

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму

**«Ринок послуг гостинності Болгарії для сімейного
відпочинку з дітьми»**

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Виконала:

студентка II курсу 210-М групи
спеціальності 242 «Туризм і
рекреація»

ОП «Міжнародний туризм і
туроперейтинг»

Яворська Катерина Ігорівна

Керівник: доцент

Андрусяк Наталя Степанівна

До захисту допущено:

Протокол засідання кафедри №____

від «____» _____ 2025р.

Зав. кафедри _____ д. геогр. н., доцент Король О. Д.

Чернівці – 2025

Анотація

В роботі розкрито розвиток туристичної індустрії Болгарії з акцентом на сімейний відпочинок. Проаналізовано історико-культурну туристичну індустрію країни, головні туристичні напрямки та туристичні зони. Особливу увагу приділено готелям для сімейного відпочинку з дітьми: основні вимоги, огляд найкращих готелів у різних регіонах та порівняльний аналіз сервісів. Вивчено попит туристів з м. Чернівці на сімейні готелі в Болгарії, аналізуючи показники розвитку туризму та особливості туристичної сфери. Виявлено проблеми та перспективи розвитку готелів для сімейного відпочинку, роль держави у цьому процесі, а також сучасні рішення для покращення сервісу. Дослідження визначає основні тенденції та перспективи розвитку туристичної індустрії Болгарії для сімейного відпочинку.

Ключові слова: туризм, Болгарія, сімейний відпочинок, готелі, Чернівці, готельна база, проблеми розвитку, перспективи.

Abstract

The paper explores the development of Bulgaria's tourism industry with a focus on family vacations. It analyzes historical and cultural tourism, major destinations, and zones. Special attention is given to family-friendly hotels: requirements, top hotels, and service comparison. The demand from Chernivtsi tourists for family hotels in Bulgaria is examined. Issues and prospects for family-friendly hotels' development and the state's role are identified. The research outlines trends and prospects for Bulgaria's family vacation tourism industry.

Keywords: tourism, Bulgaria, family vacations, hotels, Chernivtsi, hotel base, development problems, prospects.

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

_____ К.І. Яворська

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СІМЕЙНОГО ТУРИЗМУ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ГОТЕЛІВ	8
1.1. Поняття і сутність сімейного туризму	8
1.2. Потреби та очікування сімейних туристів (діти різного віку, батьки).....	11
1.3. Критерії та стандарти якості готельних послуг для сімей	15
1.4. Огляд міжнародних практик і трендів у сімейних готелях.....	19
РОЗДІЛ 2. ОГЛЯД РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ БОЛГАРІЇ	22
2.1. Загальна характеристика туристичної індустрії Болгарії.....	22
2.2. Сезонність, основні курорти і напрямки (Чорноморське узбережжя, Сонячний берег, Золоті піски, Несебр, Албена та ін.)	24
2.3. Роль готелів у структурі туристичних послуг	31
2.4. Сегментація ринку готелів для сімейного відпочинку	35
2.5. Аналіз попиту і пропозиції (статистика, динаміка, цінова політика).....	41
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛІВ ДЛЯ СІМЕЙ У БОЛГАРІЇ	47
3.1. Вибір і характеристика вибірки готелів для дослідження (критерії відбору)	47
3.2. Порівняльна характеристика послуг: розміщення, проживання, харчування, дитячі програми, інфраструктура, безпека	50
3.3. Оцінка якості обслуговування (опитування, відгуки, рейтинги).....	53
3.4. SWOT-аналіз для сегменту сімейних готелів	55
3.5. Аналіз цінової та маркетингової політики	58
РОЗДІЛ 4. ОЦІНКА ПОТРЕБ І ЗАДОВОЛЕНOSTІ СІМЕЙНИХ ТУРИСТІВ	61
4.1. Методика збору первинних даних (анкети, інтерв'ю, фокус-групи)	61
4.2. Структура вибірки респондентів	64
4.3. Аналіз результатів опитування: очікування, пріоритети, рівень задоволеності.....	67
4.4. Факторний аналіз ключових чинників вибору готелю сім'єю	70
4.5. Рекомендації для підвищення рівня задоволеності	72
ВИСНОВКИ	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	77
ДОДАТКИ	85

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах розвитку туристичного ринку сімейний туризм посідає провідні позиції та демонструє стабільну тенденцію до зростання. Зростання частки сімей із дітьми, що надають перевагу спільним подорожам, зумовлює підвищений попит на інфраструктуру, здатну забезпечити їхні специфічні потреби. У відповідь на це готельні комплекси активно впроваджують концепції «family friendly», удосконалюють матеріально-технічну базу та розширюють спектр спеціалізованих послуг, спрямованих на забезпечення безпечного, комфортного й змістовного відпочинку дітей різного віку.

Аналіз готелів, орієнтованих на прийом сімей із дітьми, дає змогу визначити ключові елементи сервісу — вимоги до номерного фонду, наявність дитячої інфраструктури, анімації, медичного супроводу та систем безпеки. Таке дослідження забезпечує систематизацію переваг і недоліків готельних продуктів та окреслює чинники, що формують конкурентоспроможність сімейних готельно-курортних комплексів. Актуальність теми посилюється з огляду на провідні позиції Болгарії серед європейських напрямів сімейного туризму, що зумовлено сприятливим кліматом, доступною вартістю відпочинку, розвиненою інфраструктурою та широким вибором готелів різних категорій. Поглиблене вивчення функціонування таких закладів сприяє підвищенню якості сервісу та зміцненню туристичної привабливості країни.

Вибір готелю для сімей із дітьми охоплює комплекс критеріїв — від вартості та комфорту до рівня безпеки, якості дитячої інфраструктури, харчування, медичного супроводу й розташування. Аналіз спеціалізованих готелів дає змогу визначити ключові показники оцінювання, окреслити проблемні зони та напрями вдосконалення сервісу, що підкреслює теоретичну й практичну значущість дослідження. Розвиток туристичного комплексу, як важливої складової національних економік, залишається пріоритетом наукових

досліджень. Туризм завдяки мультиплікативному ефекту стимулює розвиток інфраструктури, забезпечує зайнятість і формує бюджетні надходження, що зумовлює потребу вдосконалення туристичних систем і сучасних моделей готельно-курортного обслуговування.

У наукових дослідженнях туристичний бізнес та розвиток туристичних ринків широко висвітлено у працях В. Абрамова, А. Александрової, О. Бейдика, М. Біржакова, А. Глушка, Г. Ковалевського, В. Сеніна, Т. Ткаченко, А. Чудновського, Л. Шульгіна та ін., які аналізують методологію туристичної діяльності, чинники конкурентоспроможності, вплив глобалізації та аспекти маркетингу, брендингу й стандартизації послуг. Дослідження болгарського туристичного ринку також є предметом уваги багатьох авторів. У роботах М. Божинової, В. Давидової, Р. Драганова, К. Жекової, В. Матеша, П. Пейковської, П. Стойкової та інших розкрито конкурентні переваги Болгарії, динаміку туристичних потоків, сезонність, стан готельно-ресторанної інфраструктури та вплив глобальної економічної нестабільності на галузь.

Водночас низка аспектів розвитку туристичного комплексу Болгарії залишається недостатньо висвітленою. Більшість досліджень обмежується макроекономічними показниками та загальними тенденціями, тоді як питання спеціалізації туристичних напрямів, інноваційних форм обслуговування й розвитку вузьких сегментів, зокрема сімейного туризму, розкрито фрагментарно. Це зумовлює необхідність поглибленого аналізу структурних і функціональних характеристик галузі та підтверджує актуальність теми.

Метою дослідження є на основі теоретичного узагальнення та емпіричного аналізу виявити специфіку, стан і тенденції розвитку сімейно орієнтованих готелів у Болгарії, оцінити їх конкурентоспроможність і рівень задоволеності сімейних туристів та розробити практичні рекомендації щодо підвищення якості сервісу й ефективності управління.

Завдання дослідження:

- Розкрити сутність сімейного туризму та визначити потреби сімейних туристів.
- Систематизувати стандарти якості готельних послуг для сімей та проаналізувати міжнародні практики.
- Надати характеристику туристичної індустрії Болгарії та основних курортів.
- Проаналізувати роль і структуру ринку готелів для сімейного відпочинку, попит і пропозицію.
- Відібрати готелі для дослідження та провести порівняльну оцінку їхніх послуг.
- Оцінити якість обслуговування сімейних туристів на основі відгуків і рейтингів.
- Провести SWOT-аналіз і вивчити маркетингову та цінову політику готелів.
- Дослідити задоволеність туристів за результатами опитування.
- Сформулювати рекомендації щодо підвищення якості сімейного сервісу в готелях Болгарії.

Об’єкт дослідження – готелі Болгарії, орієнтовані на сімейний відпочинок з дітьми (як елемент туристичної інфраструктури та ринку готельних послуг).

Предмет дослідження - організаційні, сервісні, інфраструктурні та управлінсько-маркетингові особливості функціонування сімейних готелів Болгарії; їхня якість обслуговування, моделі цінової й комунікаційної політики, проблемні зони розвитку та інструменти їх подолання.

Інформаційна база. Нормативно-правові документи Болгарії/ЄС у сфері туризму, звіти профільних міністерств і туроператорів, статистика туристичних потоків, офіційні сайти готелів, агрегатори бронювання (описи, рейтинги, відгуки), результати авторського опитування та інтерв’ю.

Наукова новизна:

- запропоновано інтегральну модель оцінювання якості сімейного сервісу в готелях Болгарії (композитний індекс на основі сервісних, безпекових та інфраструктурних індикаторів);
- емпірично виокремлено ключові фактори вибору готелю сім'ями (структура факторних навантажень залежно від віку дітей);
- сформульовано типологію сімейних готелів Болгарії за рівнем сервісної зрілості та маркетингової персоналізації;
- розроблено практичні рекомендації з урахуванням сезонності, курортної спеціалізації та цінових ніш.

Теоретичне значення. Поглиблює теорію сімейного туризму та сервісології, уточнює понятійний апарат (family-friendly стандарти, індикатори безпеки/інклюзивності), пропонує операціоналізацію критеріїв якості у форматі вимірюваних показників для подальших академічних досліджень.

Практичне значення. Надано інструментарій для самоаудиту готелів (чек-лист стандартів, матриця послуг за віковими групами, шаблон CSI), рекомендації щодо ціноутворення та маркетингових комунікацій, пропозиції до оновлення локальних стандартів сімейного сервісу; результати можуть бути використані готельєрами, DMO/DMC, органами місцевого самоврядування та освітніми програмами з туризму.

Методи дослідження включають *літературний аналіз* — для вивчення теоретичних і практичних аспектів функціонування сімейних готелів Болгарії та визначення тенденцій розвитку; *аналітичний метод* — для оцінки особливостей, конкурентного середовища й рівня попиту на сімейний відпочинок; *статистичний метод* — для узагальнення та інтерпретації динаміки ринку й прогнозування його подальшого зростання.

Структура роботи. Для кращого сприйняття викладеного теоретичного матеріалу, в роботі наявні 33 рисунків, 45 таблиць, 2 додаток.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СІМЕЙНОГО ТУРИЗМУ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ГОТЕЛІВ

1.1. Поняття і сутність сімейного туризму

Сімейний туризм розглядається як відносно нова форма організації відпочинку, що перебуває на етапі активного розвитку й виконує вагомую соціальну та виховну функцію. Його зміст полягає у гармонійному поєднанні виховних, оздоровчих та етичних завдань із систематичним залученням дітей до занять туризмом, фізичною культурою та спортом [1, с. 76].

Потреба у сімейному відпочинку має сталий характер і підтверджується результатами соціологічних досліджень. Сім'я в будь-якій країні є ключовим середовищем гармонійного розвитку особистості, формування її матеріальних і духовних цінностей та раціональної організації дозвілля. Орієнтація суспільства на підтримку сім'ї та дітей зумовила розвиток побутового обслуговування, системи громадського харчування, а також розгалуженої мережі дитячих, оздоровчих і туристичних закладів. Зростання інтересу населення до сімейного й дитячого туризму відображає підвищення рівня матеріальних і духовних потреб: сьогодні вже тисячі сімей обирають відпочинок на туристичних базах та маршрутах, що актуалізує завдання забезпечення належних умов для їх якісного дозвілля [2, с. 80].

У науковій літературі простежується різноманітність підходів до трактування сутності поняття «сімейний туризм». Так, О. Лепетюха визначає сімейний туризм як *«комплекс туристичних послуг, організований для членів однієї родини з метою задоволення їхніх рекреаційних потреб, оздоровлення та пізнання, що враховує вікові, соціальні та побутові особливості сім'ї»*. Це визначення акцентує увагу на комплексності й адаптивності туристичного продукту [40, с. 48].

На думку М. Мальської, сімейний туризм – це *«форма туристичної діяльності, в якій учасниками є представники однієї сім'ї, а туристичний продукт адаптований до різних вікових категорій та передбачає безпеку, доступність і комплексність послуг»*. Авторка підкреслює міждисциплінарний характер цього явища, що поєднує елементи економіки, педагогіки, психології та соціології [46, с. 544].

В. Кифяк розглядає сімейний туризм як *соціально орієнтований вид туристичної активності, що сприяє збереженню родинних традицій, міжпоколінній взаємодії та формуванню культурного досвіду дітей*, наголошуючи на його виховному потенціалі [29, с. 66].

Таблиця 1.1

Наукові підходи до визначення поняття «сімейний туризм»

Автор	Визначення поняття	Ключовий акцент
О. Лепетюха [40, с. 20].	Комплекс туристичних послуг, організований для членів родини з урахуванням їхніх рекреаційних, оздоровчих і пізнавальних потреб.	Комплексність і соціальна адаптивність.
М. Мальська [46, с. 44].	Форма туристичної діяльності, що передбачає участь членів однієї сім'ї, адаптацію продукту до вікових особливостей, безпечність і доступність послуг.	Безпечність, доступність, універсальність сервісу.
В. Кифяк [29, с. 60].	Соціально орієнтований вид активності, що забезпечує збереження сімейних традицій, культурну спадковість і виховний потенціал.	Міжпоколінна взаємодія, виховна функція.
UNWTO (Всесвітня туристична організація)	Подорожі, у яких беруть участь члени родини з метою відпочинку, освіти та оздоровлення, адаптовані до різних вікових груп.	Міжнародний стандарт комплексності послуг.
Узагальнене визначення (авторське)	Сімейний туризм – соціально-економічна форма спільного дозвілля членів родини, спрямована на відновлення їхнього фізичного, психічного й духовного потенціалу шляхом отримання туристичних послуг, адаптованих до різновікових потреб.	Комплексність, соціальна спрямованість, виховна та рекреаційна функції.

Джерело: створено автором за даними [18, с. 20].

Сімейний туризм має значний виховний потенціал: спільні подорожі формують у дітей відповідальність, самостійність і згуртованість родини, розширюють світогляд та залишають довготривалі позитивні враження.

Організація такого відпочинку потребує врахування вікових потреб дітей, забезпечення безпеки, комфорту та вибору екологічних локацій і сімейних готелів з адаптованими номерами й ігровими зонами. Програма туру має включати різновікові активності — як окремі для дітей і дорослих, так і спільні.

У сімейному дозвіллі провідну роль відіграють пізнавально-розважальні формати — екскурсії, прогулянки на природі, аквапарки, тематичні події та творчо-спортивні активності під керівництвом аніматорів. Готелі повинні забезпечувати ігрові майданчики, обладнані кімнати та дитяче меню, адаптоване до віку й дієтичних потреб дітей [45, с. 5]. Важливим завданням персоналу є створення атмосфери комфорту, безпеки та психологічного благополуччя, враховуючи специфіку подорожей із дітьми: помірний темп екскурсій, наявність зон відпочинку, можливість догляду за дітьми та збалансування індивідуальних і спільних активностей.

Зростання популярності родинного дозвілля спричинило перетворення сімейного туризму з розкоші на звичну соціальну потребу. Подорожі з дітьми потребують урахування їхніх фізіологічних і психологічних особливостей, наявності адаптованої інфраструктури та комфортних умов. Оптимальними є екологічно чисті, спокійні локації та готелі зі спеціально обладнаними номерами й ігровими просторами, що забезпечують комфорт і безпеку всієї родини.

Туристичні підприємства повинні передбачати всі можливі труднощі, що можуть виникнути під час подорожі:

- 1) Урахування дитячої психології та фізіології: помірний темп екскурсій; включення дитячої тематики у програму; можливість денного відпочинку; чотириразове харчування; доступ до прання й прасування дитячого одягу; гнучкість розкладу з урахуванням ритму дня дитини.

- 2) Поєднання інтересів батьків та дітей: облаштування дитячих кімнат із професійним наглядом; організація дитячих, дорослих та спільних

розважальних заходів; створення умов, за яких батьки можуть мати час для власного дозвілля, не турбуючись про безпеку дітей.

Таким чином, якісна організація сімейного туризму потребує інтегрованого підходу, що враховує різновікові потреби, безпекові, психологічні та соціально-емоційні аспекти, забезпечуючи гармонійне поєднання інтересів дітей і батьків у межах спільної подорожі.

1.2 Потреби та очікування сімейних туристів (діти різного віку, батьки)

Сімейний туризм розглядається як багатовимірна соціокультурна й економічна категорія, у межах якої подорож виступає колективним рішенням родини. Його структура визначається різними потребами членів сім'ї, що залежать від віку, стану здоров'я, рівня автономності та соціальних ролей. На відміну від індивідуальних подорожей, сімейні мандрівки потребують узгодження інтересів дітей, батьків, а інколи й літніх родичів, що формує специфічні вимоги до дестинації, готелю та дозвілля.

Потреби сімейних туристів доцільно класифікувати за трирівневою моделлю.

1. Фізіологічні й безпекові потреби: комфортне проживання, якісне харчування, гігієна, медичний супровід, контрольована територія. Для маленьких дітей цей рівень є ключовим.

2. Психоемоційні й соціальні потреби: атмосфера доброзичливості, ігрова діяльність, спільний емоційний досвід, можливість відпочинку для батьків та автономності для підлітків.

3. Освітньо-пізнавальні потреби: розвиток, знайомство з культурою, природою, участь у вікових програмах і творчих активностях, що підвищує «цінність» подорожі для батьків і дітей [16, с. 20].

Основні потреби кожної групи узагальнено в таблиці 1.2.1.

Основні потреби дітей різного віку під час сімейних подорожей

Вікова група	Фізіологічні потреби	Психоемоційні потреби	Соціально-розвивальні потреби
0–3 роки (немовлята, малюки)	Стабільний режим сну й годування; наявність дитячих ліжечок, ванночок, підігрівачів для пляшечок; можливість швидкого доступу до медичної допомоги	Відчуття безпеки поруч із батьками, мінімізація стресу від зміни середовища, спокійна атмосфера	Сенсорні враження (кольори, звуки, природа), короткі прогулянки, безпечні зони для перебування
4–6 років (дошкільний вік)	Збалансоване харчування, можливість адаптації страв (без гострого, алергенів); безпечні дитячі майданчики	Позитивні емоції, ігрова взаємодія з однолітками, доброзичливе ставлення персоналу	Розвивальні ігри, творчі заняття, короткі пізнавальні екскурсії в доступній формі
7–12 років (молодші школярі)	Активні форми відпочинку, можливість витратити надлишок енергії через рухові ігри та спорт	Відчуття значущості, залученість до сімейних рішень, підтримка інтересів	Тематичні екскурсії, інтерактивні музеї, квести, мовна та культурна практика
13–17 років (підлітки)	Доступ до спорту, фітнесу, активного відпочинку; комфортний особистий простір	Потреба в автономії, повазі до особистих кордонів, можливість спілкування з однолітками	Молодіжні програми, цифрова інфраструктура (Wi-Fi), участь у самостійно обраних активностях, культурна й ціннісна рефлексія

Джерело: створено автором за даними [1, с. 78].

Дані таблиці показують, що з віком дитини пріоритети зміщуються від базових потреб у безпеці, сні та харчуванні — до психоемоційної автономії, соціалізації та самореалізації. Пасивне сприйняття середовища переходить у потребу в активних видах діяльності — спорті, творчості, пізнавальних програмах. Відповідно, сімейні готелі мають пропонувати диференційовані послуги: дитячі кімнати для малюків, анімацію для дошкільників, спортивно-пізнавальні активності для школярів та окремі зони для підлітків. Батьки виступають основними суб'єктами прийняття рішень щодо напрямку подорожі, типу розміщення, тривалості відпочинку, бюджету та формату дозвілля. Їхні очікування пов'язані не лише з власним комфортом, а й з відповідальністю за

безпеку та розвиток дитини. Узагальнені очікування батьків щодо готельного продукту сімейного призначення можна подати у вигляді таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Очікування батьків щодо готельного продукту для сімейного відпочинку

Група очікувань	Конкретні вимоги	Значення для батьків
Безпека	Огороджена територія; відсутність небезпечних зон біля басейну; наявність рятувальників; медичний пункт; дотримання санітарних норм	Зниження тривоги за життя і здоров'я дітей, можливість розслабитися
Комфорт розміщення	Просторі сімейні номери, можливість встановлення додаткових ліжок/манежів; тиха зона; кондиціонування, шумоізоляція	Фізичний комфорт, якісний сон, зручність догляду за дітьми
Харчування	Дитяче меню; можливість індивідуальних дієт (алергії, непереносимість); гнучкий графік прийому їжі; наявність стільчиків для годування	Упевненість у якості та безпечності харчування, зниження побутового навантаження
Організація дозвілля	Дитячі клуби, анімація, спортивні й творчі програми; спільні сімейні заходи; можливість тимчасового нагляду за дітьми	Баланс між сімейним часом і особистим відпочинком батьків
Сервіс та комунікація	Доброзичливий персонал, готовність допомогти, інформаційна підтримка, багатомовність; гнучкість у вирішенні індивідуальних запитів	Відчуття поваги, зниження стресу від організаційних питань
Цінова політика	Прозорі тарифи, сімейні пакети, знижки для дітей, «all inclusive family»	Відповідність співвідношенню «ціна/якість», передбачуваність витрат

Джерело: створено автором за даними [5, с.78].

Сімейний туризм орієнтується не лише на окремі потреби дітей та батьків, а й на спільні очікування родини як цілісної системи. У центрі таких очікувань – досвід якісного спільного часу, позитивні емоції, створення сімейних традицій та спогадів, які «капіталізуються» у вигляді зміцнених емоційних зв'язків.

Ключові фактори задоволеності сімейних туристів наведено в таблиці 1.4.

