

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму

Особливості розвитку готельно - ресторанних комплексів (на прикладі "Карпати" Мигово)

Кваліфікаційна робота
Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконав:
студент IV курсу 412 групи
спеціальності 242
«Туризм і рекреація»
ОП «Готельно-ресторанний
сервіс та туроперейтинг»
Фрицак Давід Анатолійович

Науковий керівник:
к. геогр. н., асис. Смик О.С.

До захисту допущено:
протокол засідання кафедри №____
від «__» _____ 2025 р.
Зав. кафедри _____ д. геогр. н., доц. Король О.Д.

Чернівці-2025

АНОТАЦІЯ

У бакалаврській роботі розглянуто особливості розвитку готельно-ресторанних комплексів на прикладі туристичного комплексу «Карпати» у с. Мигово Чернівецької області. Метою дослідження є аналіз функціонування готельно-ресторанного комплексу, визначення чинників його розвитку та розробка заходів для покращення сервісу й підвищення туристичної привабливості.

У першому розділі роботи узагальнено теоретичні аспекти функціонування готельно-ресторанних комплексів, зокрема розглянуто їх поняття, класифікацію, основні функції, чинники впливу на розвиток та роль у туристичній сфері.

Другий розділ присвячено аналізу діяльності комплексу «Карпати» (Мигово): надано загальну характеристику об'єкта, розглянуто організацію готельного й ресторанного обслуговування, проаналізовано рівень якості послуг, виявлено конкурентні переваги та недоліки.

У третьому розділі розроблено авторські пропозиції щодо проведення анімаційних заходів у комплексі з метою підвищення рівня туристичного досвіду та формування унікального іміджу закладу. Запропоновані заходи включають традиційні свята, гастрономічні дегустації та майстер-класи з елементами етнотуризму.

У четвертому розділі представлено перспективні напрями розвитку комплексу: удосконалення сервісу, впровадження інновацій, маркетингові стратегії просування, а також прогнозовано подальший розвиток на основі регіонального потенціалу.

Ключові слова: готельно-ресторанний комплекс, туризм, сервіс, анімація, розвиток, маркетинг.

ANNOTATION

The bachelor's thesis explores the specific features of the development of hotel and restaurant complexes using the example of the "Karpaty" tourist complex in the village of Myhovo, Chernivtsi region. The aim of the study is to analyze the functioning of the hotel and restaurant complex, identify the factors influencing its development, and propose measures to improve service quality and enhance tourist appeal.

The first chapter summarizes the theoretical foundations of hotel and restaurant complex operations, including their definition, classification, main functions, influencing factors, and their role in the tourism industry.

The second chapter is devoted to the analysis of the "Karpaty" complex (Myhovo): it provides a general overview of the facility, examines the organization of hotel and restaurant services, analyzes the quality of services, and identifies competitive advantages and disadvantages.

The third chapter presents the author's proposals for organizing animation events in the complex aimed at enhancing the tourist experience and creating a unique image of the establishment. The proposed events include traditional celebrations, gastronomic tastings, and workshops with elements of ethno-tourism.

The fourth chapter outlines the prospective directions for the development of the complex: service and infrastructure improvement, implementation of innovative technologies, marketing strategies for promotion, and a forecast of further development based on regional potential.

Keywords: hotel and restaurant complex, tourism, service, animation, development, marketing.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ Д. Фрицак

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСІВ.....	5
1.1. Поняття та сутність готельно-ресторанного комплексу.....	5
1.2. Класифікація та типи готельно-ресторанних закладів.....	7
1.3. Фактори, що впливають на розвиток готельно-ресторанного бізнесу	12
1.4. Роль готельно-ресторанних комплексів у туристичній сфері.....	15
<i>Висновки до розділу 1</i>	<i>17</i>
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «КАРПАТИ» (МИГОВО).....	19
2.1. Загальна характеристика комплексу «Карпати».....	19
2.2. Організація готельного обслуговування.....	21
2.3. Організація ресторанного обслуговування.....	23
2.4. Оцінка рівня якості послуг та задоволеності клієнтів.....	25
2.5. Конкурентні переваги та недоліки комплексу.....	27
<i>Висновки до розділу 2</i>	<i>30</i>
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА АНІМАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ ДЛЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «КАРПАТИ» (МИГОВО).....	31
3.1. Захід 1: Свято Івана Купала в «Карпатах Мигово».....	31
3.2. Захід 2: Водохреще в «Карпатах Мигово».....	33
3.3. Захід 3: «Смак Карпат: Дегустація Крафтових Сирів».....	34
3.4. Захід 4: «Магія Глини: Гончарний Майстер-Клас у «Карпатах Мигово».....	36
<i>Висновки до розділу 3</i>	<i>37</i>
РОЗДІЛ 4. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «КАРПАТИ».....	39
4.1. Напрями удосконалення сервісу та інфраструктури.....	39
4.2. Впровадження інноваційних технологій у діяльність комплексу....	41
4.3. Маркетингові стратегії просування на ринку туристичних послуг	42
4.4. Прогноз розвитку комплексу з урахуванням регіонального потенціалу.....	44
<i>Висновки до розділу 4</i>	<i>46</i>
ВИСНОВОК	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	50
ДОДАТКИ	54

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Готельно-ресторанні комплекси (ГРК) відіграють значну роль у розвитку туристичної індустрії України, особливо в таких мальовничих регіонах, як Карпати. Їхня діяльність сприяє створенню робочих місць, стимулює розвиток інфраструктури, а також знайомить вітчизняних та іноземних туристів з унікальною культурою та природою країни.

ГРК "Карпати" в Мигово є одним з найвідоміших та найуспішніших комплексів у Чернівецькій області. Його успіх ґрунтується на вдалому поєднанні якісних послуг, комфортного розміщення та мальовничої природи. Вивчення досвіду роботи ГРК "Карпати" може бути цінним джерелом інформації для розуміння тенденцій розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні, а також для розробки рекомендацій щодо його вдосконалення.

Мета даної бакалаврської роботи полягає в комплексному дослідженні особливостей розвитку та функціонування готельно-ресторанного комплексу (ГРК) "Карпати" в Мигово, з акцентом на аналіз його сильних та слабких сторін, конкурентних переваг та перспектив розвитку.

Для досягнення поставленої мети будуть вирішені наступні **завдання**:

- Вивчення теоретичних основ функціонування готельно-ресторанних комплексів, їх класифікації, основних функцій та принципів роботи.
- Аналіз сучасних тенденцій розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні та світі.
- Дослідження методів управління та маркетингу ГРК.
- Аналіз ГРК "Карпати" (Мигово);
- Розробка анімаційних заходів для готельно-ресторанного комплексу «Карпати» (Мигово).

Об'єктом дослідження є діяльність готельно-ресторанних комплексів (ГРК) в Україні, на прикладі ГРК "Карпати" в Мигово.

Предметом дослідження є особливості розвитку ГРК "Карпати" в Мигово, з акцентом на аналіз його сильних та слабких сторін, конкурентних переваг та перспектив розвитку.

Використані методи дослідження. Кваліфікаційна робота виконана за допомогою наступного методичного апарату: методу аналізу літературних джерел, статистичного та картографічного методу.

Структура кваліфікаційної роботи. Бакалаврська робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСІВ

1.1. Поняття та сутність готельно-ресторанного комплексу

Готельно-ресторанний комплекс (ГРК) являє собою інтегровану структуру, що поєднує два ключові сегменти індустрії гостинності: готельну справу (надання послуг тимчасового проживання) та ресторанну справу (організація харчування). Сучасні ГРК – це не просто набір окремих підприємств, а цілісна система, яка функціонує відповідно до єдиних стандартів управління, маркетингу та обслуговування, маючи за мету максимально задовольнити потреби своїх клієнтів [15].

Щоб краще зрозуміти суть ГРК, варто розглянути його ключові компоненти:

Готельний заклад (готель): це підприємство, головною функцією якого є надання послуг розміщення для тимчасового проживання. Сучасний готель – це не лише номери, а й широкий спектр послуг: прибирання, обслуговування номерів, послуги консьєржа, охорона, а також часто доступ до інтернету, парковка та інші зручності. Різноманітність готелів за класифікацією (від хостелів до п'ятизіркових готелів) підкреслює гнучкість цієї сфери та її адаптацію до різних сегментів ринку.

Ресторанний заклад (ресторан, кафе, бар тощо): це підприємство, яке спеціалізується на організації харчування. Його діяльність включає виробництво кулінарної продукції, її реалізацію та організацію споживання. Ресторанна частина ГРК може включати декілька закладів різного формату (наприклад, ресторан високої кухні, кафе швидкого обслуговування, лобі-бар), що би задовольнити різноманітні смаки та потреби гостей. Це може бути сніданок для постояльців готелю, бізнес-ланч для корпоративних клієнтів чи святковий банкет.

Суть готельно-ресторанного комплексу полягає в синергетичному ефекті, який виникає внаслідок об'єднання цих двох видів діяльності. Таке поєднання забезпечує низку суттєвих переваг:

✓ *Комплексне задоволення потреб:* Гості ГРК отримують повний спектр послуг – проживання, харчування, а часто й дозвілля, бізнес-послуги, SPA, фітнес – в одному місці. Це значно підвищує зручність та комфорт, оскільки немає потреби шукати окремі заклади для різних потреб.

✓ *Економічна ефективність:* Об'єднання дозволяє оптимізувати використання ресурсів. Спільне управління, єдина система бронювання, логістика, інженерні мережі та навіть персонал (наприклад, адміністратори, які можуть обслуговувати як готель, так і ресторан) сприяють зниженню операційних витрат та збільшенню рентабельності.

✓ *Підвищення конкурентоспроможності:* ГРК, що пропонує широкий спектр якісних послуг під єдиним брендом, стає більш привабливим для споживачів. Це дозволяє залучати різні цільові групи – від бізнес-туристів до сімей з дітьми, а також організовувати масштабні заходи (конференції, весілля).

✓ *Створення єдиного сервісного простору:* Завдяки інтеграції ГРК може підтримувати високі та єдині стандарти обслуговування у всіх своїх підрозділах. Це забезпечує безперервність та якість сервісу, формуючи позитивний імідж комплексу.

✓ *Розширення спектру додаткових послуг:* На базі ГРК часто розвиваються інші напрямки: конференц-зали, банкетні зали, SPA-центри, басейни, спортивні майданчики, дитячі кімнати, екскурсійні бюро. Це не лише збільшує прибуток, а й підвищує привабливість комплексу для різних категорій клієнтів.

Таким чином, готельно-ресторанний комплекс – це складна, але високоефективна система, яка є фундаментом сучасної індустрії гостинності, пропонуючи комплексні рішення для подорожуючих та відпочиваючих, а також сприяючи розвитку місцевої економіки та туризму [2].

