

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Факультет агротехнологій та природокористування**

**Кафедра туризму**

До захисту  
Допускається  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_

**Олександр КОВАЛЕНКО**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти

На тему: **«Перспективи розвитку готельно-ресторанних комплексів та їх використання у туристичній діяльності на прикладі комплексу «Симпозіум»**

Виконав:

\_\_\_\_\_

(підпис)

Довгань Д. В.

(прізвище, ініціали)

Група:

ТУР 2001-1

(Науковий) керівник:

\_\_\_\_\_

(підпис)

Коваленко О. В.

(прізвище, ініціали)

## **ЗАВДАННЯ**

на дипломну роботу студенту

**Довганю Данилу Віталійовичу**

1. **Тема роботи:** «Перспективи розвитку готельно-ресторанних комплексів та їх використання у туристичній діяльності на прикладі комплексу «Симпозіум»
2. **Термін здачі студентом закінченої роботи на кафедрі:** 10.06.2024 р.
3. **Вихідні дані до роботи:** на основі результатів проходження виробничої практики в готельно-ресторанному комплексі «Симпозіум», та проведеному теоретичному і практичному дослідженні особливостей функціонування готельно-ресторанних комплектів, маємо різноманітну інформацію, яка дозволить нам сформулювати рекомендації стосовно можливої співпраці готельно-ресторанного комплексу «Симпозіум» із туристичними підприємствами з метою надання комплексних послуг. Під час написання кваліфікаційної (бакалаврської) роботи використовувалися багатоманітні джерела інформації, наприклад: наукові розвідки на дотичну тематику, інтернет-ресурси.
4. **Перелік завдань, які будуть виконуватися в роботі:** розглянути теоретичні аспекти організації та функціонування готельно-ресторанних комплексів; проаналізувати принципи взаємодії готельно-ресторанних комплексів із туристичним бізнесом; розглянути можливості надання туристичних послуг готельно-ресторанним комплексом «Симпозіум».

**Керівник дипломної роботи** \_\_\_\_\_ доцент Олександр КОВАЛЕНКО

**Завдання прийняв до виконання** \_\_\_\_\_ студент Данило ДОВГАНЬ

Дата отримання завдання «16» жовтня 2023 р.

## АНОТАЦІЯ

*Довгань Д. В. «Перспективи розвитку готельно-ресторанних комплексів та їх використання у туристичній діяльності на прикладі комплексу «Симпозіум», ОПП «Туризм», спеціальність 242 «Туризм», Сумський національний аграрний університет, м. Суми, 2024 р.* У роботі досліджено сучасний стан готельно-ресторанних комплексів в Україні і особливості їх функціонування. Проаналізовано види послуг гостиничної діяльності та їх вплив на привабливість гостиничних комплексів з економічної точки зору. Проаналізовано напрями співпраці гостинично-ресторанних комплексів із підприємствами туристичного бізнесу. Узагальнено взаємовплив туристичного бізнесу та гостинично-ресторанних комплексів, виокремлено ознаки позитивного та негативного впливу на розвиток туристичної індустрії та готельно-ресторанних комплексів. Проаналізовано структуру готельно-ресторанного комплексу «Симпозіум», надано рекомендації щодо поліпшення його функціонування та можливої співпраці із туристичними агенціями. Зроблено висновок щодо напрямів співпраці готельно-ресторанних комплексів та туристичного бізнесу серед яких актуальними вважаються надання готельно-ресторанними комплексами інтегрованих послуг, що включають проживання, харчування та розваги, що сприяє зручності для гостей та підвищує їх задоволення від подорожі, співпраця туристичних агентств та готельно-ресторанні комплекси у маркетингових кампаніях для просування туристичних пакетів та послуг, що дозволяє залучати більше клієнтів та збільшувати прибуток.

**Ключові слова:** туризм, індустрія гостинності, готельно-ресторанні комплекси, туристичний бізнес, співпраця, туристичний потенціал.

## ABSTRACT

*Dovhan D. V. «Prospects for the development of hotel and restaurant complexes and their use in tourist activities on the example of the «Symposium» complex, OPP «Tourism», specialty 242 «Tourism», Sumy National Agrarian University, Sumy, 2024.* The work examines the current state of hotel and restaurant complexes in Ukraine and the peculiarities of their functioning. The types of hotel services and their impact on the attractiveness of hotel complexes from an economic point of view are analyzed. Areas of cooperation between hotel and restaurant complexes and tourism businesses have been analyzed. The mutual influence of the tourist business and hotel-restaurant complexes is summarized, the signs of positive and negative influence on the development of the tourism industry and hotel-restaurant complexes are singled out. The structure of the hotel and restaurant complex «Symposium» was analyzed, recommendations were given to improve its functioning and possible cooperation with travel agencies. A conclusion was made regarding the directions of cooperation between hotel and restaurant complexes and the tourist business, among which the provision of integrated services by hotel and restaurant complexes, including accommodation, food and entertainment, which contributes to the convenience of guests and increases their satisfaction from the trip, is considered relevant, the cooperation of travel agencies and hotel restaurant complexes in marketing campaigns to promote tourist packages and services, which allows to attract more customers and increase profits.