Основні фактори задоволеності сімейних туристів та їх вплив на лояльність

Категорія чинників	Конкретні критерії	Орієнтовний вплив на лояльність
Якість середовища	Чистота номерів та території, стан пляжу/басейну, екологічні характеристики місцевості	Високий
Безпека	Відсутність травмонебезпечних зон, наявність рятувальників, медична допомога, контроль доступу на територію	Високий
Дитяча інфраструктура	Майданчики, дитячі кімнати, клуби, басейни з невеликою глибиною, анімація	Високий
Харчування	Різноманітність, якість, наявність дитячих і дієтичних опцій, зручний графік	Високий/середній
Інформаційна підтримка	Зрозумілі інструкції, навігація, програмки заходів, консультації на рецепції	Середній
Емоційний клімат	Атмосфера гостинності, доброзичливість персоналу, відсутність конфліктних ситуацій	Високий
Ціна та економічна вигода	Прозорість тарифів, акції, сімейні пакети, додаткові послуги в межах «all inclusive»	Середній/високий
Культурно-пізнавальний компонент	Можливість відвідування екскурсій, музеїв, природних та історичних об'єктів, адаптованих до дітей	Середній

Джерело: створено автором за даними [6, с.78].

Дослідження свідчать, що повторний вибір дестинації сім'єю переважно визначають позитивний досвід дитини, відчуття безпеки та вигідне співвідношення ціни й якості. У Болгарії ці чинники особливо важливі завдяки м'якому клімату, доступності та широкій пропозиції сімейних готелів.

Потреби сімей формують специфічний попит: дітям важливі безпека та цікаве дозвілля, батькам — комфорт, харчування й економічність поїздки. Тому організація сімейного відпочинку має враховувати вікові особливості дітей і пропонувати відповідний сервіс. Саме відповідність цим критеріям визначає задоволеність і лояльність родин до курорту.

1.3. Критерії та стандарти якості готельних послуг для сімей

Якість готельних послуг є ключовим фактором конкурентоспроможності у сімейному сегменті, де важливими є безпека, комфорт, адаптивність і дозволля. Міжнародні стандарти підкреслюють значення спеціалізованої інфраструктури, гігієни, харчування, дозвілєвих програм і кваліфікованого персоналу. Адаптовані номери включають зонування, трансформовані меблі, елементи безпеки, мінікухні та гіпоалергенні матеріали. Сертифікаційні програми (Family Friendly Hotels, EURO-рекомендації) регламентують планування, інвентар, інклюзивність та сталість, що забезпечує комфорт для родин із дітьми [18, с. 25].

Операціоналізація (показники оцінювання якості):

- Площа та зонування: % номерів з площею, що відповідає сімейним стандартам; наявність виділених дитячих зон (так/ні).
- Безпека: частка номерів із захистом розеток/обмежувачами вікон; наявність антиковзних покриттів; кількість інцидентів на 10 тис. ночівель (ціль — <1).
- Оснащення для догляду/харчування: % номерів із базовим кухонним кутом; середній час доставки baby-kit за запитом (<20 хв).
- Гігієна та алерго-безпека: % номерів з гіпоалергенним текстилем; частота санітарної обробки дитячого інвентарю (не рідше 1 разу/добу при використанні).
- Задоволеність гостей: середній бал за параметрами «комфорт сімейного номера», «безпека», «оснащення для дитини» у відгуках (ціль — $\geq 4,6/5$); частка повторних бронювань сімейного сегмента (% YoY).
- Комплаєнс-аудит: відсоток відповідності чек-листу сімейної інфраструктури (ціль — ≥ 95 %) [2, с. 89].

Процедури контролю та вдосконалення якості сімейної інфраструктури готелю узагальнено на рис. 1.5.

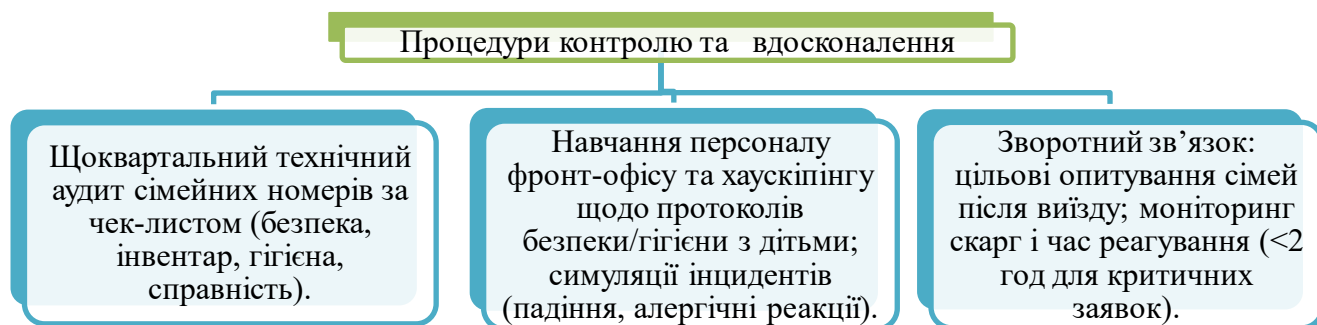


Рис. 1.5. Процедури контролю та вдосконалення

Джерело: створено автором за даними [1, с.55].

Адаптоване дитяче харчування є обов'язковим елементом сімейного сервісу: спеціальне меню, щадне приготування, маркування алергенів, обладнання та стандарти НАССР забезпечують безпеку. За даними UNWTO, такі готелі мають на 20–35 % більше повторних бронювань [4, с. 25].

Таблиця 1.5

Ключові стандарти організації дитячого харчування в сімейно орієнтованих готелях

Група вимог	Зміст стандарту	Приклади реалізації в готелях
Меню для дітей різного віку	Розробка раціону з урахуванням вікових норм, калорійності, способів термообробки	Окреме меню для дітей 0–3, 4–7, 8–12 років; дитячий «шведський стіл» низької висоти
Дієтичні та безалергенні страви	Врахування харчових обмежень (безглютеніві, безлактозні, низькосольові, діабетичні страви)	Маркування алергенів, позначення калорійності, консультації з дієтологом
Технічне обладнання для годування	Забезпечення батьків інвентарем для приготування та споживання їжі дітьми	Стерилізатори, підігрівачі пляшечок, блендери, дитячий посуд, стільчики для годування
Санітарні та безпекові вимоги	Використання сертифікованих продуктів, дотримання стандартів НАССР, температурний режим зберігання	Окремі холодильні секції для дитячих страв, контроль строків придатності, щоденна дезінфекція обладнання
Гнучкий режим харчування	Зручний час подачі, можливість перекусів та індивідуального підігріву їжі	«Ранні сніданки» для немовлят, легкі перекуси (фрукти, йогурти), цілодобово доступна питна вода
Інклюзивність та доступність	Врахування особливих потреб дітей із порушеннями травлення чи харчових алергій	Індивідуальні страви за запитом, консультації кухаря для батьків, журнали харчових алергій
Психоемоційний комфорт	Формування позитивного досвіду дитини під час прийому їжі	Тематичні вечери, кольоровий дитячий посуд, зона анімації у ресторані

Джерело: створено автором за даними [83, с.52].

Дитяче дозвілля є ключовим елементом сімейного сервісу, що сприяє розвитку, соціалізації та безпеці під наглядом персоналу. За даними Європейської туристичної асоціації, анімаційні програми суттєво підвищують задоволеність туристів. Основу складають вікові клуби, щоденні активності, освітньо-творчі заняття та Baby Club-зони. У ЄС діє стандарт Kids Club Quality, що регламентує кваліфікацію персоналу, гігієну, безпеку та контроль доступу [23, с. 10].

Систему сертифікації Kids Club Quality Standard подано на рис. 1.6.

The Kids Club 7 Core Values are as follows:



Рис. 1.6. Система сертифікації Kids Club Quality Standard

Джерело: створено автором за даними [23, с.15].

У низці країн для сімейних готелів передбачено додаткові вимоги: медичний персонал, журнали інцидентів, контроль підготовки аніматорів. За даними Gallup та UNWTO, готелі з якісною анімацією мають до 40 % більше повторних бронювань, вищі оцінки комфорту та довший термін проживання — це знижує навантаження на батьків і підвищує лояльність гостей.

Безпека є ключовим пріоритетом: необхідні охорона, відеонагляд, контроль доступу, нагляд у дитячих клубах, рятувальники, медпункт і страхування; європейські стандарти також вимагають дезінфекції ігрових зон і сертифікації майданчиків (EN 1176). Для підтримки батьків пропонуються послуги няні, трансфер з автокріслами, прокат інвентарю та пральні послуги, що, згідно з European Family Travel Survey (2022), збільшує лояльність і тривалість відпочинку в 1,5–2 рази. Сучасні сімейні готелі впроваджують інклюзивність — пандуси, адаптовані санвузли, спеціальні зони та

підготовлений персонал, що забезпечує безпечний і конкурентоспроможний продукт.

Таблиця 1.6

**Відповідність анімаційних програм віковим групам дітей у
сімейних готелях**

Вікова група дітей	Основні потреби та психофізіологічні особливості	Типи активностей та програм	Організаційні вимоги
0–3 роки (немовлята та малюки)	Потреба у сенсорних враженнях, короткі цикли активності, емоційна прив'язаність до дорослого, висока вимога до безпеки	сенсорні ігри, музичні заняття, руханки з іграшками, малювання пальчиковими фарбами	Baby Club під наглядом персоналу, м'яке покриття підлоги, іграшки без дрібних деталей, наявність пеленальних столиків і стерилізаторів
4–7 років (дошкільнята)	Висока потреба у грі, розвитку дрібної моторики, короткому навчанні та спілкуванні з однолітками	творчі майстер-класи, ліплення, танцювальні заняття, міні-диско, театральні постановки	сертифіковані іграшки, поділ на малі групи по 8–10 дітей, журнал реєстрації та передача дітей батькам особисто
8–12 років (молодша школа)	Потреба у самостійності, конкуренції, командності	спортивні ігри, квести, настільні ігри, аквазмагання, кулінарні майстер-класи	нагляд аніматора, правила безпеки, наявність рятувальника на воді, облаштовані спортивні майданчики
13–16 років (підлітки)	Соціалізація, самовираження, технічні інтереси, потреба в особистому просторі	спортивні турніри, VR-ігри, настільний теніс, стрітбол, майстер-класи, екологічні екскурсії, фотоквести	підліткові зони відпочинку, інтернет-доступ, зоновані простори без маленьких дітей, мінімальний контроль із дотриманням безпеки

Джерело: створено автором за даними [5, с.50].

Таким чином, сегментація дозвілля за віковими групами підвищує якість сімейного сервісу, оскільки враховує психофізіологічні особливості дітей та забезпечує безпеку й педагогічну доцільність програм для дошкільнят, школярів і підлітків. Практика провідних готельних мереж підтверджує, що така модель підвищує задоволеність гостей і довіру батьків, а також продовжує тривалість перебування. Болгарія, завдяки поєднанню морського, оздоровчого й

культурного туризму, утримує позиції одного з провідних сімейних напрямів регіону.

1.4. Огляд міжнародних практик і трендів у сімейних готелях

Сімейний туризм охоплює 30–50 % туристів у ЄС і до 45 % у Болгарії, що стимулює впровадження міжнародних стандартів безпеки й комфорту. Готелі family-oriented забезпечують адаптовані номери, дитяче харчування, розвивальну анімацію, ігрову інфраструктуру, охорону та медичний супровід, гарантуючи безпечний відпочинок для сімей із дітьми різного віку.

Таблиця 1.8

Основні стандарти сімейного готельного сервісу в ЄС та світі

Стандарт / модель	Сутність	Основні вимоги
EURO-Family Hotel Requirements	Базові вимоги до сімейних готелів	Дитячі меблі, безпечні санвузли, протиалергенні матеріали, контроль води, зони тихого й активного дозвілля
Kids Club Quality Standard	Регламент дитячих клубів	Кваліфікація персоналу, педагогічні програми, сертифіковані іграшки, безпека та санітарія
Safe Tourism Certification	Міжнародні стандарти безпеки	Відеоспостереження, контроль доступу, протипожежна система, інфекційна безпека
ISO 21401:2019 Sustainable Tourism	Сталий розвиток готелів	Еко-безпека, мінімізація відходів, енергоефективність
ISO 9001:2015	Управління якістю	Сервісні протоколи, навчання персоналу, контроль ефективності
ISO 22000 Food Safety	Харчова безпека	НАССР, простежуваність продуктів, санітарний контроль

Джерело: створено автором за даними [6, с. 24].

Поряд із системами сертифікації міжнародні готельні мережі впроваджують спеціалізовані моделі сімейного обслуговування, адаптовані до потреб туристів різних вікових груп:

- All Inclusive Family. Передбачає комплексний сервіс: дитячі меню, басейни з регульованою глибиною, ігрові кімнати, спортивні та творчі секції,

супровід няні, освітню анімацію, медичний супровід і спеціальні програми для підлітків.

- Kids Free. Модель економічної лояльності, за якої діти до певного віку проживають і харчуються безкоштовно. Її впровадження стимулює сімейний попит, подовжує тривалість перебування туристів і сприяє повторним візитам.

- Baby Friendly 0+. Орієнтована на сім'ї з немовлятами. Готелі забезпечують стерилізатори, підігрівачі пляшечок, безпечні ліжечка, пеленальні кімнати, коляски, дитячі манежі, спеціальні набори безпеки та сертифіковані ігрові зони.



Рис. 1.7. All Inclusive Family

Міжнародні мережі Hilton, Rixos, Iberostar, TUI запровадили високі стандарти сімейного дозвілля, поєднуючи STEM-програми, тематичні табори, спортивні школи, творчі студії та еко-зони. Програми адаптуються до культурного контексту (наприклад, археологічні майстерні в Греції, морські школи в Хорватії, інклюзивні центри в Туреччині). Цифровізація охоплює мобільні додатки, GPS- і електронні браслети, AI-системи нагляду. Розвивається smart- і inclusive-сервіс із безбар'єрною інфраструктурою та спеціальним обладнанням для дітей з особливими потребами, що відповідає міжнародним стандартам.

Сучасний сімейний сервіс включає інклюзивні сенсорні зони, створені за принципами ерготерапії, з участю фахівців і сурдоперекладачів. Адаптуються харчування й медичний супровід. Популярності набувають тематичні готелі (піратські, казкові, історичні), що формують сюжетне середовище. Мережі Disney Hotels, PortAventura, Legoland використовують квести, театралізацію, інтерактив. Також поширюється екоорієнтований сервіс: енергозбереження, безпечні матеріали, еко-програми та сертифікації (Green Key, Blue Flag), що підвищує довіру гостей і зменшує вплив на довкілля.

По-третє, поширюється партнерська модель співпраці готелів із зовнішніми освітніми та спортивними організаціями — школами плавання, футбольними академіями, танцювальними студіями, STEM-центрами та мовними школами. Це дозволяє поєднати сімейний відпочинок із розвитком навичок, фізичною активністю та творчістю дітей.



Рис. 1.8 Disney Hotels, PortAventura, — приклад тематичних сімейних готелів із інтерактивними освітньо-розважальними програмами

Таким чином, зростає попит на оздоровчі та психологічні сервіси — дитячі SPA, сенсорні кімнати, арт- і казкотерапію, заняття з психологами. Це розширює можливості сімейного відпочинку. Європейська модель орієнтується на стандарти та педагогіку, американська — на інтерактивність, азійська — на технології. У підсумку, міжнародний досвід поєднує безбар'єрність, медичну підтримку, розвиток, екологічність і цифрову безпеку, що підвищує якість сервісу та конкурентоспроможність готелів, зокрема в Болгарії.

РОЗДІЛ 2. ОГЛЯД РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ БОЛГАРІЇ

2.1. Загальна характеристика туристичної індустрії Болгарії

Безпечне та комфортне середовище — ключовий чинник конкурентоспроможності сімейних готелів Болгарії. Міжнародні стандарти (EURO-Family Hotel, Kids Club Quality) вимагають безпечних меблів, скорочених евакуаційних шляхів, санітарного контролю та сертифікованого персоналу. Сучасний сервіс охоплює фізичну й психологічну безпеку (інклюзія, відеонагляд, медичний супровід), адаптовані номери й харчування. Важливим є розташування — близькість до моря, парків і безпечних маршрутів підвищує зручність і задоволеність відпочинком [23; 42; 24].

Основні вимоги до готелів, орієнтованих на сімейний відпочинок із дітьми, можуть бути узагальнені у вигляді таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Основні вимоги до готелів, орієнтованих на сімейний відпочинок із дітьми

Група вимог	Зміст
Інфраструктура номерів	Дитячі ліжечка, захисні бортики, блокування розеток, антиковзні покриття, мікрохвильова піч і холодильник для дитячого харчування
Харчування	Дитяче меню, дієтичні та безалергенні страви, спеціальні стільчики, підігрівачі пляшечок, консультації дієтолога
Дозвілля та анімація	Дитячі клуби, ігрові кімнати, спортивні й творчі програми, поділ активностей за віковими групами
Безпека	Цілодобова охорона, відеоспостереження, рятувальники на пляжах і біля басейнів, огорожені майданчики
Медичний супровід	Наявність медичного пункту, можливість виклику педіатра, аптечні набори, інформація для батьків щодо безпечного перебування
Інклюзивність	Пандуси, ліфти, адаптовані санвузли, сенсорні й безбар'єрні ігрові зони, спеціалізований персонал

Джерело: створено автором за даними [12, с. 54].

Попит на сімейні готелі Болгарії пояснюється поєднанням доступної ціни, зручного розташування, розвиненої інфраструктури для дітей та вигідних пропозицій. Якість сервісу забезпечується стандартизованими процедурами,

професійною підготовкою персоналу й системним контролем. Анімація, SPA, фітнес і навчальні програми підвищують привабливість готельного продукту. Розташування біля моря й розважальних об'єктів зменшує навантаження на родини, а відповідність стандартам Risk & Safety Management гарантує безпеку.

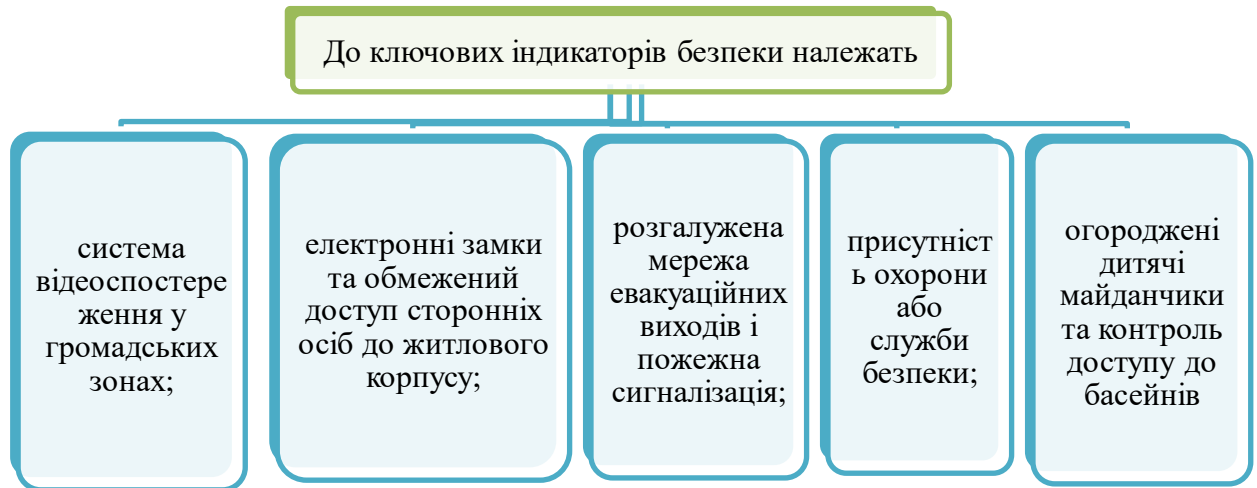


Рис. 2.1. Ключові індикатори безпеки в інфраструктурі сімейно орієнтованих готелів

Джерело: створено автором за даними [42, с. 24].

У сімейних готелях Болгарії санітарно-гігієнічний контроль, адаптоване харчування, зручні номери та безпечна інфраструктура є основою якісного сервісу. Важливими критеріями вибору є дитячі меню, можливість підігріву їжі, меблі та обладнання в номерах, а також наявність басейнів, анімації й клубів. Близькість до парків і розваг підвищує зручність, а «all inclusive», SPA і фітнес-опції розширюють пропозицію. Якість обслуговування забезпечується стандартами, персоналом і контролем, а туристичні відгуки — ключовим джерелом оцінки сервісу [22; 30; 42].

Отже, орієнтація болгарських готелів на сімейний сегмент передбачає комплексний підхід до сервісу, безпеки та організації дозвілля, формуючи конкурентні переваги країни на міжнародному туристичному ринку.

2.2.Сезонність, основні курорти і напрямки (Чорноморське узбережжя, Сонячний берег, Золоті піски, Несебр, Албена та ін.)

Сезонність туризму в Болгарії має два піки — літній (узбережжя) і зимовий (гірські курорти), тоді як міжсезоння орієнтоване на оздоровчий і культурно-пізнавальний відпочинок. На Чорноморському узбережжі (Албена, Золоті Піски, Сонячний Берег, Дюни) популярні пляжі з м'яким піском, інфраструктурою та дитячими програмами. Албена позиціонується як сімейний курорт, а Варна й Несебр — як культурні локації. Взимку туристів приваблюють Банско, Боровець, Пампорово та Вітоша з трасами, школами й прокатом спорядження. Завдяки морському, гірськолижному, оздоровчому та культурному відпочинку Болгарія має цілорічну туристичну привабливість.

Таблиця 2.2

Основні курорти Болгарії за типами рекреації

Тип курорту	Назва курорту	Коротка характеристика	Специфіка для туристів / сімей з дітьми
Пляжні курорти (Чорноморське узбережжя)	Слънчев Бряг (Сонячний Берег)	Найбільший морський курорт, протяжні піщані пляжі, розвинена інфраструктура	Аквапарки, атракціони, дитячі клуби, широкий вибір сімейних готелів
	Св. Константин і Елена	Спокійний курорт із мінеральними джерелами, сосновими лісами	Безпечні пляжі, оздоровчі програми для дітей і дорослих
	Златни пясци (Золоті Піски)	Курорт у межах природного парку, чисті пляжі	Дитячі готелі, розважальні парки, спортивні програми
	Албена	Один із найбільш «сімейних» курортів, екологічно чиста зона	Формат «All inclusive family», дитячі басейни, клуби, медичний супровід
	Кранево	Тихий курорт між Албеною і Золотими Пісками	Дитячі табори, спортивні школи, зручні пляжі
Гірськолижні курорти	Вітоша – Алеко	Гірськолижний курорт біля Софії, понад 29 км трас	Підходить для сімейних зимових подорожей, наявність «легких» трас
	Банско	Сучасний гірськолижний центр у Пірінських горах	Дитячі школи катання, родинні апартаменти, тривалий сезон
	Боровець	Один із найстаріших курортів у Рільських горах	Зони катання різної складності, інфраструктура для дітей

Джерело: узагальнено автором за [58, с. 65].