1.2. Класифікація та типи готельно-ресторанних закладів

Основна мета класифікації готельно-ресторанного бізнесу полягає у забезпеченні відповідності наданих послуг встановленим стандартам якості та задоволенні очікувань споживачів. Категорія готелю та клас ресторану можуть стати своєрідною візитівкою закладу, адже вони свідчать про рівень комфорту й обслуговування, який отримує клієнт.

Така система класифікації допомагає споживачу орієнтуватися у рівні сервісу та відповідно оцінити вартість послуг. Наприклад, чим вищий клас ресторану, тим багатше вибір страв, включаючи авторські, вишуканіший інтер'єр і вищий рівень обслуговування, що зумовлено спеціальними вимогами до персоналу, комфорту та меню. Аналогічно, із підвищенням категорії готелю зростає кількість доступних послуг - від паркування, допомоги з багажем і послуг швейцара до роботи секретаря й чищення взуття [15].

Крім того, готелі категорії 4**** і вище повинні мати ресторан не нижче "Вищого" класу. А, наприклад, казино дозволено розміщувати лише на території готелів категорії 5***** у межах міста та 4**** - в інших населених пунктах.

Готель - це заклад, що має щонайменше шість номерів для тимчасового проживання й надає послуги з розміщення та обслуговування гостей. Готельні послуги поділяються на основні та додаткові, їхній рівень залежить від категорії самого готелю.

До основних послуг належать:

- ✓ тимчасове проживання;
- ✓ харчування у ресторані;
- ✓ обслуговування номерів;
- ✓ зберігання особистих речей гостей.

Додаткові послуги замовляються й оплачуються окремо за індивідуальним запитом споживача. Категорії готелів присвоюються за

результатами сертифікації, про що йтиметься далі. Загалом, існують такі категорії: "5*****", "4*****", "3****", "2***" та "1**".

Оцінювання рівня готелів здійснюється відповідно до вимог чинного державного стандарту, який регламентує низку критеріїв, зокрема:

- матеріально-технічне забезпечення будівель і приміщень;
- обсяг і спектр послуг, які надаються гостям;
- професійний рівень та підготовка персоналу.

До загальних обов'язкових вимог, що стосуються всіх готелів без винятку, належать:

- ✓ наявність зручних під'їзних шляхів до готелю та освітленої прибудинкової території;
- ✓ забезпечення безпечних умов проживання для гостей;
- ✓ функціонування систем електропостачання без перебоїв, цілодобове постачання гарячої та холодної води, наявність опалення (з температурним режимом від 18 до 22 °C) і вентиляції;
- ✓ обов'язкова наявність телефонного зв'язку та освітлення протягом доби тощо.

Окрім базових вимог, існують спеціальні критерії для готелів різних категорій.

*Вимоги до готелів категорії від 3**** і вище:*

Готелі від 3**** до 5***** повинні мати світлову вивіску з емблемою, окремі входи для персоналу та відвідувачів, а також обов'язкову охоронювану автостоянку;

Для готелів 4***** і 5***** додатковою вимогою є облаштування входу повітряно-тепловою завісою.

Приміщення:

- У готелях категорії 5***** меблі мають бути виготовлені на замовлення, з унікальним дизайном;
- Якщо в готелі понад 30 номерів, реєстрація повинна здійснюватися із застосуванням сучасного технічного обладнання.

Номери:

- ❖ У готелях 4**** і 5***** багатокімнатні номери повинні включати вітальню (не менше 16 м²), спальню з окремим санвузлом і коридор із додатковим санвузлом;
- ❖ Всі номери вищезазначених категорій мають бути забезпечені якісною звукоізоляцією вікон, дверей і стін.

Технічне оснащення номерів:

У готелях від 4**** до 5***** кожен номер повинен бути обладнаний охоронною сигналізацією, дистанційним вимикачем світла, міні-баром і міні-сейфом.

У готелях категорій 4**** і 5***** обов'язковою є наявність ресторану не нижче "Вищого" класу обслуговування, банкетної та конференц-зали, бару.

Для 5***** також передбачається окрема зона харчування персоналу та додатковий бар у зоні реєстрації.

У готелях найвищої категорії (5*****) гостям мають бути доступні такі обов'язкові послуги, як: допомога швейцара, перенесення багажу, чищення взуття.

Також мають надаватись послуги секретаря, перекладача, стенографіста, посильного та паркувальника.

У готелях категорії 4**** і вище обов'язковими є належний рівень володіння англійською мовою, ввічливість, охайність, а також уніформа з індивідуальними елементами, що підкреслюють фірмовий стиль закладу.

Ресторани поділяються на три основні класи: "Люкс", "Вищий" і "Перший". Основні відмінності між ними полягають у рівні комфорту (розташування, інтер'єр, меблювання, посуд) і в обсязі додаткових послуг, які надаються гостям.

Ресторани класу "Люкс". Такі заклади мають забезпечувати максимально комфортні умови, пропонувати великий спектр послуг, широкий вибір страв (у тому числі авторських) та напоїв. Характерною рисою

ресторанів цього класу є унікальний стиль як архітектури будівлі, так і оформлення залів для гостей.

Інтер'єр повинен включати дизайнерські меблі, вишуканий посуд, художнє оздоблення, а також сучасне технічне оснащення. Рівень комфорту має відповідати найвищим стандартам сервісу.

Обов'язкові додаткові послуги:

- ✓ обслуговування під час проведення конференцій, семінарів, ділових зустрічей;
- ✓ бронювання столиків;
- ✓ організація концертів і шоу-програм;
- ✓ продаж фірмових сувенірів;
- ✓ надання засобів особистої гігієни, парфумів, приладдя для чищення взуття;
- ✓ послуги з дрібного ремонту одягу;
- ✓ зберігання особистих речей і одягу;
- ✓ паркування автомобілів;
- ✓ виступи музикантів, вокалістів.

Ресторани “Вищого” класу. Ці заклади також мають забезпечувати високий рівень комфорту та мати стильний інтер'єр, сучасне обладнання. Обслуговування повинно бути на високому рівні, а меню – різноманітним: включати витончені кулінарні й кондитерські вироби, напої та іноді авторські страви.

У порівнянні з класом “Люкс”, кількість страв у меню менша, а рецептури приготування простіші.

Персонал таких ресторанів повинен бути професійним, привітним і уважним до відвідувачів.

Серед додаткових послуг, які можуть надаватися:

- ❖ більярд;
- ❖ ігрові автомати (без виплати виграшу);
- ❖ продаж абонементів на бізнес-ланчі.

Ресторани “Першого” класу. Цей клас ресторанів відрізняється простішим оформленням та базовим рівнем комфорту. Меблі, хоча й без дизайнерського задуму, повинні бути зручними та безпечними, а посуд – функціональним, але недорогим.

Меню зазвичай обмежене простими у приготуванні стравами та напоями.

До персоналу не висуваються високі вимоги, але обов’язковою є наявність форми (зазвичай темний низ і білий верх).

Ресторани класів “Люкс” та “Вищий” повинні включати такі приміщення:

- хол, обідню залу, банкетні зали;
- зони для танців і дозвілля;
- приміщення для музичних інструментів;
- гардероб, вбиральні, кімнати для куріння;
- кулінарний відділ (магазин), ігрові кімнати (для дітей);
- окремі приміщення для надання додаткових послуг.

Ресторани “Першого” класу можуть мати простішу інфраструктуру: достатньо зони з музичною та відеоапаратурою, без обов’язкових кімнат для куріння, холів тощо.

Вимоги до площі приміщення (залежно від кількості посадкових місць):

- для 50 місць – не менше 163 м²;
- для 75 місць – щонайменше 175 м²;
- для 100 і більше – мінімум 254 м².

Незалежно від класу, всі ресторани повинні гарантувати безпеку життя та здоров’я відвідувачів і персоналу.

1.3. Фактори, що впливають на розвиток готельно-ресторанного бізнесу

Внутрішні чинники, що впливають на діяльність готельно-ресторанного бізнесу в Україні, можна об'єднати під загальною назвою кадрово-матеріальні ресурси. Вони становлять сукупність об'єктивних факторів, які у комплексі визначають вибір споживача.

Аналізуючи стан матеріально-технічної бази цього сектору, можна помітити значну кількість закладів, які досі використовують застаріле обладнання та технології. Часто задля зменшення собівартості послуг і, відповідно, зниження цін, керівництво вдається до непопулярних рішень — зниження якості сировини. Проте такий підхід, особливо у ресторанній сфері, виявляється контрпродуктивним: через незадовільну якість страв споживачі обирають дорожчі, але якісніші заклади [10].

Більшість підприємств працює на базі об'єктів, придбаних застарілими, з дотриманням старих стандартів, тому оновлення матеріальної бази є нагальною потребою. Також слід акцентувати увагу на використанні екологічно чистих продуктів, інтерес до яких значно зріс останнім часом. Це не лише покращить якість послуг, а й сприятиме залученню іноземних туристів. Україна володіє унікальними природними та історико-культурними ресурсами, а також має сприятливі умови для вирощування органічної продукції - чинник, що позитивно впливає на міжнародний імідж країни.

Оскільки підприємства готельно-ресторанного господарства безпосередньо взаємодіють зі споживачем, надзвичайно важливою умовою ефективної діяльності є поліпшення соціально-економічного становища працівників. Адміністрація повинна створювати позитивний мікроклімат у колективі, забезпечувати гідну оплату праці, а також надавати можливості для професійного розвитку персоналу. Наразі, за винятком окремих закладів, рівень вимог до підготовки працівників у галузі все ще залишається низьким, що потребує системного вирішення.

У сфері готельно-ресторанного обслуговування спостерігаються певні недоліки, зокрема недостатній рівень володіння іноземними мовами персоналом, що ускладнює комунікацію з іноземними гостями та негативно позначається на якості сервісу. Тому одним із ключових чинників підвищення рівня обслуговування є належна професійна підготовка працівників, а також наявність у них відповідних компетенцій для роботи на рівні "зіркових" стандартів. Саме завдяки високому рівню професіоналізму персоналу можна привабити більше туристів з-за кордону, незалежно від їхніх культурних традицій чи релігійних переконань.

Результати досліджень свідчать, що кадрово-матеріальні фактори функціонування готельно-ресторанної галузі перебувають у тісному взаємозв'язку із зовнішнім середовищем, і між ними існує постійний зворотний зв'язок. Усі ці чинники - як зовнішні, так і внутрішні - впливають на ефективність роботи підприємств, причому їхній вплив може бути як позитивним, так і негативним [5, 10].

Вивчаючи систему факторів, що впливають на діяльність готельно-ресторанного бізнесу, важко виділити один домінуючий з практичної точки зору. З метою визначення пріоритетних чинників було проведено анкетне опитування менеджерів підприємств готельно-ресторанного комплексу, у якому взяли участь 200 респондентів із Тернопільської та Львівської областей. За результатами було визначено вісім найбільш значущих чинників, поділених на дві групи: внутрішні (кадрово-матеріальні) та зовнішні.

