

Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет
Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА ЗА СТУПЕНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ «МАГІСТР»

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ І ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ

спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
(шифр і назва спеціальності)

освітня програма «Готельно-ресторанна справа»
(назва освітньої програми)

Виконав: здобувач вищої освіти
групи ГРСмз-21

_____ ЛІТВИНЮК Микита Олександрович
(підпис)

Керівник:
_____ д.е.н., проф. Чепурда Л.М.
(підпис)

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
«__» _____ 2023 р.
Гарант освітньої програми:

к.е.н., доц. Сидорук С.В.

Луцьк – 2023 року

ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет *митної справи, матеріалів та технологій*
Кафедра *туризму та готельно-ресторанної справи*
Ступінь вищої освіти: *магістр*
Галузь знань: *24 Сфера обслуговування*
Спеціальність: *241 Готельно-ресторанна справа*
Освітня програма: *Готельно-ресторанна справа*

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Л.Ю. Матвійчук

«__» _____ 2023 р.

З А В Д А Н Н Я НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Літвинюку Микиті Олександровичу

1. Тема кваліфікаційної роботи *Особливості розробки і просування послуг готельно-ресторанного комплексу*
Керівник роботи: д.е.н., проф. Чепурда Л.М.
затверджені наказом вищого навчального закладу від
2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи.
3. Вихідні дані до роботи: звіти *Асоціації індустрії гостинності України, Асоціації готельних об'єднань та готелів міст України, Ресторанної гільдії України, законодавчі та нормативні акти України щодо розвитку готельно-ресторанного господарства України, статистичні матеріали Державної служби статистики України, міждержавні та національні стандарти готельно-ресторанного господарства, наукова та практична література з досліджуваної тематики.*
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що потрібно розробити):
Розділ 1. Теоретичні засади розробки і просування послуг готельно-ресторанного комплексу.
Розділ 2. Аналіз розвитку послуг готельно-ресторанного комплексів в сучасних умовах.
Розділ 3. Напрями ефективної розробки і просування послуг готельно-ресторанних комплексів.
5. Перелік графічного матеріалу:
Структура загальних втрат економіки України, з урахуванням потреби у відновленні (станом на початок 2023 року).
Графічне відображення розвитку готельно-ресторанних послуг Волинської області.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис	
		завдання видав	завдання прийняв
Гарант освітньої програми	доц. Сидорук С.В.		
Розділ 1. Теоретичні засади розробки і просування послуг готельно-ресторанного комплексу	проф. Чепурда Л.М.		
Розділ 2. Аналіз розвитку послуг готельно-ресторанного комплексів в сучасних умовах	проф. Чепурда Л.М.		
Розділ 3 Напрями ефективної розробки і просування послуг готельно-ресторанних комплексів	проф. Чепурда Л.М.		
Висновки	проф. Чепурда Л.М.		
Нормо контроль	доц. Сидорук С.В.		

7. Дата видачі завдання «02» вересня 2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Обґрунтування вибору теми кваліфікаційної роботи	01.11.2022 р.	
2.	Огляд літератури та досліджування проблеми для написання кваліфікаційної роботи	01.03.2023 р.	
3.	Написання теоретичної частини кваліфікаційної роботи	01.05.2023 р.	
4.	Написання аналітичної частини кваліфікаційної роботи	01.09.2023 р.	
5.	Написання проектної частини кваліфікаційної роботи	01.10.2023 р.	
6.	Висновки	01.11.2023 р.	
7.	Формування і організація списку використаних джерел	15.11.2023 р.	
8	Попередній захист кваліфікаційної роботи бакалавра	28.11.2023 р.	
9	Нормоконтроль	29.11.2023 р.	
10	Інструментальна перевірка на академічний плагіат	до 7.12.2023 р.	
11	Представлення кваліфікаційної роботи магістра до захисту	8.12.2023 р.	

Здобувач вищої освіти _____ Літвінюк М.О.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Чепурда Л.М.

АНОТАЦІЯ

Анотація Літвинюк М.О. *Особливості розробки і просування послуг готельно-ресторанного комплексу.* – На правах рукопису. Кваліфікаційна робота другого (магістерського) рівня, освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа», за спеціальністю 241 Готельно-ресторанна справа, галузі знань 24 Сфера обслуговування – Луцький національний технічний університет, кафедра туризму та готельно-ресторанної справи. – Луцьк, 2023. – 53 с., список джерел з 51 найменування.

Визначено зміст та значення послуг готельно-ресторанних підприємств в розвитку індустрії гостинності, що є досить важливими для його розвитку та конкурентоспроможності. Сучасний споживач все більше цінує індивідуалізований та вишуканий підхід до обслуговування, і саме унікальність послуг стає ключовим фактором для залучення та утримання клієнтів.

Систематизовано наявні фактори впливу на формування та просування послуг готельно-ресторанних комплексів. Фактори впливу на формування та просування послуг готельно-ресторанних комплексів, знаходяться в центрі стратегічного успіху у цій індустрії. Розуміння та адаптація до змін у сучасних смаках, уподобаннях та вимогах споживачів визначають напрямок розвитку підприємств, що забезпечує їхню відмінність та конкурентоспроможність.

Визначено напрями ефективної розробки і просування послуг готельно-ресторанних комплексів. Систематизовано фактори дозволяють комплексам адаптуватися до мінливих уподобань споживачів, підвищувати рівень задоволення гостей, та ефективно конкурувати в індустрії гостинності. Важливість системи факторів полягає в її здатності інтегрувати стратегічне планування з гнучкою тактикою на місцях, що разом забезпечує стаке зростання та розвиток готельно-ресторанного бізнесу

Ключові слова: готельно-ресторанні комплекси, продукція та послуги, фактори впливу.

ANNOTATION

Abstract Litvynyuk M.O. *Features of the development and promotion of hotel and restaurant complex services*. – On the rights of the manuscript. Qualification work of the second (master's) level, educational and professional program «Hotel and restaurant business», specialty 241 Hotel and restaurant business, fields of knowledge 24 Field of service – Lutsk National Technical University, department of tourism and hotel and restaurant business. – Lutsk, 2023. – 53 p., list of sources with 51 names.

The content and significance of the services of hotel and restaurant enterprises in the development of the hospitality industry, which are quite important for its development and competitiveness, have been determined. The modern consumer increasingly appreciates an individualized and refined approach to service, and the uniqueness of services is becoming a key factor in attracting and retaining customers.

The existing influencing factors on the formation and promotion of services of hotel and restaurant complexes are systematized. Factors influencing the formation and promotion of hotel and restaurant complex services are at the center of strategic success in this industry. Understanding and adapting to changes in modern tastes, preferences and demands of consumers determine the direction of development of enterprises, which ensures their distinction and competitiveness.

The directions of effective development and promotion of services of hotel and restaurant complexes have been determined. Systematized factors allow complexes to adapt to changing consumer preferences, increase the level of guest satisfaction, and effectively compete in the hospitality industry. The importance of the factor system lies in its ability to integrate strategic planning with flexible field tactics, which together ensure sustainable growth and development of the hotel and restaurant business.

Keywords: hotel and restaurant complexes, products and services, influencing factors.

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ І ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ	11
1.1. Зміст та значення послуг готельно-ресторанних підприємств в розвитку індустрії гостинності	11
1.2. Фактори впливу на формування та просування послуг готельно-ресторанних комплексів	17
1.3. Міжнародний досвід розробки і просування послуг готельно-ресторанного комплексу	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСІВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	25
2.1. Сучасні тренди розвитку готельно-ресторанних послуг у світі	25
2.2. Фактори впливу на стан та розвиток готельно-ресторанних послуг в Україні після вторгнення росії	28
2.3. Аналіз розвитку готельно-ресторанних послуг Волинської області	32
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ЕФЕКТИВНОЇ РОЗРОБКИ І ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСІВ	37
3.1. Перспективи розвитку послуг готельно-ресторанних комплексів	37
3.2. Напрями просування послуг готельно-ресторанних комплексів	40
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	48
ДОДАТКИ	53

Актуальність теми. У сучасному світі, де гостинність є однією з найбільш динамічних і прибуткових галузей економіки, важливість готельно-ресторанного бізнесу стрімко зростає. Дослідження особливостей розробки та просування послуг у цій сфері допомагає виявити ключові тренди і адаптуватися до змінюваних потреб туристів, підвищуючи конкурентоспроможність та якість обслуговування. Цифрова трансформація змінює способи ведення бізнесу у всіх сферах, включаючи готельно-ресторанний бізнес. Вивчення сучасних підходів до розробки та просування послуг, які включають використання ІТ-рішень, мобільних додатків, соціальних мереж та інших цифрових каналів, є ключовим для забезпечення успіху в цій сфері. Сучасні споживачі вимагають високої якості обслуговування та індивідуального підходу. Дослідження дозволяє глибше зрозуміти потреби та очікування клієнтів, розробляти персоналізовані послуги та створювати унікальний досвід для відвідувачів. Це в свою чергу сприяє формуванню позитивного іміджу комплексу та залученню нових клієнтів.

У сучасному світі споживачі все більше звертають увагу на екологічну відповідальність бізнесу. Дослідження в області сталого розвитку та екологічних ініціатив у готельно-ресторанному комплексі стає важливим фактором успіху. Розробка «зелених» програм, використання екологічно чистих матеріалів і технологій не тільки сприяє збереженню навколишнього середовища, але й покращує імідж комплексу серед свідомих споживачів. В умовах глобалізації, розуміння міжкультурних відмінностей і особливостей є ключовим для успіху в міжнародному готельно-ресторанному бізнесі. Дослідження допомагає адаптувати послуги до потреб представників різних культур, забезпечувати комфорт та відмінний сервіс для міжнародних гостей. В умовах жорсткої конкуренції у готельно-ресторанній індустрії, дослідження ринку та аналіз конкурентів є невід'ємною частиною стратегічного планування. Воно дозволяє виявити сильні та слабкі сторони власного бізнесу, зрозуміти поточні та майбутні тенденції ринку, а також розробити ефективні стратегії розвитку та просування послуг.

Проблематиці теоретичних та прикладних аспектів розробки і просування послуг готельно-ресторанного комплексу присвячені праці зарубіжних та українських дослідників та авторів, які зробили значний внесок у вивчення цієї теми: Ф. Котлер – відомий американський маркетолог, чії теорії та концепції маркетингу широко застосовуються у готельно-ресторанному бізнесі, Д. Боуден – автор книги, яка детально розглядає аспекти маркетингу в гостинності та туризмі; П. Друкер – відомий за свої роботи в галузі менеджменту, в тому числі й у сфері послуг, включаючи готельно-ресторанний бізнес; Р. Форд та М. Стурман – зосереджували увагу на управлінні персоналом в готельному бізнесі, що є ключовим для надання якісних послуг та багато інших. Проте особливості розробки і просування послуг готельно-ресторанного комплексу в Україні в сучасних умовах потребує додаткових досліджень.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи магістра є процес розробки і просування послуг готельно-ресторанного комплексу.

Предметом дослідження роботи магістра є теоретичні та практичні засади формування якісних та конкурентоспроможних послуг готельно-ресторанного комплексу.

Мета і завдання дослідження полягає у пошуку найефективніших інструментів формування якісних та конкурентоспроможних послуг готельно-ресторанного комплексу.

Для досягнення цієї мети в роботі вирішено такі *завдання*:

- визначення змісту та значення послуг готельно-ресторанних підприємств в розвитку індустрії гостинності;
- систематизація наявних факторів впливу на формування та просування послуг готельно-ресторанних комплексів;
- дослідження міжнародного досвіду розробки і просування послуг готельно-ресторанного комплексу;
- аналіз розвитку послуг готельно-ресторанного комплексів в сучасних умовах;

– визначення напрямів ефективної розробки і просування послуг готельно-ресторанних комплексів.

Методи дослідження. Дослідження особливостей розробки і просування послуг готельно-ресторанного комплексу включає використання різноманітних методів, які дозволяють отримати всебічне розуміння цієї галузі, а саме: кількісні методи (для збору і аналізу статистичних даних); якісні методи (для детального розуміння відчуттів та досвіду споживачів послуг готельно-ресторанних комплексів); вивчення випадків (для аналізу конкретних прикладів успішних готельно-ресторанних комплексів та зрозуміння, стратегій та практик, які були ефективними в реальних умовах; SWOT -аналіз (для виявлення сильних та слабких сторін, можливостей та загроз готельно-ресторанного комплексу); конкурентний аналіз (для вивчення стратегій та практик конкурентів); аналіз трендів ринку (для дослідження тенденцій у готельно-ресторанному бізнесі).

Інформаційною базою дослідження з питання розробки і просування послуг готельно-ресторанного комплексу були наукові публікації та монографії, спеціалізовані журнали з готельного та ресторанного менеджменту, а також аналітичні звіти провідних дослідницьких агенцій, що спеціалізуються на гостинності та туризмі. Велике значення мали також статистичні дані, отримані від національних та міжнародних туристичних організацій, які включали інформацію про тенденції в індустрії, поведінку споживачів, та економічні показники. Важливим джерелом даних були також інтерв'ю з провідними фахівцями галузі, опитування серед споживачів послуг готельно-ресторанних комплексів, а також власний досвід роботи в цій сфері. Ця багатогранна інформаційна база дозволила отримати глибоке і всебічне розуміння динаміки ринку, поточних та майбутніх викликів у сфері розробки та просування послуг готельно-ресторанного комплексу.

Новизна дослідження отриманих результатів полягає у визначенні найоптимальніших шляхів розробки і просування конкурентоспроможних послуг готельно-ресторанних комплексів. З цією метою визначено систему факторів, що впливають на розробку та просування послуг готельно-

ресторанних комплексів, що є вирішальним для їх успіху на ринку. До таких факторів віднесено аналіз ринкових тенденцій, визначення цільової аудиторії, створення унікальної торгової пропозиції, забезпечення високої якості обслуговування, та інвестиції в маркетинг та рекламу. Ці фактори дозволяють комплексам адаптуватися до мінливих уподобань споживачів, підвищувати рівень задоволення гостей, та ефективно конкурувати в індустрії гостинності. Важливість системи факторів полягає в її здатності інтегрувати стратегічне планування з гнучкою тактикою на місцях, що разом забезпечує стаке зростання та розвиток готельно-ресторанного бізнесу.