**Key words:** tourism, hospitality industry, hotel and restaurant complexes, tourist business, cooperation, tourist market.

## ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСІВ В УКРАЇНІ	8
1.1. Готельно-ресторанні комплекси: теоретичний аспект	8
1.2. Принципи співпраці туристичної індустрії та сфери гостинності	14
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВЗАЄМОДІЇ ТА ВЗАЄМОВПЛИВУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ІЗ ТУРИЗМОМ	18
2.1. Взаємодія готельно-ресторанного бізнесу із туристичною галуззю України	18
2.2. Фактори впливу на функціонування готельно-ресторанних комплексів України	23
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО СПІВПРАЦІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «СИМПОЗИУМ» ІЗ ТУРИСТИЧНИМ БІЗНЕСОМ РЕГІОНУ	30
ВИСНОВКИ	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	38
ДОДАТКИ	41

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Сучасні економічні зміни в Україні, пов'язані з процесом євроінтеграції, впливають на всі сфери господарської системи країни, включаючи готельно-ресторанний бізнес та туристичну діяльність. Аналіз стану та динаміки розвитку готельно-туристичної галузі вимагає визначення структури та рівня попиту на туристичні послуги та готельне розміщення. Важливим є також оцінка рівня використання інноваційних технологій у цій галузі, оскільки розвинена інфраструктура та якісне обслуговування є ключовими для подальшого прогресу цього сектора. Актуальність обраної теми полягає і в тому, що на сьогодні не досліджено процеси взаємодії між готельно-ресторанними комплексами та туристичною сферою. Всі ці аспекти стали ключовими при виборі теми дослідження: **«Перспективи розвитку готельно-ресторанних комплексів та їх використання у туристичній діяльності на прикладі комплексу «Симпозіум»».**

**Аналіз літературних джерел і результатів наукових досліджень.** Різні аспекти функціонування готельно-ресторанних комплексів, взаємозв'язки між готельно-ресторанним бізнесом і туристичною діяльністю досліджували Т. Бурак [1], Д. Довгаль, Н. Данько [5], Л. Завідна [8, 9], Г. Круль [10], О. Лупич [13], В. Мазур [14] та інші.

**Мета роботи:** проаналізувати теоретичні та практичні аспекти функціонування готельно-ресторанного комплексів і надати пропозиції щодо можливого співробітництва готельно-ресторанного комплексу «Симпозіум» із туристичними підприємствами.

Визначена мета вимагає вирішення наступних **завдань:**

1. Дослідити і узагальнити теоретичні засади діяльності готельно-ресторанних комплексів.
2. Проаналізувати аспекти взаємодії та взаємовпливу готельно-ресторанного бізнесу та туризму.

3. Розглянути особливості готельно-ресторанного комплексу «Симпозіум» та надати рекомендації щодо його співпраці із туристичним бізнесом.

**Об’єкт дослідження** – готельно-ресторанні комплекси у структурі господарчої та туристичної діяльності.

**Предмет дослідження** – перспективи розвитку готельно-ресторанних комплексів та їх використання у туристичній діяльності на прикладі комплексу «Симпозіум».

**Методи дослідження.** Методологічною основою став системний підхід до вивчення особливостей функціонування готельно-ресторанних комплексів на основі дослідження наукової літератури та застосування загальнонаукові методів – аналізу, синтезу та узагальнення.

**Теоретичне та практичне значення дослідження.** Результати дослідження дають можливість оцінити потенціал співпраці між готельно-ресторанними комплексами і туристичним бізнесом. Надані рекомендації можна використовувати для створення спільних проєктів у готельно-ресторанному бізнесі та туризмі.

**Апробація результатів дослідження.** Результати досліджень були висвітлені в матеріалах: Всеукраїнської наукової конференції студентів та аспірантів, присвяченої міжнародному дню студента, яка проходила у Сумському національному аграрному університеті, 13 - 17 листопада 2023 р., м. Суми, Україна. А також були висвітлені у матеріалах XII Міжнародної науково-практичної конференції «Наукові теорії та практики як двигун сучасного розвитку», 28 лютого -1 березня 2024 р. Братислава, Словаччина.

**Структура і обсяг роботи.** Робота складається із вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (23 найменування), 5 додатків. Загальний обсяг дослідження складає 40 сторінок (без додатків).

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСІВ В УКРАЇНІ

### 1.1. Готельно-ресторанні комплекси: теоретичний аспект

Готельне господарство становить значну складову сфери гостинності. Розвиток туризму, як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях, в значній мірі залежить від рівня і якості готельної інфраструктури та обслуговування. Готельні підприємства виконують ключову роль у забезпеченні тимчасового проживання для туристів та поданні різноманітних сервісів.