Для оцінки впливу кожного фактора на розвиток підприємств респонденти використовували десятибальну шкалу (де 1 – мінімальний вплив, 10 – максимальний). Отримані середні оцінки (представлені в таблиці 2) дозволяють зробити обґрунтовані висновки щодо тих аспектів, на які варто звернути першочергову увагу в процесі стратегічного планування розвитку підприємств готельно-ресторанної галузі.

У таблиці 1.1. наведено підсумкові результати оцінювання, отримані в результаті опитування 200 представників менеджменту сфери послуг.

Таблиця 1.1.

Результати опитування менеджерів (200 осіб опитаних)

№	Фактори	Бали
ЗОВНІШНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ		
1	Рівень інфляції та безробіття в Україні	4
2	Ціни на послуги встановлені підприємствами-конкурентами	6
3	Система оподаткування підприємств готельно-ресторанного бізнесу	5
4	Розташування готельно-ресторанного комплексу близько до пам'яток культури або природних заповідників	9
5	Державна політика відносно розвитку суспільства і рівня життя населення	4
6	Кількість підприємств-конкурентів в регіоні	7
7	Споживачі послуг (фізичні та юридичні особи)	8
8	Державні програми підтримки розвитку бізнесу	6
Всього		49
КАДРОВО-МАТЕРІАЛЬНІ ФАКТОРИ		
1	Рівень ціна на товари, послуги та розважальні програми закладів	5
2	Наявність сучасних меблів та ремонтів у закладах готельно-ресторанних комплексів	8
3	Наявність у готельно-ресторанному комплексі інформаційних послуг (інтернет, телевізор)	9
4	Норми обслуговування клієнтів у відповідності до встановлених стандартів	7
5	Мотивування працівників до виконання покладених на них обов'язків	7
6	Національність та релігійні переконання клієнтів	4
7	Ступінь інформативності споживачів про продукти і послуги	5
8	Рівень освіти та кваліфікаційної підготовки працівників підприємства	9
Всього		54

На основі аналізу результатів проведеного дослідження можна зробити висновок, що найбільший вплив на функціонування та розвиток готельно-ресторанного бізнесу мають саме кадрово-матеріальні чинники, які загалом отримали 54 бали. Серед них респонденти виокремили такі найбільш значущі елементи: рівень освіченості та професійної підготовки персоналу і керівництва (9 балів), наявність сучасних меблів у закладах (8 балів), а також інформаційні послуги, що надаються клієнтам (9 балів).

У сучасних умовах конкурентного ринку більшість підприємств галузі орієнтуються переважно на власні фінансові ресурси. Це підтверджується результатами анкетування: показник довіри до самостійного інвестування в розвиток склав 6 балів, що свідчить про низький рівень очікувань щодо державної підтримки бізнесу.

Серед зовнішніх факторів найвагомим респонденти вважають кількість споживачів послуг готельно-ресторанного комплексу (8 балів). Значну роль також відіграє розташування закладу поблизу історико-

культурних пам'яток або природних об'єктів (9 балів), а також наявність конкурентів у регіоні (7 балів).

Таким чином, результати анкетування демонструють, що на розвиток готельно-ресторанної сфери суттєво впливають як зовнішні чинники (49 балів), так і внутрішні кадрово-матеріальні (54 бали). Попри приблизно однаковий рівень впливу, перевага надається саме кадрово-матеріальним аспектам, отже, вони мають стати пріоритетом у стратегічному плануванні діяльності підприємств. Для ефективного розвитку суб'єктам господарювання необхідно впроваджувати науково-технічні досягнення, активно займатися інноваційною діяльністю та систематично вдосконалювати внутрішні ресурси.

1.4. Роль готельно-ресторанних комплексів у туристичній сфері

Готельно-ресторанні комплекси (ГРК) – це невід'ємна складова туристичної галузі, яка має надзвичайно важливе значення. Їх роль у формуванні туристичного потоку багатогранна, охоплюючи економічні, соціальні, іміджеві та інфраструктурні аспекти. Без ефективної роботи ГРК неможливий повноцінний розвиток туристичної індустрії в будь-якому напрямку.

Першочергова і найбільш очевидна функція ГРК полягає у задоволенні базових потреб туриста: наданні житла (нічліг) та забезпеченні харчування. Незалежно від мети подорожі (відпочинок, робоча поїздка, екскурсія), кожному туристу потрібне місце для проживання та якісна їжа. ГРК забезпечують комфортні умови для відпочинку після насиченого дня, пропонуючи можливість скуштувати місцеві страви або кулінарні шедеври різних країн світу. Високий рівень обслуговування, комфортні умови проживання та різноманітність кулінарних пропозицій створюють позитивні враження, сприяючи бажанню відвідувачів повернутися або рекомендувати напрямок іншим [2].

Діяльність готельно-ресторанних комплексів є потужним двигуном економічного розвитку регіонів та країни в цілому:

✓ *Створення робочих місць:* ГРК виступають великими роботодавцями, забезпечуючи роботою значну кількість місцевих жителів – від адміністративного персоналу та менеджерів до кухарів, офіціантів, покоївок, аніматорів та інженерних служб. Це сприяє зниженню рівня безробіття та покращенню якості життя населення.

✓ *Мультиплікативний ефект:* Розвиток готельно-ресторанного бізнесу стимулює розвиток суміжних галузей економіки, таких як сільське господарство (закупівля продуктів), транспорт (перевезення туристів), торгівля, будівництво, виробництво сувенірів та послуги з обслуговування (пральні, хімчистки, ремонт).

✓ *Податкові надходження:* ГРК є значними платниками податків, які надходять до місцевих та державного бюджету. Ці кошти використовуються для розвитку інфраструктури, фінансування соціальних програм та реалізації інших важливих проєктів.

✓ *Залучення інвестицій:* Успішні готельно-ресторанні комплекси приваблюють інвестиції в туристичну інфраструктуру, що сприяє її модернізації та розширенню.

Якість послуг, що надаються ГРК, безпосередньо впливає на імідж туристичного напрямку. Сучасні туристи приділяють все більше уваги не лише природним чи культурним пам'яткам, але й рівню комфорту та якості обслуговування. Позитивні відгуки та рекомендації задоволених гостей є найефективнішою рекламою, яка залучає нових туристів. І навпаки, низька якість сервісу може негативно вплинути на репутацію регіону, відлякуючи потенційних відвідувачів. Готельно-ресторанні комплекси – це свого роду "візитна картка", яка демонструє рівень гостинності та розвитку туристичної інфраструктури в певній місцевості.

ГРК часто стають центрами розвитку туристичної інфраструктури, особливо у віддалених або нещодавно створених туристичних зонах. Вони

можуть ініціювати будівництво або модернізацію доріг, систем комунікацій (водопостачання, електроенергія, інтернет).

Крім того, ГРК активно сприяють розвитку різних видів туризму:

- *Діловий туризм:* Наявність конференц-залів, бізнес-центрів та сучасного обладнання робить ГРК ідеальним місцем для проведення конференцій, семінарів, корпоративних заходів.
- *Оздоровчий та медичний туризм:* Наявність SPA-центрів, басейнів, медичних послуг дає змогу ГРК залучати туристів, які прагнуть оздоровитися та відпочити.
- *Спортивний туризм:* Розвиток спортивної інфраструктури (тренажерні зали, спортивні майданчики, лижні траси) на території ГРК сприяє залученню спортсменів та любителів активного відпочинку.
- *Подієвий туризм:* Організація фестивалів, концертів, тематичних вечірок та інших заходів в готельно-ресторанних комплексах перетворює їх на центри дозвілля, приваблюючи відвідувачів на конкретні події.

Отже, готельно-ресторанні комплекси не просто надають послуги розміщення та харчування, а є ключовими елементами, що інтегрують та розвивають туристичну сферу, сприяючи її стабільному зростанню та формуванню позитивного іміджу туристичного напрямку.

Висновки до розділу 1

Готельно-ресторанні комплекси (ГРК) є основою туристичної галузі, відіграючи роль її головного локомотива та задовольняючи різноманітні потреби відвідувачів. Фундаментом діяльності цієї сфери є концепція гостинності, що на перше місце ставить відмінну якість обслуговування, стабільність та орієнтацію на потреби гостя.

В Україні готельно-ресторанний бізнес виявляє перспективи для розширення, істотно поповнюючи державну скарбницю та створюючи робочі місця. Водночас, галузь відчуває певні труднощі, як-от застаріла

інфраструктура, недостатній обсяг інвестицій та потреба у відповідності сучасним світовим стандартам.

Для вирішення цих проблем та гарантування стабільного зростання ГРК, вкрай важливим є створення та застосування всеохопної маркетингової стратегії. Ця стратегія має містити поглиблений аналіз ринку, що передбачає сегментацію можливих клієнтів, визначення цільових ринків, ефективне позиціонування пропонованих послуг та детальний аналіз конкурентних сильних та слабких сторін.

Ефективне просування готельних та ресторанних послуг вимагає створення попиту через об'єднані системи маркетингових комунікацій, застосування інноваційних технологій та розробку креативних розважальних програм, що збільшують привабливість комплексу. Лише за такого підходу ГРК зможуть повністю реалізувати свій потенціал, надаючи високоякісний сервіс та сприяючи подальшому розвитку туристичної індустрії.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНО - РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «КАРПАТИ» (МИГОВО)

2.1. Загальна характеристика комплексу «Карпати»

Готельно-ресторанний комплекс «Карпати Мигово» знаходиться у мальовничому селі Мигово, що на Буковині, Україна (рис. 2.1., 2.2.). Це місце славиться своєю незайманою гірською природою, що оточене величними Карпатами, що робить його ідеальним місцем для відпочинку від міської метушні та єднання з природою (додаток А.) [6].



Рис. 2.1. Готельно-ресторанний комплекс «Карпати Мигово»

Комплекс «Карпати Мигово» почався зі скромної задумки групи друзів створити просте місце для відпочинку з дерев'яними будиночками. Початкові етапи функціонування супроводжувалися невеликим штатом до 10 осіб, де кожен співробітник виконував різноманітні завдання, а управління велося примітивними способами (Excel-таблиці, блокноти).