Практичне значення отриманих результатів дослідження з питання розробки і просування послуг готельно-ресторанного комплексу полягає у значному внеску в оптимізацію бізнес-стратегій та підвищення ефективності менеджменту в цій сфері. Виявлені інсайти та рекомендації можуть бути використані керівниками готельно-ресторанних комплексів для покращення якості послуг, розробки інноваційних маркетингових стратегій, забезпечення більшої відповідності послуг потребам сучасних споживачів, а також для підвищення загальної конкурентоспроможності на ринку. Зокрема, впровадження цих знань може сприяти збільшенню клієнтської бази, підвищенню рівня лояльності клієнтів та зростанню загального прибутку комплексів. Таким чином, отримані результати дослідження надають цінну базу для прийняття обґрунтованих управлінських рішень та розвитку інноваційних підходів у сфері гостинності.

Апробація результатів дослідження. Основні висновки та результати дослідження апробовані та опубліковані у вигляді тез у Студентському науковому віснику ЛНТУ, серія технічні науки (Луцьк, 2023 р.).

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків та додатків; містить 52 сторінки тексту, 10 рисунків, 3 таблиці. Список джерел включає 51 найменування літератури.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ І ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ

1.1. Зміст та значення послуг готельно-ресторанних підприємств в розвитку індустрії гостинності

Сучасний готельно-ресторанний бізнес визначається не лише стандартами проживання та харчування, але і високоякісними послугами, що стають ключовим фактором його розвитку. Зміст та значення послуг у готельно-ресторанній галузі визначаються потребами та очікуваннями сучасного споживача, що поставляє перед підприємствами завдання не лише задовольняти базові потреби, а й створювати неповторний та запам'ятовуючий гостьовий досвід.

Основна мета готельно-ресторанного бізнесу полягає в наданні комплексного та індивідуалізованого обслуговування, яке включає в себе якість проживання, гастрономічні насолоди та широкий спектр додаткових послуг. Забезпечення високого рівня сервісу не лише залучає нових клієнтів, але й забезпечує лояльність та повторний візит [14]. Таким чином, розуміння змісту та значення послуг у сфері готельно-ресторанного господарства визначає успіх та конкурентоспроможність підприємства в умовах сучасного ринку.

У сучасному світі конкуренція в готельно-ресторанній індустрії стає все більш високою, і, отже, важливим аспектом стає розробка та надання інноваційних послуг. Зміст готельно-ресторанних послуг тепер включає в себе не лише базові елементи, такі як зручне проживання чи смачна кухня, але й додаткові сервіси, які можуть зробити перебування гостя неповторним та комфортним.

Значущість готельно-ресторанних послуг особливо виявляється у розвитку туризму та формуванні іміджу місцевості чи країни. Гостьовий досвід, який надається в ході взаємодії з готельно-ресторанними підприємствами, може визначити сприйняття та враження туриста, впливаючи на його вибір для

подальших подорожей [34]. Таким чином, розуміння значення і вдосконалення якості готельно-ресторанних послуг стає стратегічним завданням для розвитку туристичного потенціалу та позиціонування регіону на глобальному туристичному ринку.

Визначення структури готельних послуг з орієнтацією на споживача має велике значення у готельному бізнесі. В першу чергу, це дозволяє готелям більш точно відповідати на потреби і очікування своїх клієнтів, підвищуючи їх задоволеність та лояльність. Врахування індивідуальних вимог та переваг гостей в структурі послуги не тільки сприяє формуванню позитивного досвіду перебування, але й створює основу для розвитку персоналізованих пропозицій [6]. Це, в свою чергу, може включати адаптацію номерного фонду, ресторанних послуг, додаткових сервісів, таких як спа, фітнес-центри, екскурсійні програми, та інші елементи, що відповідають конкретним запитам гостей.

Крім того, ефективно структурована готельна послуга дозволяє оптимізувати внутрішні процеси та підвищити ефективність управління. Це забезпечує не тільки покращення якості обслуговування, але й зниження витрат за рахунок вибіркового інвестування в ті аспекти послуги, які мають найбільше значення для клієнтів. Такий підхід допомагає готелям створити більш цілеспрямовані маркетингові стратегії та ефективно конкурувати на ринку, пропонуючи унікальний та індивідуалізований сервіс. У результаті, правильно визначена структура послуг сприяє підвищенню загального задоволення клієнтів та їх вірності бренду, що є ключовим для довгострокового успіху у готельному бізнесі.

Структура готельної послуги з орієнтацією на споживача представлено на рис. 1.1. На схемі представлена структура готельної послуги з орієнтацією на споживача, яка складається з трьох основних компонентів: основної послуги, супутніх та додаткових послуг. Основна послуга включає надання номера для тимчасового проживання споживачів, яке є фундаментальним елементом готельного обслуговування.

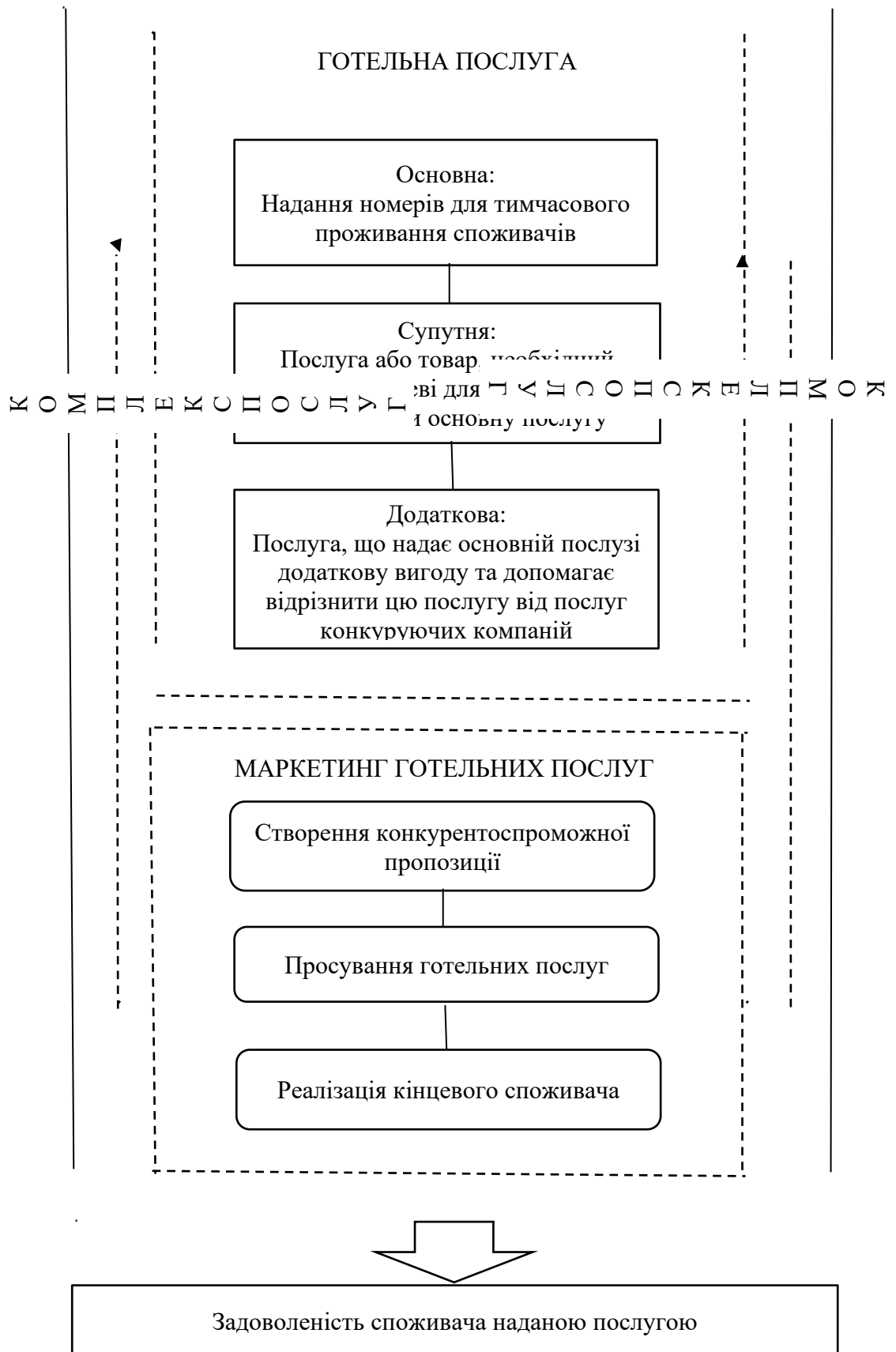


Рис. 1.1. Структура готельної послуги з орієнтацією на споживача.

Супутні послуги, такі як надання товарів чи послуг, необхідних для використання основної послуги, можуть включати, наприклад, доступ до Wi-Fi, телебачення чи міні-бару у номері. Додаткові послуги надають основній послугі додаткову вартість та допомагають відрізнитися від послуг конкуруючих компаній, як можливість використання спа-центру, спортзалу тощо.

Маркетинг готельних послуг націлений на створення конкурентоспроможної пропозиції, яка задовольняє потреби та переваги споживачів, просуває готельні послуги через різноманітні канали та формати, і реалізує кінцеве споживання з максимальною користю для клієнта [49]. Кінцева мета цієї структурованої пропозиції полягає у досягненні високого рівня задоволеності споживача, що не тільки сприяє повторним візитам та позитивним відгукам, але й служить потужним інструментом словесного маркетингу, який може значно підвищити репутацію готельного комплексу та його успіх у галузі.

Конкретизація процесу надання готельно-ресторанних послуг споживачу є критично важливою для забезпечення якісного обслуговування та підвищення рівня задоволеності клієнтів. Деталізація кожного етапу, від інформування про послуги до фактичного виїзду клієнта з готелю, дозволяє керувати очікуваннями гостей і впевнитися, що всі процеси працюють без збоїв. Це включає точне і своєчасне надання інформації про доступність номерів, зручності та додаткові послуги, а також забезпечення гладкого бронювання та реєстрації [52]. Чітко структуровані процеси допомагають уникнути непорозумінь і помилок.

Зазначене сприяє ефективності внутрішніх операцій готелю. Коли кожен крок відомий і чітко визначений, персонал може бути краще підготовленим і орієнтованим на надання послуг високої якості. Від плавності бронювання до виїзду, кожен аспект обслуговування впливає на загальне сприйняття бренду та задоволеність клієнтів, що, у свою чергу, відіграє ключову роль у формуванні лояльності та повторних візитів. Конкретизований підхід також спрощує внесення змін та адаптацію до нових трендів ринку, що є необхідним для підтримки конкурентоспроможності готельного бізнесу в довгостроковій перспективі.

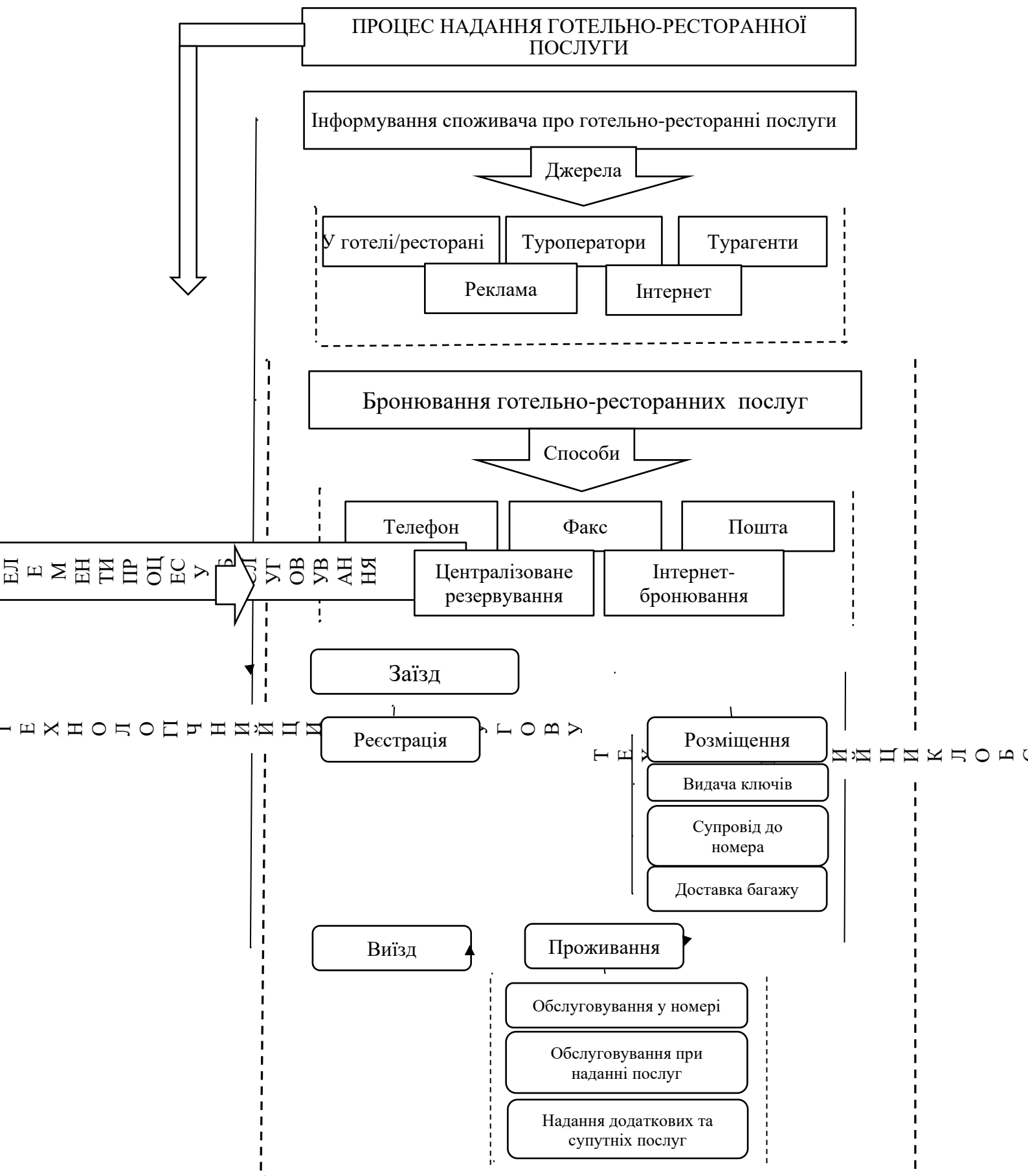


Рис. 1.2. Конкретизація процесу надання готельно-ресторанних послуг

Представлена конкретизація процесу надання готельно-ресторанних послуг споживачу, починається з інформування споживача про послуги, які можуть бути отримані через різноманітні джерела, включаючи рекламу в самому готелі, через туроператорів, турагентів, а також через Інтернет. Це інформування є критичним етапом, оскільки воно встановлює перше спілкування між готелем і потенційним клієнтом та використовується для привертання уваги, створення інтересу та спонукання до дії, що може призвести до резервації послуги.