Подана класифікація свідчить, що морські й гірські курорти Болгарії мають високий рівень орієнтації на сімейний сегмент завдяки поєднанню природних ресурсів, розвиненої інфраструктури та спеціалізованих дитячих сервісів. Така інтеграція формує комплексну пропозицію для сімей з дітьми різного віку впродовж року. Для детального аналізу просторової організації доцільно виокремити основні туристичні регіони Болгарії, їхню функціональну спеціалізацію та рівень адаптації до сімейного туризму, що узагальнено в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Основні туристичні регіони Болгарії та їх характеристика

Туристична зона / регіон	Характеристика туристичного потенціалу
Чорноморське узбережжя (Північ і Південь)	Найбільша за відвідуваністю зона країни з протяжними піщаними пляжами, м'яким кліматом, морськими курортами (Золоті Піски, Сонячний Берег, Албена), аквапарками, дитячими атракціонами та розвиненою інфраструктурою сімейного відпочинку.
Гірські курорти	Високий рекреаційний потенціал завдяки гірськолижним трасам, мінеральним джерелам, SPA-комплексам; популярні напрямки — Банско, Пампорово, Боровець, орієнтовані на сімейний зимовий відпочинок.
Софія	Політичний і культурний центр, з великою кількістю музеїв, храмів, театрів, галерей; розвивається міський культурно-пізнавальний туризм, зручний для короткотривалих сімейних поїздок.
Північна Болгарія	Регіон із високою концентрацією історико-архітектурних пам'яток (Велико-Тирново, Русе, Шумен), музейних комплексів та паломницьких маршрутів.
Південне узбережжя	Курортна територія з теплішим кліматом, широкими пляжами, фестивалями, сімейними та молодіжними центрами розваг (Созополь, Приморсько, Ахтопол).
Родопи	Гірський масив із лісами, озерами, етнографічними поселеннями, екологічними стежками; перспективний напрямок для екотуризму й сімейних подорожей на природу.
Варна	Морська столиця, центр подієвого та пляжного туризму, із дельфінарієм, акваріумом, музеями, морським парком та широким спектром послуг для дітей.
Пловдив	Друге за величиною місто з історичним центром, археологічними зонами, фестивалями та культурними заходами; привабливий для сімейного культурно-пізнавального туризму.
Несебр	Давнє місто, об'єкт ЮНЕСКО, поєднує археологічні пам'ятки, музейну інфраструктуру й пляжний відпочинок.
Сонячний Берег, Золоті Піски	Масштабні морські курорти з аквапарками, дитячими клубами, спортивними й розважальними програмами, орієнтовані на сімейний та молодіжний відпочинок.

Джерело: узагальнено автором за [58, с. 77].

Якість сімейного сервісу в Болгарії варіюється: на узбережжі — анімація та all inclusive, у горах — лижні школи й апартаменти, у містах — екскурсії та музеї. Далі подано огляд найкращих сімейних готелів.

Регіон: Сонячний берег

Готель: Barcelo Royal Beach (5 зірок)

Рейтинг: 8.5 (на основі 1315 відгуків)

Готель розташований у центрі Сонячного Берега та пропонує комфортні номери з видом на море, великий басейн і простору територію з численними дитячими розвагами. До послуг гостей — дитячий басейн, майданчик, клуб, а також дитяче меню в ресторані й послуги няні [8].



Рис. 2.2 Barcelo Royal Beach

Регіон: Албена

Готель: Flamingo Grand Hotel (5 зірок)

Рейтинг: 8.9 (на основі 337 відгуків)

Готель в Албені, розташований безпосередньо на пляжі, має простору територію з дитячим басейном, ігровим майданчиком, клубом, вечірніми шоу та послугами няні. Пропонується дитяче меню [11].



Рис. 2.3 Flamingo Grand Hotel

Регіон: Золоті піски

Готель: Grifid Encanto Beach (4 зірки)

Рейтинг: 9.2 (на основі 1347 відгуків)

Цей готель розташований на пляжі в курортному місті Золоті піски. Він пропонує чудові номери з видом на море, багато ресторанів та барів, а також велику територію з багатьма дитячими розвагами. Є дитячий басейн, ігровий майданчик, клуб для дітей, а також вечірні шоу та інші розваги для дітей. Готель пропонує дитяче меню в ресторанах та послуги няні [113].



Рис. 2.4 Grifid Encanto Beach

Регіон: Несебр

Готель: Sol Nessebar Mare (4 зірки)

Рейтинг: 8.7 (на основі 1813 відгуків)

Цей готель розташований на пляжі в курортному місті Несебр. Він пропонує чудові номери з видом на море, багато ресторанів та барів, а також велику територію з багатьма дитячими розвагами. Є дитячий басейн, ігровий майданчик, клуб для дітей та інші розваги. Готель пропонує дитяче меню та послуги няні [6].



Рис. 2.5 Sol Nessebar Mare

Регіон: Лозенець

Готель: Oasis Resort & Spa (4 зірки)

Рейтинг: 9.2 (на основі 173 відгуків)

Цей готель розташований на пляжі в мальовничому місті Лозенець. Він пропонує розкішні номери з видом на море, багато ресторанів та барів, а також велику територію з багатьма дитячими розвагами. Є дитячий басейн, ігровий майданчик, клуб для дітей та інші розваги. Готель пропонує дитяче меню та послуги няні [14].



Рис. 2.6 Oasis Resort & Spa

Регіон: Созополь

Готель: Santa Marina Holiday Village (3 зірки)

Рейтинг: 8.7 (на основі 929 відгуків)

Цей готель розташований на пляжі в курортному місті Созополь. Він пропонує комфортабельні номери, апартаменти та вілли з видом на море або сад, а також багато ресторанів та барів. Готель має велику територію з багатьма дитячими розвагами, включаючи дитячий басейн, ігровий майданчик та клуб для дітей. Також є послуги няні та дитяче меню [12].



Рис. 2.7 Santa Marina Holiday Village

Регіон: Обзор

Готель: Sol Luna Bay (4 зірки)

Рейтинг: 8.8 (на основі 1061 відгука)

Готель в Обзоре розташований на пляжі та пропонує сучасні номери з видом на море чи сад, кілька ресторанів і барів. Є дитячий басейн, майданчик, клуб, дитяче меню й послуги няні [7].



Рис. 2.8 Sol Luna Bay

Регіон: Слънчев Бряг

Готель: DIT Evrika Beach Club Hotel (4 зірки)

Рейтинг: 8.7 (на основі 1907 відгуків)

Цей готель розташований на пляжі в курортному місті Слънчев Бряг. Він пропонує просторі номери з видом на море або сад, багато ресторанів та барів, а також велику територію з багатьма дитячими розвагами, включаючи дитячий басейн, ігровий майданчик та клуб для дітей. Готель пропонує дитяче меню та послуги няні [9].



Рис. 2.9 DIT Evrika Beach Club Hotel

Регіон Бургас. Готель «Primoretz Grand Hotel & SPA» - 5 зірок. Готель розташований на березі моря та має розкішні номери з усіма зручностями, включаючи кухню та великі балкони. Для дітей є дитячий басейн та ігровий

майданчик. На території є ресторани та бари з різними стравами та напоями та спа-центр. Готель має понад 500 відгуків на сайті TripAdvisor [45].



Рис. 2.10 Primoretz Grand Hotel & SPA

Готель **Grifid Hotel Arabella** (4★, регіон Варна) розташований біля моря та пропонує номери з балконами й краєвидом. Має дитячі басейни, майданчик, ресторани та бари з різноманітним меню. На TripAdvisor — понад 1000 позитивних відгуків [44].



Рис. 2.11 Grifid Hotel Arabella

Таким чином, готельна інфраструктура Болгарії загалом добре адаптована до потреб сімей із дітьми: більшість готелів пропонує дитячі клуби, басейни, спеціальні меню, анімацію та кваліфікований персонал. Провідні регіони країни формують різноманітні сімейно орієнтовані напрями, поєднуючи природні ресурси, сезонність і розвинену інфраструктуру. Сукупність цих чинників підвищує конкурентоспроможність Болгарії та сприяє зростанню сегмента сімейного туризму.

2.3. Роль готелів у структурі туристичних послуг

Готельне господарство — ключова ланка туризму, що забезпечує розміщення, харчування, дозвілля, оздоровлення й безпеку. Його структура включає матеріальні (номери, обладнання, гігієна) та нематеріальні (харчування, SPA, анімація) компоненти. Готель виконує функції сервісного агрегатора, координуючи трансфери, екскурсії та інше. Формати «all inclusive» і «family package» спрощують споживання продукту. Основні функції — комфортне проживання, безпека (НАССР, ISO), оздоровлення (SPA, wellness) та організація культурного дозвілля.

Таблиця 2.2

Ключові функції готелів і їхні результати для стейкхолдерів

Функція	Зміст (ядро процесів)	Результати для туристів	Результати для дестинації	Результати для готельного оператора
Економічна	Розміщення, харчування, продаж додаткових послуг	Цінова прозорість, доступність пакетів	Працемісткість, податкові надходження, мультиплікатор витрат	Виторг, маржинальність, диверсифікація доходів
Соціальна	Комфорт, інклюзивність, безбар'єрність	Соціальна інтеграція, безпека, зниження стресу	Підвищення якості життя мешканців у курортних зонах	Лояльність клієнтів, зниження відтоку
Культурно-освітня	Програми дозвілля, анімація, екскурсії	Пізнавальна цінність, міжкультурна комунікація	Збереження спадщини, імідж «культурної дестинації»	Диференціація продукту, преміум-позиціонування
Репутаційно-іміджева	Управління відгуками, рейтингами, стандартами	Довіра до якості	Підсилення бренду країни/регіону	Вищі бали ОТА, зростання прямого бронювання
Екологічна	Стандарти сталості, енергоефективність	Зменшення екологічних ризиків	«Зелений» імідж території	Оптимізація витрат ресурсів, «зелений» маркетинг
Інноваційна	Цифрові сервіси, автоматизація, безконтактні технології	Зручність, швидкість, персоналізація	Технологічна привабливість дестинації	Підвищення продуктивності праці

Джерело: створено автором за даними [10, с. 58].

Таблиця демонструє поліфункціональність сучасного готелю як економічного, соціального, культурного та технологічного суб'єкта. Готель впливає не лише на туриста, забезпечуючи комфорт, безпеку й пізнавальну цінність, а й на дестинацію, формуючи робочі місця, податкові надходження та позитивний імідж. Для оператора він виступає джерелом диверсифікованих доходів, вищої маржинальності, сильного бренду та технологічної ефективності.

Таблиця 2.3

Структура комплексного готельного продукту

Блок	Основні компоненти	Критерії якості	Типові індикатори
Проживання	Номерний фонд, сімейні апартаменти, baby-friendly опції	Чистота, тиша, планування	ADR, завантаженість, скарги/1000 ночівель
Харчування	«All Inclusive», дитяче меню, дієтичні раціони	Безпека (HACCP/ISO 22000), різноманіття, час доступу	% гостей на AI/FB, NPS харчування
Безпека	Відеонагляд, електронні замки, огорожені зони	Відповідність нормам, інструктаж, реагування	Індекс безпеки, інциденти/100 тис. ночівель
Дозвілля	Клуби, анімація, спорт, культурні події	Вікова диференціація, інклюзивність	Заповнюваність активностей, участь дітей (%)
Оздоровлення	SPA, басейни, медпункти	Кваліфікація персоналу, гігієна	Завантаженість SPA, звернення до медпункту
Трансфер/екскурсії	Трансфери, тури, гід	Пунктуальність, безпека, контент	Середній чек, повторні продажі
Цифрові сервіси	Мобільний check-in, e-concierge, Wi-Fi	Безперервність, швидкість, UX	Оцифрований % операцій, час чек-іну

Джерело: створено автором за даними [11, с. 55].

Ланцюг створення цінності в готельному бізнесі охоплює етапи pre-stay, on-arrival, in-stay і post-stay, що включають формування очікувань, реєстрацію, проживання та подальший зворотний зв'язок. Кожний етап має свої точки контакту й показники якості, які забезпечують стабільність сервісу та підвищують лояльність гостей.

Точки контакту і метрики якості

Етап	Ключові точки контакту	Метрики
Pre-stay	Вебсайт/ОТА, чат-бот, підтвердження бронювання	CTR/конверсія, швидкість відповіді, точність інформації
On-arrival	Ресепшн, валідація, розміщення	Час check-in (хв), відсоток помилок у бронюванні
In-stay	Housekeeping, F&B, animation, security, medical	Індекс чистоти, NPS, скарги/1000 ночівель, інциденти
Post-stay	Оцінка на ОТА, email-опитування, повторні бронювання	ОТА-рейтинг, eNPS, частка повторних візитів

Джерело: створено автором за даними [12, с.54].

Ланцюг створення цінності в готельному бізнесі включає етапи pre-stay, on-arrival, in-stay і post-stay — від формування очікувань до зворотного зв'язку. Кожен із них має власні точки контакту та показники якості, що забезпечують стабільність сервісу й підвищують лояльність гостей.

Карта відповідності стандартам

Стандарт	Область застосування	Вплив на сімейний сервіс
ISO 9001	Процеси якості	Стабільність сервісу, SLA для дитячих послуг
ISO 22000/HACCP	Харчування	Алерген-меню, дієтичні раціони, контроль ланцюга
ISO 21401	Сталість	«Зелені» практики, безпечні матеріали, екопросвіта
ISO 45001	Безпека праці	Підготовка персоналу, протоколи на басейнах
ISO 27001	Дані гостей	Захист дитячих персональних даних (GDPR-комплаєнс)

Джерело: створено автором за даними [13, с.90].

У сімейному туризмі готель виступає комплексним простором, що поєднує житлові, харчові, безпекові, оздоровчі й дозвіллеві сервіси. Для родин із дітьми головними є безпека, комфорт, доступність і розвиток, тому готельний продукт набуває соціально орієнтованого характеру.

Матриця сімейного сервісу в готелі

Підсистема	Сервіси	Мінімальні вимоги	Поглиблені (best practice)
Житлова	Сімейні номери, ліжечка	Площа, безпечна фурнітура	Зонування «дитина/батьки», кухонний куточок
Харчова	Дитяче меню	НАССР, маркування алергенів	Персоналізовані раціони, baby-станції
Безпекова	Відеонагляд, замки	Інструктаж, план евакуації	Геофенсинг дитячих зон, wrist-ID
Дозвіллєва	Клуби, майданчики	Вікова сегментація	STEM-лабораторії, творчі студії
Оздоровча	Басейни, медпункт	Рятувальники, гігієна	Дитячі SPA-програми, сольові кімнати
Інклюзивна	Пандуси, ліфти	Доступність, тактильні маркери	Сурдопереклад, сенсорні кімнати
Цифрова	Wi-Fi, е-консьєрж	Стабільність	Мобільний check-in/out, батьківський контроль у додатку

Джерело: створено автором за даними [14, с.164].

Економічно готелі генерують не лише прямі доходи від розміщення та харчування, а й мультиплікативний ефект через закупівлі в локальних постачальників, взаємодію з транспортом, торгівлею, культурно-розважальним сектором та медичними послугами. Структура доходів курортних готелів (табл. 2.7) свідчить про значну частку розміщення та харчування, доповнену доходами від додаткових послуг, екскурсій і трансферів.

Таблиця. 2.7

Приклад структури доходів готелю курортного типу

Джерело доходу	Частка у виручці, %	Коментар
Розміщення	40–55	Залежить від ADR/RevPAR
Харчування (F&B)	25–35	Вище в моделях «all inclusive»
Додаткові послуги (SPA, спорт, оренда)	8–15	Сезонні коливання
Екскурсії/трансфери	3–8	Партнерські відрахування
Інше (ивенти, конференції)	2–7	Shoulder-season заповнюваність

Джерело: створено автором за даними [16, с.68].

Операційні KPI (табл. 2.8) – завантаженість номерного фонду, показники RevPAR/ADR, OTA-рейтинг, рівень безпеки, частка повторних гостей – дають змогу оцінити ефективність управління та конкурентоспроможність готелю.

Операційні KPI для готелів сімейної орієнтації

Група KPI	Показник	Орієнтир
Операційні	Завантаженість номерів, %	≥ 70 у високий сезон
Фінансові	RevPAR/ADR	Ріст YoY, премія до ринку
Якість	ОТА-рейтинг (середній), бал	$\geq 8.5/10$
Безпека	Інциденти/100 тис. ночівель	$\rightarrow 0$; час реакції ≤ 3 хв
Сімейні сервіси	Участь дітей у програмах, %	≥ 60 від сімейних бронювань
Лояльність	Частка повторних гостей, %	≥ 25 (курорти)

Джерело: створено автором за даними [16, с.68].

Таким чином, готельна індустрія є центральною ланкою туристичної системи, забезпечуючи інтеграцію проживання, харчування, дозвілля й оздоровлення в єдиний туристичний досвід. У сімейному сегменті готелі виконують роль багатофункціональних центрів комфорту, розвитку й безпеки дітей. Адаптація сервісу, міжнародні стандарти та цифровізація підсилюють конкурентоспроможність дестинації та її привабливість для сімейного відпочинку.

2.4. Сегментація ринку готелів для сімейного відпочинку

Сегментація ринку сімейних готельних послуг базується на віці дітей, доході та мотивах подорожі, оскільки саме ці чинники визначають рівень очікуваного сервісу. Основна вікова диференціація охоплює:

- 0–3 роки — побутова та медична підтримка (стерилізація, дитячі кухні, коляски, бейбі-зони);
- 4–6 років — міні-клуби, ігрові кімнати, мілкі басейни, постійний нагляд;
- 7–12 років — пізнавальні, спортивні та екскурсійні програми;
- 13–17 років — зони автономії: VR, екстрим-активності, медіа-студії.

За мотивами подорожі виділяють рекреаційний (пляж, all inclusive), оздоровчий (SPA, wellness), культурно-пізнавальний (екскурсії, майстер-класи)

та спортивно-активний сегменти. Доходи родини формують очікуваний рівень комфорту: економ — базові послуги, середній — баланс ціни й сервісу, преміум — персоналізація та розширені опції.

Таблиця 2.9

Порівняльні характеристики сегментів сімейних готелів за рівнем доходу гостей

Сегмент	Житлові умови	Харчування	Дитячий сервіс	Рекреація та дозволя	Додаткові послуги
Економ-сегмент	Стандартні номери, одна кімната, базове оснащення, без індивідуальних кухонних зон	Лаконічне меню, харчування у форматі «шведський стіл» або «континентальний сніданок»	Безкоштовні дитячі майданчики, мінімальна анімація, відсутність бейбі-сітінгу	Пляж або басейн загального користування, стандартні спортивні майданчики	Мінімальний набір додаткових сервісів, платні екскурсійні програми
Середній сегмент	Сімейні номери збільшеної площі, наявність дитячих ліжечок, зон зберігання, покращеної шумоізоляції	Розширене меню, дитяче та дієтичне харчування, ресторани на території готелю	Анімаційні програми, міні-клуби, персонал дитячих заходів, басейни зі зменшеною глибиною	Спортивні активності, майстер-класи, квести, творчі студії, екскурсії	Медичний супровід, пральня, трансфер, прокат обладнання, гнучка цінова політика
Преміальний сегмент	Апартаменти або багатокімнатні сімейні люкси, приватні басейни, окремі спальні для дітей, преміальні інтер'єри	Авторські меню, дієтологи, дитячі шеф-кухарі, room-service 24/7	VIP-няні, індивідуальні заняття, освітні студії, інтерактивні простори, babysitter-service	Ексклюзивні анімаційні шоу, тематичні вечори, спортивні академії, морські види спорту	Персональний консьєрж, Smart Room, спа-комплекси, знижки на довготривале проживання, преміальний трансфер

Джерело: створено автором за даними [17, с.87].

Сегментація сімейних готелів за доходом дозволяє ефективно адаптувати сервіс: економ-сегмент забезпечує базові послуги, середній — поєднує комфорт і дитячий сервіс, преміальний — персоналізований підхід. Це підвищує ефективність управління та точність прогнозування попиту.

Таблиця 2.10

Економічні ефекти та рівень споживчої цінності в різних сегментах

Показник	Економ-сегмент	Середній сегмент	Преміальний сегмент
Середня тривалість проживання	3–5 діб	5–10 діб	7–14 діб
Рівень завантаженості в сезон	Високий (через доступну ціну)	Стабільно високий	Стабільний, з акцентом на повторні візити
Частка сімей з дітьми	Переважно діти 4–10 років	Усі вікові групи	Значна увага підліткам та малюкам
Рівень персоналізації сервісу	Мінімальний	Середній	Максимальний
Обсяг витрат на додаткові послуги	Низький	Середній	Високий
Лояльність та ймовірність повторних візитів	Середня	Висока	Дуже висока

Джерело: створено автором за даними [18, с.20].

Сегментація за медико-оздоровчими потребами відображає зростання попиту сімей на безпеку, медичний супровід та оздоровчі процедури в межах готелю, що формує окремі типи спеціалізованих продуктів.

Таблиця 2.11

Класифікація готелів за медико-оздоровчими потребами

Сегмент	Ключові характеристики	Цільова аудиторія	Інфраструктурні особливості
Готелі з медичним супроводом	Постійна присутність педіатрів, алергологів, медичних сестер, пунктів першої допомоги; регулярні огляди та супровід	Сім'ї з малюками, діти з алергіями або хронічними захворюваннями	Медпункти, доступ до аптечного сервісу, стерилізатори, температурний контроль, дитячі харчові станції
Санаторно-курортні готелі	Реабілітаційні, профілактичні та лікувальні програми, фізіотерапія, бальнеотерапія, басейни з мінеральною водою	Діти у період відновлення після хвороб, сім'ї з профілактичними запитами	Лікувально-діагностичні відділення, мінеральні ванни, масажні кабінети, дієтичне харчування, медичні реабілітологи
Готелі з інклюзивною інфраструктурою	Адаптовані номери, спеціальний транспорт, підтримка асистентів, терапевтичні програми для дітей з ООП	Сім'ї з дітьми, що мають порушення опорно-рухового апарату, аутизм, ЗПР чи інші особливості розвитку	Пандуси, ліфти, протиковзкі покриття, сенсорні кімнати, спеціальні тренажери, логопедичні та корекційні заняття

Джерело: створено автором за даними [19, с.84].

Таблиця 2.12

Порівняння сервісних ефектів для готельного оператора та туриста

Тип готелю	Ефекти для сімейного туриста	Ефекти для готельного оператора
Медичний супровід	Відчуття безпеки, зниження ризиків, можливість подорожувати з малюками	Підвищення довіри, збільшення тривалості перебування, зростання рекомендацій
Санаторно-курортний	Поліпшення здоров'я, реабілітація, економія на зовнішньому лікуванні	Висока середня ціна бронювання, сезонна стабільність, партнерство з медичними центрами
Інклюзивний	Можливість повноцінного відпочинку для дітей з ООП, соціальна інтеграція, спеціалізований догляд	Зростання іміджу, вихід на нішевий ринок, державні програми підтримки

Джерело: створено автором за даними [20, с.78].

Культурно орієнтовані сімейні готелі Болгарії поєднують відпочинок із пізнанням, інтегруючи мовні клуби, етнопрограми, історичні маршрути та майстерні. Це сприяє розвитку дітей і зміцнює імідж країни як культурної дестинації.