Розуміння терміну «готельне господарство» має велике значення. Початково цей термін визначав лише діяльність, спрямовану на надання платних послуг з розміщення. Проте з часом, зростанням вимог та бажанням готелів збільшити спектр послуг, розміщення стало поєднуватися з послугами харчування та іншими додатковими сервісами. Сучасне готельне господарство можна розглядати у глобальному та місцевому значеннях, тобто акцентуючи увагу саме на послугах. Розміщення і харчування відноситься до широкої сфери послуг, виключно розміщення – до вузької [21].

Відповідно до Всесвітньої туристичної організації (ВТО), засобом розміщення є визначений об'єкт, до функцій якого входить надання послуг із ночівлі на регулярній чи нерегулярній основі. Готелі вважаються основним типом підприємств розміщення, які мають номерний фонд та надають різноманітні послуги, такі як прибирання номерів, обслуговування та інші.

У «Правилах» які визначають порядок використання готелями та іншими схожими із ними закладами, які займаються розміщенням та наданням готельних послуг визначаються ключові терміни та поняття, які широко використовуються у готельній галузі. Готелями та аналогічними закладами розміщення розуміються майнові комплекси, які мають сім та більше номерів, що управляються однією адміністрацією та групуються за критеріями які визначаються за наявністю певного обладнання та надаваних послуг [6].

Готельна послуга описує дії, які виконує підприємство, щоб забезпечити розміщення клієнтів шляхом надання номерів (місць) задля проживання тимчасово у готелі, а також інші дії, пов'язані з їх розміщенням та перебуванням. Готельна послуга включає як основні, так і додаткові послуги, які надаються споживачу під час їх перебування в готелі. Основні послуги включаються до загальної вартості номера (місця) і надаються відповідно до угоди, тоді як додаткові послуги можуть бути замовлені та оплачені окремо за додатковою угодою.

Швидкий розвиток галузі туризму, зростання прагнення до отримання більшого прибутку та платоспроможності клієнтів сприяли збільшенню та урізноманітненню готельної індустрії. Поміж основних послуг, таких як розміщення, з'явилися нові додаткові сервіси для організації бізнес-зустрічей, медичних процедур, розваг та інших. Це викликало розширення концепції «готельного господарства», що тепер наряд з основними послугами включає також і на вимогу клієнта, такі як медичні, спортивні, розважальні, посередницькі та інші.

На відміну від готельного господарства, існують інші заклади розміщення, такі як будинки відпочинку або санаторії, в тому числі і пансіонати. Для дітей – дитячі табори відпочинку або дачі для дитячих садків тощо, для яких розміщення не є основною і постійною формою діяльності [15, с. 189].

Згідно класифікації, яка була створена Міжнародною готельною асоціацією (МГА), готельна система може бути поділена на наступні категорії [4]:

- корпоративні – це готельні корпорації, які володіють багатьма готелями;
- мережі так званих незалежних підприємств, які об'єднуються задля створення загальної системи бронювання і концепцій маркетингу, проводять рекламні кампанії, надають інші послуги, і є достатньо вартісними для одного підприємства.

Мережі, що спеціалізуються на управлінні послугами. Існує низка точок зору на фактори стабільності готельної мережі, проте серед найзначущіших можна відзначити постійність якості продукту, однаковість сервісу на різних закладах мережі та доступність цін. Мережі готелів мають кілька переваг [9, с. 143]:

- обслуговування більшого обсягу клієнтів за допомогою розподілу їх між різними готелями, що входять до мережі;
- запровадження централізованої єдиної системи бронювання, яка надає необхідну завантаженість для всіх готелів у мережі;
- централізована закупівля великих обсягів товарів і послуг (як-от меблі для номерів, постільна білизна, предмети санітарно-гігієнічного та іншого призначення) за низькими цінами;
- проведення фінансування за рахунок додаткових коштів колективного бізнесу, збільшення капіталу та його постійне та ефективне використання задля розширення та підвищення ефективності діяльності;
- гнучка цінова політика, яка адаптується до змін ринкової кон'юнктури.

Проведення загальних маркетингових досліджень та використання централізованих систем бухгалтерського обліку, будівництво та операції з нерухомістю значно раціоналізують витрати для кожного учасника і капіталовкладника у бізнес, завдяки залученню фахівців, які спеціалізуються на цих питаннях на рівні готельного ланцюга [9, с. 312].

Перевагою компаній, які строго дотримуються своїх фірмових стандартів, є те, що відвідувачі одного готельного ланцюга мають чітке уявлення про якість сервісу та відпочинку на будь-якому підприємстві, що входить до цієї мережі, які не залежать від його місцезнаходження. Це дозволяє проводити рекламну кампанію та здійснювати бронювання ще до початку відкриття а роботи нового готелю. Протягом 50 років журнал «Hotels» регулярно публікує рейтинги готелів.