Далі йде бронювання, яке може бути виконане різними способами, такими як телефон, факс, пошта, а також через онлайн системи бронювання чи централізоване резервування. Ефективність та зручність процесу бронювання мають значний вплив на загальне враження клієнта про готель. Після бронювання клієнт проходить через етапи заселення, що включає реєстрацію, отримання ключів, супровід до номера, а також обслуговування під час перебування в готелі, яке може включати обслуговування в номері, пропозицію додаткових та супутніх послуг, аж до моменту виїзду [12]. Весь цей процес вимагає високої уваги до деталей та орієнтований на забезпечення найвищої якості обслуговування, щоб гарантувати задоволеність клієнта та його бажання повернутися в готель у майбутньому.

Таким чином, зміст та значення послуг в готельно-ресторанному бізнесі стають досить важливими для його розвитку та конкурентоспроможності. Сучасний споживач все більше цінує індивідуалізований та вишуканий підхід до обслуговування, і саме унікальність послуг стає ключовим фактором для залучення та утримання клієнтів.

Забезпечення високого стандарту обслуговування в готельно-ресторанній галузі є не лише способом задоволення потреб клієнтів, але й стратегічним кроком для підвищення репутації та привабливості підприємства. Зміст та якість послуг є основними елементами, які формують позитивний гостьовий досвід, а це, в свою чергу, визначає успіх готельно-ресторанного бізнесу в умовах сучасного ринку та активної конкуренції.

1.2. Фактори впливу на формування та просування послуг готельно-ресторанних комплексів

В сучасному готельно-ресторанному бізнесі успішність та конкурентоспроможність підприємства значною мірою залежать від ефективного формування та просування послуг. Цей процес вимагає уваги до численних факторів, які впливають на сприйняття та задоволення клієнтів. Починаючи від тенденцій сучасного споживання та закінчуючи стратегічним маркетинговим плануванням, фактори, що визначають формування та просування готельно-ресторанних послуг, стають важливим елементом успіху у цій індустрії. Одним із ключових факторів є зміни в сучасних смаках та уподобаннях споживачів. Розуміння того, що саме цільова аудиторія очікує від готельно-ресторанного відпочинку, визначає напрямок формування послуг [17]. Важливим аспектом є також врахування культурних, соціальних та економічних впливів на споживачів, оскільки ці фактори можуть визначати їхні потреби та стилі життя.

Додатково, розробка та просування готельно-ресторанних послуг вимагає врахування конкурентного середовища та вивчення актуальних трендів в індустрії. Адаптація до змін у попиті та постійне вдосконалення асортименту послуг дозволяють підприємствам зберігати свою актуальність та привабливість для різноманітної клієнтської бази.

Визначення факторів, що впливають на поведінку споживачів готельно-ресторанних послуг, є важливим з погляду розуміння та передбачення їхніх рішень та вибору. Осмислення того, які аспекти відіграють ключову роль у прийнятті рішень клієнтами – чи то ціна, розташування, якість обслуговування, атмосфера, репутація бренду чи індивідуальні переваги – дозволяє готельно-ресторанним комплексам адаптувати свої продукти та послуги відповідно. Знання цих факторів допомагає створювати ефективні маркетингові стратегії та пропозиції, які максимально відповідають потребам ринку та мотивують споживачів до повторних візитів та позитивних відгуків [54].

Крім того, розуміння факторів впливу на поведінку споживачів допомагає готелям і ресторанам управляти клієнтським досвідом та підвищувати загальну задоволеність. Наприклад, якщо аналіз показує, що споживачі цінують особистий підхід, готелі можуть зосередити зусилля на навчанні персоналу технікам високої якості обслуговування. Якщо вирішальну роль грають екологічні стандарти, то можна працювати над зеленими ініціативами або створенням ексклюзивних пакетів послуг. Таким чином, визначення факторів впливу на поведінку споживачів є фундаментальним для забезпечення конкурентоздатності готельно-ресторанних комплексів (табл. 1.1)

Таблиця 1.1

Фактори впливу на поведінку споживача готельно-ресторанних послуг

Система факторів	Перелік факторів
Зовнішні фактори	
Фактори культурного порядку	<ul style="list-style-type: none"> - культура - субкультура - соціальна поведінка - традиції, звичаї
Економічні чинники	<ul style="list-style-type: none"> - рівень інфляції - стан ринку послуг - курс валют - середньомісячний дохід
Соціальні чинники	<ul style="list-style-type: none"> - референтні групи - соціальне положення - соціальні ролі та статуси - сім'я
Політичні чинники	<ul style="list-style-type: none"> - досконалість нормативно-правової бази - політична обстановка в регіоні
Маркетингові чинники	<ul style="list-style-type: none"> - готельна послуга - ціна - персонал - збут - комунікації - процес споживання послуг - оточення
Внутрішні фактори	
Особистісні чинники	<ul style="list-style-type: none"> - вік та життєвий цикл сім'ї - економічний стан - спосіб життя - тип особистості
Психологічні чинники	<ul style="list-style-type: none"> - мотивація - сприйняття - засвоєння - переконання та стосунки

Зовнішні фактори впливу на поведінку споживача готельно-ресторанних послуг відіграють визначальну роль у формуванні їхніх виборів та рішень. Культурні фактори, які включають загальні культурні норми, субкультури, соціальні поведінки, традиції та звичаї, мають глибокий вплив на те, як люди вибирають готелі та ресторани, а також на їхні очікування від перебування та харчування. Економічні чинники, такі як інфляція, стан ринку послуг, валютні курси, та особистий дохід, також впливають на споживчу здатність і часто визначають ціновий діапазон, в якому споживачі готові розглядати пропозиції. Соціальні чинники, включаючи референтні групи, соціальне положення, ролі та статус, а також сімейні цінності, формують відносини та очікування споживачів [7]. Політичні умови та стабільність в регіоні, а також нормативно-правова база, можуть впливати на міжнародний туризм та ділові поїздки, що в свою чергу впливає на вибір готельно-ресторанних послуг.

На внутрішні фактори, що впливають на поведінку споживачів, входять особистісні та психологічні аспекти. Вік, життєвий цикл сім'ї, економічний стан, спосіб життя та тип особистості формують унікальні вимоги та переваги, що мають бути враховані при розробці послуг. Психологічні чинники, як-от мотивація, сприйняття, засвоєння, переконання та стосунки, визначають, як клієнти інтерпретують інформацію про послуги та роблять вибір. Підприємства, що враховують ці внутрішні фактори, можуть ефективніше приваблювати та задовольняти споживачів, створюючи персоналізовані пропозиції, що відображають індивідуальні особливості та психологічні потреби.

З іншого боку, внутрішні фактори зосереджені на особистих та психологічних аспектах споживачів, які є важливими для розуміння їх поведінки. Особистісні чинники, які включають вік, життєвий цикл сім'ї, економічний стан, спосіб життя та тип особистості, можуть значно варіювати між різними клієнтами і впливати на їхні переваги та рішення щодо вибору послуг [15]. Психологічні фактори, такі як мотивація, сприйняття, засвоєння, переконання та ставлення, є ключовими для формування думки про бренд та лояльності до нього.

Фактори макросередовища маркетингу готельно-ресторанного господарства представлено на рис. 1.3.



Рис. 1.3. Фактори макросередовища маркетингу готельно-ресторанного господарства

Фактори макросередовища відіграють ключову роль у формуванні стратегій маркетингу для готельно-ресторанного господарства. Економічні фактори, такі як рівень інфляції, безробіття, система оподаткування та вартість енергоресурсів, безпосередньо впливають на витрати та доходи як бізнесу, так і його клієнтів, тим самим формуючи економічну доступність послуг для різних сегментів ринку. Демографічні фактори, включаючи вікову структуру населення, етнічну та соціальну статистику, а також рівні міграції, інформують готельно-ресторанний бізнес про потенційну клієнтську базу та їхні потреби, дозволяючи адаптувати послуги до змінюваних ринкових умов.

Політико-правові фактори також мають значний вплив на галузь, оскільки законодавче регулювання, антимонопольне регулювання, податкова політика, відношення до іноземних компаній та трудове законодавство встановлюють рамки, в яких має функціонувати бізнес. Наприклад, суворі законодавчі вимоги можуть збільшувати операційні витрати, в той час як лібералізація ринку може сприяти зростанню конкуренції. Рівень корумпованості органів влади може впливати на прозорість та ефективність бізнес-процесів. З урахуванням цих факторів готельно-ресторанні комплекси можуть розробляти більш точні та ефективні стратегії маркетингу, які допоможуть їм досягти успіху в конкурентному середовищі [47].

Таким чином, фактори впливу на формування та просування послуг готельно-ресторанних комплексів, знаходяться в центрі стратегічного успіху у цій індустрії. Розуміння та адаптація до змін у сучасних смаках, уподобаннях та вимогах споживачів визначають напрямок розвитку підприємств, що забезпечує їхню відмінність та конкурентоспроможність.

Крім того, активне спостереження за конкурентним середовищем та вдосконаленням стратегій маркетингу є ключовими чинниками для привертання уваги клієнтів та забезпечення лояльності. Готельно-ресторанні комплекси, що успішно враховують ці фактори, мають можливість виходити за рамки звичайних стандартів та створювати неповторні та пам'ятні враження для своїх гостей, що стає ключовим аспектом довгострокового успіху та розвитку в галузі гостинності.

1.3. Міжнародний досвід розробки і просування послуг готельно-ресторанного комплексу

Міжнародний досвід у галузі розробки та просування послуг готельно-ресторанних комплексів є важливим джерелом навчання для підприємств у всьому світі. У змішаному світі сучасних технологій, змінюючих тенденцій споживання та глобалізації, вивчення кращих практик та успішних стратегій стає критичним для досягнення високої конкурентоспроможності та задоволення потреб сучасного гостя.

Одним із ключових аспектів міжнародного досвіду є акцент на інновації та технологічний прогрес у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Успішні комплекси не лише адаптуються до сучасних технологічних тенденцій, але й активно впроваджують їх у свою діяльність, забезпечуючи гостям вищий рівень комфорту та зручностей [2]. Міжнародний досвід дозволяє виявити оптимальні шляхи використання технологій для покращення обслуговування та створення неповторних гостьових вражень.

Крім того, вивчення міжнародного досвіду також розкриває важливі аспекти культурного та гастрономічного розмаїття. Світовий туризм зростає, тож готельно-ресторанні комплекси повинні вміло впроваджувати адаптивні стратегії для привертання та задоволення гостей з різних країн та культур. Міжнародний досвід розкриває, як забезпечити не лише стандартні, але й унікальні гостинність та кулінарні враження, що стають ключовими для приваблення міжнародного туристичного потенціалу.

Польща за останні роки продемонструвала значний прогрес у розробці та просуванні послуг готельно-ресторанного господарства, ставши одним із важливих гравців на туристичному ринку Європи. Розвиток галузі підсилюється активними інвестиціями у сферу гостинності, зокрема відновленням історичних будівель під готелі та створенням сучасних ресторанных комплексів. Вдосконалення інфраструктури, збільшення кількості конференц-залів та бізнес-

центрів, а також упровадження новітніх технологій в управлінні готельним бізнесом сприяють залученню більшої кількості туристів та бізнес-клієнтів.

Щодо просування послуг, Польща активно використовує цифрові канали маркетингу, включаючи онлайн бронювання, соціальні мережі та платформи відгуків. Туристичні та готельні комплекси співпрацюють із туристичними порталами та блогерами, щоб покращити візуальне представлення та репутацію своїх послуг. Велику увагу приділяється і культурно-мистецьким заходам, які стають частиною привабливих пакетів послуг, пропонуючи гостям унікальний досвід, що поєднує відпочинок із культурним збагаченням. Такий інтегрований підхід не тільки зміцнює позиції Польщі як туристичного напрямку, але й сприяє розвитку місцевої економіки. Дослідження міжнародного досвіду у розробці та просуванні послуг готельно-ресторанних комплексів виявляється ключовим елементом для підвищення конкурентоспроможності в галузі гостинності. Сучасний світ вимагає не лише відмінних обслуговування та комфорту, але й інноваційних підходів у всіх сферах бізнесу [15]. Міжнародні зразки успіху демонструють, що поєднання технологічних та культурних аспектів дозволяє створити неперевершений гостьовий досвід, який залучає та утримує клієнтів.