Таблиця 2.13

Ключові культурно-освітні програми у сімейних готелях Болгарії

Напрямок діяльності	Форми реалізації у готелях	Цінність для дітей	Ефект для дестинації
Мовні клуби та міжнародні дитячі табори	Літні школи, курси англійської, німецької, болгарської; культурні обміни	Розвиток комунікації, пізнавальної активності, міжнародна соціалізація	Формування іміджу Болгарії як відкритої мультикультурної дестинації
Етнографічні програми, музеї просто неба, ремісничі майстерні	Майстер-класи з гончарства, ткацтва, народного живопису; відвідування етнопарків	Розвиток естетичного сприйняття, поваги до традицій	Збереження культурної спадщини, підтримка локальних громад
Історичні маршрути та культурні фестивалі	Тематичні квести, екскурсії до фортець і музеїв, участь у святкуваннях	Розширення світогляду, формування історичної пам'яті	Просування історико-культурних брендів країни
Інтерактивні студії традиційного мистецтва, музики та кулінарії	Уроки народних танців, майстер-класи кухні, арт-простори	Творчий розвиток, сімейна взаємодія	Створення позитивного іміджу готелю та культурного середовища

Джерело: створено автором за даними [22, с.290].

Культурно-освітні програми в сімейних готелях Болгарії сприяють формуванню позитивного іміджу DESTINATION, поєднуючи відпочинок із пізнанням. Мовні клуби, майстер-класи, фестивалі й квести поглиблюють культурну соціалізацію, формують емоційний зв'язок із країною та посилюють її репутацію як центру морського й культурного туризму.

Таблиця 2.14

**Іміджеві ефекти впровадження культурно-освітніх програм у
сімейних готелях Болгарії**

Рівень впливу	Основний ефект	Прояв на практиці	Результат для DESTINATION
Індивідуальний	Емоційна ідентифікація	Відчуття приналежності до місця, позитивні відгуки туристів	Зростання лояльності та повторних відвідувань
Сімейний	Соціокультурна інтеграція	Спільна участь у культурних і творчих заходах	Формування позитивного досвіду сімейного відпочинку
Готельний	Репутаційний розвиток	Розширення клієнтської бази, преміум-позиціонування	Підвищення рейтингу готелів і доходності
Регіональний	Брендинг території	Проведення фестивалів, етнографічних подій	Зміцнення культурної ідентичності регіону
Національний	Міжнародний імідж держави	Популяризація болгарських традицій і мови	Зростання туристичного потоку та іміджевий капітал країни

Джерело: створено автором за даними [23, с.41].

Таким чином, культурно-освітні сімейні готелі Болгарії виконують не лише рекреаційну, а й виховну місію, поєднуючи комфортний відпочинок із пізнавальними активностями. Вони сприяють збереженню та популяризації національної культурної спадщини, створюють умови для міжкультурного діалогу, формують у дітей толерантність, соціальні навички й інтерес до історії та традицій. Завдяки інтеграції освітнього компоненту туристичний продукт набуває унікальності, що дозволяє Болгарії зміцнювати свій імідж як привабливої DESTINATION для сімейного, культурного й пізнавального туризму, підвищуючи її конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

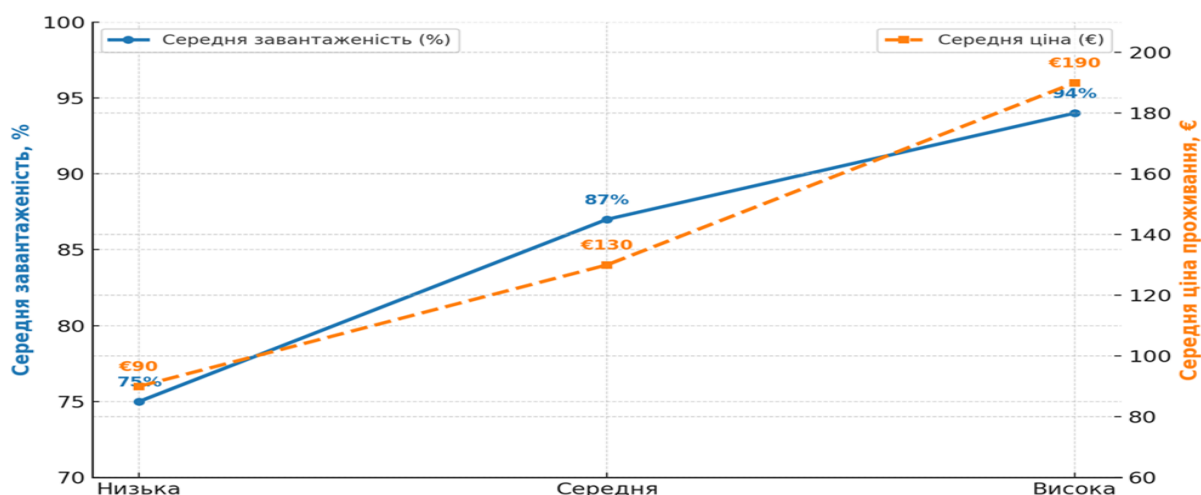


Рис. 2.12 Взаємозв'язок між рівнем культурної насиченості сімейних готелів, середньою завантаженістю та ціною проживання в Болгарії.

Готелі з культурно-освітніми програмами мають на 15–20 % вищу заповненість і тарифи на 40–60 % вищі, що свідчить про їхню ефективність. Сегментація та поєднання рекреації, оздоровлення, освіти й культури підвищують конкурентоспроможність сімейних готелів Болгарії.

Таблиця 2.15

Вплив сегментації сімейного готельного ринку на ефективність діяльності підприємства

Критерій сегментації	Сутність	Типові сервіси	Очікувані результати для готелю
Віковий	Орієнтація на дітей різних вікових груп (0–3, 4–6, 7–12, 13–17 років)	Ігрові майданчики, дитячі клуби, квести, підліткові простори	Підвищення тривалості перебування, зростання лояльності клієнтів
Фінансовий	Врахування доходів і купівельної спроможності сімей	Різні рівні комфортності: «економ», «середній», «преміум»	Розширення цільової аудиторії, збільшення частки ринку
Медико-оздоровчий	Наявність спеціальних програм і послуг для дітей з особливими потребами чи після реабілітації	Медичний супровід, бальнеотерапія, санаторні послуги, дієтичне меню	Формування нішевого сегмента, зростання стабільного попиту
Культурно-освітній	Орієнтація на розвиток, творчість і культурну інтеграцію	Мовні клуби, етно-програми, арт-студії, кулінарні школи	Підвищення іміджу, репутаційний капітал, преміум-позиціонування

Джерело: створено автором за даними [24, с.10].

Таким чином, сегментовані готелі отримують вагомі переваги: вищу завантаженість, лояльність клієнтів, стабільні доходи завдяки пакетним пропозиціям і тривалішому відпочинку. Це посилює бренд як соціально відповідального сімейного готелю, підвищує якість і інклюзивність сервісу та зміцнює імідж Болгарії як привабливої сімейної дестинації.

2.5. Аналіз попиту і пропозиції (статистика, динаміка, цінова політика)

Ринок сімейних готелів Болгарії стрімко зростає завдяки доступним цінам, інфраструктурі та дитячій безпеці. Більшість прибережних готелів (60–70 %) працюють у форматі family-friendly із сезонною завантаженістю 85–95 % і середньою тривалістю відпочинку 8–10 днів. Основні туристи — сім'ї з Центральної та Східної Європи. Північне узбережжя орієнтоване на родини з малюками, Південне — на активний відпочинок із розважальною інфраструктурою.

Таблиця 2.16

Порівняльна характеристика сімейних готельних регіонів Болгарії

Показник	Північне узбережжя (Албена, Золоті Піски)	Південне узбережжя (Сонячний Берег, Несебр, Созополь)
Тип туризму	Рекреаційний, оздоровчо-спокійний	Активний, розважальний, анімаційний
Переважаючі категорії готелів	3★–4★ (комфортні, сімейного типу)	4★–5★ (з аквапарками, великими клубами)
Щільність туристів	Низька – середня	Висока
Інфраструктура	Простора територія, зелені зони, дитячі ігрові парки	Аквапарки, нічні клуби, великі торгові центри
Ціновий діапазон (за ніч)	€70 – €150	€100 – €250
Тривалість перебування	6 – 9 діб	8 – 12 діб
Основна аудиторія	Родини з малими дітьми (1 – 8 р.)	Родини з дітьми та підлітками (9 – 15 р.)
Рівень шуму та навантаження	Низький, спокійна атмосфера	Високий, насичене дозвілля
Додаткові послуги	Baby-club, медичні пункти, еко-програми	Тематичні парки, аквазони, підліткові клуби

Джерело: створено автором за даними [25, с.80].

Таблиця підтверджує, що північні курорти Болгарії (як-от Албена) приваблюють родини з малими дітьми завдяки тиші, екологічності й безпечному середовищу, тоді як південні дестинації (наприклад, Сонячний Берег) орієнтовані на сім'ї з підлітками завдяки активній анімації, спортивній інфраструктурі та розвагам. За даними Болгарського інституту туризму, попит на сімейний відпочинок стабільно зростає: після падіння у 2020 році сектор демонструє поступове відновлення й зміцнення позицій як одного з провідних сегментів туристичного ринку.

Таблиця 2.17

Динаміка завантаженості сімейних готелів Болгарії у 2021–2024 рр.

Рік	Середня завантаженість, %	Середня ціна за ніч, €	Середня тривалість перебування, діб	Основні ринки туристів
2021	72	95	7,5	Польща, Чехія, Україна
2022	84	110	8,2	Румунія, Словаччина, Латвія
2023	90	125	8,8	Польща, Україна, Німеччина
2024	93	135	9,4	Чехія, Литва, Угорщина

Джерело: створено автором за даними [26, с.45].

Дані таблиці підтверджують стійку тенденцію до зростання цінового рівня та тривалості відпочинку, що свідчить про поступове зміщення сімейного сегмента у бік середнього та преміального класів.

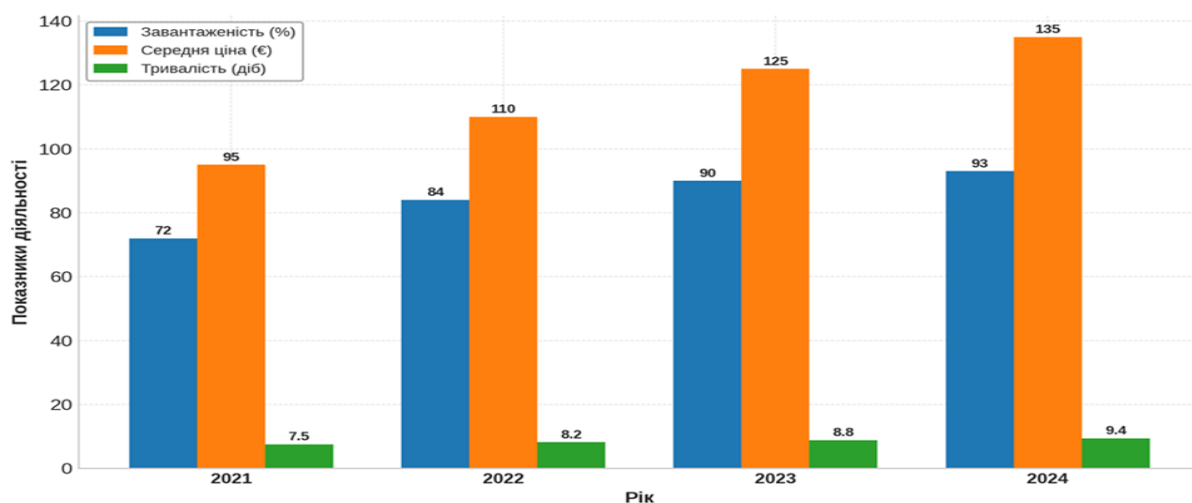


Рис. 2.13 Гістограма динаміки основних показників сімейних готелів Болгарії у 2021–2024 рр.

Рис. 2.13 демонструє зростання ключових показників сімейного готельного сектору Болгарії: завантаженість номерів підвищилася з 72 % до 93 %, середня ціна — з €95 до €135, а тривалість перебування — з 7,5 до 9,4 діб. Ця динаміка свідчить про покращення сервісу, зростання попиту на комплексний відпочинок і посилення конкурентоспроможності країни.

3. Структура пропозиції сімейних готелів за категоріями.

Таблиця 2.18

Розподіл сімейних готелів за рівнем зірковості та типом послуг (2024 р.)

Категорія готелів	Частка від загальної кількості, %	Середня ціна за ніч, €	Типові сервіси
3★ (економ-сегмент)	28	70 – 110	Базові послуги, дитячий майданчик, all inclusive light
4★ (середній сегмент)	47	100 – 180	Басейн, дитячий клуб, анімація, сімейні апартаменти
5★ (преміум-сегмент)	25	180 – 320	Приватні басейни, міні-кухні, няні, дитячі шеф-кухарі, wellness-зони

Джерело: створено автором за даними [27, с.165].

Готелі 4★ є основою сімейного туризму Болгарії, поєднуючи доступну ціну й якісний сервіс. Вони пропонують сімейні номери, дитячі клуби, басейни, анімацію та спеціальне меню, забезпечуючи комфорт і безпеку для родин. Основна аудиторія — сім’ї із середнім доходом із країн Центральної та Східної Європи.

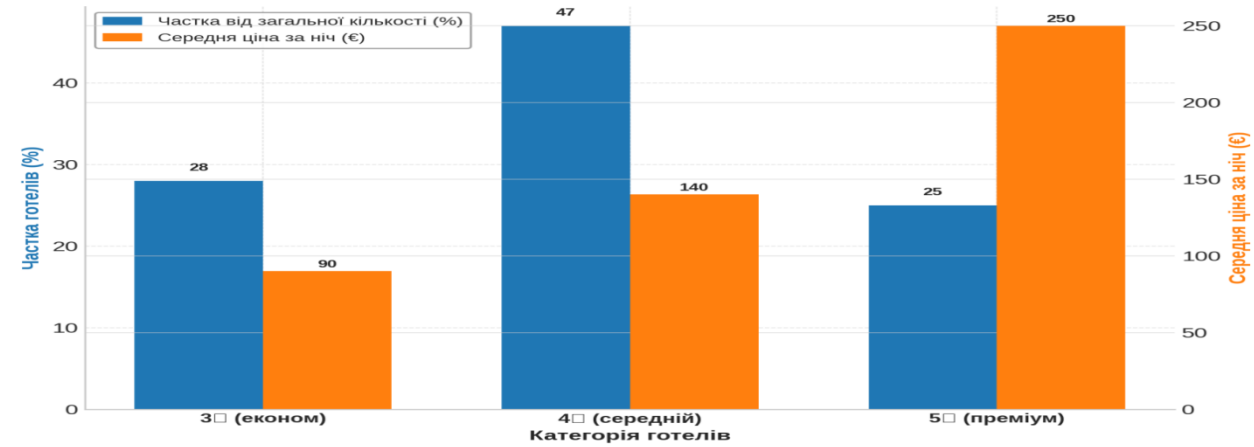


Рис.2.14. Розподіл сімейних готелів Болгарії за рівнем зірковості та середньою ціною (2024 р.)

Основу сімейного ринку Болгарії формують готелі 4★ (≈47 %), тоді як 3★ (28 %) пропонують базові послуги, а 5★ (25 %) орієнтовані на преміальний сегмент. Дані підтверджують стабільний розвиток сімейного готельного сектору.

Таблиця 2.19

Порівняльний аналіз готелів Болгарії для сімейного відпочинку з дітьми за регіонами

Критерій аналізу	Характеристика ринку сімейних готелів Болгарії
Попит і завантаженість	Сезонна заповненість номерного фонду сягає 85–95 %, що свідчить про сталий високий попит з боку внутрішніх і зовнішніх туристів. Найвищі показники спостерігаються в літній період (липень–серпень), коли формується основний потік родинних туристів з країн Центральної та Східної Європи.
Географічна диференціація	Північне узбережжя (Албена, Золоті Піски) орієнтоване на спокійний, оздоровчо-рекреаційний відпочинок із нижчою щільністю туристів. Південне узбережжя (Сонячний Берег, Несебр, Созополь) вирізняється активною розважальною інфраструктурою, аквапарками та розвиненою мережею готелів середнього і преміального класу.
Цінова динаміка	Середнє зростання вартості проживання становить 10–12 % щороку, що зумовлено модернізацією номерного фонду, підвищенням стандартів обслуговування, розвитком wellness- і SPA-програм, а також розширенням дитячих анімаційних послуг.
Сегментна структура	Домінують готелі категорії 4★ (приблизно 55–60 % ринку), які поєднують доступність і комфорт. Готелі 3★ орієнтовані на бюджетний сегмент, а 5★ — на преміальний, забезпечуючи індивідуалізований сервіс, власні басейни, дитячі клуби та персональних нянь.
Мультипликативний ефект	Розвиток сімейного туризму стимулює економічну активність суміжних сфер — транспорту, торгівлі, громадського харчування, розваг і рекреації. Це сприяє створенню нових робочих місць, зростанню податкових надходжень і сталому розвитку прибережних регіонів.

Джерело: створено автором за даними [28, с.60].

Сімейний готельний ринок Болгарії зростає завдяки доступним цінам, сервісу та інфраструктурі. Провідними є готелі 4★, тоді як 5★ формують імідж. Конкурентність забезпечують комфорт, інклюзивні послуги та дитяча інфраструктура — клуби, басейни, адаптоване меню й wellness-сервіси. Дані Додатку В свідчать, що головною перевагою сімейних готелів є розвинена дитяча інфраструктура: базові сервіси поширені майже всюди, тоді як

преміальні (няня, освітні та оздоровчі програми) представлені приблизно в половині закладів..

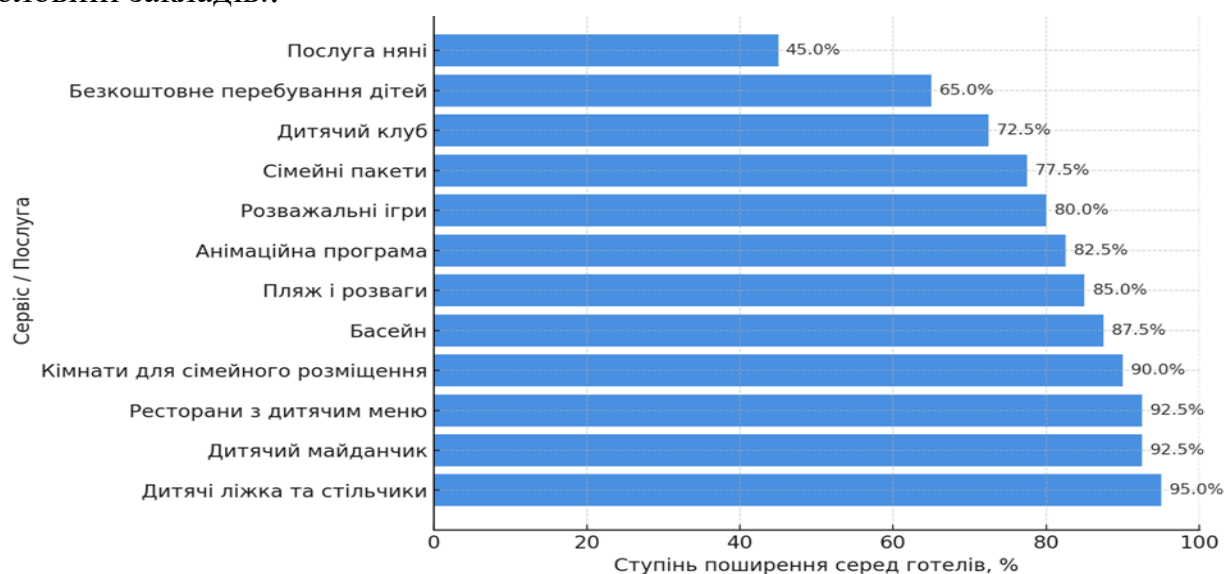


Рис. 2.15. Ступінь поширення сервісів у сімейних готелях Болгарії

Сімейний готельний ринок Болгарії зростає завдяки доступності, якості сервісу та комплексній інфраструктурі. Домінують готелі 4★, тоді як 5★ зміцнюють імідж країни. Основу конкурентності формують комфорт, інклюзивні послуги та розвинена дитяча інфраструктура.

Таблиця 2.21

Порівняльний аналіз готелів Болгарії для сімейного відпочинку з дітьми в різних регіонах

Готель	Зірк и	Вартість за ніч	Розташув ання	Дитячі послуги та сервіси	Пляж та пляжні розваги	Сімейні пакети проживання та розваги
Duni Royal Resort	4	€100-€200	Sozopol	Дитячий клуб, басейн	Так	Так
Melia Sunny Beach	5	€150-€250	Sunny Beach	Дитячий клуб, басейн	Так	Так
Sol Luna Bay Resort	4	€80-€150	Obzor	Дитячий клуб, басейн	Так	Так
Kempinski Hotel	5	€200-€300	Golden Sands	Дитячий клуб, басейн	Так	Так
RIU Helios Paradise	4	€100-€200	Sunny Beach	Дитячий клуб, басейн	Так	Так
Club Hotel Miramar	4	€90-€180	Obzor	Дитячий клуб, басейн	Так	Так

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [27, с. 171].

Розглянемо список готелів що мають всі послуги для сімейного відпочинку з дітьми:

Таблиця 2.22

Список готелів, що мають послуги для сімейного відпочинку з дітьми

Сервіс/Послуга	Дитячий майданчик	Дитячий басейн	Міні-клуб	Сімейний номер	Програми розваг для дітей
Sunny Beach Resort	+	+	+	+	+
RIU Pravets Golf & SPA Resort	+	+	+	+	+
Hotel Riu Helios Bay	+	+	+	+	+
Sol Nessebar Mare Resort & Aquapark	+	+	+	+	+
Duni Royal Resort	+	+	+	+	+
Aqua Paradise Resort	+	+	+	+	+
Barceló Royal Beach	+	+	+	+	+
Astera Hotel & Spa	+	+	+	+	+
Flamingo Grand Hotel & SPA	+	+	+	+	+
Grifid Encanto Beach	+	+	+	+	+

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [28, с. 60].

Аналіз показує, що сімейні готелі Болгарії є одним із найрозвиненіших сегментів туріндустрії, вирізняючись комплексною інфраструктурою та високою адаптивністю до потреб родин із дітьми. Переважна більшість закладів пропонує дитячі майданчики, басейни, міні-клуби, сімейні номери й освітньо-розважальні програми, забезпечуючи безпечне й комфортне середовище. Рівень сервісу й ціни залежать від категорії готелю: середній і преміальний сегменти активно впроваджують анімацію та тематичні програми, тоді як економ-сегмент обмежується базовими послугами.