У 1971 році, коли ця традиція була започаткована, список містив 100 найбільших готельних ланцюгів. За даними 2022 року, кількість ланцюгів у рейтингу зросла утричі [13, с. 147].

Поміж об'єднань готелів на світовому ринку послуг існують різноманітні об'єднання, які ставлять своїм завданням визначення найкращих у сфері обслуговування коієнтів. До них можна віднести міжнародне об'єднання «Головні готелі світу» (заснована у 1928 році), а також міжнародну організацію «Найкращі готелі та курорти у світі». Сюди відноситься і відома асоціація готелів під назвою «Найтихіші» (створена у 1968 році) та інші подібні структури. Координацією роботи готельних асоціацій і асоціацій вільних ресторанів та готелів на європейському континенті опікується Конфедерація національних асоціацій ресторанів та готелів ЄЕС (HOTREK).

Розширення готельних ланцюгів, їх злиття та об'єднання може створювати враження про скорочення різноманітності в пропозиціях для відпочинку. Однак насправді спостерігається інша тенденція: розширення ланцюгів не завжди може задовольнити індивідуальні потреби туристів через стандартизованість обслуговування та відчуття відсутності особистого підходу. Це спонукає до розвитку невеликих незалежних готелів, які акцентують увагу на своїй унікальності та неповторності. Такі готелі пропонують послуги за помірними цінами та забезпечують вишукане персоналізоване обслуговування. Саме унікальність малих готелів є основним інструментом їхньої ринкової стратегії [7].

В подальшому, централізація управління лишається важливою тенденцією у розвитку глобального готельного господарства. Практично всі готельні ланцюги, незалежно від їх рейтингу, конкурують між собою та шукають способи для розширення свого потенціалу. Особливо активний процес централізації управління спостерігається у невеликих готельних ланцюгах порівняно з великими. Управлінські компанії та консорціуми менше схильні до централізації. Процес укрупнення готельних мереж, головним чином,

ґрунтується на розвитку системи франчайзингу (наразі приблизно 80% готелів увійшли у ланцюги на умовах франчайзингу) [17].

У деяких країнах світу за останні часи виникають мультипрофільні конгломерати, які охоплюють практично всі сфери туризму. Це стало можливим через значний прогрес у розвитку авіаційної індустрії, що призвело до перевищення кількості доступних пасажирських місць у літаках порівняно з готельними можливостями. Таким чином, авіакомпанії активно зацікавилися готельним сектором. Інтеграція готельних компаній з авіаперевізниками дозволяє надавати клієнтам різноманітні тарифні переваги, такі як спеціальні ціни на авіабілету, можливість оплати проживання у розстрочку та інші пільги. Також спостерігається інтеграція з морськими перевізниками.

На сьогодні готельна галузь у всьому світі визначається як індустріальна галузь економіки, що забезпечує значні валютні надходження за рахунок розвитку зарубіжного туризму. Готельний і туристичний сектори є нерозривно пов'язаними, а реклама відіграє значну роль у їхньому розвитку. Благодаря рекламі туристи мають бажання відвідати найекзотичніші місця на планеті, задовольняючи свої невичерпні пізнавальні потреби [10, с. 190].

Дослідники майбутнього готелю стверджують, що спеціалізований готель є ключем до перспективного розвитку. До речі, готель «Grand Hotel Excelsior» (Швейцарія) пропонує різноманітні медичні послуги, такі як програми відновлення після інсультів, терапія депресії, стрес-менеджмент, медичні процедури у сфері спорту, курортне лікування, вітамінна терапія, а також процедури з використанням морської води та водоростей [8].

Деякі швейцарські готелі спеціалізуються на проведенні конгресів, або конференцій і семінарів, готелі у Німеччині спеціалізуються на обслуговуванні гостей з фізичними та розумовими особливостями, тому має специфічне обладнання (спеціальні ліфти та туалети, широкі коридори та гаражі для інвалідних візків). Працівники спеціально навчені для надання послуг цільовій аудиторії.

Диверсифікація готельного бізнесу полягає у розширенні асортименту послуг, що включає розваги, спорт та оздоровлення, торгівлю та різні сервіси. Наприклад, у Франкфурті у одному із місцевих готелів відмовилися від будь-яких форм самообслуговування і найняли людей для виконання простих робіт – чищення взуття, обслуговування ліфтів, доставку їжі до номерів. Це мало успіх, тому що надало гостинності готелю, поліпшило спілкування між гостями і надало можливість для працевлаштування [14].

У міжнародних готелях мережі «Ренесанс» гостинний прийом починається з подачі коктейлю «Щиро вітаємо»; кожен клієнт має особистого куратора серед персоналу, який вирішує всі питання; свіжа газета доставляється до номеру доглядженою, щоб у клієнта руки не забруднилися та інші деталі.