Чехія, зі своїм багатим історичним спадком і розвиненим туристичним сектором, демонструє вправне використання цих активів у розробці послуг готельно-ресторанного комплексу. Зокрема, Чехія акцентує увагу на інтеграції культурних елементів, як-от замки, історичні центри міст та традиційні чеські спа-курорти, у свої готельні послуги. Це сприяє створенню неповторної атмосфери та наданню унікальних вражень для гостей, які прагнуть більшого, ніж просто стандартного відпочинку. Ресторани часто використовують місцеві продукти і рецептуру, що дозволяє гостям зануритись у справжню чеську кухню, а готелі надають сервіси, які відображають місцеву гостинність та звичаї.

В області просування послуг, Чехія залучає відвідувачів за допомогою ефективних маркетингових кампаній, які підкреслюють унікальність чеського туристичного досвіду. Використання сучасних цифрових платформ та соціальних мереж, а також традиційних медіа, дозволяє Чехії ефективно

досягати міжнародної аудиторії. Кампанії часто фокусуються на різноманітності пропозицій, від міських пригод у Празі до спокійного відпочинку в курортних містечках, таких як Карлові Вари, що включає і відомі чеські лазні. Цей багатогранний підхід в просуванні та розробці послуг допомагає Чехії залучити туристів, які прагнуть унікальних та автентичних вражень.

Словаччина, країна з багатим природним та культурним різноманіттям, активно розробляє послуги готельно-ресторанного комплексу, наголошуючи на своїх природних ландшафтах та національному спадку. Готельний сектор країни інтенсивно розвивається через впровадження екотуризму та спа-відпочинку, оскільки Словаччина багата на термальні джерела та гірські курорти. Крім того, ресторани і готелі в Словаччині відзначаються своїми унікальними кулінарними пропозиціями, які використовують місцеві продукти і традиційні рецепти, відновлюючи історичні та регіональні смаки, що залучає гурманів та шанувальників автентичної кухні з усього світу.

У сфері маркетингу Словаччина використовує інтегрований підхід, зосереджуючись на цифрових стратегіях, щоб просувати свої готельно-ресторанні послуги. Велика увага приділяється онлайн бронюванню та інтерактивним платформам, які дозволяють потенційним відвідувачам заздалегідь планувати свій відпочинок. Також важливим є співпраця з туристичними агенціями та організаторами подій, які пропонують всеосяжні пакети послуг, включаючи туристичні екскурсії, культурні заходи та активний відпочинок, щоб показати багатогранність і привабливість Словаччини як туристичної дестинації.

Міжнародний досвід надає можливість адаптувати успішні стратегії до власного контексту, незалежно від географічного положення. Впровадження передових практик та інновацій допомагає готельно-ресторанним комплексам залишатися актуальними та привабливими для вибагливого глобального ринку. Знання та усвідомлення цих факторів необхідні для досягнення високих стандартів обслуговування та розвитку високоякісного готельно-ресторанного бізнесу в умовах глобалізації та ринкової конкуренції [36].

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСІВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

2.1. Сучасні тренди розвитку готельно-ресторанних послуг у світі

В сучасному світі готельно-ресторанна індустрія швидко змінюється під впливом сучасних технологій, змінюючихся уподобань споживачів та глобальних викликів. Сучасні тренди розвитку готельно-ресторанних послуг не лише відображають новаторськість та креативність галузі, але і визначають її майбутнє. У цьому вступі ми розглянемо ключові аспекти, що формують та визначають сучасний образ готельно-ресторанної індустрії на міжнародному рівні [16].

Одним із визначальних факторів у сучасних трендах є інноваційні технології. Готельно-ресторанні комплекси широко впроваджують цифрові рішення, розумні системи управління та інші технології для полегшення процесів обслуговування та забезпечення персоналізованого досвіду для гостей. Крім того, тренд на сталість та екологічність стає необхідністю, і готельно-ресторанні заклади активно впроваджують екологічно чисті практики, роблячи акцент на відповідальному та сталому бізнесі.

Ще однією ключовою тенденцією є розвиток гастрономічної культури. Гості готельно-ресторанних комплексів все більше цінують унікальні гастрономічні враження, і відомі кухарі стають справжніми зірками галузі. Такі тренди формують новий стандарт високоякісного обслуговування та розширюють межі гостинності.

Сучасні тренди розвитку готельно-ресторанних послуг у світі відіграють вирішальну роль у формуванні гостинності та відповідності очікуванням сучасних споживачів. Інновації, такі як персоналізоване обслуговування, використання штучного інтелекту для підвищення якості сервісу, сталі екологічні практики та інтеграція з цифровими технологіями, визначають майбутнє індустрії [41]. Особливу увагу приділяють досвіду клієнтів, оскільки

тенденції вказують на зростання значення унікальних та автентичних вражень. Такі зміни вимагають від готельно-ресторанних підприємств гнучкості, інноваційного підходу до розробки послуг та здатності швидко адаптуватися до змінних вподобань і технологій для підтримання конкурентоспроможності та відповідності світовим стандартам (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1

Сучасні тренди розвитку готельно-ресторанних послуг у світі

Тренд	Опис
Екологічна сталість	Готелі та ресторани розробляють «зелені» ініціативи, що включають екологічні програми та використання відновлювальних матеріалів.
Технологічні інновації	Широке впровадження цифрових технологій для покращення досвіду гостей, включаючи автоматизоване бронювання та розумні номери.
Персоналізація послуг	Готелі пропонують унікальні послуги, адаптовані під індивідуальні потреби та переваги відвідувачів.
Локальні та автентичні враження	Зростаючий попит на автентичні, культурно збагачуючий туристичний досвід, що відображають місцевий колорит.
Інтегровані відпочинкові комплекси	Розвиток комплексів, які поєднують житло, розваги та відпочинок в одному місці для забезпечення повноцінного відпочинку.
Цілодобовий доступ до послуг	Послуги, доступні 24/7, включаючи номерні сервіси, фітнес-центри та ресторани, щоб задовольнити потреби гостей в будь-який час.
Безконтактне обслуговування	Використання технологій для надання послуг без фізичного контакту, наприклад через мобільні додатки або самообслуговування.
Фокус на здоров'я та благополуччя	Збільшення пропозицій, що фокусуються на здоровому харчуванні, фітнесі та спа-послугах, відповідно до зростаючої уваги до здоров'я.

Сучасні тренди розвитку готельно-ресторанних послуг глобально відзначаються швидким впровадженням екологічної сталості, яка стає не просто модним трендом, а необхідністю для бізнесів, які прагнуть зберегти ресурси та залучити екологічно свідомих споживачів. Готелі та ресторани застосовують інноваційні підходи до використання відновлюваних енергій, управління відходами та зменшення водоспоживання [26]. Цей підхід не тільки покращує імідж бренду в очах клієнтів, але й сприяє зниженню експлуатаційних витрат та підтримці більш здорового довкілля.

Зростання технологічних інновацій створює нові можливості для персоналізації клієнтського сервісу. Від «розумних» номерів, які дозволяють

гостям налаштовувати освітлення та температуру за допомогою мобільного додатку, до алгоритмів штучного інтелекту, що допомагають готелям передбачати потреби гостей та пропонувати індивідуалізовані рекомендації, технології підвищують ефективність та зручність послуг. Онлайн бронювання та цифрові платформи вже стали стандартом у промисловості, забезпечуючи споживачам швидке та легке резервування з будь-якої точки світу.

Локальні та автентичні враження залишаються одним із головних факторів, що приваблюють мандрівників. Туристи прагнуть не лише відпочинку, але й занурення у культуру та історію місцевості, де вони перебувають. Готелі і ресторани, які інтегрують у свою пропозицію місцеві традиції, кулінарні особливості та культурні заходи, отримують конкурентну перевагу [44]. Ці тренди відображають глобальні зміни в інтересах та вимогах споживачів, а також технологічний розвиток, які формують сучасний вектор розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Таким чином, сучасні тренди у розвитку готельно-ресторанних послуг глибоко та різноманітно перетинаються, взаємодіючи для створення унікального та неперевершеного гостьового досвіду. Зміни у використанні технологій, спрямованість на сталість та відповідальність, а також підвищення культурно-гастрономічного рівня – це лише декілька аспектів, які визначають сучасну готельно-ресторанну індустрію. Разом із тим, ці тренди стають керівною зіркою, яка покликана вести галузь у майбутнє, сприяючи її трансформації та розкриттю нових можливостей.

Справжнє значення сучасних трендів полягає в їхньому впливі на споживача, перетворюючи його очікування та вимоги. Водночас, ці тенденції стають каталізаторами для готельно-ресторанних підприємств, що в пошуку інновацій та удосконалення зусиль готові перетворювати свою діяльність для того, щоб надавати найвищий ступінь задоволення своїм гостям [39]. Такий поєднаний підхід визначає ефективність та конкурентоспроможність готельно-ресторанної галузі у глобальному масштабі, роблячи її привабливою та захопливою для сучасного споживача.

2.2. Фактори впливу на стан та розвиток готельно-ресторанних послуг в Україні після вторгнення росії

На фоні подій, що відбулися після вторгнення Росії в Україну, готельно-ресторанна галузь країни не залишилася осторонь викликів та змін. Ці події мали значний вплив на економіку та соціокультурний стан країни, а готельно-ресторанний сектор виявився однією з галузей, що переживає значний розвиток та адаптацію під впливом нових умов [32]. У цьому контексті важливо розглянути фактори, що визначають стан та розвиток готельно-ресторанних послуг в Україні, а також оцінити вплив глобальних та місцевих чинників на цей важливий сегмент економіки.

Одним з основних факторів, який слід врахувати, – це економічна нестабільність, що виникла внаслідок вторгнення та анексії територій. Зміни в геополітичному середовищі призвели до коливань у фінансовій системі та змін у споживчому підході. Це відобразилося на здатності споживачів готельно-ресторанних послуг здійснювати покупки та уповільненні росту галузі. Однак, водночас, ці труднощі стали каталізатором для впровадження інновацій та стратегічних рішень, спрямованих на збільшення конкурентоспроможності готельно-ресторанних підприємств.

Зважаючи на зазначене, важливим показником формування і просування конкурентоспроможних послуг готельно-ресторанного комплексу є структура загальних втрат економіки України (з урахуванням потреби у відновленні), яка наведена на рис. 2.1.

Представлена діаграма демонструє структуру загальних втрат економіки України з урахуванням потреб у відновленні на початок 2023 року. Так, загальні потреби України у відновленні, за звітний період, становили 43%, загальні прямі збитки економіки через руйнування активів – 24%, та загальні непрямі втрати економіки України – 33%.

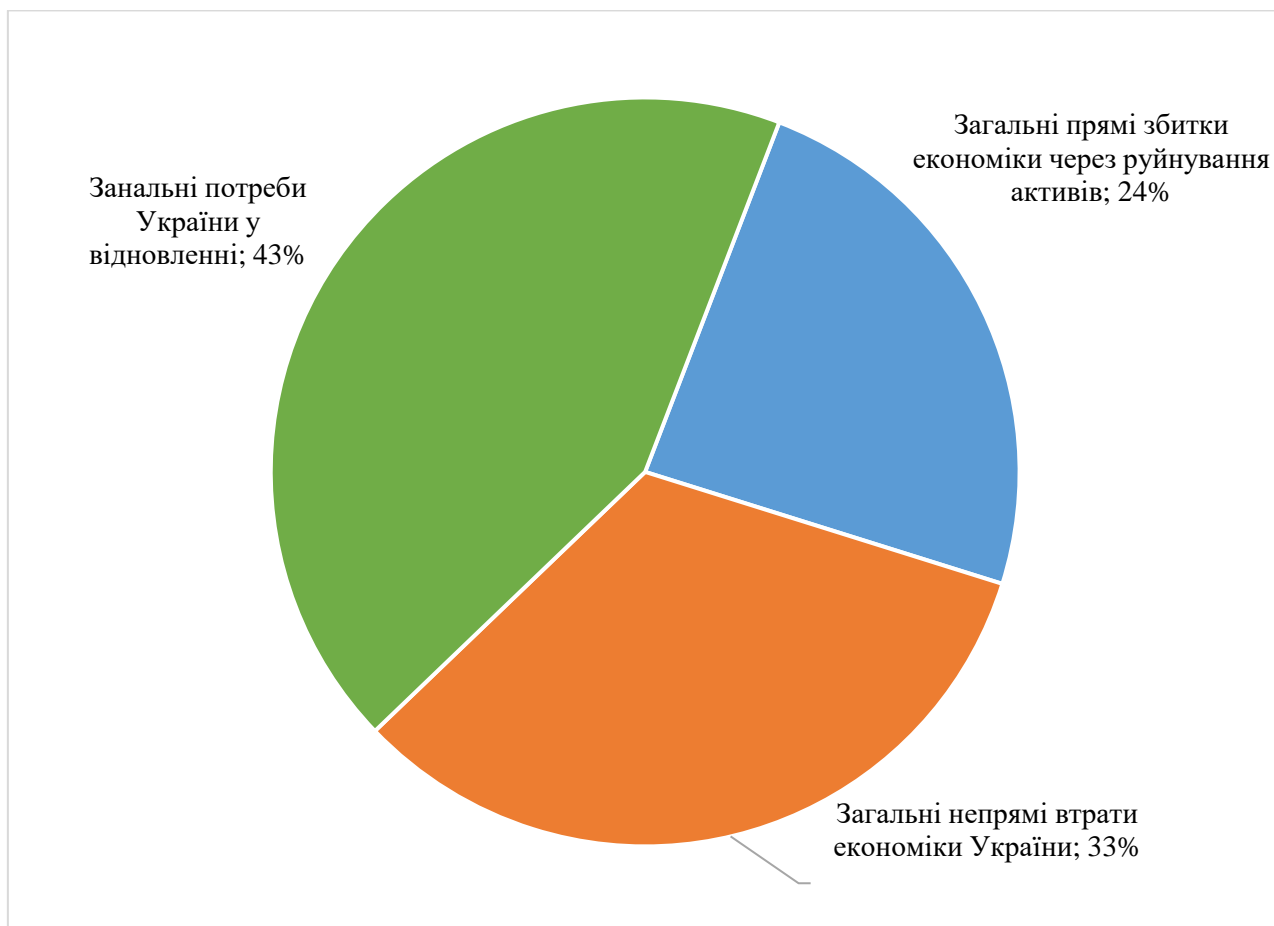


Рис. 2.1. Структура загальних втрат економіки України, з урахуванням потреби у відновленні (станом на початок 2023 року).