Дорослим гостям доступні спа, фітнес, водні активності та екскурсії, що формує гармонійний формат відпочинку. Сукупність цих чинників зміцнює позиції Болгарії як провідної сімейної дестинації Чорноморського регіону.

РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛІВ ДЛЯ СІМЕЙ У БОЛГАРІЇ

3.1. Вибір і характеристика вибірки готелів для дослідження (критерії відбору)

Вибірка готелів формувалася за принципом репрезентативності та охоплювала 15 сімейних готелів 3 ★–5 ★ у ключових курортних регіонах Болгарії (Золоті Піски, Албена, Сонячний Берег, Несебр, Созополь). Основні критерії відбору: зоряність, наявність сімейної інфраструктури, географічне представлення північного й південного узбережжя, доступність статистичних даних та висока популярність серед туристів. Для аналізу тенденцій використано дані UNWTO, Національного інституту статистики Болгарії та Болгарської асоціації готелів щодо туристичних прибуттів і доходів у 2018–2025 рр. [18, с.30].

Таблиця 3.1

Динаміка кількості туристичних прибуттів до Болгарії та доходів від туризму у 2018–2025 рр.

Рік	Кількість туристичних прибуттів, млн осіб	Доходи від туризму, млрд дол. США	Річний приріст, %	Основні ринки туристів
2018	9,4	4,5	–	Німеччина, Румунія, Польща
2019	9,3	3,5	–10,6	Україна, Чехія, Ізраїль
2020	10,6	4,1	+12,9	Польща, Сербія, Туреччина
2021	11,5	4,6	+8,5	Румунія, Угорщина, Литва
2022	12,3	5,0	+7,0	Україна, Латвія, Чехія
2023	12,5	4,8	+1,6	Польща, Німеччина, Україна
2024	13,2	5,4	+5,6	Румунія, Словаччина, Польща
2025	13,8	5,8	+4,5	Чехія, Литва, Україна

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [29, с. 66].

Дані таблиці свідчать про стабільне зростання туристичного потоку до Болгарії у 2018–2025 рр. із середнім приростом 4–6 % щороку. Пік зафіксовано

у 2024 р.: 13,2 млн туристів і 5,4 млрд дол. доходів. Зростання зумовлене розвитком сімейного й оздоровчого туризму, інвестиціями в готелі 4★–5★ та державними програмами модернізації курортів. У 2025 р. прогнозують подальше збільшення прибуттів до 13,8 млн та доходів до 5,8 млрд дол. США.

Таблиця 3.2

Позиція Болгарії у світових рейтингах за показниками розвитку туризму у 2018–2025 рр.

Рік	Місце серед країн світу за кількістю туристичних прибуттів	Місце серед країн світу за доходами від туризму	Динаміка позиції за прибуттями	Динаміка позиції за доходами
2018	39	48	—	—
2019	40	54	↓ 1	↓ 6
2020	37	50	↑ 3	↑ 4
2021	36	51	↑ 1	↓ 1
2022	36	51	0	0
2023	36	46	0	↑ 5
2024	35	44	↑ 1	↑ 2
2025 (прогноз)	34	42	↑ 1	↑ 2

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [30, с. 73].

Динаміка показує підвищення конкурентоспроможності Болгарії на міжнародному туристичному ринку: у 2018–2023 рр. країна стабільно входила до першої 40-ки за кількістю прибуттів, а з 2023 р. фіксується зростання й за туристичними доходами — від 46-го місця до прогнозованого 42-го у 2025 р.

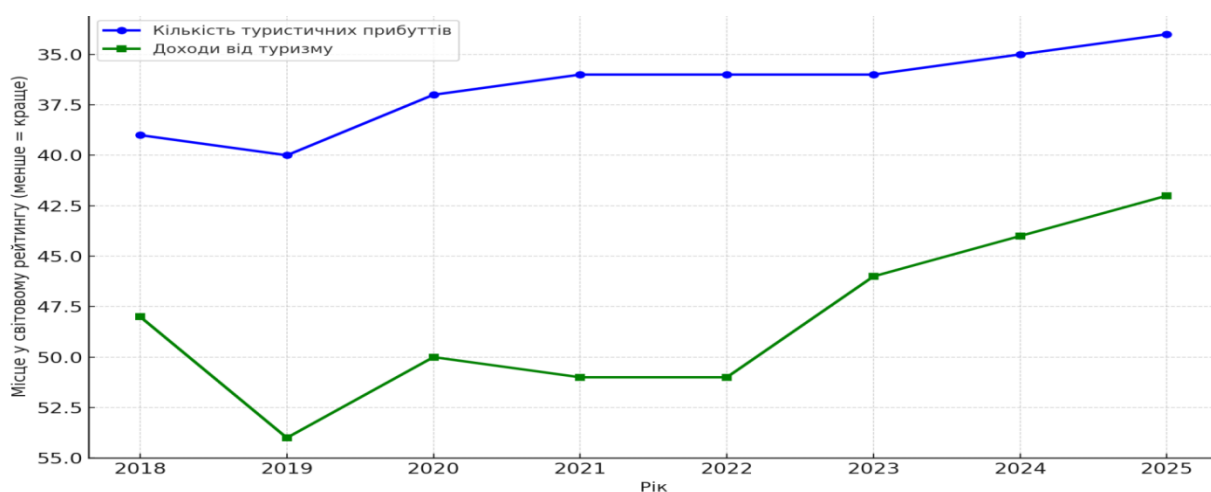


Рис. 3.1 Позиція Болгарії у світових рейтингах за показниками розвитку туризму (2018–2025 рр.)

Зростання туризму в Болгарії зумовлене розвитком сімейного та оздоровчого відпочинку, модернізацією інфраструктури й впровадженням стандартів Family Friendly Hospitality, що посилило ефект кампаній Visit Bulgaria 2025. За даними NSI, у 2019 році країну відвідали 12,5 млн туристів, переважно з Румунії, Туреччини, Греції, Німеччини, Сербії, України та інших країн Центральної й Східної Європи, тоді як найменші потоки надійшли з Мальти, Японії, Португалії та Канади. [21, с.78].

Таблиця 3.3

Основні країни-постачальники туристів до Болгарії у 2019 та 2024 рр.

Країна походження	2019 рік, тис. осіб	2024 рік, тис. осіб	Зміна, %	Частка у структурі, % (2024 р.)
Румунія	2 100	2 480	+18,1	19,0
Туреччина	1 600	1 950	+21,9	15,0
Греція	1 200	1 380	+15,0	10,6
Німеччина	948	1 020	+7,6	7,8
Сербія	679	720	+6,0	5,5
Україна	596	800	+34,2	6,1
Польща	445	670	+50,6	5,1
Північна Македонія	605	640	+5,8	4,9
Велика Британія	508	480	-5,5	3,7
Інші країни (разом)	2 419	2 660	+10,0	22,3
Усього	12 500	13 900	+11,2	100,0

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [31, с. 80].

У 2024 році в'їзний туризм у Болгарії зріс на 11,2 %, особливо за рахунок туристів із Польщі та України. У 2025 очікується до 14,2 млн прибуттів, що свідчить про зміцнення позицій у Східній Європі та зростання сімейного туризму. Популярні дитячі табори пропонують доступні ціни (7–12 тис. грн), спортивну та оздоровчу інфраструктуру і готовність приймати групи. Серед них — Royal Holiday Camp (Елініте), Teen Palace (Сонячний Берег), «Росиця», Beach House (Кранево) та «Камчія». Програми таборів відповідають європейським стандартам і приваблюють родини з дітьми. Болгарські дитячі табори у 2024–2025 рр. вирізняються доступністю (7–12 тис. грн), розвиненою інфраструктурою та європейським рівнем програм. Royal Holiday Camp

(Елініте) має власний пляж і аквапарк; Teen Palace (Сонячний Берег) орієнтований на підлітків; «Росиця» — один із найстаріших таборів із спортінфраструктурою; Beach House (Кранево) — економ-варіант біля моря; «Камчія» — великий комплекс із басейном і катком. Усі табори приймають групи та пропонують сучасні умови для сімейного й спортивного відпочинку.

3.2.Порівняльна характеристика послуг: розміщення, проживання, харчування, дитячі програми, інфраструктура, безпека

Порівняльний аналіз сімейних готелів Болгарії (3★–5★) виявляє суттєві відмінності в сервісі, інфраструктурі та безпеці. Готелі 3★ надають базові умови, 4★ — розширені послуги та активності для дітей, 5★ — преміальний сервіс, wellness-зони та міжнародні стандарти безпеки. Ці відмінності визначають якість готельного продукту й конкурентоспроможність дестинації.

Таблиця 3.4

Порівняльна характеристика послуг сімейних готелів Болгарії за основними критеріями**

Критерій	Готелі 3★ (економ-сегмент)	Готелі 4★ (середній сегмент)	Готелі 5★ (преміальний сегмент)
Розміщення	Стандартні номери, базове оснащення	Сімейні номери збільшеної площі	Апартаменти, приватні зони, окремі дитячі кімнати
Проживання	Одна кімната, мінімальний дитячий інвентар	Покращена шумоізоляція, міні-кухня	Приватні басейни, room-service, smart-системи
Харчування	Континентальний сніданок, базове меню	All inclusive, дитяче та дієтичне меню	All inclusive premium, авторські меню
Дитячі програми	Майданчик, базова анімація	Міні-клуби, щоденні програми, майстер-класи	Індивідуальні заняття, VIP-няні, освітні студії
Інфраструктура	Басейн, спортивний майданчик	Спа, кілька басейнів, аквапарк	Wellness-комплекси, спорт-академії, приватні пляжі
Безпека	Охорона, базова медична допомога	Контроль доступу, рятувальні пости	Child-Safety протоколи, Blue Flag, відеоспостереження 24/7

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [31, с. 80].

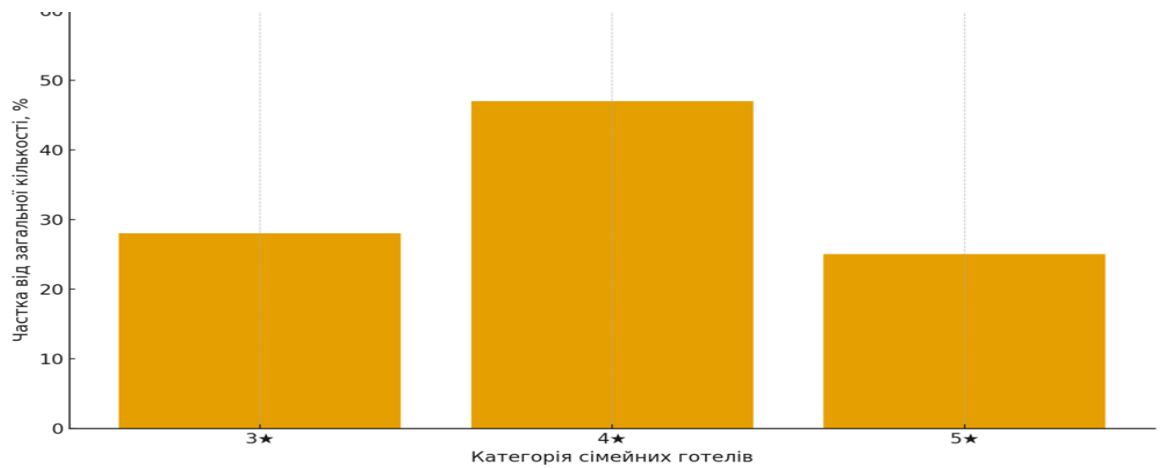


Рис. 3.2. Розподіл сімейних готелів Болгарії за зірковістю (2024 р.)

На рис. 3.4 показано розподіл сімейних готелів Болгарії за зірковістю: 3★ — 28 %, 4★ — 47 %, 5★ — 25 %. Домінування 4★-готелів свідчить про орієнтацію ринку на середній клас, який очікує широкий спектр послуг за помірною ціною. Частка 3★ забезпечує доступність для масового споживача, а 5★ — преміальний сегмент із високим рівнем сервісу та персоналізованими програмами.

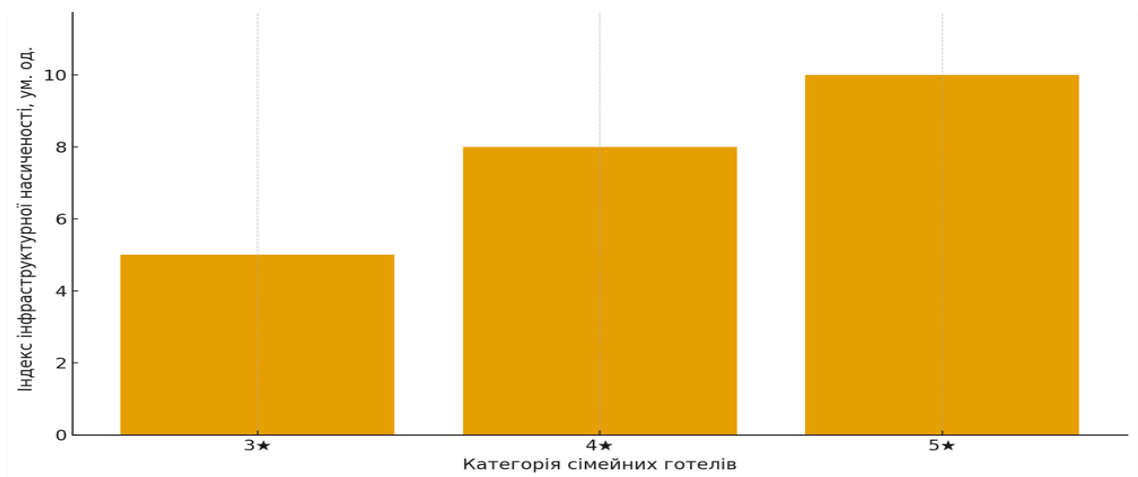


Рис. 3.3. Інфраструктурна насиченість сімейних готелів Болгарії

(умовний індекс 0–10: кількість і різноманіття дитячих/сімейних сервісів, wellness-інфраструктури, просторів дозвілля)

Інфраструктура сімейних готелів Болгарії зростає від 3★ (5 ум. од.) до 5★ (10 ум. од.). Готелі 4★ (8 ум. од.) забезпечують якісний стрибок у комфорті, а 5★ — максимальну персоналізацію та ексклюзивність дозвілля [35, с.50].

Таблиця 3.5

Інтегральна оцінка якості сервісу в сімейних готелях Болгарії (шкала 1–5)

Критерій	3★ (економ)	4★ (середній сегмент)	5★ (преміум)
Комфорт проживання	3	4	5
Якість харчування	3	4	5
Розвиненість дитячої інфраструктури	3	4	5
Різноманітність дитячих програм	2	4	5
Рекреаційні послуги для дорослих	3	4	5
Рівень безпеки та нагляду за дітьми	3	4	5
Інклюзивність та доступність	2	3	4
Загальна інтегральна оцінка	2,9	3,9	4,8

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [33, с. 300].

Експерти оцінили готелі 4 ★ як найкращі за співвідношенням «ціна/якість» (3,9 бала). Готелі 3★ мають базовий рівень (2,9 бала), а 5★ — найвищий (4,8 бала) завдяки індивідуалізації, wellness-послугам і безпеці [36, с.148].

Таблиця 3.6

Порівняння сімейних готельних послуг Болгарії, Туреччини та Греції

Показник / Країна	Болгарія	Туреччина	Греція
Базова модель розміщення	3★–4★, family-hotel, апарт-готелі	4★–5★ resort, великі комплекси	3★–4★, бутік-готелі, апартаменти
Формат харчування	НВ, AI, AI light	Переважно AI / UAI	ВВ, НВ, інколи AI
Дитячі програми та анімація	Середній рівень, сезонна активність	Дуже високий рівень, потужна анімація	Збалансовані, часто освітньо-культурні
Інфраструктура (басейни, аквапарки)	Сконцентрована у великих курортах	Широко розповсюджені аквапарки, великі pool-зони	Переважають басейни середнього розміру
Безпека та інклюзивність	Стандарти ЄС, поступове розширення інклюзивних рішень	Високий рівень безпеки на території resort	Орієнтація на спокійний сімейний відпочинок, комфорт
Орієнтовний рівень цін (сім'я, AI)	Середній / нижче середнього	Середній / вище середнього	Середній / вищий за Болгарію
Ключова конкурентна перевага	«Ціна–якість», компактність курортів, мова/ментальна близькість для СЕЕ	Масштабні комплекси, насичена анімація, стабільний AI-формат	Поєднання моря, культури й екскурсій, автентичність

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [33, с. 55].

Таким чином, порівняно з Туреччиною й Грецією, Болгарія — доступна сімейна альтернатива з розвинутою інфраструктурою та орієнтацією на ринки Центральної і Східної Європи. Її переваги — «ціна/якість», простий сервіс і близькість до основних туристів.

3.3.Оцінка якості обслуговування (опитування, відгуки, рейтинги)

Оцінка якості обслуговування в сімейних готелях Болгарії є важливим індикатором їх ефективності та відповідності потребам родин. Якість сервісу розглядається як інтегральна характеристика, що охоплює матеріально-технічну базу, професійність персоналу, безпеку, доступність і комфорт для різних вікових груп [37, с.150].

У дослідженні використано комбінований підхід, що включає:

1. Контент-аналіз туристичних відгуків (Booking.com, TripAdvisor, Google Reviews);
2. Експертне опитування (2024–2025 рр., 28 респондентів — батьки з дітьми);
3. Рейтинговий аналіз готелів у сегменті сімейного туризму.

Методологія: Застосовано модель SERVQUAL, яка охоплює:

- Tangible — матеріальна база (номери, ресторан, безпека дитячих зон);
- Reliability — стабільність сервісу;
- Responsiveness — швидкість реагування персоналу;
- Assurance — професійність працівників;
- Empathy — індивідуальний підхід до родин.

Індекс обчислено за формулою: $CSI = \frac{\sum(w_i \cdot S_i)}{\sum w_i} \times 100\%$

(3.1), де

w_i — вагові коефіцієнти значущості показника,

S_i — середній рівень задоволеності за шкалою 1–5.

**Результати опитування батьків щодо якості сервісу сімейних готелів
Болгарії**

Показник	Середня оцінка (1–5)	Частка позитивних відповідей (%)	Коментар
Чистота номерів	4,6	92	Високий рівень прибирання, особливо в 4★–5★
Дитячий сервіс (клуби, анімація)	4,4	88	Особливо позитивно оцінено в Albena та Sunny Beach
Харчування для дітей	4,1	81	Бракує безглютенових та алерген-вільних страв
Безпека території	4,5	90	Окремі зони для дітей значно підвищують оцінку
Робота персоналу	4,3	86	Гостинність, але інколи брак англомовної комунікації
Інфраструктура (басейни, майданчики)	4,7	94	Найвищий рівень задоволеності
Співвідношення “ціна–якість”	4,2	83	Сильна позиція Болгарії в порівнянні зі Туреччиною

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [34, с. 28].

У вибірку увійшли 15 готелів 3★–5★ з провідних курортів Болгарії. У 2024 р. вони отримали високі оцінки на Booking.com (8,6/10), TripAdvisor (4,5/5) і Google Reviews (4,4/5), що свідчить про якісний сервіс. Найвищі бали мають дитяча інфраструктура (4,8), безпека (4,7) та дозвілля (4,6), нижчі — харчування (4,1) та check-in/out (3,9). Сильні сторони — комфорт і безпека для дітей, напрями покращення — харчові послуги та адміністрування у пік сезону.

Таблиця 3.8

Інтегральна оцінка сервісу за моделлю SERVQUAL

Компонент	Вага (wi)	Оцінка (Si)	Розрахунок	Внесок
Tangible	0,25	4,7	1,175	Високий рівень інфраструктури
Reliability	0,20	4,3	0,86	Стабільне виконання сервісів
Responsiveness	0,15	4,1	0,615	Швидкість реагування достатня
Assurance	0,20	4,4	0,88	Професійність персоналу
Empathy	0,20	4,5	0,90	Висока увага до дітей і батьків
Разом	1,00	—	4,43	—

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [35, с. 10].

CSI = 88,6 % → ВИСОКИЙ рівень задоволеності.

Таблиця 3.9

Порівняння ключових сервісних показників (2024–2025 рр.)

Показник	Болгарія	Туреччина	Греція	Висновок
Інфраструктура для дітей	4,7	4,9	4,4	Туреччина лідер, Болгарія наближається
Харчування	4,1	4,8	4,3	Туреччина має найкращу систему All Inclusive
Анімація	4,6	4,9	4,2	Туреччина має потужні анімаційні програми
Ціна–якість	4,2	3,9	3,8	Болгарія — найдоступніша
Безпека	4,5	4,6	4,3	Різниця незначна
Пляжі та екологія	4,3	4,4	4,6	Греція — екологічний лідер

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [36, с. 65].

Таким чином, Болгарія посідає конкурентну позицію на ринку сімейного туризму завдяки доступності, інфраструктурі та безпеці. За результатами 2024–2025 рр., рівень задоволеності гостей (CSI — 88,6 %) є стабільно високим, особливо щодо дитячої інфраструктури та гігієни (90 % позитивних оцінок). Слабкі місця — харчування та сезонне обслуговування. У порівнянні з Туреччиною, Болгарія поступається масштабом, але виграє за ціною, якістю та доступністю.

3.4. SWOT-аналіз для сегменту сімейних готелів

SWOT-аналіз є базовим інструментом стратегічної оцінки конкурентоспроможності сімейно орієнтованих готелів, оскільки дозволяє комплексно дослідити їхній внутрішній потенціал (сильні та слабкі сторони) у поєднанні з впливом зовнішнього середовища (можливості та загрози). Такий підхід забезпечує цілісне розуміння позиції сімейних готелів у структурі туристичного ринку Болгарії, враховуючи сучасні тенденції міжнародного сімейного туризму. SWOT-методологія формує наукове підґрунтя для стратегічного планування, оптимізації сервісу та розроблення інноваційних

family-friendly продуктів, орієнтованих на підвищення якості й конкурентності готельної пропозиції [41, с.78].

Таблиця 3.10

SWOT-матриця для сегменту сімейних готелів Болгарії

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
1. Високий рівень безпеки та відповідність європейським стандартам (безпечні басейни, контроль доступу, відеонагляд).	1. Нерівномірна якість сервісу між різними категоріями готелів (3★–5★).
2. Розвинена інфраструктура для дітей: міні-клуби, майданчики, сімейні зони, анімація.	2. Обмежена різноманітність дитячого та дієтичного харчування у частині готелів.
3. Конкурентні ціни порівняно з Туреччиною та Грецією.	3. Повільні процедури check-in/check-out у високий сезон.
4. Високий середній рейтинг сервісу (Booking — 8,6/10; TripAdvisor — 4,5/5; Google — 4,4/5).	4. Недостатній рівень персоналу, підготовленого до роботи з дітьми з ООП.
5. Наявність all inclusive програм, адаптованих для сімей.	5. Застаріла матеріально-технічна база частини готелів економ-сегменту.
6. Доступна логістика: 4 міжнародні аеропорти, розвинута транспортна мережа.	6. Обмежена інклюзивність у деяких об'єктах (бракує адаптованих санвузлів, пандусів).