Спеціалізація та диверсифікація готельного бізнесу відображаються в концептуальному підході, який пронизує всі аспекти діяльності, починаючи стратегічними завданнями, зовнішнім виглядом номерів, формою та видом умеблювання.

Так, готель «Frankfurter Hof» пропонує концепцію «Повернення до традиційного Гранд-готелю», де сучасний комфорт поєднується з високим рівнем обслуговування та виконанням будь-яких бажань клієнта.

Готель «Davos Face» має молодіжний дизайн, відповідно до сучасних тенденцій, і надає невимушене обслуговування. «Seminar-Hotel» відзначається елегантним оформленням і сучасним обладнанням, а обслуговування організоване з точністю до хвилини, з врахуванням ввічливості та професіоналізму персоналу. Єдина концепція вимагає послідовності, оскільки «зигзагувати» у стратегії може погіршити доходи підприємства [11].

Створення філософії підприємства, формування його іміджу та підпорядкування всіх аспектів діяльності відповідно до прийнятої концепції визначають новий напрямок розвитку біоготелю «Alpenrose» в Німеччині: це готель для тих, хто не курить. Екологічна концепція готелю базується не лише на використанні екологічно чистих продуктів (тут відсутні «хімічні напої», продаються лише молоко, соки та натуральні напої), але й на раціональному

використанні ресурсів за допомогою регулювання тепла, світла та електроенергії.

Програма «екологічність в готелях» не завжди передбачає радикальні заходи – важливою є кожна дрібниця, наприклад, автоматична робота сантехніки із інфрачервоними пристроями, електричні дозатори мила. Однак «екологічна програма» не зможе досягти своєї мети без організованої просвітницької кампанії серед гостей. Наприклад, заклики до відвідувачів щоб вони не заощаджували рушники які використані один-два рази реально може допомогти заощадити не тільки воду та електроенергію, але й певну кількість рушників, які можна використовувати без додаткового прання [18].

Концепція «інтелектуальний готель», яка була створена компанією Computer Mechanics, передбачає використання інтегрованої системи управління для всіх видів послуг, повинна надавати повний контроль над їхніми діями. Рівень «інтелектуальності» готелю напряму залежить від рівня комп'ютеризації всіх працюючих служб та їх взаємодії. Екологічність, виключна спеціалізація готелів на окремих видах послуг, диверсифікація та орієнтація на задоволення клієнтів, концептуалізація та застосування технологій – це сучасна стратегія управління готельним бізнесом. Ці підходи використовуються як інструменти для забезпечення конкурентоспроможності, пошуку нових ринкових сегментів та розширення спектру готельних послуг.

## **1.2. Принципи співпраці туристичної індустрії та сфери гостинності**

Глобалізація у світовій туристичній індустрії проявляється у великому масштабі, різноманітних формах та технологіях організації відпочинку. Особливо очевидно це у сфері надання послуг із розміщення гостей, і де саме помітно велике зростання і збільшення кількості готелів. Готельна інфраструктура була і є на сьогодні найбільш динамічною. Дослідження розвитку готельного бізнесу на міжнародному рівні показує, що цей сектор має значний дохід і швидкий темп росту.

Протягом останніх років спостерігається стабільне збільшення частки підприємств готельного та ресторанного бізнесу серед загальної кількості підприємств в Україні. Згідно з даними Державного комітету статистики, а із 2018 р. наявна кількість осіб-підприємців у цій галузі зросла на 0,3% або приблизно на шістьсот двадцять п'ять осіб. Протягом 2018-2019 рр. кількість доходів від закладів готельного та ресторанного секторів у загальному обсязі продукції підприємств України складала приблизно півпроценту, в той час як кількість даних підприємств у загальній кількості закладів України трохи зменшилася і складала біля трьох відсотків [5].

Починаючи з 2020 року, можна відзначити швидке зростання відсоткової частки підприємств, які займаються послугами тимчасового розміщення та харчування. Наприклад, у 2018 році ця частка становила 3,09%, а у 2019 році вже досягла 3,19%. Також спостерігається тенденція до зростання частки доходу цих підприємств, з 0,51% у 2018 році до 0,58% у 2020 році [5].

У 2020 році у цій сфері було зайнято 276,3 тис. осіб, що складає 1,71% від загальної кількості зайнятих у країні. Хоча ці цифри виявляються невеликими порівняно зі світовими стандартами, проте їхній ріст є стабільним і позитивним, навіть у період економічних криз [5].

Готельні комплекси відіграють ключову роль у структурі галузі гостинності, оскільки вони формують і надають відвідувачам комплексні послуги, залучаючи різні сектори та елементи цієї галузі.