Загальні потреби України у відновленні (43%), вказує на те, що значна частина економічних ресурсів країни повинна бути спрямована на відновлення після збитків, завданих кризами, конфліктами або стихійними лихами.

Загальні непрямі втрати економіки України (33%), відображають втрати, які не можуть бути безпосередньо виміряні або оцінені через руйнування активів, але які виникають в результаті зниження економічної активності, підвищення ризиків для бізнесу, інфляції, та інших макроекономічних факторів.

Загальні прямі збитки економіки через руйнування активів (24%), відображають безпосередній фізичний збиток інфраструктурі та активам. Це може включати збитки від військових дій, природних катастроф або інших подій, що призвели до втрати майна, знищення будівель, заводів, транспортної інфраструктури тощо.

Ця інформація може бути важливою для розуміння масштабів викликів, з якими стикається Україна, і необхідності міжнародної допомоги та інвестицій для відновлення економіки.

Зазначене свідчить про глибокі економічні виклики, з якими країна зіштовхується на початку 2023 року. Найбільша частка втрат пов'язана з потребою у відновленні, підкреслюючи велику потребу у ресурсах для реабілітації інфраструктури та відновлення нормального життя. Непрямі та прямі збитки також складають значну частину втрат, відображаючи широкий спектр проблем від фізичного зруйнування до економічного спаду [29]. Це підсилює необхідність комплексних заходів для відновлення, включно з міжнародною підтримкою та стратегічним плануванням.

Ще одним фактором, який варто розглянути формування і просування конкурентоспроможних послуг готельно-ресторанного комплексу, є зміни у туристичному потоці та попиті на готельно-ресторанні послуги. Політичні та економічні турбуленції вплинули на імідж країни та її привабливість для іноземних туристів. Внаслідок цього, готелі та ресторани стикаються з викликами, пов'язаними зі зменшенням туристичного потоку та необхідністю переосмислення маркетингових стратегій для привертання нових клієнтів. Зміни в попиті визначають динаміку галузі та необхідність впровадження інноваційних підходів для залучення та утримання гостей.

Іншим важливим фактором є зміна відношення споживачів до безпеки та здоров'я. Після вторгнення росії українські готелі та ресторани стали стикатися з новими викликами у забезпеченні безпеки своїх гостей. Відсутність стабільності та загострення геополітичної ситуації призвело до збільшення важливості санітарних та гігієнічних стандартів у готельно-ресторанній галузі. Гості все більше звертають увагу на заходи безпеки та стандарти чистоти, що вимагає від підприємств готельно-ресторанної галузі не лише виконання вимог, але і активне впровадження інновацій для підвищення рівня довіри споживачів.

Всі ці фактори ставлять перед готельно-ресторанною галуззю виклики, але водночас вони відкривають можливості для розвитку та вдосконалення.

Реагуючи на ці тенденції, підприємства мають можливість піднятися на новий рівень, впроваджуючи сучасні технології, підвищуючи рівень обслуговування та визначаючи нові стратегії розвитку у вимірах сучасної реальності.

У післявоєнний період, спричинений вторгненням росії, готельно-ресторанний сектор України виявився під великим впливом різноманітних факторів, які визначають його стан та перспективи розвитку. Однак, незважаючи на труднощі, які виникли у зв'язку з політичною та економічною нестабільністю, галузь продовжує активно адаптуватися до нових умов. Важливим фактором, який визначає реагування готельно-ресторанного бізнесу, є вплив на туристичний потік та попит на послуги.

Спостереження за динамікою готельно-ресторанного сектору України свідчить про те, що в умовах викликів, викликаних вторгненням росії, галузь не лише витримує тиск, але й намагається знаходити нові можливості для розвитку. Зміни у туристичному потоці та споживчому підході змушують готельно-ресторанні підприємства переосмислювати свої стратегії та активно впроваджувати інновації [33]. Одним із ключових завдань залишається створення безпечного та комфортного середовища для гостей, а це вимагає від галузі не лише дотримання стандартів, але й впровадження нових підходів до обслуговування та безпеки.

Таким чином, в умовах нестабільності готельно-ресторанний сектор України має можливість перетворити виклики на шанси та відкрити нові горизонти для розвитку. Важливо продовжувати активно адаптуватися до змін, використовуючи інноваційні підходи, залучаючи міжнародний досвід та вдосконалюючи якість обслуговування. Тільки так галузь зможе ефективно конкурувати на міжнародному ринку та сприяти позитивному іміджу України як туристичної та гостинної країни.

2.3. Аналіз розвитку готельно-ресторанних послуг Волинської області

Волинська область, яка розташована на заході України, володіє неповторною природною красою та багатою історією, що робить її привабливим напрямком для туристів. Аналіз розвитку готельно-ресторанних послуг у цьому регіоні відображає важливі тенденції та виклики, які стоять перед місцевим господарством та галуззю гостинності.

Враховуючи зростання туризму в Україні, Волинь, як один із регіональних лідерів, відіграє важливу роль у формуванні індустрії готельно-ресторанного бізнесу. Збільшення кількості туристів, які обирають Волинь для відпочинку, створює потребу у розширенні та модернізації готельно-ресторанної інфраструктури [10]. Аналіз ринку готельних послуг в області дозволяє виявити ключові сегменти та ідентифікувати можливості для подальшого розвитку.

Однак, разом із перспективами, аналіз також виявляє проблемні аспекти розвитку готельно-ресторанного сектору на Волині. Нестабільні економічні умови та конкуренція високого рівня вимагають від місцевих підприємств готельно-ресторанного господарства стратегічного підходу та постійного вдосконалення, щоб відповідати високим стандартам обслуговування та задовольняти потреби сучасних туристів.

Пропонуємо провести аналіз розвитку готельно-ресторанних послуг Волинської області на прикладі рекреаційного комплексу «Срібні лелеки».

Рекреаційний комплекс «Срібні лелеки» розташований у мальовничій зоні Волинської області, пропонуючи відвідувачам ідеальне місце для відпочинку та відновлення сил серед природи. Комплекс відомий своєю гостинністю, затишними номерами та якісним сервісом, що включає ресторан з традиційною кухнею, СПА-зону для релаксації та різноманітні активності на свіжому повітрі, такі як піші прогулянки, риболовля та велосипедні екскурсії. «Срібні лелеки» забезпечують унікальне поєднання комфорту та природи, що робить їх популярним вибором для сімейних відпусток, корпоративних ретритів та романтичних втеч.

Комплекс «Срібні лелеки» також знаний завдяки своїм ландшафтним дизайном, який включає екзотичні рослини та водойми, створюючи відчуття спокою та ідилії. Різноманітність пропонуванних розваг та відпочинкових зон заслуговує особливої уваги; від зон для барбекю та пікніків до дитячих ігрових майданчиків, кожен знайде тут щось для себе. Крім того, комплекс часто проводить тематичні заходи, культурні вистави та фольклорні свята, що дозволяють гостям більше дізнатися про місцеву культуру та традиції. «Срібні лелеки» відзначаються не тільки своїми високоякісними послугами, але й увагою до деталей, яка перетворює кожен візит у неповторний досвід.

Результати опитування відвідувачів рекреаційного комплексу на основі сформованої анкети (додаток А), дає змогу зорієнтуватися в напрямі розвитку закладу. Саме задоволеність готельно-ресторанними послугами є головною при виборі подальшої політики розвитку закладу.

Серед опитаних переважна більшість лучани та жителі області. Результати анкетування гостей щодо вибору ресторану «ХлібСіль» подано на рис. 2.2-2.4.

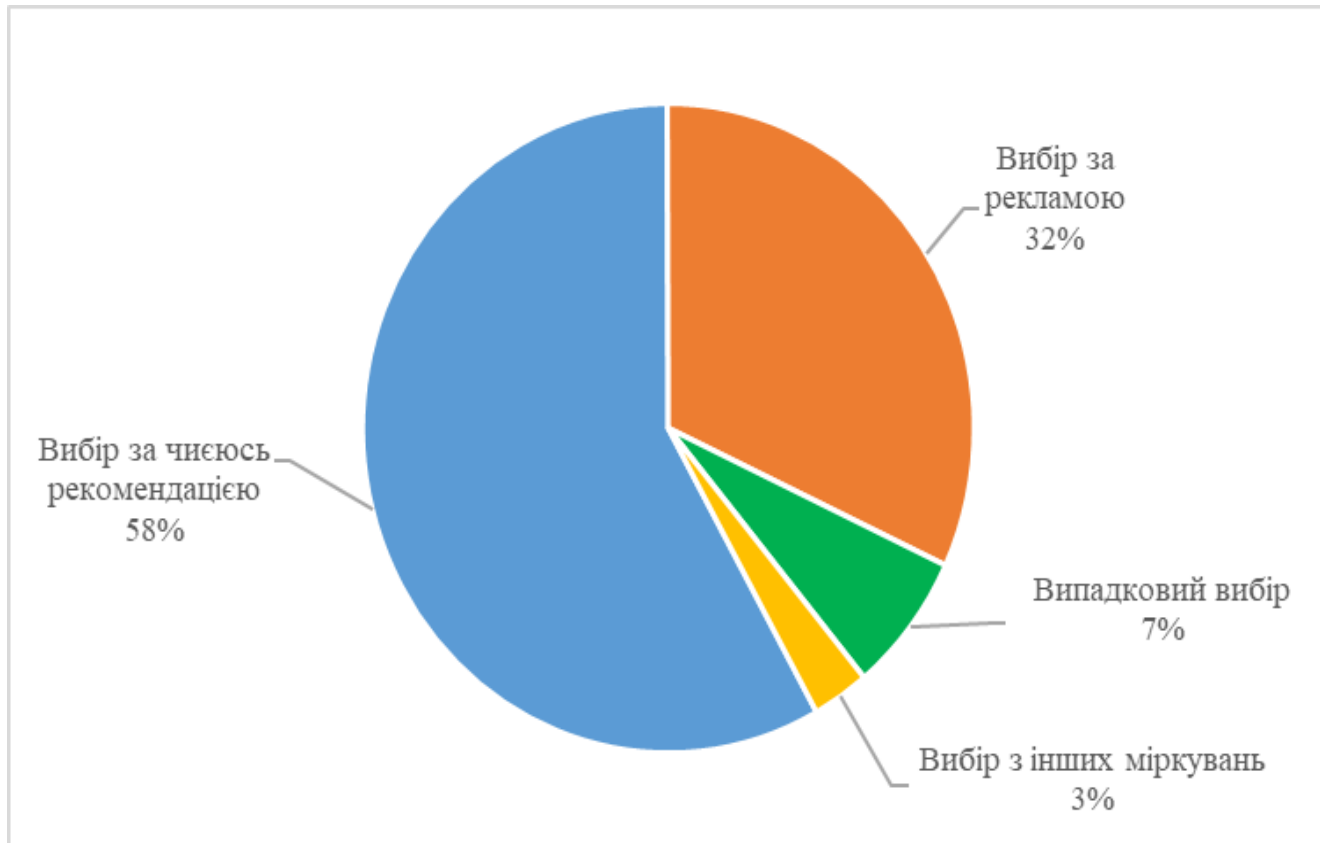


Рис. 2.2. Результати анкетування гостей щодо вибору закладу.

Зазначене ілюструє результати анкетування гостей рекреаційного комплексу «Срібні лелеки» щодо їхнього вибору закладу. Видно, що більшість гостей (58%) вибрали комплекс на підставі чесної рекомендації, що свідчить про високий рівень задоволеності попередніх відвідувачів та ефективність усного маркетингу. 32% гостей зробили свій вибір на основі реклами, що вказує на сильну рекламну кампанію та присутність комплексу в медіа. Випадковий вибір становив 7%, що може відображати спонтанні рішення або натрапляння на комплекс під час подорожі, тоді як 3% вибрали комплекс на основі інших міркувань, які можуть включати місцезнаходження, ціну, або спеціальні пропозиції.

Результати враження гостей від сервісу РК «Срібні лелеки» представлено на рис. 2.3.