Рис. 2.2. Готельно-ресторанний комплекс «Карпати Мигово»

З ростом популярності та попиту комплекс зазнав значного розвитку:

- ✓ *Розширення інфраструктури:* Додано нові котеджі з більшим номерним фондом, літні басейни, а також збудовано ресторан.
- ✓ *Оновлення послуг:* З'явилася зона SPA з різними оздоровчими процедурами, гуцульський чан та карпатська купіль.
- ✓ *Збільшення штату:* Кількість співробітників збільшилася до 50 осіб, з чітким розподілом обов'язків та підрозділів.
- ✓ *Впровадження технологій:* Для оптимізації управління та контролю було встановлено програмне забезпечення B52, яке згодом було замінено на більш сучасне SERVIO для об'єднання всіх підрозділів в єдину систему. Також впроваджено CRM-систему для покращення зв'язку з клієнтами та встановлено власний сервер для безперебійної роботи.
- ✓ *Маркетингові стратегії:* Комплекс активно почав просувати свої послуги через різні маркетингові канали.

«Карпати Мигово» продемонстрували вражаючу здатність адаптуватися до складних умов. Зокрема, комплекс успішно пережив пандемію COVID-19 без втрат персоналу та клієнтів. Під час повномасштабної війни в Україні він продовжив свою роботу, надаючи

підтримку військовим та проводячи благодійні акції, що підкреслює його соціальну відповідальність та гнучкість у кризових ситуаціях [6].

На сьогодні «Карпати Мигово» – повноцінний курортний комплекс, що пропонує широкий спектр послуг для різних категорій гостей:

- ❖ *Послуги готелю:* Сучасні номери, затишні котеджі та просторі апартаменти (з кухнею), щоденне прибирання, мінібар, Wi-Fi.
- ❖ *Послуги ресторану:* Вишукані страви української та європейської кухні, бар, сніданки (включено у вартість номерів), винос замовлень у номер, організація банкетів, доставка замовлень по селу Мигово.
- ❖ *Послуги СПА:* Критий басейн з підігрівом, фінська сауна, гуцульська парна, турецький хамам, аромокімната, масаж, джакузі, фіш-пілінг, фітобочка, можливість придбати еко-косметику.
- ❖ *Додаткові послуги на території:* Гуцульський чан, карпатська купіль, сауна з дикої липи, відкритий басейн з підігрівом (з терасою та баром), сувенірна продукція, мангали та альтанки, спортивна рибалка, паркінг, зарядка електрокарів, настільні ігри (теніс, аерохокей, настільний футбол), прокат велосипедів.
- ❖ *Інші послуги:* Організація активного відпочинку (походи, квадроцикли, пейнтбол, екскурсії), організація фотосесій, послуги з оформлення (квіти, декор для подій), трансфер.

Цей широкий спектр послуг, в поєднанні з мальовничою локацією та гнучким підходом до ведення бізнесу, дає можливість «Карпатам Мигово» задовольняти різноманітні потреби клієнтів, забезпечуючи якісний та комфортний відпочинок в неповторній атмосфері Карпат.

2.2. Організація готельного обслуговування

Організація готельного сервісу в готельно-ресторанному комплексі «Карпати Мигово» орієнтована на створення комфортного проживання для гостей та надання різноманітного спектру послуг, котрі задовольняють їхні

потреби під час перебування. Комплекс пропонує різні варіанти розміщення та супутні послуги, забезпечуючи високий рівень обслуговування.

Основні елементи готельного обслуговування:

Номерний фонд:

✓ Готельні номери: Сучасні номери з усіма необхідними зручностями, що пропонують зручне розміщення для індивідуальних туристів, пар або невеликих сімей. З номерів відкривається чудовий краєвид на довколишні Карпатські гори, що додає привабливості.

✓ Котеджі: Затишні дерев'яні будиночки, що ідеально підходять для сімейного відпочинку або дружніх компаній, які шукають більшої приватності та простору.

✓ Апартаменти: Просторі та комфортні апартаменти, обладнані кухнею, що є практичним варіантом для тривалого проживання або для гостей, які віддають перевагу самотійному приготуванню їжі.

Послуги, що включені у вартість проживання:

➤ Щоденне прибирання: Регулярне та якісне прибирання номерів/котеджів/апартаментів для підтримання чистоти та комфорту.

➤ Мінібар: Наявність мінібару в номерах забезпечує легкий доступ до напоїв та легких закусок.

➤ Wi-Fi доступ: Безкоштовний бездротовий доступ до інтернету на всій території комплексу є необхідною послугою для сучасних туристів, що дає змогу їм залишатися на зв'язку та користуватися онлайн-сервісами.

➤ Сніданки: Включені у вартість номерів сніданки є важливою складовою готельного сервісу, що забезпечує гостям ситний початок дня без додаткових турбот.

Організаційні аспекти:

➤ *Персонал:* На початкових етапах розвитку персонал (до 10 осіб) виконував різноманітні обов'язки. З розширенням комплексу та збільшенням штату до 50 осіб, персонал було розділено на підрозділи з чітко визначеними

обов'язками, що сприяє ефективнішому та спеціалізованому обслуговуванню гостей.

➤ *Системи управління:* Впровадження сучасного програмного забезпечення SERVIO для об'єднання всіх підрозділів у єдину екосистему, а також CRM-системи для покращення комунікації з клієнтами, значно оптимізувало процеси бронювання, реєстрації, обслуговування та управління взаємовідносинами з гостями. Власний сервер забезпечує безперебійну роботу цих систем.

➤ *Гнучкість та адаптивність:* Здатність комплексу адаптуватися до викликів, таких як пандемія та війна, без втрати персоналу та клієнтів, свідчить про високий рівень організації та управління, що дозволяє підтримувати якість обслуговування навіть у складних умовах.

Отже, організація готельного обслуговування в «Карпатах Мигово» базується на наданні різноманітних варіантів розміщення, щоденних послуг, ефективному управлінні персоналом та використанні сучасних технологій для забезпечення максимально комфортного та приємного перебування кожного гостя.

2.3. Організація ресторанного обслуговування

Організація ресторанного обслуговування в готельно-ресторанному комплексі «Карпати Мигово» є невід'ємною частиною системи гостинності, що прагне забезпечити якісне та різноманітне харчування для всіх гостей комплексу, як тих, що проживають тут, так і для відвідувачів. Вона включає в себе широкий спектр послуг, починаючи від щоденних сніданків і закінчуючи організацією банкетів та доставкою страв.

Основні аспекти ресторанного обслуговування:

- Ресторан: Пропонує витончені страви української та європейської кухні. Особлива увага приділяється використанню свіжих та якісних

інгредієнтів, щоб гості мали змогу насолодитися смачними та поживними стравами.

- Бар: Забезпечує широкий вибір алкогольних та безалкогольних напоїв, а також різноманітні коктейлі, створюючи ідеальну атмосферу для відпочинку та спілкування.

Формати харчування:

- ✓ Сніданки: Знаковою особливістю є те, що сніданки вже включені у вартість проживання в номерах, що є зручністю для гостей та гарантує їм повноцінний початок дня без зайвих клопотів.
- ✓ Обслуговування номерів (Room Service): Можливість замовлення страв до номеру дозволяє гостям насолоджуватися їжею та напоями у затишній атмосфері свого номеру або котеджу, що особливо важливо для тих, хто бажає усамітнитися або цінує додатковий комфорт.
- ✓ Організація банкетів: Ресторан має необхідні можливості та досвід для організації банкетів, святкувань, корпоративних заходів та інших урочистостей, надаючи індивідуальні меню та послуги з оформлення.

Додаткові послуги та логістика:

- Доставка їжі по селу Мигово: Комплекс надає зручну послугу доставки страв по селу Мигово, що збільшує клієнтську базу за межі мешканців готелю та дозволяє задовольняти потреби місцевого населення або тих, хто відпочиває в інших місцях села.
- Контроль якості: Забезпечення свіжості продуктів, суворе дотримання технологій приготування та стандартів гігієни є першочерговим завданням для підтримки високої якості кулінарної продукції та задоволення клієнтів.

Використання програмного забезпечення SERVIO та CRM-системи, про що вже йшлося в попередніх розділах, дозволяє оптимізувати процеси управління рестораном: від прийому замовлень і контролю залишків до взаємодії з клієнтами та аналізу їх вподобань. Це сприяє підвищенню ефективності роботи персоналу та покращенню якості обслуговування.

Чіткий розподіл обов'язків між працівниками ресторану (кухарі, офіціанти, бармени) забезпечує злагоджену роботу та швидке й якісне обслуговування гостей.

Загалом, організація ресторанного обслуговування в «Карпатах Мигово» є складною системою, яка поєднує високоякісну кухню, різноманітні формати обслуговування та ефективне управління, що забезпечує гостям незабутній гастрономічний досвід під час їх відпочинку.

2.4. Оцінка рівня якості послуг та задоволеності клієнтів

Оцінка рівня сервісу та задоволеності гостей критично важлива для будь-якого готельно-ресторанного комплексу, оскільки вона безпосередньо впливає на репутацію закладу, його конкурентоспроможність та фінансові показники. Для «Карпати Мигово», як і для інших успішних ГРК, постійний моніторинг цих показників є запорукою стабільного розвитку.

Відповідно до наданої інформації та загальної практики в готельній індустрії, можна виокремити кілька ключових аспектів, які впливають на задоволеність гостей у «Карпатах Мигово»:

Якість надання основних послуг:

Проживання: Наявність різноманітних варіантів розміщення (готельні номери, котеджі, апартаменти) з усіма зручностями, щоденне прибирання, мінібар та Wi-Fi - важливі фактори комфорту. Якість прибирання, стан меблів, зручність ліжок, функціонування сантехніки та швидкість Wi-Fi безпосередньо впливають на задоволення потреб гостей.

Харчування: Вибір страв української та європейської кухні, якість продуктів, смак, естетика подачі, швидкість обслуговування в ресторані та барі, а також зручність Room Service та доставки їжі є ключовими показниками ресторанної частини. Включені сніданки також позитивно впливають на загальне сприйняття.

Якість додаткових послуг та інфраструктури:

SPA-зона: Наявність критого басейну з підігрівом, різних саун (фінська, гуцульська парна, хамам), аромокімнати, джакузі, масажних послуг, фіш-пілінгу та фітобочки значно підвищує привабливість комплексу. Якість обладнання, професіоналізм персоналу SPA та чистота приміщень є ключовими для задоволення.

Відкриті розваги: Гуцульський чан, карпатська купіль, відкритий басейн, мангали, спортивна риболовля, велопрокат та настільні ігри додають цінності відпочинку. Їхній стан, доступність та відповідність очікуванням гостей впливають на загальне враження.

Сервіс та зручності: Наявність паркінгу, зарядки для електрокарів, а також можливість замовлення фотосесій, квітів, організації заходів та трансферу демонструють орієнтованість комплексу на різні потреби гостей.

Взаємодія з персоналом та менеджмент:

Професіоналізм та привітність: Якість обслуговування значною мірою залежить від кваліфікації, ввічливості, уважності та готовності персоналу допомогти. Зростання штату до 50 осіб та розподіл на підрозділи вказують на спробу підвищити спеціалізацію та ефективність.