Проте, індустрія туризму є невід'ємною складовою готельно-ресторанного бізнесу. Розвиток цієї галузі має безпосередній вплив на подальше зростання кількості готелів та ресторанів. Розвиток індустрії туризму неможливий без підприємств готельного та ресторанного господарства, які забезпечують задоволення першочергових потреб туристів у проживанні та харчуванні [5].

У 2017 році лише 13% туристів, які перебували в Україні, були внутрішніми, що становило порівняно невелику частку в порівнянні з 85,99% туристів, які вирушали за кордон. Проте у 2018 році внутрішній туризм зріс до

17,68%, тоді як частка виїзду за кордон зменшилась на 18,06%. Загальна кількість українських туристів у цей період скоротилась на 403,6 тисячі осіб. У 2019 році відбулося збільшення загального потоку туристів, і частка громадян України, які відправилися за кордон, знову зросла до 84,99%, або на 413,518 тисяч осіб. У 2020 році 94,42% туристів з України подорожували за кордон, тоді як частка внутрішнього туризму скоротилась до 17% [5].

Важливо відзначити, що більшість національних курортних та оздоровчих підприємств та готельно-ресторанних підприємств мають високі ціни, а рівень обслуговування та надані послуг залишаються поза досягненнями. Сучасне становище та головні напрями розвитку сфери гостинності в нашій державі можна охарактеризувати як досить скромні порівняно зі світовими стандартами. Основні активи готельного та ресторанного господарства, якість сервісного обслуговування та наявних послуг не відповідають міжнародним нормам. Ці та інші моменти значно обмежують потік туристів як внутрішніх, так і зарубіжних, що призводить до зростання популярності приватних міні-готелів та укладання орендних угод у регіонах, де зберігається туристичний потік [16].

Введення в експлуатацію висококомфортбельних готелів у Києві, Львові, Дніпрі та інших великих містах України здійснене за безпосередньої участі іноземних інвесторів, помітно вплинуло на появу високоякісних готелів для заможних клієнтів. Вартість проживання у цих готелях порівнюється з цінами у найбільших столицях світу.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу важливо постійно впроваджувати інновації як у технологіях, так і у наданні послуг. Рівень конкуренції в даній галузі є високим і зростає внаслідок нестабільності соціально-економічного середовища [12].

Серед факторів, які гальмують подальший розвиток готельно-ресторанної та туристичної індустрії, можна виділити наступні:

- недостатня інформаційна підтримка та низька активність у рекламній сфері;

- обмежена співпраця з організаторами фестивалів, конкурсів і виставок;
- недостатньо розвинена транспортна інфраструктура;
- низька якість сервісу та послуг у багатьох вітчизняних готелях та ресторанах.

Збільшення кількості українських громадян, які виїжджають за кордон, що призводить до зменшення внутрішнього туризму та негативно впливає на розвиток готельно-ресторанної індустрії та економічний стан країни в цілому.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВЗАЄМОДІЇ ТА ВЗАЄМОВПЛИВУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ІЗ ТУРИЗМОМ

### 2.1. Взаємодія готельно-ресторанного бізнесу із туристичною галуззю України

Туристична сфера має важливе значення для економічного розвитку численних країн, включаючи Україну. Останнім часом цей сегмент послуг швидко розвивається у всіх напрямках, особливо у сфері людського сервісу, включаючи готельно-ресторанну галузь. Сьогодні цей вид бізнесу є одним з найбільш прибуткових у туристичній індустрії, але водночас і одним з найбільш ризикованих.

Готельно-ресторанний бізнес сильно впливається змінами в соціально-економічному середовищі країни. В Україні цей сегмент розвинутий не на достатньому рівні, порівняно з міжнародним досвідом, де він є джерелом значного доходу. Такі країни отримують основний прибуток завдяки розвиненому туристичному бізнесу. Оскільки характеристики цієї галузі діяльності та тенденції її розвитку є недостатньо вивченими, це має значення для практичних аспектів у цій сфері.

Готельно-ресторанне господарство є основною складовою туристичної галузі. Готелі та ресторани виконують ключову функцію у забезпеченні обслуговування туристів, забезпечуючи їм харчування, комфортне проживання та побутові послуги [3, с. 46].

Витрати туристів на готельні послуги становлять значну частину, від 30% до 50%. Тому готельний бізнес має велике значення для розвитку туризму в країні. Якість обслуговування в готелях визначається якістю матеріально-технічної бази готельного господарства і є важливим фактором у залученні туристів.

Однією з основних тенденцій у сфері готельного господарства у нашій державі є зростання популярності екоготелів, також відомих як «зелені» готелі. Ці заклади активно розвиваються, особливо на рекреаційних та туристично

привабливих територіях. Загалом у світі є понад 124 готелі, що отримали сертифікацію за програмою Green Key, в той час як екологічні готелі в Україні складають практично 11% від цієї загальної кількості. Україна знаходиться на четвертому місці у Європі за кількістю екологічних готелів [2].