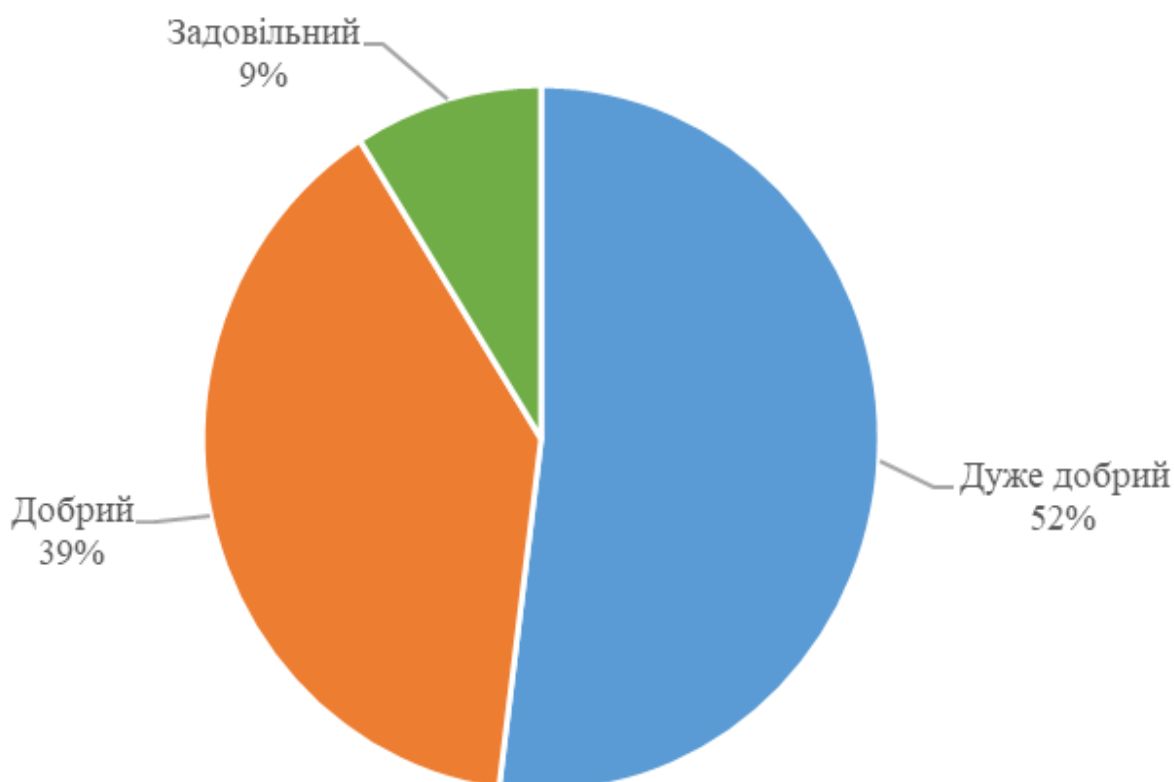


Рис. 2.3. Результати враження гостей від сервісу РК «Срібні лелеки»

Представлена діаграма відображає враження гостей від сервісу рекреаційного комплексу «Срібні лелеки». Більшість гостей (52%) оцінили сервіс як «дуже добрий», що свідчить про високу якість обслуговування та задоволеність відвідувачів. «Добрим» сервіс вважають 39% гостей, що також є показником якісної роботи комплексу. Водночас, невелика частка відвідувачів (9%) висловилися, що сервіс був «задовільний», що може вказувати на деякі аспекти послуг, які потребують уваги та поліпшення. Загалом, ці дані вказують на високий рівень сервісу в «Срібних лелеках», із малим відсотком гостей, які мають відносно незадоволення.

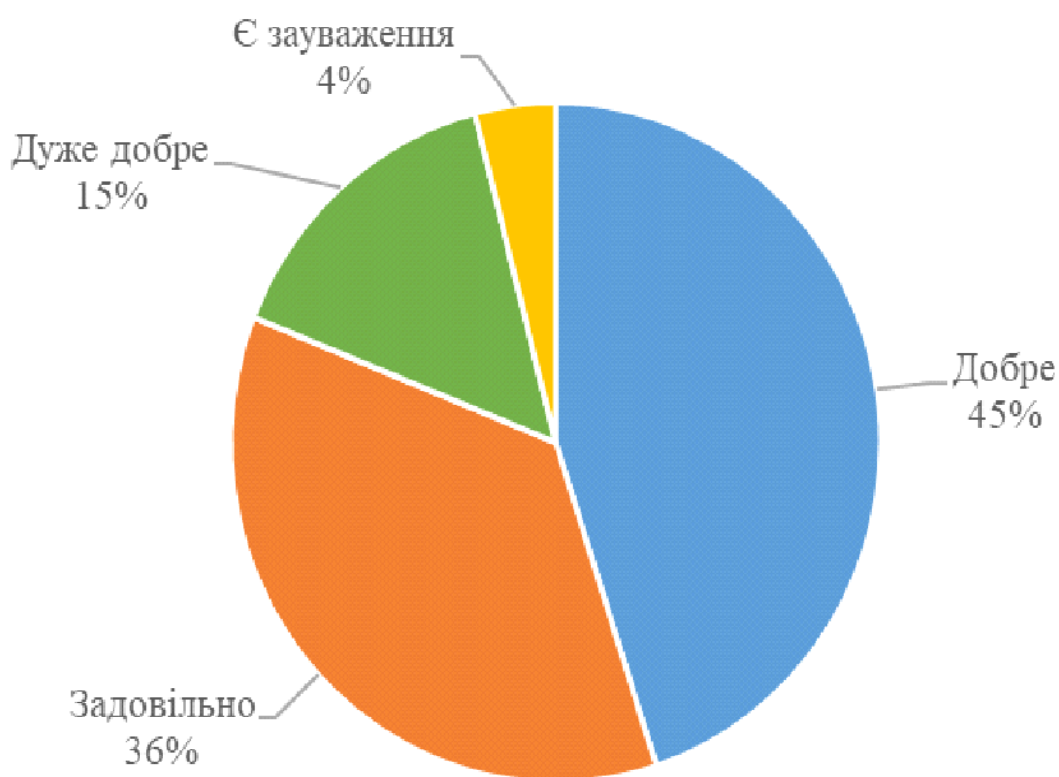


Рис. 2.4. Результати опитування щодо якості, безпеки та санітарного стану РК «Срібні лелеки».

На наданій круговій діаграмі відображені результати опитування гостей рекреаційного комплексу «Срібні лелеки» щодо якості, безпеки та санітарного стану закладу. З даних видно, що більшість опитаних (45%) оцінили згадані аспекти як «добрі», тоді як 36% гостей вважають їх «задовільними». Це може

свідчити про деякі можливості для поліпшення у цих сферах. 15% опитаних відгукнулись, що якість, безпека та санітарний стан є «дуже добрими», що є показником високого стандарту деяких послуг. Однак, існує менша частина гостей (4%), які мають зауваження, що вказує на специфічні області, які можуть потребувати уваги з боку управління комплексу для забезпечення

Аналіз розвитку готельно-ресторанних послуг Волинської області свідчить про значний потенціал та виклики, які притаманні цьому регіону. Надзвичайно важливою частиною місцевої інфраструктури стає готельно-ресторанна галузь, оскільки саме вона формує перший враження туристів та визначає рівень комфорту та обслуговування [16]. За останні роки спостерігається зростання популярності Волині серед подорожуючих, що вказує на позитивні тенденції у розвитку туристичної галузі.

Однак, висновки аналізу також підкреслюють необхідність систематичного управління та вдосконалення готельно-ресторанних послуг у регіоні. Висока конкуренція та змінювані умови економічного розвитку вимагають від підприємств готельно-ресторанного сектору постійного аналізу та адаптації. Потрібно акцентувати увагу на підвищенні якості обслуговування, впровадженні інновацій та сприянні створенню гостинного середовища, яке вразить і задовольнить різноманітні потреби туристів, що відвідують Волинь. Таким чином, при належному управлінні та вдалих стратегічних рішеннях, Волинь може максимально використати свій туристичний потенціал і стати привабливим напрямком для подорожей у майбутньому.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ЕФЕКТИВНОЇ РОЗРОБКИ І ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСІВ

3.1. Фактори розвитку послуг готельно-ресторанних комплексів

В сучасному світі послуги готельно-ресторанних комплексів визначають якість та зручність перебування та харчування для подорожуючих та гостей. Розквіт туристичної галузі, розвиток бізнес-подорожей та зміни у споживчих прагненнях створюють унікальні виклики та можливості для готельно-ресторанного сектору. Перспективи розвитку цих послуг наразі стають об'єктом інтенсивних досліджень та стратегічного планування. У зв'язку з постійним ростом міжнародного туризму та зростанням економіки, готельно-ресторанні комплекси стають ключовим елементом гостинності [52]. Сучасний споживач не лише очікує комфортного проживання та високоякісного харчування, але також прагне отримати унікальний і персоналізований досвід. У зв'язку з цим, готельно-ресторанні комплекси змушені адаптуватися до змінних потреб та пристосовувати свої сервіси до вимог сучасного споживача.

Подальший розвиток готельно-ресторанного сектору невід'ємно пов'язаний із стрімким технологічним прогресом та змінами в уявленнях про стандарти безпеки та здоров'я. Переход до цифрового середовища, використання штучного інтелекту, технології «інтернету речей» – це лише деякі напрями, які можуть визначити майбутнє готельно-ресторанного бізнесу. Відповідно до цих тенденцій, важливо визначити перспективні стратегії, які дозволять готельно-ресторанним комплексам успішно конкурувати та надавати високоякісні послуги в умовах постійної динаміки та змін.

Система факторів, що впливають на розробку та просування послуг готельно-ресторанних комплексів, є вирішальною для їх успіху на ринку. Вона включає аналіз ринкових тенденцій, визначення цільової аудиторії, створення унікальної торгової пропозиції, забезпечення високої якості обслуговування, та інвестиції в маркетинг та рекламу. Ці фактори дозволяють комплексам

адаптуватися до мінливих уподобань споживачів, підвищувати рівень задоволення гостей, та ефективно конкурувати в індустрії гостинності. Важливість системи факторів полягає в її здатності інтегрувати стратегічне планування з гнучкою тактикою на місцях, що разом забезпечує стаке зростання та розвиток готельно-ресторанного бізнесу (рис. 3.1).

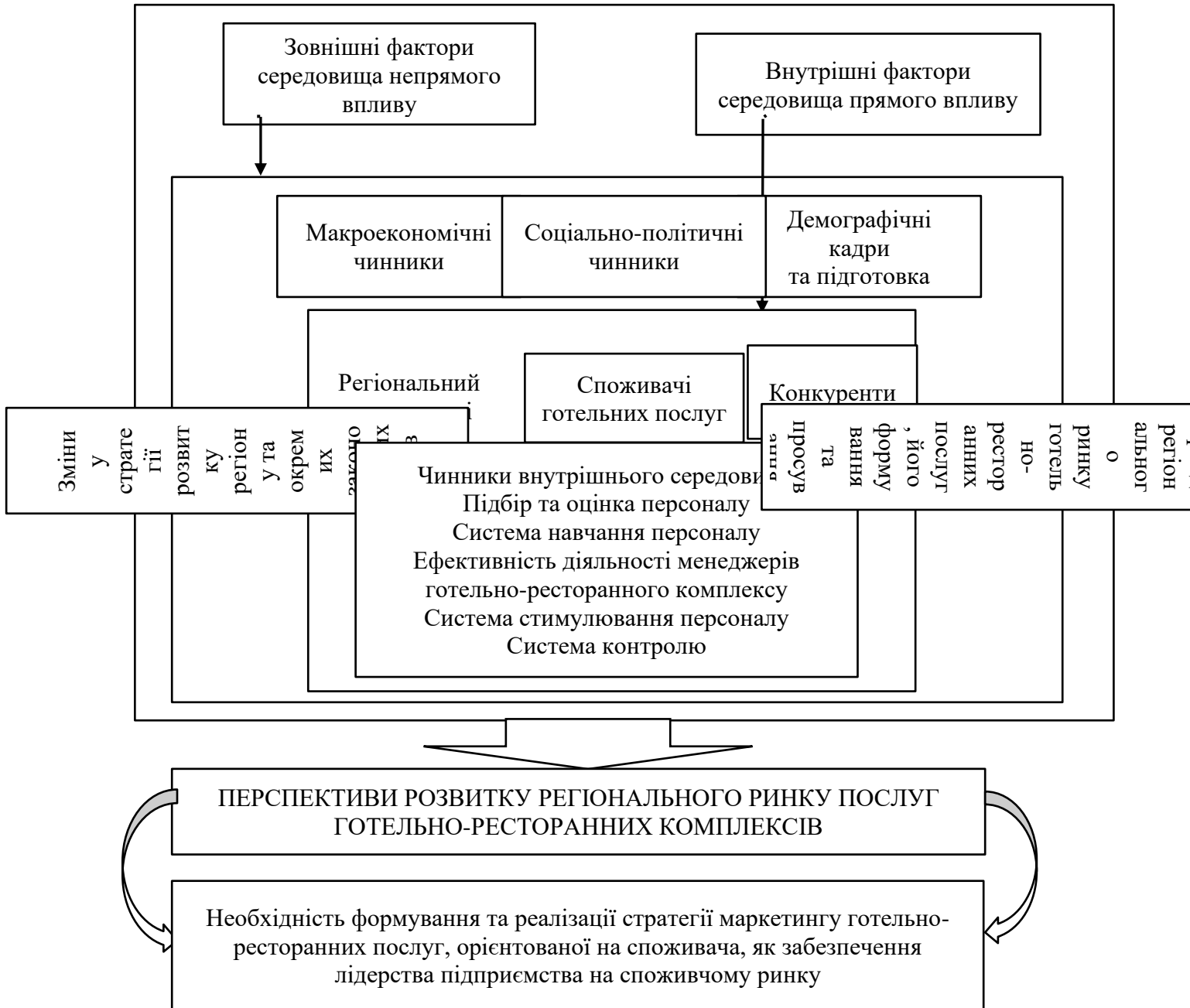


Рис. 3.1. Система факторів, що впливають на розробку і просування послуг готельно-ресторанних комплексів.

Зовнішні фактори включають макроекономічні та соціально-політичні чинники, демографію, а також регіональні ринкові умови, які формують загальні умови діяльності. Важливість цих зовнішніх факторів полягає в їх непередбачуваності та значному впливі на стратегічне планування, оскільки вони визначають загальні економічні та соціальні тенденції, які можуть впливати на попит на послуги комплексів. Внутрішні фактори середовища прямого впливу включають управлінські та оперативні аспекти бізнесу, такі як якість персоналу, системи навчання та стимулювання персоналу, ефективність діяльності менеджерів та систему контролю внутрішніх процесів. Ці фактори безпосередньо впливають на якість надання послуг та загальне враження гостей від відвідування комплексу [14]. Оптимізація внутрішніх процесів може підвищити ефективність роботи комплексу та зміцнити його конкурентні позиції.