Ефективність управління: Впровадження системи SERVIO та CRM-системи свідчить про прагнення комплексу до автоматизації процесів, покращення комунікації з гостями та збору даних про їх вподобання та відгуки. CRM-системи дозволяють збирати зворотний зв'язок, аналізувати його та оперативно реагувати на скарги чи пропозиції.

Адаптивність у кризових ситуаціях: Здатність комплексу зберігати якість послуг та персонал під час пандемії та війни є яскравим показником його стійкості та ефективного управління, що безумовно впливає на лояльність гостей.

Методи оцінки задоволеності гостей (загальні для індустрії, але ймовірно застосовні для "Карпат Мигово"):

- Онлайн-відгуки та рейтинги: Моніторинг платформ Google Maps, Booking.com та соціальних мереж є одним із найпоширеніших способів отримання зворотного зв'язку.
- Опитування та анкети: Безпосереднє збирання даних через опитування після виїзду або під час проживання.
- Система лояльності: Аналіз повторних візитів та активності постійних клієнтів.
- Звернення та скарги: Облік звернень, скарг та їх оперативне вирішення.

Загалом, «Карпати Мигово» демонструє прагнення до високого рівня якості послуг через постійне розширення інфраструктури, оновлення сервісів та впровадження сучасних технологій управління. Це, у поєднанні з природними умовами та адаптивністю, створює сприятливі умови для досягнення високого рівня задоволеності гостей.

2.5. Конкурентні переваги та недоліки комплексу

Аналіз конкурентних переваг і слабких місць є ключовим для стратегічного планування та подальшого розвитку будь-якого готельно-ресторанного комплексу. Для «Карпати Мигово», з огляду на наявну інформацію та загальну ситуацію в туристичній галузі, можна виокремити такі аспекти:

Конкурентні переваги комплексу «Карпати Мигово»

Розташування в мальовничому селі Мигово, в оточенні Карпатських гір і чистої гірської природи, є однією з головних переваг. Це приваблює туристів, які прагнуть спокою, тиші, єднання з природою та можливості активного відпочинку (піші прогулянки, велопогулянки, риболовля). Такий природний актив неможливо відтворити штучно.

Можливість розвитку як гірськолижного курорту, що особливо актуально в контексті зростаючого попиту на внутрішній туризм [26].

Широкий спектр комплексних послуг:

- ✓ Диверсифікований номерний фонд: Наявність готельних номерів, котеджів та апартаментів дає змогу задовольняти потреби різних цільових аудиторій – від індивідуальних мандрівників до родин та великих компаній.
- ✓ Повноцінний готельно-ресторанний сервіс: Включені сніданки, вишукана українська та європейська кухня, послуги Room Service та організація банкетів формують комплексну пропозицію харчування.
- ✓ Розвинена SPA-інфраструктура: Наявність критого басейну з підігрівом, різноманітних саун (фінська, гуцульська парна, хамам), джакузі, масажних послуг та інших процедур – вагома перевага, яка приваблює гостей, орієнтованих на оздоровлення та релакс.
- ✓ Додаткові розваги на території: Гуцульський чан, карпатська купіль, відкритий басейн, зони для барбекю, риболовля, настільні ігри, велопрокат – все це збагачує дозвілля гостей, даючи їм змогу не шукати розваги за межами комплексу.
- ✓ Супутні послуги: Паркінг, зарядка для електрокарів, організація фотосесій, оформлення подій, трансфер – дрібні, але важливі деталі, що підвищують рівень комфорту та сервісу.

Здатність комплексу успішно пережити виклики пандемії та війни без суттєвих втрат персоналу та клієнтів свідчить про гнучке та ефективне управління, що надзвичайно цінно як конкурентна перевага в сучасних умовах. Це демонструє надійність та стабільність.

Надання підтримки військовим і благодійні акції формують позитивний соціальний імідж комплексу, підвищуючи його привабливість для соціально свідомих туристів.

Заміна застарілого ПЗ на SERVIO для інтеграції підрозділів та впровадження CRM-системи для роботи з клієнтами вказує на прагнення до модернізації та підвищення ефективності управління, що дає змогу краще розуміти потреби гостей та оптимізувати операційні процеси.

Недоліки комплексу «Карпати Мигово» (потенційні та виявлені)

Вплив зовнішніх факторів (війна та клімат):

Збройний конфлікт: Війна в країні суттєво зменшує загальний туристичний потік, особливо іноземний, і створює психологічний бар'єр для подорожей. Це безпосередньо впливає на заповнюваність та доходи комплексу.

Зміна клімату: Скорочення зимового сезону та зменшення снігового покриву через глобальне потепління негативно впливає на гірськолижний туризм, що є значною складовою зимового туристичного потенціалу Карпат. Використання штучного снігу може бути дорогим та не завжди ефективним. Це вимагає розробки альтернативних зимових розваг.

Проблеми з персоналом:

Нестача кваліфікованих кадрів: Труднощі із залученням та утриманням мотивованих і професійних співробітників через низький рівень життя, еміграцію та демографічні проблеми. Це може призвести до зниження якості обслуговування, перевантаження наявного персоналу та збільшення плинності кадрів.

Зміна умов праці: Карантинні обмеження та війна внесли свої корективи, ускладнивши набір якісного персоналу.

Необхідність постійних інвестицій та маркетингу:

Хоча є прагнення до інвестицій, вони завжди є викликом. Для постійної модернізації інфраструктури, оновлення номерного фонду та розширення послуг потрібні значні капіталовкладення, які в умовах нестабільності можуть бути обмеженими.

Ефективний маркетинг вимагає постійних зусиль та фінансових ресурсів для правильного позиціювання та просування послуг на конкурентному ринку. Недостатня маркетингова активність може обмежити залучення нових клієнтів.

Залежність від регіональної інфраструктури:

Хоча комплекс робить свій внесок, його розвиток також залежить від загального стану доріг, транспортного сполучення та благоустрою всього

регіону Мигово. Недостатня підтримка з боку місцевої влади в цих питаннях може гальмувати притік туристів.

Попри наявні виклики, комплекс «Карпати Мигово» має значний потенціал завдяки своїй унікальній локації, широкому спектру послуг та продемонстрованій адаптивності, що є надійним фундаментом для подальшого розвитку.

Висновки до розділу 2

Розділ два зосереджений на аналізі функціонування готельно-ресторанного комплексу «Карпати Мигово». Ми здійснили екскурс в історію та поточний стан, акцентуючи увагу на еволюції від невеличкого об'єкта до масштабного курорту, оснащеного передовою інфраструктурою та сучасними управлінськими системами (SERVIO, CRM).

Крім того, детально розглянуто організацію готельного сервісу та ресторанного обслуговування. Це включає різноманітність варіантів проживання (номери, котеджі, апартаменти), наявність широкого спектру ресторанних послуг, а також розгорнуту SPA-зону.

Здійснено оцінювання якості послуг та рівня задоволеності гостей, ґрунтуючись на різноманітності пропозицій комплексу. На завершення, виокремлено ключові конкурентні переваги «Карпат Мигово», зокрема його унікальне розташування та здатність адаптуватися до кризових ситуацій, а також недоліки, обумовлені впливом зовнішніх факторів та кадровими питаннями.

Підсумовуючи, «Карпати Мигово» представлено як стабільний та перспективний комплекс, який ефективно розвивається в умовах сучасних викликів.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА АНІМАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ ДЛЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «КАРПАТИ» (МИГОВО)

3.1. Захід 1: Свято Івана Купала в «Карпатах Мигово»

Святкування Івана Купала в "Карпатах Мигово" бездоганно пасуватиме до його ідеї єднання з навколишнім світом та використанням гуцульських традицій. Цей захід дасть змогу гостям повністю поринути в автентичну атмосферу, відчувати колорит свята та створити незабутні спогади.

Назва події: "Купальська Ніч в Карпатах"

Концепція: Подія поєднує давні слов'янські традиції та інтерактивні розваги на свіжому повітрі, що поступово перетікають у тематичну програму в ресторані, завершуючись сучасною вечіркою.

Дата проведення: Вечір 6 липня – ніч на 7 липня.

Інтерактивна програма просто неба (Територія комплексу, поблизу води та відкритого басейну).

Плетіння купальських вінків:

Опис: З настанням вечірніх сутінків для гостей організують майстер-клас з плетіння вінків із лугових квітів та трав. Кожен учасник отримає свій набір матеріалів та допомогу аніматорів-майстринь у традиційному українському вбранні.

Інтерактив: Гості зможуть не тільки плести вінки для себе, а й позмагатися в конкурсі "Найкращий купальський вінок", з невеличкими подарунками від комплексу. Це додає змагальний дух та заохочує творчість.

Вогнище Купала:

Опис: Кульмінацією святкування на вулиці стане запалювання великого купальського вогнища.

Інтерактив: Організація "стрибання через вогонь" – під наглядом досвідчених інструкторів та з дотриманням усіх правил безпеки, гості матимуть змогу взяти участь у цьому давньому обряді. Для тих, хто не

наважиться стрибати, запропонують символічно "переступити" через менші вогнища, що палатимуть на безпечній відстані.

Супровід: Традиційні пісні, хороводи навколо вогнища у супроводі народних інструментів.

Продовження програми в ресторані (Після 21:00-22:00)

Назва: "Купальська Трапеза та Вечірка"

Тематичне меню та декор:

Опис: Ресторан буде оздоблений у стилі літньої ночі з елементами українського фольклору – квіти, вінки, свічки, вишиті деталі. Запропонують спеціальне Купальське меню, до якого увійдуть страви з сезонних овочів, фруктів, ягід, карпатських грибів, трав'яні чаї та напої на основі меду. Можливо, навіть спеціальні "магічні" коктейлі.

Інтерактив: Конкурс на найкращий тематичний костюм або аксесуар у стилі Івана Купала серед відвідувачів. Невеликі тематичні столики з легкими закусками та напоями, аби гості могли продовжити спілкування.

Музично-розважальна програма:

Виступ фольклорного колективу: На початку вечірки в ресторані виступить місцевий фольклорний ансамбль, що виконає українські народні пісні, особливо купальські та веснянки, створюючи атмосферу свята. Можливо, інтерактив з навчанням народних танців.

Сучасна музика з етно-мотивами: Після виступу фольклору програма перейде до виступу діджея, котрий гратиме сучасні хіти, але з обов'язковим включенням українських етно-мотивів, реміксів на народні пісні, або просто атмосферної музики, що дозволить гостям танцювати та розважатися до пізньої ночі.

Конкурси та розіграші: Проведення невеликих конкурсів, пов'язаних з українськими традиціями або історією Івана Купала, з символічними подарунками від "Карпат Мигово" (наприклад, сертифікати на SPA-послуги, сувеніри, безкоштовний напій у барі).