Глобальною тенденцією у сучасному розвитку готельного господарства стало створення міжнародних готельних ланцюгів, які спрямовані на об'єднання готелів із системою централізованого управління, які формують спільний комплекс. Це сприяє покращенню якості готельних послуг, відомостям клієнтів про бренд готелю. Однак формування таких ланцюгів може призвести до зниження конкурентоспроможності малих готельних закладів у певних регіонах.

Більшість готельних ланцюгів включають 5-, 4- та 3-зіркові готелі, які переважно розташовані в місті Києві. Це економічно вигідне місце, оскільки воно стало головним центром у розвитку системних бізнес-проектів та проведення бізнес-зустрічей. У різних куточках України також розвинена мережа готелів та інших закладів для відпочинку, які також отримують класифікацію за кількістю зірок в залежності від рівня комфортабельності та обслуговування.

За інформацією із Реєстру свідоцтв про встановлення категорій готелів та інших об'єктів, що оприлюднене Мінекономрозвитку станом на червень 2022 р., в Україні нині функціонує 35 об'єктів категорії «5 зірок», що складає 10% від усіх готелів з категорією, та 108 готелів з категорією «чотири зірки» [17].

Найбільшу частку місць розміщення, які мають певну категорію, складають готелі категорій «3 зірки» (37%) та «4 зірки» (36%). Сьогодні Україна представлена всесвітньо відомими готельними операторами, такими як «Radisson», «Hyatt Regency», «InterContinental», і «Ibis» (група Accor), «Hilton», «Holiday Inn», і «Marriott». Експерти готельного бізнесу вважають цей сегмент господарства в Україні найбільш перспективним з точки зору інвестицій.

У розвитку концептуальних готелів в Україні спостерігаються кілька напрямків: стилізація «під старовину», екологічний стиль та арт-стиль. Цей вид бізнесу є новим для нашої країни, і тому знайти справжній готель з незвичайним дизайном і високим рівнем сервісу може бути важко.

Останнім часом в Україні з'являються дуже зручні приватні міні-готелі, які мають від 10 до 30 номерів. Зазвичай такі готелі оснащені усіма зручностями, вартість проживання в порівнянні з великими готелями є відносно невеликою, вони пропонують домашнє харчування або обладнані кухні, і розташовані поза центральною частиною міста. Багато таких міні-готелів знаходяться в маленьких містечках, у курортних зонах Карпат, а також на узбережжі Чорного і Азовського морів [22].

Прирост популярності приватних садиб і апартаментів створює високу конкуренцію для готелів. Ці апартаменти від студій до 3-4 кімнатних квартир повністю обладнані для зручного проживання мандрівників. Багато туристів віддають перевагу саме такому типу розміщення, оскільки квартири можуть знаходитися в різних частинах міста, що полегшує пересування. Вартість проживання в апартаментах зазвичай нижча, ніж в готельних номерах, навіть у центрі міста. Крім того, подорожуючий може насолоджуватися затишною атмосферою, схожою на домашню, що часто буває відсутнє під час відрядження.

Стан ринку ресторанного бізнесу в Україні характеризується значною нестабільністю. Після різкого зростання в 2017-2019 роках спостерігалось також різке зниження кожен рік-півтора. Ключовим каталізатором бурхливого росту був футбольний чемпіонат «Євро – 2012». Протягом цього періоду кількість ресторанів, кафе та закусочних зросла на 6%, кількість барів збільшилася на 7,3%, а кількість їдалень зменшилася на 3%. Усього кількість закладів зросла менше ніж на 1%. У Києві протягом цих років відкрилось на 100 ресторанів більше, і цей тренд тривав до початку 2013 року. Однак ситуація різко погіршилася в середині 2013 року через революцію, проведення антитерористичної операції та падіння курсу гривні. Кінець 2013 року

відзначився стрімким зменшенням кількості закладів ресторанного господарства: кількість ресторанів скоротилася на 1%, кафе, закусточних та буфетів - майже на 18%, їдалень - на 3%, а кількість барів - на 13%. Усього кількість закладів скоротилася на 10% [19].

За даними компанії «Ресторанний консалтинг» у 2014 році в Україні припинили свою роботу близько 5 тисяч ресторанів і кафе (порівняно з 20 578 у 2013 році до 19 640 у 2014 році), 6% барів (з 2146 у 2013 році до 2017 у 2014 році), 3% їдалень (з 9441 у 2013 році до 9157 у 2014 році); загалом щодо кількості закладів у ресторанному господарстві, то вони скоротилися на 5% (з 20 578 у 2013 році до 19 640 у 2014 році). Це було спричинено анексією Криму, через що Україна втратила близько двох тисяч закладів, а також внаслідок початку бойових дій на Донбасі, коли закрилися або припинили функціонувати близько трьох тисяч ресторанів. Протягом цього періоду економічної кризи ресторани по всій країні стали змушені припинити свою діяльність. Київ, за винятком Криму та Донбасу, виявився лідером у закритті закладів, де припинили свою роботу понад 100 ресторанів. У зв'язку з цими викликами ресторатори почали пристосовуватися та шукати нові можливості для збереження свого бізнесу, шляхом оптимізації витрат [19].

