		
Арабела	43	3,93	0,83						
Добротица	44	3,98	1,05	Total	209,69	234			

Най-висока средна оценка получава хотел “Св. Георги” (4,66 единици) с минимално разсейване (0,61 единици), като оценката е получена от всички анкетирани туристи (80 души). При останалите три хотела получените резултати са с по-ниски значения – средната стойност е групирана около 4 единици при по-голямо разсейване. Значимостта на тези различия се доказва посредством втората част от резултатната информация (таблица 5 - ANOVA):

При оценката на този показател участват 99,16% от всички анкетирани лица (само двама от респондентите на хотел “Перла” не са отговорили на този въпрос). Междугруповата вариация определя степента на различие в оценките между отделните хотели (*Between Groups*), а вътрешно груповата определя сумата от разсейването във оценките за всеки хотел (*Within Groups*). Емпиричният критерий, получен чрез съпоставяне на двете дисперсии (междугрупова и вътрешно групова) е $F=9,13$, а теоретичният $F_{crit}=2,64$ (при риск за грешка 5% и степени на свобода $df_1=3$ и $df_2=231$). След съпоставяне на двата критерия се доказва статистическата значимост на различията в оценките при отделните хотели при риск за грешка 5%. Първият хотел (“Свети Георги”) получава най-добра средна оценка, а при останалите три трябва да се подобри качеството на предлаганата услуга.

Значими различия се констатират при повечето от показателите, характеризиращи обслужването на рецепцията (таблица 6):

Таблица 6.

Source of Variation	SS	df	MS	F	F crit	SS	df	MS	F	F crit
	VAR05 Разнообразие на услугите					VAR08 Езикови компетенции				
Between Groups	3,43	3	1,14	1,17	2,65	31,62	3	10,54	10,74	2,65
Within Groups	205,79	210	0,98			207	211	0,98		
Total	209,21	213				238,6	214			
VAR06 Качество на услугите					VAR09 Реакции на персонала					
Between Groups	9,19	3	3,06	3,29	2,65	15,73	3	5,24	6,26	2,65
Within Groups	203,93	219	0,93			164,9	197	0,84		
Total	213,12	222				180,6	200			
VAR07 Отношение на персонала										
Between Groups	22,12	3	7,37	9,56	2,64					
Within Groups	175,02	227	0,77							
Total	197,14	230								

Стела Касабова

Общото между тях е водещата позиция на първия хотел с по-добри качествени характеристики, значително различаващи се от тези при останалите три хотела. С най-ниски средни оценки на последно място се нарежда хотел “Добротица”.

При един от показателите “разнообразие на предлаганите услуги” не се доказва наличието на съществени различия при отделните хотели – средните оценки се колебаят около 3,9 единици. Това означава, че при всички хотели, обект на изследване, трябва да се работи в посока увеличаване на разнообразието на предлаганите услуги.

Характеристика на въпросите, определящи впечатленията от стаите. За характеризиране удобствата в стаите на четирите хотела, в анкетната карта са включени осем показателя (въпросите от 10 до 17 от анкетната карта – таблица 7). По-голямата част от анкетиранията лица са дали своята оценка относно качествените характеристики на стаите. Най-високи средни оценки за всички показатели без изключение се дават на хотел “Свети Георги”.

Таблица 7.

Показатели	VAR10	VAR11	VAR12	VAR13	VAR14	VAR15	VAR16	VAR17
хотел "Свети Георги"								
Valid	78	80	80	76	80	76	75	59
Mean	4,49	4,71	4,55	4,55	4,70	3,84	4,12	4,42
хотел "Перла"								
Valid	68	69	66	67	65	67	64	62
Mean	4,07	4,22	3,68	4,03	4,05	3,39	3,67	3,85
хотел "Арабела"								
Valid	43	44	44	43	43	42	34	37
Mean	3,88	3,41	3,55	4,00	4,19	3,36	3,62	3,89
хотел "Добротица"								
Valid	43	43	42	43	42	43	40	40
Mean	4,14	3,93	3,60	3,86	3,95	3,65	3,78	3,98

За проверка на статистическата значимост на различията между оценките за четирите хотела отново се прилага дисперсионният анализ (таблица 8). И тук се доказват значими различия при повечето от показателите, описващи качествените характеристики на стаите.

Таблица 8.