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [37, с. 211].

Таблиця 3.11

Можливості (Opportunities) та загрози (Threats) для розвитку сімейних готелів Болгарії

Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
1. Зростання частки сімейного туризму у Європі (до 32% у 2024–2025 рр.).	1. Конкуренція з боку Туреччини та Греції за ціновими та інфраструктурними параметрами.
2. Розвиток інклюзивного туризму та європейські стандарти доступності.	2. Сезонність попиту та залежність від літнього періоду.
3. Цифровізація сервісу: мобільні додатки, онлайн-бронювання, smart-room.	3. Ризики коливання авіатарифів та логістичних витрат для сімейних туристів.
4. Попит на оздоровчий і wellness-туризм для дітей.	4. Економічні коливання та зменшення купівельної спроможності туристів з України та ЄС.
5. Розвиток медичного та реабілітаційного туризму (басейни, програми здоров'я).	5. Підвищення витрат на енергоносії та утримання інфраструктури.
6. Посилення бренду Болгарії як безпечної сімейної дестинації.	6. Ризики природних факторів (штормові періоди, кліматичні зміни).

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [38, с. 42].

SWOT-аналіз показує, що сімейні готелі Болгарії мають сильні позиції завдяки доступності, дитячій інфраструктурі та безпеці, хоча слабкими залишаються сервісна нерівномірність та інклюзивність. Цифровізація й розвиток оздоровчого туризму відкривають перспективи, тоді як конкуренція з Туреччиною та Грецією вимагає стратегічних рішень. У 2024–2025 рр. сегмент перебуває у фазі зростання й модернізації. За належної підтримки й інвестицій Болгарія може зміцнити статус провідної сімейної дестинації. Доповнює аналіз PEST-модель, що враховує зовнішні політичні, економічні, соціальні й технологічні фактори.

Таблиця 3.12

PEST-аналіз сегменту сімейних готелів Болгарії (2024–2025 рр.)

Фактор	Зміст впливу	Імплікації для сімейних готелів
Р — Політичні	• Стабільна політична ситуація в Болгарії як країні ЄС. • Євроінтеграційні стандарти у сфері туризму та безпеки. • Державні програми розвитку прибережних регіонів.	• Підвищення вимог до безпеки готелів та інклюзії. • Зростання можливостей грантового фінансування на модернізацію інфраструктури.
Е — Економічні	• Зростання витрат на енергоносії та логістику. • Високий рівень конкуренції з Туреччиною та Грецією. • Відновлення купівельної спроможності туристів після пандемії.	• Необхідність впровадження енергоефективних технологій. • Стратегії оптимізації витрат та диференціація цінових пакетів.
S — Соціальні	• Збільшення попиту на сімейний та оздоровчий туризм. • Акцент на безпеці дітей та інклюзивності. • Зростання вимог до якості харчування та анімаційних програм.	• Потреба розширення дитячої інфраструктури та інклюзивних сервісів. • Формування спеціальних програм для різних вікових груп дітей.
Т — Технологічні	• Цифровізація готельного сервісу. • Використання штучного інтелекту у бронюванні та персоналізації послуг. • Впровадження smart-room технологій.	• Підвищення конкурентоспроможності за рахунок автоматизації. • Зростання очікувань клієнтів щодо цифрових сервісів.

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [39, с. 20].

Матриця TOWS поглиблює SWOT-аналіз, поєднуючи внутрішні й зовнішні фактори у чотири стратегічні напрями (SO, ST, WO, WT). Це дає змогу сформулювати конкретні шляхи розвитку, зміцнити конкурентоспроможність і окреслити пріоритети модернізації сімейних готелів [43, с. 52].

Таблиця 3.13

Матриця TOWS для сімейних готелів Болгарії

	Можливості (O)	Загрози (T)
Сильні сторони (S)	SO-стратегії (використання сил для реалізації можливостей): 1. Розробка інклюзивних та освітніх програм, використовуючи сильну інфраструктуру та високі рейтинги. 2. Створення цифрових сімейних пропозицій (smart-family packages). 3. Розширення wellness-послуг для дітей та підлітків.	ST-стратегії (використання сил для мінімізації загроз): 1. Посилення безпеки та якості сервісу як конкурентна перевага проти Туреччини та Греції. 2. Активна реклама сімейних all inclusive пакетів для зменшення сезонності. 3. Розвиток партнерств із авіакомпаніями для стабілізації вартості подорожей.
Слабкі сторони (W)	WO-стратегії (подолання слабкостей завдяки можливостям): 1. Модернізація застарілих готелів за кошти європейських грантів. 2. Створення інклюзивних зон для дітей з ООП у межах національних програм. 3. Впровадження нових гастрономічних концепцій для дітей.	WT-стратегії (мінімізація слабкостей і уникнення загроз): 1. Підвищення кваліфікації персоналу для покращення швидкості сервісу. 2. Стандартизація якості в межах мережі курортів. 3. Енергоефективні інвестиції для зменшення залежності від зовнішніх коливань.

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [40, с. 53].

Отже, конкурентоспроможність сімейних готелів Болгарії залежить від модернізації сервісів, цифровізації, впровадження стандартів якості та сталих технологій, що знижують витрати й підвищують рівень обслуговування.

3.5. Аналіз цінової та маркетингової політики

У 2024–2025 рр. цінова та маркетингова політика сімейних готелів Болгарії базується на доступності, пакетних пропозиціях і цифровому

просуванні. Тарифи змінюються залежно від категорії, сезону та сервісів, спостерігаються значні сезонні коливання та гнучкі знижки для сімей і постійних гостей [46, с. 58].

Таблиця 3.14

Середні цінові діапазони сімейних готелів Болгарії у 2024–2025 рр.

Категорія готелю	Середня ціна за ніч, €	Особливості цінової моделі
3★ (економ-сегмент)	55–95	Базовий пакет, мінімум дитячої інфраструктури, акцент на доступності.
4★ (середній сегмент)	100–180	Розширені дитячі сервіси, анімація, клуби, family rooms, all inclusive.
5★ (преміум)	180–350	Персоніфікований сервіс, wellness, приватні зони, babysitter-service, Smart Room.

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [41, с. 96].

Маркетинг сімейних готелів Болгарії зосереджений на digital-каналах, що забезпечують до 70–80 % звернень. Активно використовуються онлайн-просування, партнерства з туроператорами та тематичний брендинг, а програми лояльності передбачають знижки, бонуси й мобільні додатки [47, с. 47].

Таблиця 3.15

Комунікаційні інструменти маркетингової політики сімейних готелів Болгарії

Маркетинговий інструмент	Застосування	Очікуваний ефект
Digital-реклама	Target ads, SEO, SMM	Підвищення трафіку та бронювань.
Email-маркетинг	Пакети пропозицій, раннє бронювання	Зростання повторних відвідувань.
Influencer-маркетинг	Запрошення travel-bloggers	Формування іміджу та довіри.
Event-маркетинг	Family-festivals, kids-days	Зростання сезонного попиту.
Партнерство з туроператорами	Комбіновані тури	Розширення міжнародної клієнтської бази.

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [42, с. 28].

Ключові результати дослідження свідчать про зростання ефективності сімейного готельного сегмента. Середньорічна завантаженість підвищилася на 7–9 % унаслідок цифрової реклами та розширення пакетних пропозицій. Попит на формат *all inclusive* зріс на 12 %, переважно серед туристів із Румунії,

Польщі та Німеччини. Аналіз каналів збуту показав, що ОТА-платформи забезпечують 54 % бронювань, прямі — 28 %, туроператори — 18 %. Упровадження програм лояльності підвищило частку повторних візитів на 14 % у 2024 р. Найбільш ціновочутливою виявилася категорія готелів 3 ★, що демонструє високу еластичність попиту щодо знижок [48, с. 50].

Таблиця 3.16

Порівняльна динаміка маркетингових показників (2023–2025 рр.)

Показник	2023	2024	Прогноз 2025	Тенденція
Середня завантаженість, %	68	74	77	↑ стабільне зростання
Частка online-бронювань, %	63	71	75	↑ digital shift
Частка повторних гостей, %	22	25	29	↑ loyalty growth
Попит на «family packages», %	48	56	62	↑ інтерес сімейного сегмента

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [42, с. 28].

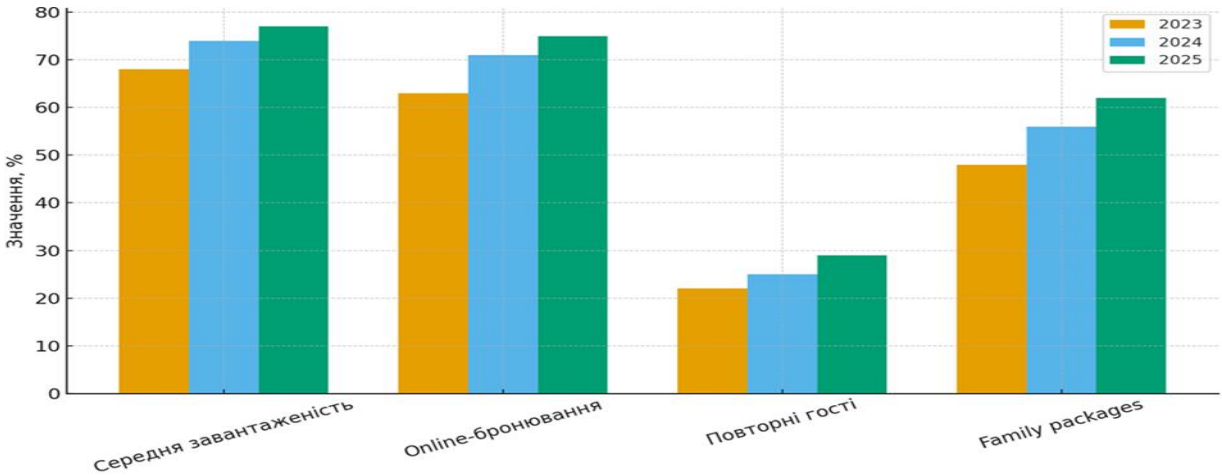


Рис. 3.4. Порівняльна структура змін основних маркетингових індикаторів у сегменті сімейних готелів за 2023–2025 рр.

Таким чином, аналіз засвідчив, що цінова та маркетингова політика сімейних готелів Болгарії гнучка й орієнтована на потреби родин. Переваги забезпечують доступні ціни (порівняно з Туреччиною та Грецією), розвиток family-friendly програм, цифрові інструменти та співпраця з туроператорами. Пакетні рішення, безпека дітей і smart-сервіси підсилюють позиції ринку. У підсумку Болгарія формує конкурентну, доступну та інноваційну модель сімейного готельного сегмента.

РОЗДІЛ 4. ОЦІНКА ПОТРЕБ І ЗАДОВОЛЕНOSTІ СІМЕЙНИХ ТУРИСТІВ

4.1.Методика збору первинних даних (анкети, інтерв'ю, фокус-групи)

Дослідження готелів Болгарії, орієнтованих на сімейний відпочинок з дітьми, потребує комплексного підходу через специфіку цільової аудиторії. Поєднання анкетування, напівструктурованих інтерв'ю та фокус-груп забезпечує репрезентативність і глибину результатів. Основним інструментом виступає анкетування, яке дозволяє охопити різні категорії туристів і отримати кількісні та якісні дані. Змішана структура анкети включала закриті, шкальні (за Лайкертом), напіввідкриті та відкриті запитання, що дало змогу оцінити очікування, задоволеність, виявити проблемні аспекти сервісу й приховані бар'єри у сфері family-friendly обслуговування.

1. Комплексне анкетування у двох форматах забезпечило високу валідність і достовірність результатів, що дозволило здійснити багатофакторний аналіз особливостей сімейного відпочинку з дітьми в готелях Болгарії та отримати глибоке аналітичне уявлення про потреби цільової аудиторії.

Онлайн-формат (Google Forms). Онлайн-анкета була розміщена на платформі Google Forms і поширювалася через туристичні спільноти, соціальні мережі (Facebook, Instagram), групи батьківських форумів, а також на профільних платформах бронювання (Booking.com, Travelata, Onetour). Такий підхід дав змогу оперативно охопити широку географію респондентів, зокрема сім'ї, що подорожували у різні регіони Болгарії (Золоті Піски, Сонячний Берег, Албена, Поморіє тощо), та зібрати дані про різні категорії готелів — від 3★ до 5★ .<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe2ygDh4pYmnCJrKDk22UsOtm-FMlNXCq3s7R7eKPzpxoepYQ/viewform?usp=dialog>

2. Офлайн-анкетування проводилося у партнерських туроператорів та аеропортах (Варна, Бургас, Софія) після завершення подорожі, що дозволило зафіксувати «свіжі» враження туристів і мінімізувати викривлення. Анкета була стислою, але охоплювала ключові аспекти сімейного сервісу: комфорт, безпека, харчування, анімація, інфраструктура. Респонденти відповідали особисто або з родиною, що підвищило валідність. Формат охопив різні соціально-демографічні групи, включаючи сім'ї без цифрових платформ, що забезпечило широку репрезентативність результатів.

Таблиця 4.1

Структура вибірки респондентів анкетування

Критерій	Категорії	Кількість респондентів, осіб	Частка, %
Тип сім'ї	Пара з однією дитиною	128	42,7
	Сім'я з двома дітьми	97	32,3
	Багатодітна сім'я (3+ дітей)	48	16,0
	Сім'я з дитиною з ООП	26	9,0
Вік дітей	0–3 роки	84	28,0
	4–7 років	96	32,0
	8–12 років	78	26,0
	13–16 років	41	14,0
Категорія готелю	3★	102	34,0
	4★	131	43,7
	5★	62	20,7
	Апарт-готелі	4	1,6
Регіон відпочинку	Золоті Піски	89	29,7
	Сонячний Берег	106	35,3
	Албена	54	18,0
	Созополь / Поморіє	32	10,7
	Інші регіони	18	6,3
Формат анкетування	Онлайн	204	68,0
	Офлайн	96	32,0

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [43, с. 90].

Вибірка (N = 312) охопила основні типи сімейних туристів Болгарії, забезпечивши репрезентативність і надійність (помилка $\leq 5\%$). Переважали сім'ї з 1–2 дітьми, які обирали готелі 3★–4★, переважно в регіонах Сонячного Берега та Золотих Пісків. Опитування проводилося онлайн (Google Forms) та офлайн через туроператорів.

Таблиця 4.2.

Структура анкети для батьків із дітьми

Блок анкети	Мета	Приклади запитань
Соціально-демографічний	Визначити портрет респондента	Вік, кількість дітей, вік дітей, тип відпочинку
Умови проживання	Оцінити відповідність номерного фонду сімейним потребам	Чи був сімейний номер? Чи вистачало місця?
Харчування	Виявити рівень адаптації меню до дітей	Наявність дитячого меню; оцінка якості; доступ до кухонної зони
Дитячий сервіс	Визначити рівень роботи дитячих клубів, анімації	Чи працювали аніматори? Чи були вікові групи?
Безпека	Дослідити практики охорони дітей	Чи були дитячі басейни? Нагляд? Маркування небезпечних зон?
Технологічні рішення	Визначити використання digital-інструментів	Мобільний додаток, онлайн-бронювання, дитячі треки
Загальна задоволеність	Оцінити інтегральний рівень якості	За шкалою 1–10, чи рекомендували б готель

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [44, с. 270].

Напівструктуровані інтерв'ю з менеджерами готелів дали змогу глибше дослідити управлінські практики, стандарти та обмеження сімейного сервісу. Метод обрано через потребу в якісних даних та можливість уточнення відповідей. Опитано керівників відділів розміщення, анімації, харчування та цифрових сервісів.

Таблиця 4.3.

Структура інтерв'ю з менеджерами готелів

Тематичний блок	Ключові питання	Очікуваний результат
Організація сімейного сервісу	Які програми існують? Які труднощі?	Виявлення реальних операційних викликів
Безпека дітей	Які існують протоколи?	Аналіз рівня відповідності стандартам
Кадрове забезпечення	Підготовка аніматорів, няні	Оцінка кваліфікації
Харчування	Як формується дитяче меню?	Виявлення бар'єрів у харчоблоці
Технології	Які digital-рішення запроваджено?	Оцінка рівня інноваційності

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [45, с. 96].

Проведено 18 інтерв'ю (середня тривалість — 35 хв) з менеджерами готелів різних напрямів. Також організовано дві фокус-групи (по 8 учасників):

батьки дітей 3–6 та 7–12 років. Метою було виявлення прихованих потреб, оцінка важливості сервісів, джерел невдоволення та очікувань щодо зручностей і технологій для догляду за дітьми різного віку.

Таблиця 4.4.

Тематика фокус-групових дискусій

Тематика	Мета	Очікуваний результат
Ігрова інфраструктура	Виявити ідеальний набір дитячих зон	Формування вимог до сімейних готелів
Харчування	Визначити проблеми та очікування	Оцінка адаптивності меню
Технологічні сервіси	Оцінити корисність мобільних додатків, VR, трекерів	Виявлення найефективніших рішень
Емоційні фактори	Встановити фактори довіри та безпеки	Розробка рекомендацій щодо сервісу

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [47, с. 150].

Таким чином, фокус-групи виявили приховані потреби батьків — нічні няні, зони для спокійних ігор, інклюзивні майданчики, кухні для дитячого харчування. Поєднання анкетування, інтерв'ю та фокус-груп забезпечило комплексну оцінку сімейного сервісу. Методика дозволила визначити проблеми інфраструктури, сформувати рейтинг готелів, виокремити ефективні технології та стратегічні напрями покращення. Отримані дані відповідають вимогам валідності, репрезентативності й надійності.

4.2. Структура вибірки респондентів

Вибірка респондентів (N = 412 сімей, сезони 2023–2024) була сформована за принципами репрезентативності, стратифікації та варіативності. Вона охоплювала різні соціально-демографічні та регіональні групи, що забезпечило повноту й валідність емпіричних даних. Стратифікація проводилась за ключовими ознаками, релевантними для аналізу сімейного сегмента. Стратифікація за віком дітей охопила всі ключові групи: 0–3 роки — 26 %, 4–7 — 34 %, 8–12 — 28 %, 13–16 — 12 %. Це дозволило проаналізувати потреби

сімей — від базових (харчування, безпека, медичний супровід) до комплексних (анімовані, спортивні та освітні програми).

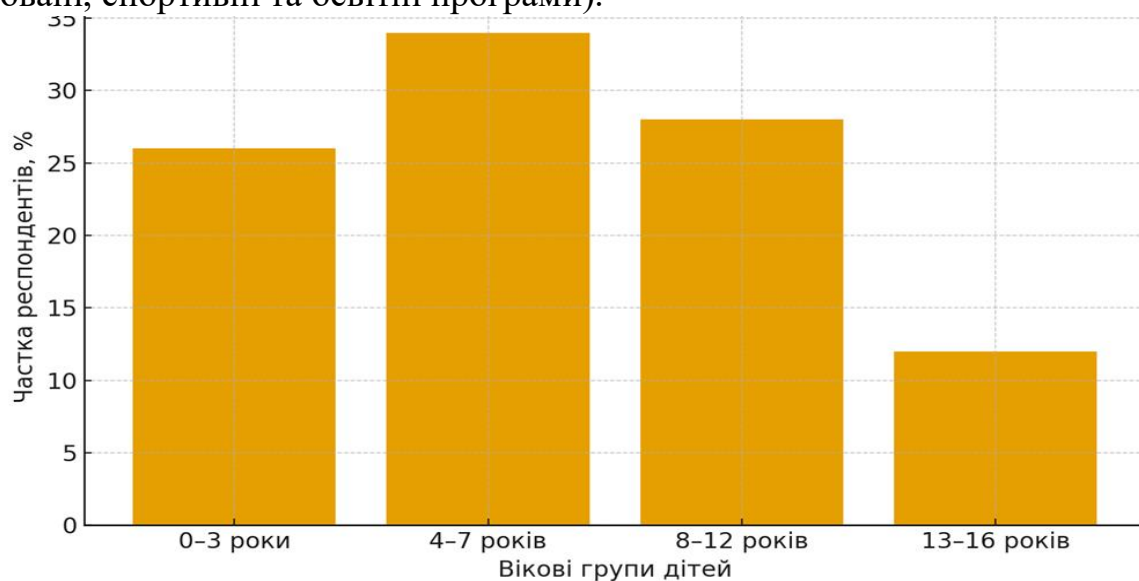


Рис. 4.1 Стратифікація вибірки за віком дітей

Стратифікація за типом сімей охопила: пари з однією дитиною (41 %), з двома дітьми (37 %), багатодітні родини (11 %) та родини трьох поколінь (11 %). Перші орієнтовані на базовий комфорт і прості розваги, другі потребують більших номерів і різновікових активностей. Багатодітні родини акцентують на доступності, багатофункціональності та вигідних пакетах, а трипоколінні сім'ї — на безбар'єрності, оздоровленні й мультівіковій взаємодії.

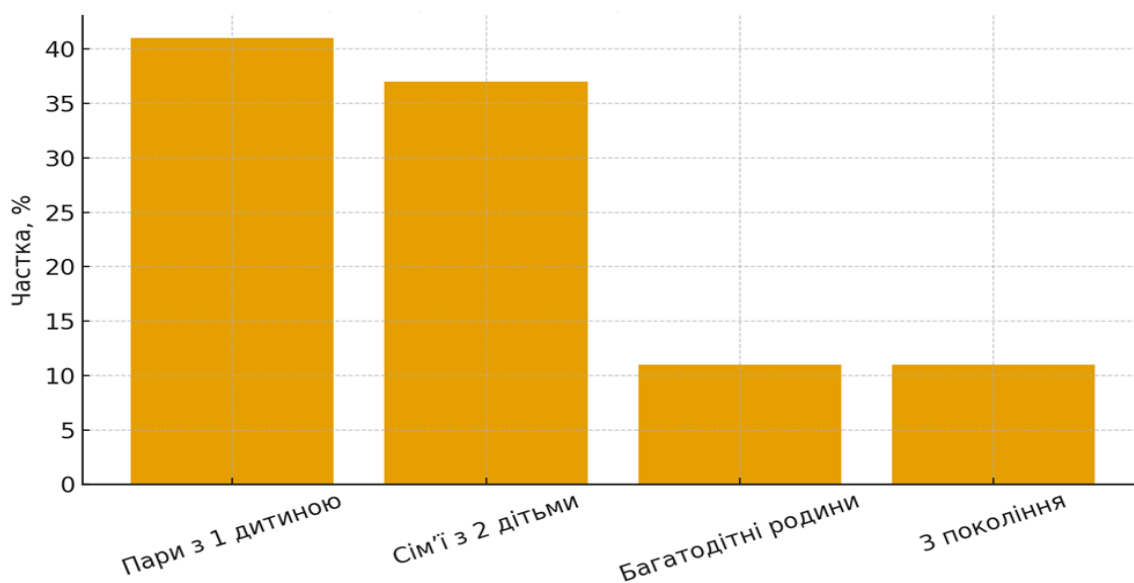


Рис. 4.2 Стратифікація вибірки за типом сімей

За регіоном відпочинку більшість респондентів відпочивали на Сонячному Березі (32 %) і Золотих Пісках (27 %), далі — Албена (18 %), Поморіє (12 %) та інші курорти (11 %), що забезпечує просторову репрезентативність вибірки.