Перспективи розвитку регіонального ринку послуг готельно-ресторанних комплексів залежать від здатності адаптуватися до змін у зовнішніх та внутрішніх умовах. Необхідність формування та реалізації стратегій, орієнтованих на створення унікальної пропозиції та залучення нових гостей, вимагає постійного моніторингу та гнучкості в управлінні. Використання інноваційних підходів та технологій, а також врахування зворотного зв'язку від клієнтів, може допомогти в розробці ефективних маркетингових кампаній та поліпшенні загального сервісу.

Сучасний гість очікує не лише високого рівня зручностей та комфорту, але й персоналізованого та ексклюзивного обслуговування. У зв'язку з цим, подальший розвиток та модернізація готельно-ресторанних послуг буде важливим етапом у забезпеченні конкурентоспроможності на ринку. Зростання впливу технологій та зміни в споживчих уподобаннях створюють підґрунтя для інновацій та творчих підходів у галузі гостинності. Готельно-ресторанні комплекси, які будуть вдало використовувати ці технологічні зрушення та вдосконалювати свої сервіси відповідно до сучасних потреб, можуть очікувати успіху та стійкого розвитку [37]. Таким чином, перспективи для готельно-

ресторанної галузі є необхідним етапом у створенні відмінного гостьового досвіду та укріпленні позицій в конкурентному середовищі.

3.2. Напрями просування послуг готельно-ресторанних комплексів

В сучасному конкурентному середовищі готельно-ресторанні комплекси стикаються з необхідністю активного та ефективного просування своїх послуг для залучення та утримання клієнтів. З урахуванням зростання конкуренції та швидкого розвитку галузі гостинності, важливо визначити стратегії та напрями, які дозволять готельно-ресторанним комплексам виділятися на ринку та забезпечувати стабільний потік клієнтів [22].

Одним із ключових напрямів просування є використання сучасних маркетингових стратегій та інструментів. Готельно-ресторанні комплекси повинні активно впроваджувати цифрові технології, взаємодіяти з клієнтами через соціальні мережі, вдосконалювати власні веб-сайти та забезпечувати належну видимість у мережі Інтернет. Спрямування на ефективне інтернет-просторове просування дозволяє комплексам не лише привертати нових гостей, а й підтримувати сталий зв'язок із клієнтами, створюючи для них позитивний досвід та враження.

Ще одним важливим аспектом є розвиток унікального бренду та створення унікального образу готельно-ресторанного комплексу. Виділення особливих рис, які роблять заклад відмінним та неповторним, може виявитися ключовим фактором в процесі вибору клієнтами місця для проживання та харчування. Підкреслення унікальності об'єкта може бути досягнуте через вивчення та врахування особливостей місцевої культури, традицій та гастрономічних особливостей. Такий індивідуальний підхід дозволяє створити неповторне обличчя комплексу та здобути вірних клієнтів, які цінують особливий досвід.

Побудова ефективної схеми маркетингових комунікацій зі споживачами готельно-ресторанних послуг є критично важливою для успіху в індустрії гостинності. Вона дозволяє створити сильний зв'язок з потенційними та існуючими клієнтами, підвищити обізнаність про бренд, формувати позитивний

імідж та сприяти лояльності [47]. Ефективні комунікації забезпечують зрозумілість послуг, прозорість ціноутворення та освітні програми, які допомагають клієнтам приймати обґрунтовані рішення. Крім того, вони сприяють залученню відгуків та пропозицій від клієнтів, що є важливим для постійного поліпшення послуг та адаптації до змінних потреб ринку.

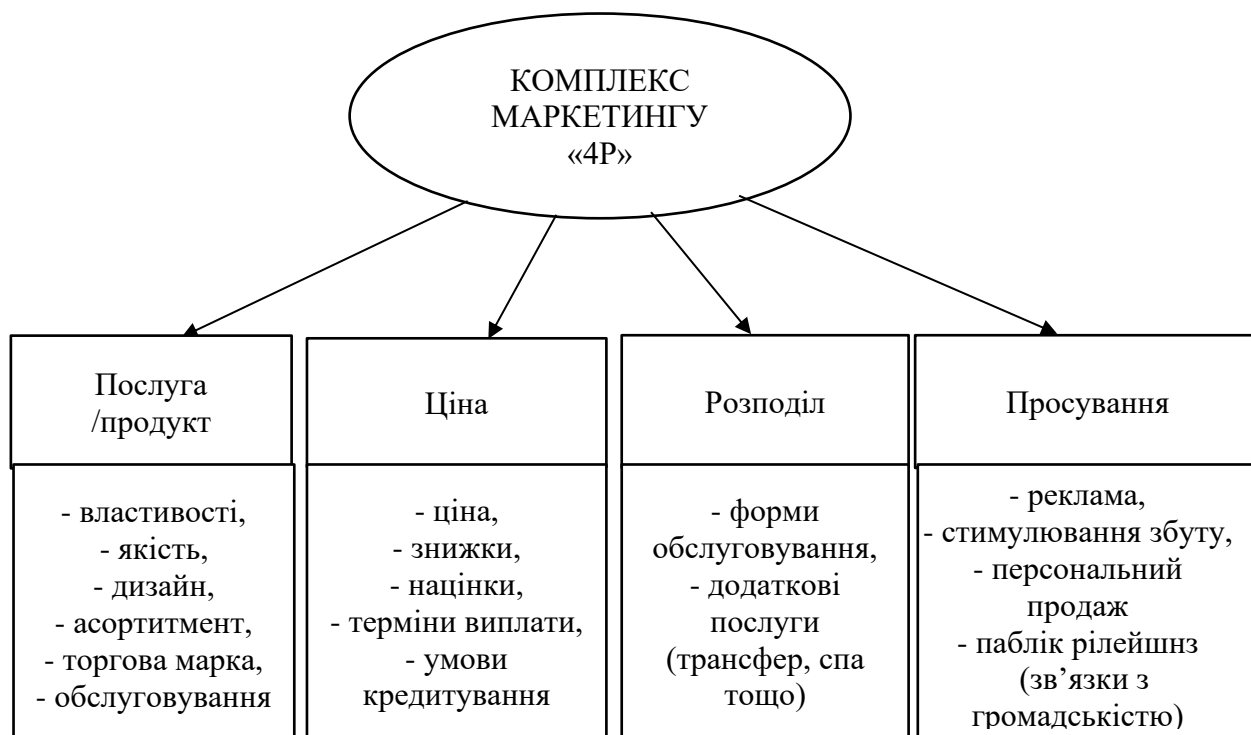


Рис. 3.2. Схема побудови системи маркетингових комунікацій зі споживачами готельно-ресторанних послуг.

Зазначене ілюструє комплекс маркетингу «4P» для побудови системи маркетингових комунікацій зі споживачами готельно-ресторанних послуг. Цей комплекс включає чотири основних елементи: продукт (або послугу), ціну, розподіл (місце), та просування.

В категорії «продукт/послуга» входять властивості, життєвий цикл, дизайн, асортимент, торгова марка та якість обслуговування, які разом визначають унікальну пропозицію для споживачів. Ціна включає не тільки саму вартість послуги чи продукту готельно-ресторанного комплексу, але й знижки, націнки, умови та терміни оплати, що впливають на сприйняття вартості послуги споживачами. Розподіл визначає, як послуги будуть доставлені до споживача,

включаючи форми обслуговування та додаткові послуги, такі як трансфери чи спа-процедури. Просування охоплює рекламу, стимулювання збуту, персональний продаж та паблік рілейшнз, що забезпечують зв'язок з потенційними та існуючими клієнтами та формують їхнє уявлення про бренд.

Ефективне застосування зазначеної моделі «4Р» дозволяє готельно-ресторанним комплексам розробляти цілісні стратегії, які забезпечують конкурентну перевагу, підвищують рівень задоволеності клієнтів, та сприяють зростанню бізнесу [5].

Вивчення можливостей підприємства в готельно-ресторанному бізнесі є ключовим для ідентифікації його стратегічних переваг та областей для зростання (рис. 3.3)..



Рис. 3.3. Напрями вивчення можливостей підприємства готельно-ресторанних підприємств.

Зазначене представляє напрями вивчення можливостей підприємства в галузі готельно-ресторанного бізнесу, які охоплюють такі сфери як менеджмент, обслуговування, маркетинг та фінанси. Кожна з цих сфер має свою важливість для загального успіху та розвитку підприємства. Управлінський аспект включає організацію та систему управління, кваліфікацію та кількість персоналу, а також ефективність їхньої роботи. Ці компоненти визначають здатність підприємства до впровадження інновацій, вдосконалення сервісу та підтримання високих стандартів обслуговування.

Сфера обслуговування включає аналіз якості та швидкості обслуговування, здатність залучати відвідувачів та високий рівень задоволеності клієнтів. Маркетингові зусилля зосереджені на дослідженні ринку, інноваціях, рекламі та стимулюванні продажу, що допомагає в розробці стратегій залучення та утримання клієнтів. Фінансова сфера включає оцінку фінансової стійкості, платоспроможності та прибутковості, яка є індикатором здоров'я підприємства та його здатності до інвестування в розвиток [44]. Разом ці напрями формують комплексний підхід до аналізу та оптимізації роботи готельно-ресторанних підприємств, сприяючи їх стійкому розвитку в конкурентному середовищі.

Такий аналіз включає дослідження внутрішніх ресурсів, компетенцій, поточної ринкової позиції, а також зовнішнього середовища, в якому підприємство функціонує. Це дозволяє підприємствам адаптуватись до змін ринку, інноваційних трендів, попиту споживачів, та конкурентної динаміки, створюючи підґрунтя для розробки ефективних стратегій маркетингу, оптимізації послуг, і розширення бізнесу. Врешті-решт, ретельне вивчення можливостей сприяє стійкому розвитку та довгостроковому успіху в готельно-ресторанній індустрії.

Визначення переваг та недоліків основних рекламних носіїв для готельно-ресторанних послуг є критично важливим для ефективності маркетингової стратегії. Знання про те, які канали комунікації найкраще резонують з цільовою аудиторією, дозволяє оптимізувати рекламний бюджет та максимізувати

охоплення потенційних гостей. Наприклад, соціальні медіа можуть бути високоефективними для молодшої аудиторії, тоді як традиційні медіа, такі як друкована реклама, можуть бути кращими для старшого сегменту. Розуміння специфіки кожного носія, його діапазону досяжності, вартості, а також типу контенту, що найкраще спрацьовує, дозволяє створювати цілеспрямовані та персоналізовані кампанії, здатні забезпечити сильне повідомлення та побудувати довіру до бренду (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1.

Переваги та недоліки основних рекламних носіїв
готельно-ресторанних комплексів

Рекламний носій	Переваги	Недоліки
Телебачення	Масове охоплення, високий ступінь привернення уваги й емоційного насичення	Висока вартість, значна швидкість старіння повідомлення
Радіо	Низька вартість, оперативність розміщення реклами	Відсутність візуальних образів, швидкоплинність рекламного контакту
Журнали	Висока вибірковість і якість поліграфії, довготривале існування рекламних повідомлень	Низька оперативність розміщення реклами, відносно високі витрати
Газети	Широке охоплення місцевої аудиторії, низька вартість	Короткотривале існування рекламних повідомлень, невисока якість поліграфії
Інтернет	Здатність передавати відео- та аудіо інформацію, інтерактивність, високий ступінь привернення уваги	Обмеженість аудиторії наявністю необхідного обладнання і пропускнуою здатністю каналів
Зовнішня реклама	Локальна спрямованість	Необхідність тривалого часу для проведення успішної кампанії

Рекламні носії в готельно-ресторанній індустрії відіграють вирішальну роль в приверненні клієнтів та побудові бренду. Телебачення, завдяки своїй можливості масового охоплення та емоційного залучення, вважається одним з найбільш впливових каналів для промоції послуг [20]. Воно дозволяє створювати вражаючі візуальні та аудіовізуальні рекламні ролики, які можуть запам'ятовуватися та викликати сильні асоціації з брендом. Однак високі витрати на рекламу в телевізійній сфері та швидке застарівання контенту можуть

стати значним бар'єром для багатьох готельно-ресторанних комплексів, особливо для тих, хто має обмежений маркетинговий бюджет.

З іншого боку, інтернет реклама пропонує більш цільове та інтерактивне звернення до споживачів, здатність швидко адаптуватися та змінювати рекламні кампанії відповідно до зворотного зв'язку та поведінки користувачів. Це дозволяє використовувати такі інструменти як контент-маркетинг для забезпечення більш високої конверсії. Проте, обмеження у доступі потенційної аудиторії до необхідних технологій або високошвидкісного інтернету може ускладнити досягнення широкого охоплення, особливо у регіонах з менш розвиненою інфраструктурою.

Напрями просування послуг готельно-ресторанних комплексів сьогодні виявляються критично важливими для успішної діяльності в галузі гостинності. Використання сучасних маркетингових стратегій, цифрових технологій та акцент на вивченні потреб та очікувань цільової аудиторії роблять комплекси конкурентоспроможними та привабливими для клієнтів [11]. Активна присутність у Інтернеті та соціальних мережах забезпечує більш широкий охоплення аудиторії, а підтримка стабільних зв'язків через цифрові канали сприяє формуванню довгострокових стосунків з клієнтами.

Зростання унікального бренду та визначення неповторних особливостей комплексу дозволяють залучати та утримувати вірних клієнтів, прагнучи не лише задовольнити їхні потреби, але й створити неповторний індивідуальний досвід. Спрямованість на унікальність, інновації та індивідуальний підхід до кожного гостя допомагає готельно-ресторанним комплексам завоювати лояльність клієнтів та підтримувати свій конкурентний авторитет в галузі гостинності.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Визначено зміст та значення послуг готельно-ресторанних підприємств в розвитку індустрії гостинності, що є досить важливими для його розвитку та конкурентоспроможності. Сучасний споживач все більше цінує індивідуалізований та вишуканий підхід до обслуговування, і саме унікальність послуг стає ключовим фактором для залучення та утримання клієнтів.