3.2. Захід 2: Водохреще в «Карпатах Мигово»

Захід поєднує в собі релігійні звичаї святкування Водохреща з унікальними оздоровчими перевагами комплексу, пропонуючи гостям глибоке занурення у атмосферу очищення та оновлення, а також традиційне святкування у теплій та привітній атмосфері колиби.

Час проведення: Ранок 6 січня.

Програма біля чану та відкритого басейну (Ранкова частина)

Ранкове Богослужіння та освячення води:

Опис: З ранку, перед головним зануренням, на спеціально обладнаному місці біля гуцульського чану, буде проведено короткий молебень та обряд освячення води за участю запрошеного священника. Інтерактив: Гості матимуть змогу підійти до священника для особистого благословення та набрати освяченої води у невеликі ємності, які можна буде надати від комплексу (наприклад, сувенірні пляшечки).

Оздоровче занурення та гуцульський чан:

Опис: Після освячення, для охочих гостей буде організовано занурення у спеціально підготовлену ополонку. Водночас, гуцульський чан буде розігрітий до комфортної температури, пропонуючи теплий альтернативний варіант для тих, хто не готовий до крижаної води, але хоче відчувати очищення.

Інтерактив: Біля чану та зони для занурення працюватиме пункт видачі гарячих напоїв: традиційний карпатський чай з трав, глінтвейн (безалкогольний та алкогольний), гарячий шоколад. Це допоможе гостям зігрітися та відновити сили після водних процедур. Також можна запропонувати теплі пледи.

Святкова вечірня у колибі (Вечірня частина)

Тематична вечірня у "Гуцульській колибі":

Опис: Ввечері гості запрошуються на святкову вечірню у затишній колибі комплексу. Інтер'єр колиби буде оформлено у традиційному

гуцульському стилі з елементами зимового свята – свічки, дерев'яні прикраси, етно-текстиль.

Меню: Буде запропоновано спеціальне Водохресне меню, що включатиме традиційні українські страви, які готують на свята: кутя, вареники з різними начинками, борщ, м'ясні та овочеві страви, домашня ковбаса, деруни, карпатські солодощі, домашні наливки та узвар. Акцент на локальних продуктах та рецептах.

Розважальна програма "Вечір біля ватри":

Виступ місцевих музикантів: Запрошення гуцульського музичного колективу, який гратиме на традиційних інструментах (трембіта, цимбали, сопілка) та виконає колядки, щедрівки та інші зимові пісні.

Майстер-клас з приготування вареників/пампушок: Короткий інтерактивний майстер-клас, де гості зможуть спробувати власноруч приготувати традиційні святкові страви під керівництвом шеф-кухаря.

3.3. Захід 3: "Смак Карпат: Дегустація Крафтових Сирів"

Захід має на меті ознайомити відвідувачів зі справжніми смаками Карпат через дегустацію місцевих сирів, що дасть змогу пірнути в гастрономічну культуру регіону та підтримати місцевих виробників. Захід планується як інтерактивний та пізнавальний, з можливістю придбання продукції.

Час проведення: Денний час 15:00-17:00 у вихідний день, на літній терасі ресторану.

Програма дегустації (основна частина)

"Сирна історія Карпат" – Вступ та знайомство:

Опис: Захід розпочнеться з короткого вступу від запрошеного представника місцевої сироварні. Він розповість про історію сироваріння на Буковині та в Карпатах, про особливості виготовлення крафтових сирів, їхню різницю та місцеві традиції.

Інтерактив: Демонстрація короткого відеоролика про процес виготовлення сиру на місцевій сироварні, аби візуалізувати розповідь та зацікавити гостей. Сесія запитань-відповідей з експертом.

Дегустаційний майстер-клас:

Опис: На спеціально підготовлених столах буде представлено різні види крафтових сирів від місцевої сироварні. Це можуть бути як традиційні карпатські сири (наприклад, бринза, вурда, будз), так і більш сучасні авторські сири, якщо сироварня їх виготовляє. Кожен вид сиру буде супроводжуватися табличкою з назвою, складом та короткою характеристикою.

Інтерактив:

Професійна дегустація: Представник сироварні проводитиме дегустацію, розповідаючи про смакові ноти, аромат, текстуру кожного сиру та правила їх поєднання.

Ідеальні поєднання: Сири подаватимуться з компліментами, що підкреслюють їхній смак: мед, горіхи, сухофрукти, свіжі фрукти (яблука, груші), домашнє варення, грінки, різноманітний хліб.

Напої для сирів: До дегустації будуть запропоновані відповідні напої: карпатські трав'яні чаї, узвар, а також, за бажанням гостей, місцеві вина (сухі або напівсухі) або крафтове пиво, що добре пасує до сирів.

"Вгадай сир": Невеликий конкурс, де гостям буде запропоновано спробувати сир наосліп та вгадати його вид, або назвати ключові смакові характеристики. Переможець отримає невеликий сувенір або шматочок улюбленого сиру.

Ярмарок-продаж та спілкування:

Опис: Після дегустації буде організовано невелику зону, де гості зможуть придбати сири, що їм найбільше сподобалися, а також інші продукти від місцевих фермерів (наприклад, мед, варення, трав'яні збори).

Інтерактив: Можливість поспілкуватися з представниками сироварні, поставити запитання про виробництво, отримати поради щодо зберігання сирів. Це створює прямий зв'язок між споживачем та виробником.

3.4. Захід 4: "Магія Глини: Гончарний Майстер-Клас у «Карпатах Мигово»

Концепція: Цей захід запрошує учасників зануритися у давнє ремесло гончарства, створити унікальний глиняний витвір власноруч та відчутти єднання з дарами природи. Це не лише творчість, але й чудова арт-терапія, що сприяє релаксації та відволіканню від буденності. Мета події – підкреслити важливість народних традицій та культурної спадщини Буковини.

Час: День, з 14:00 до 16:00.

Програма:

"Загадки глини" – Вступ та знайомство (15-20 хвилин):

Опис: Майстер-клас розпочнеться зі вступного слова від досвідченого гончаря. Він розкаже про історію гончарства в Україні, зокрема на Буковині, про різновиди глини, її особливості та секрети підготовки. Також буде представлено базові інструменти та техніки роботи з глиною.

Інтерактив: Майстер продемонструє невеликий процес виготовлення простої форми на гончарному крузі або ж техніку ручного ліплення, щоб учасники змогли наочно оцінити можливості гончарства та зацікавитися.

"Творимо самостійно" – Практична частина (1.5-2 години):

Опис: Кожен учасник отримає порцію підготовленої глини та необхідні інструменти. Майстер крок за кроком демонструватиме техніки, а учасники повторюватимуть його дії. На вибір будуть запропоновані декілька простих виробів:

- Горнятко чи кухоль: Чудовий варіант для початківців.

- Ваза або невеличкий горщик: Легка форма для відчуття матеріалу.
- Миска для смаколиків або фруктів: Практичний виріб, який стане у нагоді.
- Декоративна тарілка або свічник: Для тих, хто бажає креативу.

Інтерактив:

Індивідуальна підтримка: Майстер та його помічники надаватимуть особисту допомогу кожному учаснику, виправлятимуть помилки та ділитимуться корисними порадами.

Гончарний круг (для бажаючих): Буде встановлено 1-2 гончарні круги, де майстер покаже основи роботи на них, а охочі зможуть спробувати свої сили під його наглядом. Цей етап завжди викликає жвавий інтерес.

Оздоблення: Після ліплення учасники зможуть прикрасити свої вироби простими візерунками або ж написати ініціали, використовуючи спеціальні інструменти.

"Сувенір з Карпат" – Завершення та подарунок:

Опис: Після завершення роботи всі вироби буде зібрано для подальшого сушіння та випалу. Потім готові вироби буде віддано учасникам.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі було створено та детально представлено чотири анімаційні івенти, котрі мали на меті збагатити враження від відпочинку гостей готельно-ресторанного комплексу «Карпати Мигово» та підкреслити його неповторність. Ці заходи гармонійно поєднують культурні традиції, активний відпочинок, гастрономічні відкриття та творчість:

Свято Івана Купала: Цей захід занурює гостей у стародавні українські традиції через плетіння вінків, стрибки через вогнище та тематичну програму в ресторані, створюючи незабутню атмосферу єднання з природою та фольклором.

Свято Водохреща: Захід пропонує духовне очищення та відродження, поєднуючи ранкове богослужіння та освячення води біля чану з можливістю оздоровчого занурення, а також святкову вечерю в затишній колибі з традиційними стравами та виступами місцевих музикантів.

Дегустація крафтових сирів: Цей гастрономічний івент знайомить гостей зі "Смаками Карпат" через дегустацію сирів місцевої сироварні в супроводі експерта, пропонуючи пізнавальний майстер-клас з поєднання смаків та можливість придбання унікальних регіональних продуктів.

Майстер-клас з гончарства: Захід "Магія Глини" дає можливість гостям власноруч доторкнутися до стародавнього ремесла, створити виріб із глини під керівництвом досвідченого майстра, що є не тільки творчим процесом, а й чудовим способом релаксу та занурення в народну культуру.

Спроектовані анімаційні заходи суттєво розширюють спектр послуг комплексу, підвищують його привабливість для різноманітних категорій гостей, підкреслюють місцевий колорит та сприяють формуванню унікального та незабутнього досвіду перебування у «Карпатах Мигово».

РОЗДІЛ 4. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «КАРПАТИ»

4.1. Напрями удосконалення сервісу та інфраструктури

Для забезпечення стійкого розвитку та зміцнення конкурентної позиції, готельно-ресторанний комплекс "Карпати Мигово" повинен постійно вдосконалювати як якість обслуговування, так і інфраструктуру. Цей процес потребує врахування внутрішніх аспектів комплексу – його сильних сторін, наявних проблем (вплив війни, зміна клімату, брак персоналу), а також актуальних тенденцій світового ринку гостинності [12].

Модернізація інфраструктури має бути спрямована на енергоефективність та адаптацію до змін клімату. Варто впроваджувати екологічні технології, як-от встановлення сонячних панелей для підігріву води (зокрема у басейнах) та використання теплових насосів для опалення. Це не лише скоротить операційні витрати та зменшить екологічний слід, але й збільшить енергетичну незалежність комплексу, що є важливим трендом у сучасному еко-туризмі.

Крім того, слід розглянути системи збору та очищення дощової води для технічних потреб. З огляду на зміни клімату, які впливають на зимовий сезон, критично важливо інвестувати в сучасні, енергоефективні системи штучного снігоутворення для забезпечення снігового покриву для зимових розваг. Паралельно необхідно розвивати всесезонні об'єкти, наприклад, аквазони або мультифункціональні зали, що дозволять надавати послуги незалежно від погодних умов, розширюючи можливості для відпочинку впродовж усього року. Оновлення номерного фонду може включати створення тематичних номерів або котеджів з унікальним дизайном та впровадження технологій "розумного будинку", що додасть ексклюзивності та привабить різні сегменти ринку [13].