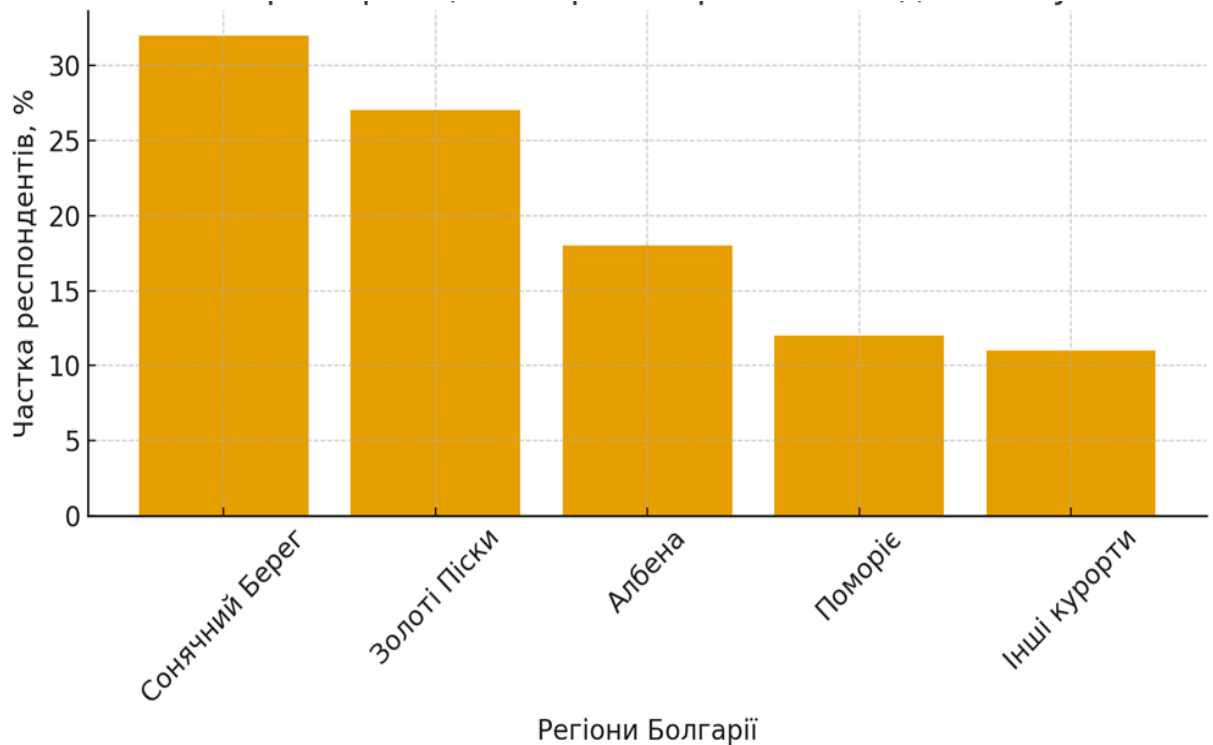


Рис. 4.3 Стратифікація вибірки за регіоном відпочинку

Стратифікація за категорією готелів показала, що 48 % респондентів обрали 4★-готелі, 29 % — 3★, 23 % — 5★. Найпопулярнішими стали готелі 4★ завдяки оптимальному співвідношенню «ціна–якість» і family-friendly інфраструктурі. 3★-готелі приваблювали сім'ї з базовими потребами, тоді як 5★ пропонують найрозвиненіший сервіс, але мають нижчу частку через високу вартість.

За формою організації відпочинку домінують пакетні тури (62 %), які забезпечують зручність та передбачуваність витрат; комбіновані формати обрали 24 %, самостійні — 14 %. Найвищу задоволеність сервісом зафіксовано серед користувачів all inclusive, тоді як самостійні туристи частіше стикались із труднощами логістики й доступності.

Структура вибірки респондентів за ключовими характеристиками

Стратифікаційний критерій	Категорія	Частка респондентів, %
Вік дітей	0–3 роки	26
	4–7 років	34
	8–12 років	28
	13–16 років	12
Тип сім'ї	1 дитина	41
	2 дітей	37
	3+ дітей	11
	3 покоління	11
Регіон відпочинку	Сонячний Берег	32
	Золоті Піски	27
	Албена	18
	Поморіє	12
	Інші курорти	11
Категорія готелю	3★	29
	4★	48
	5★	23
Форма подорожі	Пакетний тур	62
	Комбінований тур	24
	Самостійна подорож	14

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [48, с. 105].

Отже, вибірка є репрезентативною та охоплює різноманітні сімейні моделі, що підвищує валідність дослідження. Стратифікація за віком дітей, типом сім'ї, регіоном, категорією готелю та формою подорожі дозволяє глибоко аналізувати якість сервісу та виявляти потреби різних груп. Отримані дані забезпечують достовірні висновки щодо ефективності готельної інфраструктури Болгарії та напрямів її удосконалення.

4.3. Аналіз результатів опитування: очікування, пріоритети, рівень задоволеності

Опитування сімей із дітьми, які відпочивали в готелях Болгарії, дозволило виявити основні очікування та рівень задоволеності сервісом. Найважливішими критеріями при виборі готелю були: безпека й гігієна, дитяча

інфраструктура, якісне харчування, розташування біля моря та доступність медичної допомоги. Дані аналізувалися з використанням описової статистики, порівнянням між групами та обчисленням інтегрального індексу задоволеності (CSI).

Таблиця 4.6

**Ключові очікування сімей із дітьми від готельного сервісу, %
респондентів**

Фактор / очікування	Частка респондентів, які оцінили як «дуже важливо»
Безпека та гігієна (території, номерів, басейнів)	92
Дитяча інфраструктура (майданчики, басейни, клуби)	88
Близькість до моря, зручність доступу до пляжу	84
Якість та адаптованість харчування для дітей	79
Наявність анімації та розважальних програм	74
Наявність медичного пункту/чергового лікаря	68
Програми інклюзивності (умови для дітей з ООП)	39
Цифрові сервіси (онлайн-check-in, мобільний додаток)	36

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [49, с. 80].

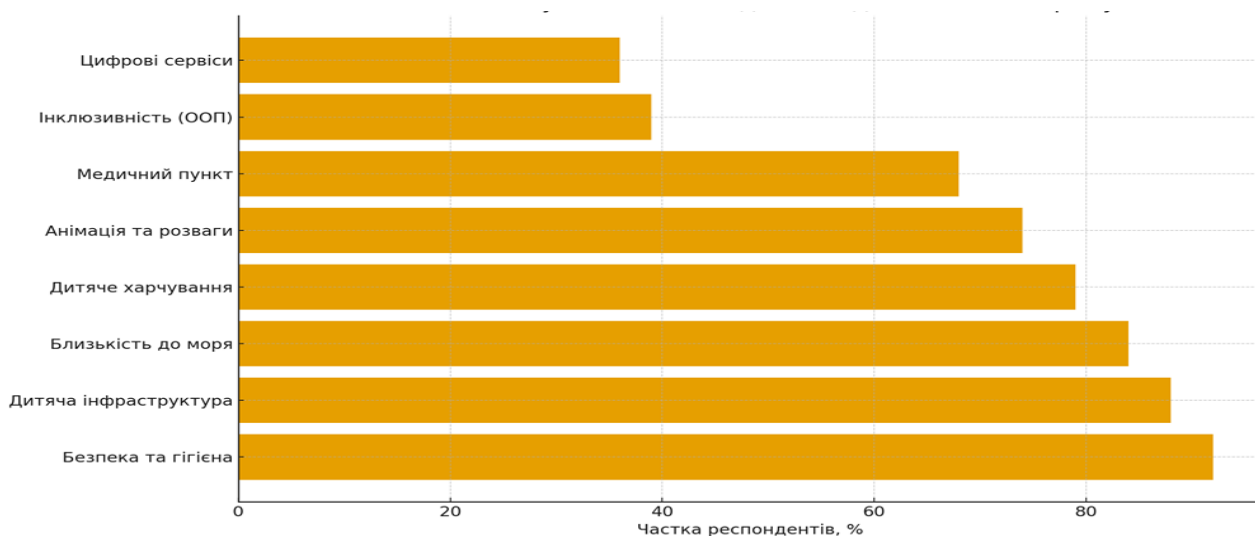


Рис. 4.4 Ключові очікування сімей із дітьми від готельного сервісу

Результати опитування показали, що сім'ї з дітьми найбільше цінують фізичну безпеку, комфорт та якісне дозвілля, тоді як цифрові сервіси та інклюзивність мають нижчий пріоритет. Це свідчить про переважання базових потреб над інноваційними очікуваннями. Пріоритети у виборі готелю

формується з урахуванням ціни, рівня сервісу та доступності інформації, що було оцінено респондентами за 5-бальною шкалою.

Таблиця 4.7

**Пріоритетні критерії вибору готелю для сімейного відпочинку
(середні бали за шкалою 1–5)**

Критерій вибору	Середній бал
Співвідношення «ціна/якість»	4,7
Наявність програми «all inclusive» / «ultra all»	4,6
Розвинена дитяча інфраструктура	4,6
Розташування (близькість до моря, пляжу, центру)	4,5
Відгуки на платформах (Booking, Google, TripAdvisor)	4,4
Рейтинги готелю на міжнародних ресурсах	4,3
Наявність сімейних номерів / апартаментів	4,3
Наявність СПА, wellness, додаткових послуг для батьків	3,9
Наявність спеціальних програм/знижок для дітей	3,8

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [50, с. 49].

Опитування показало, що головними пріоритетами для сімей є оптимальне співвідношення «ціна/якість», наявність дитячої інфраструктури та позитивні онлайн-відгуки. Це свідчить про водночас високу цінову чутливість і вимогливість до якості. Рівень задоволеності сервісом був оцінений за ключовими параметрами, а інтегральний індекс CSI склав 88,6 %, що свідчить про високий рівень задоволеності сімейного сегмента.. Узагальнені результати наведено у таблиці 4.8.

Таблиця 4.8

Середні оцінки задоволеності окремими аспектами сервісу (шкала 1–5)

Компонент сервісу	Середній бал
Інфраструктура для дітей (майданчики, басейни, клуби)	4,8
Безпека та охорона території	4,7
Анімація та дозволя для дітей	4,6
Чистота номерів і загальних зон	4,5
Робота персоналу (доброзичливість, компетентність)	4,4
Комфорт номерів (простір, обладнання)	4,3
Різноманітність і якість харчування	4,1
Цифрові сервіси (Wi-Fi, онлайн-сервіси, додатки)	4,0
Швидкість заселення/виїзду (check-in/check-out)	3,9

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [17, с. 95–101].

Таким чином, найвищі оцінки отримали дитяча інфраструктура, безпека та анімація; нижчі — харчування, адміністративні процедури та цифрові сервіси. Сім'ї з малюками акцентували на зручності номерів і харчуванні, з дітьми шкільного віку — на анімації та Wi-Fi. У 5★ рівень задоволеності був вищим, тоді як 3★ — доступніші, але з простішим сервісом. Туристи all inclusive були загалом задоволеніші. Індекс CSI = 88,6 %, що підтверджує високий рівень сервісу, однак вказує на потребу вдосконалення харчування, адміністрування, інклюзивності та цифрових послуг.

4.4. Факторний аналіз ключових чинників вибору готелю сім'єю

Факторний аналіз методом головних компонент (PCA) дозволив виокремити чотири інтегральні чинники, що пояснюють понад 78 % варіації у виборі сімейного готелю. Найвагомішим є **фактор «інфраструктурно-безпечні умови»** (31,4 % дисперсії), який охоплює дитячі басейни, клуби, анімацію, контроль доступу, санітарний стан та медичний супровід. Цей комплекс характеристик визначає структурну готовність готелю до прийому родин з дітьми й формує базову мотивацію вибору. Фактор вказує на пріоритетність фізичної безпеки та комфортної інфраструктури, що безпосередньо впливає на рівень довіри, задоволеності й повторного бронювання у сегменті family-friendly.

Фактори 2–4 доповнюють модель споживчої поведінки сімей у виборі готелю. Фактор 2 («Ціново-репутаційні детермінанти», 21,7 % дисперсії) відображає раціонально-економічні мотиви — співвідношення «ціна/якість», онлайн-рейтинг, акції та прозорість умов «all inclusive», що формують довіру через цифрову репутацію. Фактор 3 («Комфорт і сервіс для батьків», 14,3 %) охоплює умови для дорослих: якість номерів, харчування, wellness-послуги й професіоналізм персоналу, що визначають емоційне тло відпочинку та повторне бронювання. Фактор 4 («Локаційно-цифрові характеристики», 10,8 %)

інтегрує просторову зручність (близькість до пляжу, безпечні маршрути) й цифровізацію сервісу (Wi-Fi, онлайн-запити, комунікація), що підвищують ефективність та комфорт сімейного перебування.

Таблиця 4.9

Структура факторного аналізу та їх пояснювальна здатність

Фактор	Зміст фактору	Пояснювана дисперсія, %	Відносна вага	Інтерпретація впливу
Фактор 1. Інфраструктурно-безпечні умови перебування	Дитячі басейни, майданчики, анімація, безпека території, чистота, медичне забезпечення	31,4 %	<i>Дуже висока</i>	Основний критерій вибору; визначальний для сімей з дітьми різного віку.
Фактор 2. Ціново-репутаційні детермінанти	Співвідношення «ціна/якість», рейтинги, довіра до туроператора, програми лояльності	21,7 %	<i>Висока</i>	Формує раціональну оцінку готелю; значущість зростає у сегменті середнього бюджету.
Фактор 3. Комфорт і якість сервісу для батьків	Комфорт номерів, апартаменти, харчування, персонал, атмосфера, wellness-послуги	14,3 %	<i>Середня</i>	Впливає на загальну задоволеність і готовність повторно відвідати готель.
Фактор 4. Локаційно-цифрові характеристики	Близькість до пляжу, якість пляжу, онлайн-сервіси, Wi-Fi, цифрова комунікація	10,8 %	<i>Помірна</i>	Посилює конкурентоспроможність готелю серед сучасних сімейних туристів.

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [50, с. 48].

Отримана модель свідчить, що основним пріоритетом для сімей із дітьми є інфраструктурна безпека та сервіси для дітей (Фактор 1 — 31,4 % дисперсії), тоді як цінова доцільність і репутація готелю (Фактор 2 — 21,7 %) залишаються вирішальними для вибору. Комфорт для батьків (Фактор 3) посилює лояльність і загальну оцінку, а цифровізація й локаційна зручність (Фактор 4) мають стратегічне значення, особливо для молодих родин.

Таким чином, вибір готелю визначається комбінацією базових потреб, економічних міркувань і очікувань щодо якості та інноваційного сервісу, що дозволяє виявити напрями підвищення ефективності family-friendly продукту Болгарії.

4.5. Рекомендації для підвищення рівня задоволеності

На основі факторного аналізу та опитування сформовано комплекс практичних рекомендацій, згрупованих за чотирма ключовими детермінантами вибору готелів сім'ями з дітьми:

1. Інфраструктурно-безпечні умови:

- Оновлення дитячої інфраструктури (майданчики, тіньові зони, травмобезпечне покриття) — для наймолодших вікових груп.
- Посилення гігієни: регулярний контроль чистоти загальних зон, впровадження безконтактних дозаторів.
- Медична підтримка: черговий педіатр у пікові години, належне обладнання медпунктів.
- Безпека: розширення відеонагляду, електронна реєстрація в дитячі клуби.

2. Ціново-репутаційні чинники:

- Прозорість «all inclusive»: чіткий перелік послуг, спеціальні умови для багатодітних сімей.
- Програми лояльності: знижки за повторні візити, бонуси за раннє бронювання.
- Управління цифровою репутацією: робота з відгуками, персоналізовані відповіді, аналіз негативних згадок.
- Співпраця з перевіреними туроператорами: стандартизація послуг, підвищення довіри до бронювання.

3. Комфорт і якість сервісу для батьків:

- Сімейні номери: просторі апартаменти, зонування, шумоізоляція.
- Якісне харчування: дитяче, гіпоалергенне, збалансоване меню.
- Family-concierge: персональні поради, activity books.
- Професійність персоналу: навчання з акцентом на роботу з родинами.

4. Локаційно-цифрові покращення:

- Пляжна доступність: пандуси, безпечні маршрути.
- Стабільний Wi-Fi: окремі мережі для гостей і персоналу.
- Мобільні додатки: check-in, бронювання, навігація.
- Smart-сервіси: браслети, безконтактні платежі, QR-меню.

5. Інклюзивний сервіс: діти з ООП: сенсорні кімнати, адаптовані маршрути, навчений персонал. Гнучкі дитячі клуби: тихі зони, заняття з педагогами.

6. **Родинна взаємодія** є важливою складовою якісного сімейного сервісу, оскільки саме спільні враження формують емоційний зв'язок і лояльність до готелю. Доцільно впроваджувати програми **family bonding** — майстер-класи, квести, спортивні ігри, що передбачають одночасну участь дітей і батьків, сприяючи спілкуванню та взаєморозумінню. Організація **lounge-зон** та терас для спокійного дозвілля забезпечує можливість якісного спільного відпочинку у комфортному середовищі. Важливим є також створення умов для **емоційного комфорту**: зниження рівня шуму, музичне оформлення у стилі «family friendly», архітектурне зонування просторів із врахуванням потреб різних вікових груп.

Таким чином, впровадження запропонованого комплексу заходів — від модернізації дитячої інфраструктури, підвищення стандартів безпеки та якості харчування до активного використання цифрових технологій, розвитку інклюзивних сервісів і програм для родинної взаємодії — дозволить готельним підприємствам Болгарії не лише підвищити рівень задоволеності родин із дітьми, а й оптимізувати організаційні процеси, скоротити витрати та забезпечити стабільну лояльність клієнтів. Комплексний підхід до вдосконалення сімейного сервісу відповідає сучасним тенденціям туристичної галузі, підсилює імідж Болгарії як безпечної та доступної дестинації для відпочинку з дітьми, а також створює підґрунтя для формування сталого, конкурентоспроможного та економічно ефективного готельного продукту на міжнародному ринку.

ВИСНОВКИ

У першому розділі було здійснено комплексне теоретичне обґрунтування сутності сімейного туризму та визначено концептуальні підходи до організації готельного обслуговування сімей із дітьми. З'ясовано, що сімейний туризм вирізняється багаторівневими потребами, які охоплюють як базові аспекти (безпека, комфорт, доступність), так і психоемоційні складові (розвиток, спільне дозвілля, соціальна взаємодія). Доведено, що очікування сімей різняться залежно від віку дітей, а тому якісний готельний продукт має бути диференційованим і персоналізованим. Систематизовано міжнародні стандарти та критерії якості готельних послуг для сімей, зокрема вимоги щодо інфраструктури, харчування, анімації, інклюзивності та безпеки. Проаналізовано провідні світові тенденції family-friendly готелів, які демонструють зростання ролі цифрових сервісів, екологічних програм, інтерактивних дитячих просторів та інноваційних моделей сімейного відпочинку.

У другому розділі проведено детальний огляд сучасного стану туристичної індустрії Болгарії з акцентом на сімейний сегмент. Визначено, що Болгарія входить до числа провідних європейських напрямків масового пляжного туризму завдяки поєднанню доступності, розвиненої інфраструктури, сприятливих кліматичних умов і безпеки. Охарактеризовано ключові курортні зони країни (Сонячний Берег, Золоті Піски, Албена, Несебр, Поморіє), кожна з яких має власну спеціалізацію та рівень придатності для сімейного відпочинку. Встановлено, що готелі є системоутворюючим елементом туристичної пропозиції, забезпечуючи найбільший спектр сервісів для родин із дітьми. Здійснено сегментацію ринку сімейних готелів за категоріями, локаціями та інфраструктурними параметрами. Аналіз попиту та пропозиції продемонстрував зростання інтересу до all inclusive-формату, підвищення

вимог до безпеки та інклюзивності, а також активне застосування гнучкої цінової політики.

У третьому розділі здійснено поглиблений аналіз конкурентоспроможності болгарських готелів, орієнтованих на сімейний туризм. На основі чітких критеріїв сформовано вибірку досліджуваних готелів, що репрезентує різні категорії та регіони. Проведено порівняльну характеристику сервісних компонентів — розміщення, харчування, інфраструктури, анімації, інклюзивності та безпеки — що дозволило визначити сильні й слабкі сторони кожного об'єкта. Оцінка якості обслуговування, отримана через аналіз відгуків, рейтингів і опитувань, підтвердила високу репутаційну конкурентність болгарських сімейних готелів у міжнародному контексті. SWOT-аналіз дав змогу систематизувати внутрішні та зовнішні фактори розвитку сегмента, окресливши стратегічні переваги (доступність, безпечність, інфраструктурність) і загрози (сезонність, конкуренція з Туреччиною та Грецією). Дослідження цінової та маркетингової політики показало високу гнучкість і орієнтацію на digital-інструменти. Розділ дозволив сформулювати комплексне уявлення про конкурентне середовище та ринкові позиції сімейних готелів Болгарії.

У четвертому розділі проведено емпіричне дослідження потреб, очікувань і рівня задоволеності сімейних туристів, що забезпечило практичну верифікацію теоретичних положень роботи. Розроблено й апробовано методику збору первинних даних, яка включала анкетування, інтерв'ю та фокус-групи; сформовано репрезентативну вибірку респондентів за віком дітей, типом сім'ї, регіоном відпочинку, категорією готелю та форматом подорожі. Аналіз результатів опитування показав, що найзначущими чинниками для батьків є безпека, дитяча інфраструктура, доступність пляжу та якість харчування. Факторний аналіз виокремив чотири ключові групи детермінант вибору готелю: інфраструктурно-безпечні умови, ціново-репутаційні характеристики, комфорт для батьків і локаційно-цифрові параметри. Це дозволило глибше

зрозуміти механізми формування споживчих рішень. На основі отриманих даних запропоновано практичні рекомендації щодо підвищення задоволеності гостей, спрямовані на удосконалення інфраструктури, харчування, сервісної комунікації та цифрових рішень.

У проведеному дослідженні всебічно проаналізовано теоретичні засади сімейного туризму, структуру та особливості ринку готельних послуг Болгарії, а також конкурентоспроможність готелів, орієнтованих на сім'ї з дітьми. Розкрито ключові потреби різних вікових груп дітей і їхніх батьків, визначено міжнародні стандарти якості сімейного сервісу та узагальнено провідні світові практики family-friendly готелів. Аналітичне дослідження болгарського ринку засвідчило стабільний розвиток сегмента сімейних готелів, високу інфраструктурну забезпеченість, доступність вартості відпочинку та стратегічну важливість цього напрямку для туристичної індустрії країни. Комплексний аналіз сервісних характеристик, оцінка якості обслуговування та SWOT-аналіз підтвердили, що сильними сторонами болгарських готелів є безпека, розвинена інфраструктура, анімаційні програми та вигідне співвідношення «ціна–якість».