Source of Variation	SS	df	MS	F	Fcrit	SS	df	MS	F	Fcrit
	VAR10 Разположение					VAR14 Климатизация				
Between Groups	11,95	3	3,98	4,69	2,64	22,55	3	7,52	8,66	2,64
Within Groups	193,7	228	0,85			196,08	226	0,87		
Total	205,66	231				218,63	229			
	VAR11 Големина					VAR15 Интернет и телевизия				
Between Groups	51,61	3	17,2	18,87	2,64	9,99	3	3,33	2,34	2,64
Within Groups	211,55	232	0,91			319,43	224	1,43		
Total	263,17	235				329,42	227			

Source of Variation	SS	df	MS	F	Fcrit	SS	df	MS	F	Fcrit
	VAR12 Обзавеждане					VAR16 Хладилник и минибар				
Between Groups	46,01	3	15,34	17,56	2,64	9,54	3	3,18	2,59	2,65
Within Groups	199,15	228	0,87			257,03	209	1,23		
Total	245,16	231				266,57	212			
	VAR13 Тераса					VAR17 Чистота				
Between Groups	17,8	3	5,93	5,61	2,64	11,75	3	3,92	3,47	2,65
Within Groups	237,89	225	1,06			218,64	194	1,13		
Total	255,69	228				230,39	197			

Големината (VAR11) и обзавеждането (VAR12) на стаите са с най-силно изразени различия между отделните хотели (емпиричният критерий доказва тази значимост $F_{VAR11}=18,87$ и $F_{VAR12}=17,56$ при теоретична стойност $F_{crit}=2,64$). Само при два от показателите: “интернет и телевизия” (VAR15) и “хладилник и минибар” (VAR16) не се наблюдават съществени различия при тяхното оценяване (емпиричните значения на F-критерия са съответно $F_{VAR15}=2,34$ и $F_{VAR16}=2,59$, при теоретична стойност $F_{crit}=2,64$). Получените средни величини са близки по стойност, като тяхната оценка варира от 3,36 (хотел “Арабела”) до 4,12 единици (хотел “Свети Георги”), т.е. трябва да се работи в посока подобряване на качеството на тези две услуги за четирите хотела.

Характеристика на въпросите за оценка на ресторанта. При оценяване на услугите, характеризиращи качеството на работа в ресторанта се получават сходни резултати като при обслужването на рецепцията и удобствата в стаите. И тук с най-добри характеристики се отличава хотел “Свети Георги” със средни оценки, доближаващи се до максималната при повечето от показателите (таблица 9).

Таблица 9.

Показатели	VAR18	VAR19	VAR20	VAR21	VAR22	VAR23	VAR24	VAR25	VAR26	VAR27
хотел "Свети Георги"										
Valid	80	80	78	76	73	78	73	78	79	78
Mean	4,53	4,46	4,12	4,08	4,23	4,86	4,48	4,81	4,7	4,72
хотел "Перла"										
Valid	68	66	68	67	65	66	67	65	67	67
Mean	4,22	4,09	4,03	3,81	3,83	4,27	3,9	4,22	4,4	4,07
хотел "Арабела"										
Valid	44	44	44	44	43	43	44	44	44	44
Mean	4,09	3,75	3,7	4,05	3,95	3,95	3,39	3,68	3,84	3,73
хотел "Добротица"										
Valid	43	43	43	42	43	43	42	43	43	43
Mean	3,79	3,84	3,81	3,93	3,84	3,98	3,76	3,91	3,93	3,98

Стела Касабова

Изключение правят резултатите, получени за разнообразието на храната (VAR20), качеството (VAR22), количеството и разнообразието (VAR21) на напитките. Посредством дисперсионния анализ (таблица 10) се доказва случайността на тези различия (емпиричните значения на F-критерия са съответно $F_{VAR20}=1,96$, $F_{VAR22}=2,62$ и $F_{VAR21}=1,04$, при теоретична стойност $F_{crit}=2,64$).

Таблица 10.

Source of Variation	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>F crit</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>F crit</i>
	VAR18 Количество на храната					VAR23 Отношение на персонала				
Between Groups	16,1	3	5,37	5,68	2,64	33,34	3	11,11	16,16	2,64
Within Groups	218,39	231	0,95			155,4	226	0,69		
Total	234,49	234				188,8	229			

	VAR19 Качество на храната					VAR24 Езикови компетенции				
Between Groups	18,87	3	6,29	7,22	2,64	36,1	3	12,03	12,22	2,65
Within Groups	199,45	229	0,87			218,5	222	0,98		
Total	218,32	232				254,6	225			
	VAR20 Разнообразие на храната					VAR25 Бързина на обслужване				
Between Groups	6	3	2	1,96	2,64	43,59	3	14,53	19,99	2,64
Within Groups	233,57	229	1,02			164,3	226	0,73		
Total	239,57	232				207,9	229			
	VAR21 Количество на напитките					VAR26 Чистота				
Between Groups	3,02	3	1,01	1,04	2,64	28,25	3	9,42	13,19	2,64
Within Groups	218,7	225	0,97			163,5	229	0,71		
Total	221,72	228				191,8	232			
	VAR22 Качество на напитките					VAR27 Обстановка				
Between Groups	7,01	3	2,34	2,62	2,65	32,24	3	10,75	15,46	2,64
Within Groups	195,95	220	0,89			155,7	224	0,69		
Total	202,96	223				187,9	227			

Следователно трябва да се работи в посока увеличаване на разнообразието на храната и напитките, както и по отношение качеството и количеството на напитките, предлагани в четирите хотела. При останалите показатели трябва да се следва примера на хотела с най-добри характеристики (“Свети Георги”).