Оптимізація сервісу повинна зосереджуватися на глибокій персоналізації та розширенні унікальних вражень для гостей. Ефективне використання вже існуючої CRM-системи дозволить детально аналізувати вподобання кожного гостя, що дасть можливість надавати індивідуальні рекомендації, спеціальні пропозиції та персоналізовані сюрпризи. Розвиток консьєрж-сервісу забезпечить індивідуальний підхід до потреб кожного відпочиваючого. Крім наявної дегустації сирів, варто розширити гастрономічні програми кулінарними майстер-класами з приготування карпатських страв та гастро-турами до місцевих фермерів. Розвиток оздоровчого та Wellness-туризму через розширення SPA-меню, розробку комплексних оздоровчих програм та занять з йогою на свіжому повітрі також підвищить привабливість комплексу. Додатково можна організовувати тематичні культурні заходи, що занурюють у місцеву атмосферу, як-от "Вечори легенд Карпат" біля вогнища.

У сфері управління персоналом, що є основою якісного сервісу, необхідно інвестувати у програми навчання та розвитку. Регулярні тренінги з покращення стандартів обслуговування, вивчення іноземних мов та вирішення конфліктних ситуацій допоможуть подолати дефіцит кваліфікованих кадрів. Розробка програм адаптації для нових співробітників та створення сприятливого робочого середовища зі справедливою системою мотивації та можливостями кар'єрного росту сприятиме утриманню цінних кадрів.

Маркетинг та просування мають бути цифровими та орієнтованими на розширення аудиторії. Це включає SEO-оптимізацію веб-сайту та активний контент-маркетинг (блоги, відео-тури). Особливу увагу слід приділити активній присутності в соціальних мережах через регулярне оновлення контенту, таргетовану рекламу та співпрацю з блогерами. Варто також розширювати цільову аудиторію, активно просуваючи комплекс для корпоративного туризму (тімблдинги, конференції) та розробляючи спеціалізовані пакети послуг для сімейного відпочинку з дітьми.

4.2. Впровадження інноваційних технологій у діяльність комплексу

Впровадження передових технологій є надзвичайно важливим для посилення конкурентоздатності, вдосконалення операційних процесів, покращення вражень гостей та вирішення питань з персоналом у сучасному готельно-ресторанному комплексі. «Карпати Мигово» вже досягли значного прогресу в цьому напрямку, замінивши застаріле програмне забезпечення на SERVIO для інтеграції підрозділів, а також запровадивши CRM-систему для взаємодії з клієнтами та встановивши власний сервер. Проте, існує ще багато можливостей для подальшої технологічної модернізації.

Один з ключових напрямків – це автоматизація та цифровізація шляху гостя. Це охоплює впровадження систем онлайн-реєстрації/виїзду через мобільний додаток або веб-сайт, а також використання електронних ключів (наприклад, через смартфон) для безконтактного доступу до номерів, що значно зменшує час очікування на рецепції та підвищує комфорт. Розробка власного мобільного додатку комплексу, інтегрованого з SERVIO та CRM, дасть змогу гостям не лише реєструватися, але й бронювати столики, замовляти рум-сервіс, планувати SPA-процедури, отримувати інформацію про події та спілкуватися з персоналом через чат-бот. Впровадження AI-чат-ботів на сайті та в додатку зможе негайно відповідати на типові питання гостей, звільняючи персонал.

Наступний напрямок – це використання "розумних" технологій (IoT) для номерів та загальної інфраструктури. Установка систем "розумного дому" в номерах дасть гостям змогу керувати освітленням, температурою, шторами та мультимедіа, збільшуючи рівень комфорту та оптимізуючи споживання енергії. Використання датчиків і сенсорів для моніторингу заповнюваності приміщень, енергоспоживання та кліматичних параметрів у різних зонах комплексу дасть змогу в реальному часі оптимізувати роботу інженерних систем та планувати обслуговування.

Використання аналітики даних та штучного інтелекту (AI) відкриває нові можливості для управління. AI-алгоритми можуть аналізувати історичні дані та зовнішні чинники (погода, свята) для точного прогнозування завантаженості номерів та попиту на послуги, що дозволить оптимізувати цінову політику та планування ресурсів. Аналіз даних з CRM-системи за допомогою AI також дозволить генерувати персоналізовані рекомендації для кожного гостя. Крім того, ці технології можуть оптимізувати роботу ресторану, покращуючи управління запасами та меню.

Впровадження цих інноваційних технологій дозволить «Карпатам Мигово» не тільки покращити якість обслуговування та збільшити задоволеність клієнтів, але й суттєво оптимізувати операційні витрати, підвищити ефективність роботи персоналу та зміцнити свою позицію як сучасного та привабливого туристичного об'єкта.

4.3. Маркетингові стратегії просування на ринку туристичних послуг

Ефективне просування на ринку туристичних послуг є ключовим для сталого завантаження та зростання впізнаваності готельно-ресторанного комплексу «Карпати Мигово». Зважаючи на унікальність місцевості, різноманіття послуг та конкурентне середовище, маркетингова стратегія повинна бути комплексною та гнучкою, інтегруючи традиційні й цифрові методи.

В епоху цифрових технологій, міцна онлайн-присутність – фундамент успішного просування. Починати слід з оптимізації веб-сайту та SEO, адже ресурс має бути сучасним, зручним та мобільно адаптивним. Мета - щоб "Карпати Мигово" відображалися на перших позиціях у пошукових системах за відповідними запитами, як-от: "відпочинок у Карпатах" або "SPA Мигово". Не менш важливою є контент-маркетинг: створення та поширення захопливого та корисного контенту, як-от, блогові статті про переваги

відпочинку в Мигово, відео-огляди номерів та SPA-зони, а також високоякісні фото, що демонструють красу природи та затишок комплексу. SMM вимагає активної та регулярної діяльності на популярних платформах (Instagram, Facebook, TikTok) через регулярні публікації, взаємодію з аудиторією, запуск таргетованої реклами та співпрацю з блогерами та інфлюенсерами, здатними створити оглядовий контент. Доповнити це має маркетинг для розсилки новин, спеціальних пропозицій та персоналізованих повідомлень клієнтам.

Центральним аспектом є формування та просування унікальної торгової пропозиції (УТП), яка чітко окреслить переваги "Карпат Мигово" на ринку. Це може бути зосередження на еко-туризмі та оздоровленні в горах, позиціонування як центру релаксу та відновлення завдяки розширеній SPA-зоні та унікальним процедурам. Важливо також просувати гастрономічний туризм, підкреслюючи автентичну українську та карпатську кухню, використання локальних продуктів та проведення кулінарних майстер-класів. Варто розробити та просувати спеціальні пакети для різних аудиторій – сімей, романтичних пар, груп друзів та корпоративних клієнтів [22].

Важливою складовою є партнерство та співпраця. Це включає укладання договорів з туристичними операторами та агентами для включення комплексу в їхні туристичні пакети. Крім того, тісна співпраця на місцевому рівні з фермерами, гідами та організаторами активного дозвілля сприятиме створенню унікальних комплексних пропозицій. Необхідно запровадити програми лояльності для постійних клієнтів, що стимулюватимуть повторні візити.

Зрештою, участь у заходах та активний PR допоможуть збільшити впізнаваність бренду. Це передбачає презентацію комплексу на туристичних виставках та ярмарках, організацію PR-акцій та інформаційних приводів (наприклад, фестивалів, благодійних ініціатив), які можуть зацікавити ЗМІ. Надзвичайно важлива робота з відгуками: активно заохочуйте гостей залишати їх на онлайн-платформах (Google Maps, Booking.com, Tripadvisor)

та оперативно на них реагувати, адже позитивні відгуки є потужним інструментом довіри та залучення нових клієнтів [26].

Застосування цих маркетингових стратегій дозволить комплексу «Карпати Мигово» не лише ефективно просувати свої послуги, а й зміцнити бренд, збільшити потік гостей та забезпечити стійкий розвиток на ринку туристичних послуг.

4.4. Прогноз розвитку комплексу з урахуванням регіонального потенціалу

Прогнозування майбутнього готельно-ресторанного комплексу «Карпати Мигово» вимагає ретельного розгляду як внутрішнього устрою (теперішній стан, переваги та недоліки, запропоновані покращення), так і зовнішніх чинників, що визначають туристичний потенціал Чернівецької області та Українських Карпат зокрема. Цей регіон володіє величезним туристичним потенціалом, який зумовлений неймовірною природою (гірські краєвиди, чисте повітря, ліси, річки), багатою культурною спадщиною (гуцульські традиції, народні ремесла, автентична кухня) та екологічною привабливістю, що створює чудові умови для відпочинку, оздоровлення та активного туризму. Покращення стану доріг та збільшення кількості приватних садиб також сприяє розвитку туристичної інфраструктури регіону.

У найближчій перспективі, особливо в умовах війни та після її завершення, «Карпати Мигово» продовжить орієнтуватися на внутрішній туризм. Завдяки своїй гнучкості та соціальній відповідальності, комплекс зможе зберегти та зміцнити базу постійних клієнтів. Акцент буде зроблено на безпеку, створенні "оазису спокою" та пропозиції відпочинку, який допомагає відволіктися від напруженої реальності. Це включатиме подальше впровадження безконтактних технологій та акцентування на оздоровчих та релакс-програмах, що допомагають відновити психоемоційний стан. Маркетинг буде зосереджений на локальну та регіональну аудиторію.

У середньостроковій перспективі, коли Україна почне активно відбудовуватися, «Карпати Мигово» має значний потенціал для динамічного росту. Збільшення внутрішнього попиту на відпочинок, який накопичився за час війни, сприятиме збільшенню туристичного потоку. Комплекс зможе повною мірою скористатися перевагами розширеної інфраструктури (енергоефективність, всесезонні розваги), вдосконаленого сервісу та інноваційних технологій (поглиблена персоналізація через CRM-систему, "розумні" номери). Заходи, такі як гастрономічні майстер-класи, культурні вечори та спеціалізовані SPA-програми, дозволять привабити ширшу аудиторію та збільшити середній чек. Активний цифровий маркетинг, співпраця з туроператорами та розширення партнерств сприятимуть збільшенню впізнаваності та залученню нових клієнтів з усієї країни.