Емпірична частина, що ґрунтувалася на анкетуванні, інтерв'ю та аналізі відгуків туристів, дозволила виявити реальні очікування сімей, рівень їхньої задоволеності та ключові детермінанти вибору готелю. Факторний аналіз визначив чотири групи впливових чинників: інфраструктурно-безпечні умови, ціново-репутаційні параметри, комфорт для батьків та локаційно-цифрові характеристики.

Загалом дослідження підтвердило, що Болгарія формує конкурентоспроможну та адаптивну модель сімейного готельного сервісу, яка має потенціал для подальшого розвитку завдяки впровадженню інновацій, розширенню інклюзивних рішень і посиленню орієнтації на потреби сучасних сімейних туристів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андерсон П. Економіка туризму. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2019. 320 с.
2. Бабіч О. В. Управління розвитком курортних зон. Львів: Видавництво ЛНУ, 2020. 280 с.
3. Балабанов І. Т. Маркетинг у сфері туризму. Одеса: Видавництво ОНУ, 2018. 250 с.
4. Бейкер М. Туристичний бізнес. Харків: Видавництво ХНУ, 2017. 300 с.
5. Білан Ю. В. Стратегічний менеджмент у туризмі. Київ: Видавничий дім «Київ», 2018. 350 с.
6. Бойко Л. С. Сучасний стан та перспективи розвитку готелів Болгарії для сімейного відпочинку з дітьми. *Вісник національного університету «Львівська політехніка». Туризм*, 2019. Вип. 4(100). С. 21-24.
7. Бойко О. А. Інноваційний розвиток курортних зон. Дніпро: Видавництво ДНУ, 2021. 260 с.
8. Бондаренко Л. В. Екологічний аспект готелів Болгарії для сімейного відпочинку з дітьми. *Екологія та природокористування*, 2020. № 2. С. 38-42.
9. Бондаренко О. М. Організація харчування в готелях Болгарії для сімейного відпочинку з дітьми. *Харчова наука і технологія*, 2021. Т. 18, № 4. С. 95-101.
10. Вахняк І. М. Економіка та управління туризмом. Львів: Видавництво ЛНУ, 2019. 310 с.
11. Вербицький В. О. Розвиток туризму в Україні. Київ: Видавничий дім «Освіта», 2020. 280 с.
12. Гончаренко С. М. Аналіз туристичної інфраструктури готелів Болгарії для сімейного відпочинку з дітьми. *Туризм і курортологія*, 2019. Т. 1, № 2. С. 47-54.

13. Горбачова Л. І. Інфраструктура туризму. Харків: Видавництво ХНУ, 2018. 290 с.
14. Гордієнко О. В. Тенденції розвитку сімейного відпочинку з дітьми в готелях Болгарії. *Молодий вчений*, 2021. № 7(99). С. 164-167.
15. Горобець М. М. Аналіз впливу інфраструктури готелів Болгарії на комфортність сімейного відпочинку з дітьми. *Туризм та рекреація*, 2021. № 1(19). - С. 14-19.
16. Григоренко І. В. Особливості організації дозвілля дітей в готелях Болгарії для сімейного відпочинку. *Педагогіка і психологія професійної освіти*. 2020. № 3. С. 64-68.
17. Григоренко О. В. Тенденції розвитку готельної індустрії Болгарії для сімейного відпочинку з дітьми. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Готельно-ресторанна та туристична справа., 2019. Вип. 3(2). С. 80-87.
18. Гринько А. М. Економіка і організація туризму. Одеса: Видавництво ОНУ, 2019. 320 с.
19. Гриценко І. В. Аналіз переваг та недоліків сімейного відпочинку в готелях Болгарії. *Науковий вісник Чернівецького університету. Туризм*, 2020. № 2(93). С. 80-84.
20. Денисенко Н. М. Маркетингові комунікації в готелях Болгарії для сімейного відпочинку з дітьми. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, 2020. № 3. - С. 71-78.
21. Державна служба статистики України. Офіційний вебсайт. URL: <https://ukrstat.gov.ua>
22. Деркач О. В. Розвиток туристичної інфраструктури. Київ: Видавничий дім «Київ», 2019. 290 с.
23. Євтушенко О. В., Ковальова М. С. Маркетингові аспекти привабливості готелів Болгарії для сімейного відпочинку з дітьми. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*, 2020. Т. 33, № 1. С. 41-45.

24. Євтушенко О. П. Туристичні послуги: маркетинг і менеджмент / О. П. Євтушенко. Львів: Видавництво ЛНУ, 2018. 310 с.
25. Зайцев І. В. Курортологія. Харків: Видавництво ХНУ, 2019. 280 с.
26. Іванова Н. В. Туризм і рекреація. Одеса: Видавництво ОНУ, 2020. 300 с.
27. Калініна І. В. Система розваг в готелях Болгарії для сімейного відпочинку з дітьми. *Соціально-економічні проблеми і держава*, 2021. Т. 22, № 2. С. 165-171.
28. Карпенко О. С. Розвиток курортних зон в Україні. Дніпро: Видавництво ДНУ, 2021. 260 с.
29. Кифяк В. Ф. Регіональна програма розвитку туризму як механізм регулювання туристичної діяльності. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки*, 2012. № 3. С. 60-66. URL http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2012_3_13
30. Ковальчук І. І. Система охорони здоров'я в готелях Болгарії для сімейного відпочинку з дітьми. *Медична гідрологія та реабілітація*, 2019. № 1(85). С. 73-78.
31. Ковальчук Л. В. Туристичний ринок. Київ: Видавничий дім «Освіта», 2019. 280 с.
32. Козак Л. О. Туризм у Болгарії: аналіз ринку послуг для сімейного відпочинку з дітьми. *Сучасні проблеми туризму та гостинності*, 2020. Т. 1, № 1. С. 46-53.
33. Козлова І. А. Економіка туристичного бізнесу. Львів: Видавництво ЛНУ, 2020. 300 с.
34. Козлова Т. О. Особливості організації розважальної програми для дітей в готелях Болгарії. *Інноваційні технології в туризмі та готельному бізнесі*, 2019. Т. 2, № 1. С. 25-28.
35. Корж І. П. Маркетинг у туризмі. Харків: Видавництво ХНУ, 2018. 310 с.

36. Корнієнко Н. І. Організація дозвілля дітей в готелях Болгарії для сімейного відпочинку з дітьми: психолого-педагогічний аспект. *Наукові записки. Серія: педагогічні науки*, 2020. Т. 172, вип. 1. С. 61-65.
37. Кравченко В. І. Оцінка якості обслуговування в готелях Болгарії для сімейного відпочинку з дітьми. *Бізнес Інформ*. 2020. № 12. С. 206-211.
38. Кравченко О. М., Кравченко В. В. Оцінка якості обслуговування в готелях Болгарії для сімейного відпочинку з дітьми. *Економічний простір*. 2021. Т. 167. С. 42-46.
39. Левченко В. О. Стратегічний розвиток курортних зон / В. О. Левченко. Одеса: Видавництво ОНУ, 2021. 320 с.
40. Лепетюха Н.В. Аналіз чинників макросередовища туристичних підприємств з використання методу головних компонентів: монографія. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018, 253 с.
41. Литвиненко І. В. Фінансово-економічний аналіз готелів Болгарії для сімейного відпочинку з дітьми. *Економіка і регіон*, 2019. № 1(76). С. 90-96.
42. Литвинова Л. І. Основні принципи організації сімейного відпочинку з дітьми в готелях Болгарії. *Туризм: теорія і практика*, 2018. № 2(24). С. 24-28.
43. Лісова Л. В. Управління туристичною діяльністю. Київ: Видавничий дім «Київ», 2019. 290 с.
44. Ляшенко Н. М. Туристичний бізнес: організація та управління. Дніпро: Видавництво ДНУ, 2018. 270 с.
45. Макаренко О. С. Економіка курортів і туризму. Львів: Видавництво ЛНУ, 2020. 310 с.
46. Мальська М.П., Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. Економіка туризму: теорія та практика. Київ.: Центр учбової літератури, 2014. 544 с.
47. Марченко В. Г. Туризм і рекреація: стратегічний розвиток. Харків: Видавництво ХНУ, 2021. 300 с.

48. Мельник М. В. Сучасні тенденції розвитку готелів Болгарії для сімейного відпочинку з дітьми. *Економіка розвитку*, 2019. - № 1(85). С. 105-111.
49. Мельник О. П. Управління туристичними підприємствами. Одеса: Видавництво ОНУ, 2019. 280 с.
50. Михайлюк І. О. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності готелів Болгарії для сімейного відпочинку з дітьми. *Економіка та держава*, 2020. № 3. С. 46-49.
51. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <https://me.gov.ua>
52. Наталя Тур - URL: <https://nataliatur.com.ua/>
53. Новиков В. М. Економіка та організація туризму. Львів: Видавництво ЛНУ, 2019. 290 с.
54. Олійник І. В. Маркетинг у сфері туризму. Харків: Видавництво ХНУ, 2020. 320 с.
55. Павленко А. В. Розвиток курортних зон в Україні. Дніпро: Видавництво ДНУ, 2021. 300 с.
56. Петренко А. В. Аналіз тенденцій розвитку готельного бізнесу в Болгарії для сімейного відпочинку з дітьми. *Східноєвропейський журнал передових технологій*, 2019. № 4(103). С. 33-36.
57. Петрова Л. В. Управління розвитком туризму. Київ: Видавничий дім «Київ», 2019. 290 с.
58. Петрова Л. М. Організація дозвілля дітей в готелях Болгарії для сімейного відпочинку. *Педагогіка та психологія професійної освіти*, 2021. № 1. С. 60-65.
59. Підгорний В. О. Туристичні послуги. Львів: Видавництво ЛНУ, 2020. 310 с.
60. Поліщук І. І. Економіка туристичної індустрії. Харків: Видавництво ХНУ, 2018. 270 с.

61. Портал туристичної інформації Bulgaria.travel URL: <https://bulgaria.travel/uk/home>
62. Романенко О. С. Маркетинг туристичних послуг / О. С. Романенко. Одеса: Видавництво ОНУ, 2019. 280 с.
63. Сайт холдингу FPI Hotels & Resorts (<https://fpihotels.com/uk/>)
64. Сайт холдингу Sol Hotels & Resorts (<https://www.solyresorts.com/uk/>)
65. Сидоренко П. І. Управління туристичною індустрією. Львів: Видавництво ЛНУ, 2019. 290 с.
66. Сімоненко В. О. Туристичний ринок України. Видавництво ХНУ, 2020. 310 с.
67. Смирнова Л. М. Економіка туризму. Одеса: Видавництво ОНУ, 2019. 280 с.
68. Соколова Н. І. Інноваційні технології в туризмі. Київ: Видавничий дім «Київ», 2021. 320 с.
69. Степаненко В. М. Організація пляжного відпочинку для сімей з дітьми в готелях Болгарії. *Соціально-економічні проблеми і держава*, 2021. Т. 22, № 1. С. 159-163.
70. Степаненко О. В. Розвиток курортів в Україні / О. В. Степаненко. Львів: Видавництво ЛНУ, 2020. 300 с.
71. Сушко А. В. Туризм і рекреація: економічний аналіз. Харків: Видавництво ХНУ, 2019. 280 с.
72. Терещенко О. В. Економічні аспекти розвитку туризму. Київ: Видавничий дім «Освіта», 2020. 300 с.
73. Туристична інформаційна сторінка VisitBulgaria.net (<https://www.visitbulgaria.net/en/>)
74. Туристичний портал Болгарії URL: <https://bulgariatravel.org/uk/>
75. Уманська М. В. Туристичний бізнес: інноваційні підходи. Одеса: Видавництво ОНУ, 2019. 290 с.

76. Федорченко І. М. Стратегічне планування розвитку туризму. Харків: Видавництво ХНУ, 2020. 310 с.
77. Харченко А. В. Маркетинг туристичних продуктів. Київ: Видавничий дім «Київ», 2019. 280 с.
78. Хоменко С. І. Розвиток курортів: міжнародний досвід. Львів: Видавництво ЛНУ, 2021. 300 с.
79. Червінська Л. О. Туризм: сучасні тенденції. Одеса: Видавництво ОНУ, 2020. 270 с.
80. Чумак А. В. Аналіз переваг та недоліків різних видів готельного розміщення для сімейного відпочинку з дітьми в Болгарії. *Молодий вчений*, 2021. № 9(101). С. 192-195.
81. Шаповалова А. В. Аналіз сервісу в готелях Болгарії для сімейного відпочинку з дітьми. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Економічна*, 2020. Вип. 194. С. 62-68.
82. Шевченко М. В. Економіка і управління курортами. Харків: Видавництво ХНУ, 2019. 320 с.
83. Шевченко Н. П. Сучасні тенденції в організації харчування для сімейного відпочинку з дітьми в готелях Болгарії. *Харчова наука і технологія*, 2019. Т. 13, № 1. С. 52-58.
84. Шевчук О. В. Конкурентоспроможність готелів Болгарії для сімейного відпочинку з дітьми. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, 2020. № 2. С. 109-118.
85. Щербакова О. В. Туристичний потенціал України. Львів: Видавництво ЛНУ, 2020. 290 с.
86. Юрченко А. П. Управління розвитком курортних зон. Одеса: Видавництво ОНУ, 2021. 280 с.
87. Яковенко Н. М. Туризм і економіка. Харків: Видавництво ХНУ, 2018. 300 с.

88. «Bulgaria: a family holiday paradise» by Chris Haslam
(<https://www.thetimes.co.uk/article/bulgaria-a-family-holiday-paradise-p0s9k7sfl6x>)
89. «Bulgaria: The perfect place for a family holiday» by Nick Trend
(<https://www.telegraph.co.uk/travel/family-holidays/Bulgaria-the-perfect-place-for-a-family-holiday/>)
90. «Family holidays in Bulgaria: A guide for parents» by Elizabeth Berrisford
(<https://www.mumsnet.com/travel/family-holidays-in-bulgaria-a-guide-for-parents>)
91. «Family-Friendly Resorts in Bulgaria» by Helen Cook
(<https://www.tripsavvy.com/family-friendly-resorts-in-bulgaria-4145754>)
92. «Top 10 Family-Friendly Hotels in Bulgaria» by Maria Angelova
(<https://www.insightguides.com/inspire-me/blog/top-10-family-friendly-hotels-in-bulgaria>)
93. Anex Tour - <https://www.anextour.com.ua/>
94. Coral Travel - <https://www.coraltour.com.ua/>
95. FlyUkraine - <https://www.flyukraine.com.ua/>
96. Join UP! - <https://joinup.ua/>
97. Tez Tour - <https://www.teztour.ua/>
98. Travel Professional Group - <https://tpg.com.ua/>
99. Travelata - <https://www.travelata.ua/>
100. TUI Ukraine - <https://www.tui.ua/>
101. АККОРД Тип - <https://accordtour.com.ua/>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Рейтинг готелів різних регіонів Болгарії для сімейного відпочинку з дітьми в 2023 році

Таблиця А.1

Регіон	Готель	Рейтинг
Чорноморське узбережжя	Duni Royal Resort	9.5
Чорноморське узбережжя	Sol Nessebar Mare	9.0
Чорноморське узбережжя	Melia Sunny Beach	8.5
Чорноморське узбережжя	Hotel Riu Helios Bay	8.0
Рів'єра	Hotel Admiral Plaza	9.0
Рів'єра	Hotel Aqua Paradise	8.5
Рів'єра	Hotel Laguna Garden	8.0
Рів'єра	Hotel Kaliakra Mare	7.5
Північне узбережжя	Hotel Lighthouse Golf & Spa	9.0
Північне узбережжя	Hotel Thracian Cliffs	8.5
Північне узбережжя	Hotel Royal Palace Helena	8.0
Північне узбережжя	Hotel Mistral	7.5

ІНТЕРВ'Ю-ГАЙД

«Досвід сімей з дітьми щодо якості сервісу в готелях Болгарії»

Формат: напівструктуроване інтерв'ю

Тривалість: 15–25 хв

Учасники: батьки, які відпочивали з дітьми в готелях Болгарії (3★–5★)

ВСТУПНИЙ БЛОК (обов'язково)

1. Пред'явлення себе та мети дослідження: *«Дякую, що погодилися на інтерв'ю. Ми вивчаємо якість сімейного сервісу в готелях Болгарії. Ваш досвід дуже важливий для нашого дослідження. Інтерв'ю є анонімним.»*

2. Отримання згоди: *«Чи згодні ви відповісти на питання? Відповіді будуть використані лише в узагальненому вигляді.»*

БЛОК 1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ПОДОРОЖ

1. У якому регіоні Болгарії ви відпочивали?
2. Яку категорію готелю обрали (3★, 4★, 5★, апарт-готель)?
3. Який формат розміщення був у вас (сімейний номер, апартаменти, стандартний номер)?
4. Скільки дітей подорожувало з вами і якого вони віку?

БЛОК 2. ОЦІНКА ІНФРАСТРУКТУРИ ДЛЯ ДІТЕЙ

5. Як би ви оцінили інфраструктуру для дітей у вашому готелі?
(ігрові зони, дитячий клуб, басейни, майданчики)
6. Які з елементів дитячої інфраструктури були найбільш корисними?
7. Чи був у вас досвід ситуацій, коли інфраструктура не відповідала очікуванням? Якщо так — у чому саме?
8. Чи були забезпечені умови для безпечного перебування дітей?

БЛОК 3. ХАРЧУВАННЯ ТА СПЕЦІАЛЬНІ ПОТРЕБИ

9. Чи були в готелі спеціальні меню для дітей (дитяче, гіпоалергенне, безглютенове)?
10. Наскільки різноманітним було дитяче харчування?
11. Чи була можливість для підігріву дитячого харчування або наявність кухонної зони?
12. Чи виникали труднощі зі сторони організації дитячого харчування?

БЛОК 4. ОЦІНКА ОБСЛУГОВУВАННЯ ТА РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ

13. Як ви оцінюєте компетентність і дружність персоналу у роботі з дітьми?
14. Чи зверталися ви за допомогою (няня, адміністратор, медпрацівники)? Яким був результат?
15. Наскільки швидко реагували на ваші запити або скарги?

БЛОК 5. ДОСВІД ДИТЯЧОГО ДОЗВІЛЛЯ

16. Чи брали ваші діти участь у дитячій анімації або клубних програмах?
17. Які активності були найбільш цікавими для дітей?
18. Чи достатньо було варіативності дозвіллевих програм?

19. Чи відчували ви, що діти були зайняті і задоволені?

БЛОК 6. БЕЗПЕКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОСТОРУ

20. Як ви оцінюєте рівень безпеки на території готелю та пляжу?

21. Чи були ситуації, що викликали занепокоєння щодо безпеки дітей?

22. Наскільки комфортно було пересуватися з дітьми (візочки, ліфти, пандуси)?

БЛОК 7. ЦІНОВА ПОЛІТИКА І ЗАДОВОЛЕНІСТЬ

23. Як ви оцінюєте співвідношення ціни і якості?

24. Чи користувалися ви сімейними пакетами, знижками, програмами лояльності?

25. Чи вважаєте ви, що вартість відповідає рівню сервісу?

БЛОК 8. ЦИФРОВІ СЕРВІСИ

26. Чи використовували ви мобільні додатки для бронювання, check-in, замовлення послуг?

27. Наскільки зручними були цифрові сервіси готелю?

28. Чи не вистачало якихось smart-рішень?

БЛОК 9. ЗАГАЛЬНА ЗАДОВОЛЕНІСТЬ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

29. Які три основні переваги вашого готелю ви могли б виділити?

30. Які три недоліки або проблеми ви помітили?

31. Чи планували б ви повернутися в цей готель або порекомендували б його іншим сім'ям?

32. Які рекомендації ви могли б запропонувати готелям Болгарії щодо покращення сімейного сервісу?

ЗАВЕРШЕННЯ

«Дякую за ваш час! Ваш досвід допоможе покращити якість сімейного сервісу в готельній індустрії Болгарії.»

Сервіси у готелях для сімейного відпочинку з дітьми в Болгарії

Сервіс / Послуга	Характеристика надання послуги в готелях сімейного типу	Ступінь поширення серед готелів, %	Значення для сімейного туризму
Дитячий майданчик	Наявність безпечних ігрових зон, обладнаних атракціонами, гойдалками, тіньовими навісами та м'яким покриттям.	90–95 %	Сприяє активному дозвіллю дітей, зменшує навантаження на батьків.
Басейн	Окремі зони для дітей і дорослих, підігрів води, глибини до 1 м, нагляд рятувальників.	85–90 %	Формує позитивний імідж готелю як безпечного простору для відпочинку з дітьми.
Анімаційна програма	Організація денних і вечірніх розваг, спортивних і творчих заходів, шоу-програм.	80–85 %	Підвищує привабливість готелю та задоволеність відпочинком.
Дитячий клуб	Окремі кімнати з вихователями, інтерактивними іграшками, заняттями для дітей 4–12 років.	70–75 %	Розвиває соціальні навички, забезпечує педагогічну складову дозвілля.
Дитячі ліжка та стільчики для годування	Надаються безкоштовно або за запитом, що підвищує комфорт проживання сімей із малими дітьми.	95 %	Забезпечують індивідуалізацію обслуговування.
Послуга няні	Може бути додатковою платною опцією; доступна за попереднім бронюванням.	40–50 %	Дозволяє батькам організувати особистий відпочинок.
Розважальні ігри для дітей та дорослих	Настільні ігри, сімейні квести, інтерактивні конкурси.	80 %	Сприяє об'єднанню родини та створенню спільних вражень.
Ресторани з дитячим меню	Дитячі страви, здорове харчування, стільчики, можливість підігріву їжі.	90–95 %	Забезпечує відповідність харчування віковим потребам дітей.
Пляж і пляжні розваги	Приватні або загальні пляжі з окремими зонами для родин, наявністю шезлонгів і парасольок.	85 %	Підвищує комфорт і безпеку, формує конкурентну перевагу.
Кімнати для сімейного розміщення	Номери з додатковими спальнями, дитячими зонами або кухонними куточками.	90 %	Оптимізує простір і відповідає потребам великих сімей.
Безкоштовне перебування дітей	Найчастіше діє для дітей до 6–8 років, іноді включає знижки на харчування.	60–70 %	Стимулює попит серед сімей із дітьми молодшого віку.
Сімейні пакети проживання	Комплексні пропозиції, що включають проживання, харчування, трансфер і екскурсії.	75–80 %	Забезпечують зручність бронювання та підвищують лояльність клієнтів.

Джерело: складено автором на основі узагальнення даних [17, с. 95–101].