Характеристика на въпросите за оценка на услугите. Оценката на удовлетвореността от различните услуги е получена въз основа на малка част от анкетираните туристи. Средните оценки, получена от туристите, ползвали конкретната услуга, са дадени в таблица 11.

Стела Касабова

Таблица 11.

Показатели	VAR28	VAR29	VAR30	VAR31	VAR32	VAR33	VAR34	VAR35	VAR36
хотел "Свети Георги" (общ брой на анкетираните – 80 души)									
Valid	16	21	10	14	8	56	19	12	11
Valid (%)	20,00	26,25	12,50	17,50	10,00	70,00	23,75	15,00	13,75
Mean	4,31	4,38	3,8	3,57	4,13	4,73	4,53	4,33	2,36
хотел "Перла" (общ брой на анкетираните – 70 души)									
Valid	18	13	12	16	11	40	28	7	13
Valid (%)	25,71	18,57	17,14	22,86	15,71	57,14	40,00	10,00	18,57
Mean	4,11	3,92	4	3,19	3,36	3,53	4	4,14	2,77
хотел "Арабела" (общ брой на анкетираните – 44 души)									
Valid	37	15	13	5	19	40	32	11	40
Valid (%)	84,09	34,09	29,55	11,36	43,18	90,91	72,73	25,00	90,91
Mean	4,03	3,4	3,92	3,8	3,89	4,25	3,88	4	4,43
хотел "Добротица" (общ брой на анкетираните – 43 души)									
Valid	37	25	28	21	27	39	35	7	30
Valid (%)	86,05	58,14	65,12	48,84	62,79	90,70	81,40	16,28	69,77
Mean	4,03	4,2	4,11	4,48	4,26	4,1	3,94	3,71	4,17

Най-голяма част от анкетираните са ползвали басейна (VAR33) на съответния хотел (за последните два хотела – над 90% от респондентите са оценили тази услуга). Хотел “Свети Георги” получава най-високата средна оценка - 4,73 единици, получена от 56 души (70% от всички анкетирани), а хотел “Перла” - най-ниската средна стойност от 3,53 единици при голямо разсейване на получените оценки в размер на 1,26 единици (коефициентът на вариация е 35,86%). Това означава, че отговорите на анкетираните се различават в голяма степен, но преобладаващата част от тях са дали оценка 5 (модата е равна на 5 единици, а медианата – 3 единици). Посредством F-критерия (таблица 12) се доказва статистическата значимост на разликите в оценките за басейна във всеки хотел: (емпиричното значение на F-критерия е $F_{VAR33}=14,47$ при теоретична стойност $F_{crit}=2,66$).

Таблица 12.

Source of Variation	SS	df	MS	F	F crit	SS	df	MS	F	F crit
	VAR28 Пиколо/багаж					VAR 33 Басейн				
Between Groups	1,09	3	0,36	0,37	2,69	34,55	3	11,52	14,47	2,66
Within Groups	101,16	104	0,97			136,05	171	0,8		
Total	102,25	107				170,59	174			
	VAR 29 Румсьорвиз					VAR 34 Лоби бар				
Between Groups	9,4	3	3,13	2,69	2,74	5,74	3	1,91	2,693	2,687
Within Groups	81,48	70	1,16			78,12	110	0,71		
Total	90,88	73				83,86	113			

Source of Variation	SS	df	MS	F	F crit	SS	df	MS	F	F crit
	VAR 30 Перални услуги					VAR 35 Конферентна зала				
Between Groups	0,8	3	0,27	0,2	2,76	1,8	3	0,6	0,46	2,89
Within Groups	79,2	59	1,34			42,95	33	1,3		
Total	80	62				44,76	36			
VAR 31 Фитнес център					VAR 36 Анимационен център					
Between Groups	16,31	3	5,44	3,83	2,78	55,67	3	18,56	12,77	2,71
Within Groups	73,9	52	1,42			130,79	90	1,45		
Total	90,21	55				186,47	93			
VAR 32 Спа център/масаж										
Between Groups	6,59	3	2,2	2,02	2,76					
Within Groups	66,4	61	1,09							
Total	72,98	64								

Преобладаващата част от анкетираните туристи са дали своята оценка за услугите, предлагани в хотел “Добротица”, като при повечето от тях средната стойност (изразена чрез средната аритметична) е по-голяма от 4 единици. Това означава, че туристите използват услугите, които им се предлагат и дават сравнително висока оценка за тяхното качество. Най-висока средна оценка получава услугата “фитнес център” в размер на 4,48 единици, получена от близо 50% от анкетираните. В другите три хотела тази услуга се оценява с доста по-ниски значения на средната величина (емпиричното значение на F-критерия е $F_{VAR31}=3,83$ при теоретична стойност $F_{crit}=2,78$).