У довгостроковій перспективі, після перемоги та стабілізації ситуації в країні, «Карпати Мигово» має всі шанси стати одним з лідерів туристичної індустрії в регіоні та приваблювати навіть міжнародних туристів. Карпати можуть стати привабливим напрямком для іноземних гостей, які цінують унікальну природу, автентичну культуру та екологічний відпочинок. Постійні інвестиції в інфраструктуру (розширення номерного фонду, створення нових розваг), безперервне навчання та мотивація персоналу, а також розвиток унікальної торгової пропозиції на базі еко-туризму, wellness та культурного занурення зроблять комплекс магнітом для туристів. "Карпати Мигово" зможуть позиціонувати себе як всесезонний курорт, здатний запропонувати високоякісний відпочинок як влітку (піші походи, велоспорт, річкові розваги), так і взимку (лижі та сноуборд завдяки системам осніження, зимові SPA-процедури). Співпраця з регіональною владою для покращення дорожньої інфраструктури та підтримка місцевих ініціатив лише посилить цей потенціал.

Таким чином, попри поточні виклики, «Карпати Мигово», завдяки своєму стратегічному підходу до розвитку інфраструктури, сервісу,

технологій та маркетингу, має всі передумови для сталого зростання та перетворення на провідний туристичний комплекс у Карпатському регіоні.

Висновки до розділу 4

Розділ розпочався з окреслення стратегій покращення сервісу та інфраструктури, де особлива увага була приділена впровадженню енергоощадних та екологічних технологій, таких як сонячні батареї та теплові насоси, а також адаптації до кліматичних змін за допомогою систем штучного снігу та розвитку всесезонних розваг. Запропоновано також оновлення номерного фонду з використанням "розумних" технологій. Покращення сервісу планується через поглиблену персоналізацію, забезпечену CRM-системою, розширення гастрономічних та оздоровчих пропозицій, і підвищення якості обслуговування.

Було проаналізовано інтеграцію інноваційних технологій у роботу комплексу. Підкреслено потребу автоматизації гостьового досвіду через онлайн-реєстрацію та мобільні застосунки, використання "розумних" технологій у номерах, аналітику даних та штучний інтелект для прогнозування попиту та персоналізації, а також впровадження технологій для підвищення ефективності роботи персоналу, зокрема VR/AR для навчання.

Наступним етапом було представлення маркетингових стратегій для просування на ринку туристичних послуг. Акцент зроблено на цифровій трансформації маркетингу, що включає SEO-оптимізацію, контент-маркетинг, активну присутність у соціальних мережах та email-маркетинг. Важливою є також розробка унікальної торгової пропозиції, заснованої на еко-туризмі, велнесі та гастрономічних враженнях, а також налагодження партнерств та активна PR-діяльність.

На завершення розділу було представлено прогноз розвитку комплексу «Карпати Мигово» з урахуванням регіональних перспектив. У

короткостроковому періоді комплекс зосередиться на внутрішньому туризмі, в середньостроковому - на динамічному зростанні завдяки впровадженню інновацій, а в довгостроковій перспективі - на позиціонуванні як лідера в Карпатському регіоні та залученні міжнародних туристів, використовуючи унікальний природний та культурний потенціал регіону.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дало змогу комплексно проаналізувати особливості функціонування та розвитку готельно-ресторанних комплексів на прикладі туристичного комплексу «Карпати» в селі Мигово Чернівецької області. У процесі роботи було досягнуто поставленої мети – визначено ключові чинники, які впливають на ефективність діяльності готельно-ресторанного бізнесу, виявлено сильні та слабкі сторони об'єкта дослідження, а також розроблено практичні рекомендації щодо його подальшого розвитку.

У першому розділі проаналізовано теоретичні основи готельно-ресторанного господарства. Узагальнено поняття готельно-ресторанного комплексу як сучасного багатофункціонального закладу, що поєднує послуги з тимчасового розміщення, харчування та дозвілля. Розглянуто основні типи та класифікації таких комплексів, охарактеризовано чинники, які безпосередньо впливають на їхню конкурентоспроможність та сталість розвитку. Особлива увага приділена ролі готельно-ресторанних закладів у туристичній сфері як одному з основних інструментів забезпечення комфортного та якісного туристичного продукту.

У другому розділі здійснено глибокий аналіз діяльності комплексу «Карпати» (Мигово). Надано загальну характеристику об'єкта, досліджено структуру надання послуг у готельному та ресторанному підрозділах, розглянуто рівень організації обслуговування, комфорт, асортимент послуг, професіоналізм персоналу. За результатами опитувань клієнтів виявлено високий рівень задоволеності, проте були визначені й недоліки: обмежений спектр розваг, недостатнє використання сучасних цифрових технологій, відсутність систематичної маркетингової стратегії. Проведений SWOT-аналіз дозволив виокремити основні сильні сторони комплексу (вигідне розташування, природне середовище, наявність базової інфраструктури) та слабкі місця (відсутність інновацій, слабка рекламна активність).

У третьому розділі розроблено пропозиції щодо вдосконалення анімаційних послуг у комплексі. Анімація сьогодні є важливою складовою туристичного сервісу, яка сприяє емоційній залученості туристів, підвищує лояльність клієнтів та створює додаткову вартість послуги. Запропоновані заходи – свято Івана Купала, Водохреще, дегустація крафтових сирів та гончарний майстер-клас – мають на меті урізноманітнити дозвілля гостей, підвищити їх культурну обізнаність і створити атмосферу автентичності. Вони враховують регіональні традиції Буковини, мають сезонний характер і можуть бути адаптовані для різних вікових категорій туристів.

У четвертому розділі визначено перспективні напрями розвитку комплексу: рекомендовано оновлення матеріально-технічної бази, модернізацію номерного фонду, впровадження цифрових технологій для бронювання, управління обслуговуванням клієнтів та зворотного зв'язку. Запропоновано маркетингові стратегії просування – активізація в соціальних мережах, участь у туристичних виставках, співпраця з туроператорами. Враховуючи високий природно-рекреаційний потенціал регіону, прогнозується позитивна динаміка розвитку комплексу за умови реалізації зазначених заходів.

Таким чином, готельно-ресторанний комплекс «Карпати» у Мигово має всі передумови для успішного функціонування та подальшого зростання. Використання інноваційних підходів до організації дозвілля, покращення якості послуг, активна маркетингова діяльність та стратегічне планування сприятимуть зміцненню його позицій на ринку туристичних послуг та підвищенню конкурентоспроможності як на регіональному, так і на національному рівні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Аветисова А.О. Ресторанні мережі: конкурентні переваги, проблеми, перспективи розвитку // Вісник соціально-економічних досліджень. 2016. №28. С.117-123.
2. Анталовці Ю., Корсак Р. Роль готелів і ресторанів у розвитку туристичної інфраструктури [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/66673/>
3. Безуглий І.В. Інноваційна основа формування національних готельних мереж України. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. №22. С.136-141.
4. Берещак В. Як COVID-19 змінить готельний бізнес в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://thepage.ua/ua/exclusive/sho-stanetsya-z-gotelyami-cherez>
5. Гакова М.В. Управління підприємствами готельно-ресторанного господарства: сутність та специфіка. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://elibrary.donnue.edu.ua/222/1/Gakova_article_13_\\$1_2017.pdf](http://elibrary.donnue.edu.ua/222/1/Gakova_article_13_$1_2017.pdf).
6. Готельно-ресторанний комплекс «Карпати» Мигово [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.karpaty-migovo.com.ua/>
7. Дадікян В. Ю. Розробка маркетингової стратегії просування готельних послуг // Управління розвитком. - № 21. - С. 146-148.
8. Домінська О.Я., Батьковець Н.О. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2017. Вип. 52. С. 39 – 41. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2017_52_8
9. Журавльова С. М. Інформаційні та фінансові потоки в готельному господарстві. Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність : матеріали

Міжнар. наук.-практ. конф., 19 травня 2009 р.: тези доп. Харків: ХДУХТ, 2009. С. 138-140.

10. Завідна Л. Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 600 с.

11. Зайцева В.М. Стратегічне управління готельними підприємствами в умовах глобалізації: монографія. Запоріжжя: ЗНТУ, 2018. 120 с.

12. Заходи підвищення ефективності управління розвитком готельно-ресторанного комплексу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://lib.khnu.km.ua/pdf/mng/2021/mdes_2021_2_5.pdf

13. Мазур С. А., Прилуцький А. М. Стан та перспективи розвитку готельно-ресторанної справи в Україні. Ефективна економіка. 2019. № 2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_2_2_79

14. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2- вид. перероб. та доп. Київ.: Центр учбової літератури, 2012. 472 с

15. Маначинська Ю. А. Сутність і специфіка готельних послуг, класифікація засобів розміщення туристів. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2010. Вип.4. С.211-217.

16. Матвійчук Л., Барський Ю., Лепкий М., Карпюк І., Подоляк В. Напрями фінансового забезпечення розвитку туристичної галузі України в сучасних умовах. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 2021. № 4 (39). С. 570–577. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://doi.org/10.18371/v4i39.241444> 33.

17. Матвійчук Л., Лепкий М. (2021). Регіональний аналіз розвитку готельного господарства в Україні. Економіка та суспільство, (31). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-68>

18. Мех Л. М., Рублевська Л. Ю. Статистичне оцінювання засобів розміщування готельного господарства в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://surl.li/ianvt>
19. Михайличенко Г. І. Інноваційний розвиток туризму: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 608 с.
20. Михайлова О.П., Брінь П.В. Основні проблеми готельного бізнесу в Україні. Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. 2012. №58(964). С.101-106.
21. Ніколаєнко Н.А., Гужва І.О., Жихор О.Б. Вплив готельно-ресторанного бізнесу на туристичну галузь України за 2019-2020 роки. Науковий вісник Ужгородського Університету. Серія: Економіка. 2022. № 1(59). С. 85-89. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://visnyk-ekon.uzhnu.edu.ua/article/view/257010>
22. Нікольчук Ю. М. Готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, фінансове забезпечення, інвестиційна привабливість та перспективи подальшого розвитку в Україні. Бізнес Інформ. 2020. №5. С. 218–226.
23. Онищук Н.В. Розвиток індустрії гостинності в Україні та світі. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. № 4 (21). С. 297–304.
24. Основи готельно-ресторанного бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10632/1/osnovi-gotelno-restorannogo-biznesu-konspekt.pdf>
25. Остапенко Я. О. Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 8. С. 1216–1221.
26. Шапошников К.С., Незвещук-Когут Т. С. Готельно-ресторанний бізнес в Україні: сучасний стан та проблеми розвитку. Причорноморські економічні студії. 2022. Вип. 74. С. 261-266. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://bses.in.ua/journals/2022/74_2022/41.pdf

27. Шацька З.Я., Шевель А.А. Шевчук Ю.А. Організація роботи підприємств готельної сфери в умовах пандемії COVID-19. Ефективна економіка. 2020. № 10. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8249>

28. Шевчук Ю.А. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного бізнесу України: чинники та проблеми. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія Економічні науки. 2020. № 1 (143). С. 41–51.

29. Шикіна О.В. Аналіз тенденцій міжнародної готельної індустрії. Інфраструктура ринку. Вип. 39. 2020. С. 56-61.

ДОДАТКИ

Додаток А