Систематизовано наявні фактори впливу на формування та просування послуг готельно-ресторанних комплексів. Фактори впливу на формування та просування послуг готельно-ресторанних комплексів, знаходяться в центрі стратегічного успіху у цій індустрії. Розуміння та адаптація до змін у сучасних смаках, уподобаннях та вимогах споживачів визначають напрямок розвитку підприємств, що забезпечує їхню відмінність та конкурентоспроможність.

Крім того, активне спостереження за конкурентним середовищем та вдосконаленням стратегій маркетингу є ключовими чинниками для привертання уваги клієнтів та забезпечення лояльності. Готельно-ресторанні комплекси, що успішно враховують ці фактори, мають можливість виходити за рамки звичайних стандартів та створювати неповторні та пам'ятні враження для своїх гостей, що стає ключовим аспектом довгострокового успіху та розвитку в галузі гостинності.

Досліджено міжнародний досвід розробки і просування послуг готельно-ресторанного комплексу. Міжнародний досвід надає можливість адаптувати успішні стратегії до власного контексту, незалежно від географічного положення. Впровадження передових практик та інновацій допомагає готельно-ресторанним комплексам залишатися актуальними та привабливими для вибагливого глобального ринку. Знання та усвідомлення цих факторів необхідні для досягнення високих стандартів обслуговування та розвитку високоякісного готельно-ресторанного бізнесу в умовах глобалізації та ринкової конкуренції.

Проведено аналіз розвитку послуг готельно-ресторанного комплексів в сучасних умовах. В умовах нестабільності готельно-ресторанний сектор України

має можливість перетворити виклики на шанси та відкрити нові горизонти для розвитку. Важливо продовжувати активно адаптуватися до змін, використовуючи інноваційні підходи, залучаючи міжнародний досвід та вдосконалюючи якість обслуговування. Тільки так галузь зможе ефективно конкурувати на міжнародному ринку та сприяти позитивному іміджу України як туристичної та гостинної країни. Загальні потреби України у відновленні, становлять 43%, загальні прямі збитки економіки через руйнування активів – 24%, та загальні непрямі втрати економіки України – 33%.

Аналіз розвитку готельно-ресторанних послуг Волинської області свідчить про значущий потенціал та виклики, які притаманні цьому регіону. Надзвичайно важливою частиною місцевої інфраструктури стає готельно-ресторанна галузь, оскільки саме вона формує перший враження туристів та визначає рівень комфорту та обслуговування. За останні роки спостерігається зростання популярності Волині серед подорожуючих, що вказує на позитивні тенденції у розвитку туристичної галузі.

Визначено напрями ефективної розробки і просування послуг готельно-ресторанних комплексів. Систематизовані фактори дозволяють комплексам адаптуватися до мінливих уподобань споживачів, підвищувати рівень задоволення гостей, та ефективно конкурувати в індустрії гостинності. Важливість системи факторів полягає в її здатності інтегрувати стратегічне планування з гнучкою тактикою на місцях, що разом забезпечує стаке зростання та розвиток готельно-ресторанного бізнесу.

Рекламні носії в готельно-ресторанній індустрії відіграють вирішальну роль в приверненні клієнтів та побудові бренду. Телебачення, завдяки своїй можливості масового охоплення та емоційного залучення, вважається одним з найбільш впливових каналів для промоції послуг. Воно дозволяє створювати вражаючі візуальні та аудіовізуальні рекламні ролики, які можуть запам'ятовуватися та викликати сильні асоціації з брендом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Александрова С. А., Оболонцева Л.В., Світлична В.Ю. Економіка готельно-ресторанного господарства: навч. Посібник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 142 с.
2. Батченко Л. В., Гончар Л. О., Беляк А. О. Формування механізму фінансової стійкості підприємств сфери гостинності: організаційно-економічний аналіз. Підприємництво і торгівля. 2020. № 27. С. 13-20. URL: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-27-02>
3. Валінкевич, Н., Тищенко, С. Забезпечення безпеки та страхування підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Економіка та суспільство, (40). 2022. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-6>
4. Голод А., Никига О. Інноваційні фактори розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. Проблеми активізації рекреаційно- оздоровчої діяльності населення. Матеріали XII Міжнар. наук.-практ. конф. (23–24 квітня 2020 р., м. Львів). Львів, 2020. С. 279–282.
5. Гончар Л., Беляк А. Удосконалення механізму формування фінансової стійкості підприємств сфери гостинності. Економіка та суспільство. 2021. № 25. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-23>.
6. ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація»
7. ДСТУ 4527:2006. «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення».
8. Гук Н.А. Вплив туризму на соціально-економічний розвиток держави. Актуальні проблеми моделювання та управління соціально-економічними

системами в умовах глобалізації: матеріали Міжнародна науково-практична конференція Дрогобич: ДДПУ ім. І. Франка, 2018. С. 143-147

9. Д'яконова, А., Тітомир, Л., & Жовтяк, К. Організація структури управління та контролю якості послуг в закладах розміщення півдня України. Економіка та суспільство, (32). 2021. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-79>.

10. Колесніченко А. С. Нормативно-правове регулювання та державна підтримка розвитку готельної індустрії як інституту туризму. Причорноморські економічні студії. Вип. 23. 2017. С. 37-42.

11. Мальська М. П., Пандяк І. Г Готельний бізнес: теорія та практика. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 472 с.

12. Мельник І.М., Полотай Б.Я. Особливості формування якості готельних послуг в Україні. Причорноморські економічні студії. С. 185-189. URL: <https://doi.org/10.32843/bses.45-34>.

13. Матвійчук, Л., Чепурда, Л., & Чепурда, Г. Перспективи впровадження системи управління безпечністю та якістю продукції ресторанного господарства. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*, 2(6), 2022. С. 9-14. URL: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(6\).2022.2](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(6).2022.2)

14. Матвійчук Л. Ю. Геоекономічні аспекти енергетичної безпеки України. Економічний форум. 2015. № 3. С. 215-221. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2015_3_33

15. Матвійчук Л.Ю., Барський Ю.М. Факторний аналіз розвитку готельно-ресторанного господарства на рівні регіону. *Економічні науки: зб. наук. праць*

Луцького НТУ. Серія «Регіональна економіка». Вип. 17 (67) Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2020.

16. Мельник В.М., Ломачинська І А. Роль держави у фінансовому забезпеченні малого і середнього підприємництва в Польщі: висновки для України. *Економічний вісник: серія фінанси, облік, оподаткування*. 2017. №1. С. 120-128.

17. Ніколайчук О. А. Тренди розвитку вітчизняної індустрії гостинності в умовах Covid-19, *Вісник ХНУ ім. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавств. Туризм*. Випуск 13, 2021.

18. Онищук Н.В. Розвиток індустрії гостинності в Україні та світі. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 4 (21). 297-304.

19. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 11.10.2023).

20. Офіційний сайт Національної туристичної організації. URL: <http://ntoukraine.org> (дата звернення: 28.11.2023).

21. Офіційний сайт ГО «Асоціація готелів та курортів України» (UHRA) URL: <https://ring.org.ua/edr/uk/company/43851744>. URL: <http://www.world-tourism.org> (дата звернення: 28.11.2023).

22. Офіційна сторінка Центру туристичної інформації та послуг. URL: <http://visitlutsk.com/> (дата звернення: 22.10.2023).

23. Офіційна сторінка Порталу «Zruchno.Travel». URL: <https://zruchno.travel/News/New/3101?lang=ua> (дата звернення: 01.10.2023).

24. Офіційний сайт Головного управління статистики у Волинській області URL: <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 01.10.2023).

25. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 01.10.2023).
26. Офіційний сторінка рекреаційного комплексу «Срібні Лелеки» URL: <http://www.leleky.com.ua/> (дата звернення: 11.10.2023).
27. Офіційний сайт готелю Україна URL: <https://hotel-lutsk.com/> (дата звернення: 11.10.2023).
28. Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення: Закон України від 24.02.1994 № 4004-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/4004-12> (дата звернення: 10.10.2023).
29. Про затвердження Вимог щодо розробки, впровадження та застосування постійно діючих процедур, заснованих на принципах Системи управління безпечністю харчових продуктів (НАССР) : Наказ Мінагрополітики України від 01.10.2012 № 590. URL: <https://bit.ly/2R3JNhS> (дата звернення: 10.10.2023)
30. Про затвердження Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання): Постанова Кабінету Міністрів України від 15.03.2006 № 297. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/go/297-2006- %D0%BF](https://zakon.rada.gov.ua/go/297-2006-%D0%BF) (дата звернення: 11.10.2023).
31. Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг: Наказ Держтурадміністрації України від 16.03.2004 № 19. URL: <https://bit.ly/3tv13w4> (дата звернення: 11.10.2023).
32. Про затвердження Рекомендованих норм технічного оснащення закладів громадського харчування : Наказ Мінекономіки європ. інтеграції від 03.01.2003 № 2. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/v0002569-03> (дата звернення: 12.10.2023).

33. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/1023-12> (дата звернення: 12.10.2023).
34. Паньків Н.М., Лесик І.Й. Порівняльна характеристика сучасного стану готельних підприємств в розрізі адміністративних районів Львівської області. Вісник Львівського національного університету. Серія «Міжнародні відносини». 2018. Вип. 45. С. 339-345.
35. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України від 23.12.1997 № 771/97-ВР URL: <https://bit.ly/3uvRiwz> (дата звернення: 12.10.2023).
36. Про стандартизацію : Закон України від 05.06.2014 № 1315-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/1315-18> (дата звернення: 12.10.2023).
37. Про технічні регламенти та оцінку відповідності: Закон України від 15.01.2015 № 124-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/124-19> (дата звернення: 13.09.2023).
38. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: [колективна монографія]. Видання сьоме. За науковою. ред. Л. Матвійчук, Ю. Барського, М. Лепкого. Луцьк: ІВВ ЛНТУ. 2021. 360 с.
39. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України № 168-р від 16.03.2017. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>.
40. Подлепіна П. О. Вплив міжнародного туризму на макроекономічну динаміку країн, що розвиваються. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 1 (211). С. 21-29.

41. Реєстр свідоцтв про встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), виданих Мінекономрозвитку. URL: <https://bit.ly/3uvdw1J> (дата звернення: 13.08.2023).
42. Санітарні правила для підприємств громадського харчування, включаючи кондитерські цехи (СанПін 42-123-5777-91) від 19.03.1991. URL: <https://bit.ly/3euUWRV> (дата звернення: 13.09.2023).
43. Цивільний кодекс України: Кодекс України; Закон, Кодекс від 16.01.2003 № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/435-15> (дата звернення: 13.10.2023).
44. Смирнов І., Любіцева О. Туристичний бізнес під час пандемії COVID-19: світовий та український досвід. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. 2020. № 3(2). С. 196-207.
45. Сідоров М.В, Юрченко О.С. Україна на світовому ринку туристичних послуг: стан та перспективи розвитку. Харків: ХНУ імені Каразіна, 2017. 256 с.
46. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності: збірник матеріалів науково-практичного семінару. Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2020. 64с.
47. Хмелевський О.В., Кошівська М.В. Розвиток туризму в контексті євроінтеграції України. *Приазовський економічний вісник*. Запоріжжя. 2018. № 2 (07). С. 15-21.
48. Шикіна О. В. Аналіз тенденцій міжнародної готельної індустрії Світове господарство і міжнародні економічні відносини. 2020. Вип. 39. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/39_2020_ukr/11.pdf, вільний (дата звернення 16.09.2023)

49. Tarlow Peter. Tourism Security: Strategies for Effectively Managing Travel Risk and Safety URL: everand.com/book/282626593/Tourism-Security-Strategies-for-Effectively-Managing-Travel-Risk-and-Safety
50. UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex. January 2021. URL: https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2021_01.pdf.
51. Batchenko L., Honchar L., Beliak A. The effectiveness of ensuring the financial stability of the restaurant business in the crisis COVID-19. Anti-crisis management: state, region, enterprise: Multi-authored monograph. Kaunas, Lithuania: Publishing House Baltija Publishing, 2020. P 151-176. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-020-9-11>

ДОДАТКИ

Опитувальник щодо покращення готельно-ресторанних послуг
рекреаційного комплексу «Срібні лелелеки»

Шановані гості!

Будемо Вам дуже вдячні, за кілька приділених хвилин вашого часу для висловлення своєї думки, яка допоможе нам покращити сервіс.

1. Ваш вік:

- а) до 18 років;
- б) від 19 до 25 років;
- в) від 26 до 35 років;
- г) від 36 до 45 років;
- д) від 46 до 55 років;
- е) більше 56 років

2. Ваше місце проживання:

- а) проживаю у Луцьку;
- б) проживаю у Волинській області;
- в) є гостем міста.

3. Як Ви дізналися про наш рекреаційний комплекс?

- а) за рекомендацією друзів;

- б) завдяки рекламі;
- в) випадково;
- г) з інших джерел.

4. Оцініть Ваші враження від сервісу:

- а) дуже добре;
- б) добре;
- в) задовільно;
- г) дуже погано.

5. Що спонукало Вас відвідати наш рекреаційний комплекс?

- а) поради знайомих;
- б) відгуки в інтернеті;
- в) випадково знайшов цей ресторан;

6. Оцініть за 4-ти бальною шкалою Ваші враження якості, безпеки та санітарного стану комплексу (1 – є зауваження, 2 – задовільно, 3 – добре, 4 – дуже добре):

Бали: 1 2 3 4

7. Що саме, на Ваш погляд, потрібно вдосконалювати у Рекреаційному комплексі?

- а) якість страв в ресторані та кафе;
- б) інтер'єр та дизайн закладу;
- в) якість обслуговування.
- г) цінову політику.

8. Вкажіть недоліки, з якими Ви зіткнулися під час відвідування рекреаційного комплексу та надайте свої пропозиції щодо покращення сервісу

Цінуємо Вашу думку та вдячні за співпрацю з Вами!