За оценка степента на използване на предлаганите услуги в четирите хотела заедно се вземат предвид следните показатели: относителен дял на анкетираните, които са оценили съответната услуга и средна оценка за тази услуга:

Таблица 13.

Показатели	VAR28	VAR29	VAR30	VAR31	VAR32
Valid	108	74	63	56	65
%	45,57	31,22	26,58	23,63	27,43
Mean	4,08	4,04	4,00	3,82	3,98
Std. Deviation	0,98	1,12	1,14	1,28	1,07
	VAR33	VAR34	VAR35	VAR36	
Valid	175	114	37	94	
%	73,84	48,10	15,61	39,66	
Mean	4,21	4,04	4,08	3,87	
Std. Deviation	0,99	0,86	1,12	1,42	

Като водеща услуга с максимален брой отговори (175 души, или 73,84% от всички анкетиранни) и най-висока стойност на средната оценка (4,21 единици) е използването на басейна (VAR33). Второто място според броя на отговорилите се заема от VAR34 – “лоби бар” със средна оценка от 4,04 единици. Третото място (пак според същия критерий) е за услугата “пиколо/багаж” със средна оценка в размер на 4,08 единици. Анимационният

Стела Касабова

център (VAR36) се използва от близо 40% от респондентите с почти минимална средна оценка – 3,87 единици и максимално разсейване в размер на 36,57%.

В резултат от направеното изследване се очертават следните основни изводи:

Първо. Значими различия се констатират при повечето от показателите, характеризиращи *обслужването на рецепцията*. Общото между тях е водещата позиция на първия хотел (“Свети Георги”) с по-добри качествени характеристики, значително различаващи се от тези при останалите три хотела. С най-ниски средни оценки на последно място се нарежда хотел “Добротица”. При един от показателите “разнообразие на предлаганите услуги” не се доказва наличието на съществени различия при отделните хотели. Това означава, че при всички хотели, обект на изследване, трябва да се работи в посока увеличаване на разнообразието на предлаганите услуги, определящи обслужването на рецепцията.

Второ. Най-високи средни оценки за всички показатели, определящи *впечатленията от стаите* се дават на хотел “Свети Георги”. Като слаби звена се определят два от показателите: “интернет и телевизия” и “хладилник и минибар” – при тях не се наблюдават съществени различия при тяхното оценяване за различните хотели. Следователно трябва да се работи в посока подобряване на качеството на тези две услуги за четирите хотела.

Трето. По отношение на удовлетвореността от посещението на *ресторанта* с най-добри характеристики се отличава хотел “Свети Георги” със средни оценки, доближаващи се до максималната при повечето от показателите. При всички хотели, обект на изследването показателите с най-ниски характеристики са разнообразието на храната и и качеството, количеството и разнообразието на напитките. Следователно трябва да се работи в посока подобряване на характеристиките на тези показатели за четирите хотела. При останалите трябва да се следва примера на хотела с най-добри характеристики (“Свети Георги”).

Четвърто. Оценката на удовлетвореността от *различните услуги* е получена въз основа на сравнително малка част от анкетираните туристи. Преобладаваща част от анкетираните са ползвали басейна, като хотел “Свети Георги” получава най-високата средна оценка, а хотел “Перла” - най-ниската средна стойност. Хотел “Добротица” получава характеристики на предлаганите услуги, различни от тези в останалите три хотела – средните оценки са със значение над 4 единици, получени въз основа на по-голямата част от анкетираните туристи. Това означава, че туристите използват услугите, които им се предлагат и дават сравнително висока оценка за тяхното качество. Най-висока средна оценка получава услугата “фитнес център”. В другите три хотела тази услуга се оценява с доста по-ниски значения на средната величина.

Резултатите от проведеното изследване може да послужат на представителите на хотелиерския бизнес като се вземат под внимание получените оценки по основните показатели, характеризиращи предлаганите услуги. Определени са „силните“ и „слабите“ страни по отделни показатели съобразно мнението на анкетираните туристи. Акцентът е поставен върху подобряване дейността на слабите звена и посоката за подобряване на характеристиките на тези показатели за четирите хотела.