У зв'язку з тим, що середня оплата відвідування ресторанів зменшилася, більшість рестораторів вирішили зменшити вартість меню, прибравши з нього вартісні страви та почавши економити на закупівлі дорогих продуктів. Ситуація на ринку ресторанного бізнесу останнім часом трохи покращилася. Згідно із інформацією «Ресторанного консалтингу», протягом останніх декількох років закрилося сто сорок три ресторани, але одночасно відкрилося біля шестидесяти нових закладів. Також відбулося зупинення зниження кількості відвідувачів.

Україна сформувала певний шар населення, яке предпочитає харчуватися поза домом, і кількість цієї категорії перестала скорочуватися. Зросла популярність концептуальних закладів із «авторською кухнею», тоді як ресторани, які акцентували увагу на стравах національної кухні з використанням імпортованих продуктів, почали зазнавати збитків [20, с. 211].

Тенденції у ресторанному бізнесі включають не лише розвиток конкретних кухонь, але й специфічні вибори щодо типу кухні, що можуть бути досить неоднозначними, особливо в українських регіонах. Національній кухні ресторанів в Україні віддають перевагу українській кухні на 36,8%. Однак значну увагу також приділяють французькій кухні (21%), а також італійській, кавказькій та японській (по 7,9%). Інші кухні займають 18,5% [5].

Тематичні ресторани також дуже популярні серед місцевих жителів та туристів. В Україні вже існує значний досвід у створенні таких закладів, зокрема відомі ресторани у Львові, такі як «Криївка», який присвячений героям УПА, а також заплановано відкриття автомобільного ресторану. У Києві також існують ресторани-музеї, такі як «Шинок», «Вулик», «Царське село», «Гарбузик» які працюють за українським традиціям.

Принагідно зауважимо, що ресторанна сфера в Україні має нерівномірний розвиток. Головним чином елітні ресторани зосереджені у столиці та найбільших містах, що пов'язано з вищим рівнем доходів у цих регіонах. Ще однією проблемою у ресторанному бізнесі країни є невідповідний рівень щодо якості обслуговування та рівень культури у ресторанному бізнесі. Проте незважаючи на кризу, війну, зростання цін на продукти харчування, скорочення кількості закладів, інші проблеми, у тому числі і фактичне знищення закладів харчування ресторанний бізнес продовжує існувати і шукати креативні шляхи розвитку.

Наразі готельний та ресторанний бізнеси в Україні не зовсім відповідають високим міжнародним стандартам. Головними проблемами стали недостатня кількість ресторанів із національною українською, а тим більше, регіональною кухнею, погано сплановане відкриття закладів готельного та ресторанного спрямування без враховування розвитку інфраструктури міста або містечка, відсутність транспортної мережі, часткове використання застарілих закладів зі старими технологіями, наявність застарілого обладнання, продовження використання неекологічної та небезпечної продукції у технологічних процесах, тривале порушення головних вимог щодо дотримання

технологічних процесів у виробництві страв та напоїв, неефективна система підготовки фахівців готельно-ресторанного бізнесу, часто неправомірно завищена вартість наданих послуг. Але попри всі ці та інші проблеми, готельна та ресторанна галузі залишаються перспективними для інвестування, тому що вони досить швидко розвиваються, збільшують зайнятість у певних регіонах та створюють необхідну базу для розвитку туризму.

## **2.2. Фактори впливу на функціонування готельно-ресторанних комплексів України**

Готельно-ресторанні та туристичні комплекси є частинами туристичної індустрії України. Успіх цих суб'єктів та індустрії загалом у досягненні конкурентних та економічних результатів пояснюється впливом різноманітних факторів. Науковці по різному підходять до класифікації цих факторів розвитку туризму та готельно-ресторанних комплексів. Наприклад, автори відокремлюють фактори впливу на внутрішні та зовнішні.

Існує багато зовнішніх факторів розвитку туристичної та готельно-ресторанної сфери таких як:

- економічні фактори, які включають доходи та витрати;
- політико-правові фактори, які залежать від політичної нестабільності, воєнних дій, правового забезпечення;
- міжнародні та соціокультурні, а також демографічні фактори.

Наприклад, поліпшення становища України на міжнародному ринку сприяє збільшеному припливу зарубіжних туристів та збільшенню інтересу до країни на зовнішньоекономічному ринку [23].

Демографічне зростання в країні сприяє зростанню внутрішнього туризму та оптимізації розподілу робочих ресурсів у галузі. Важливо підкреслити значення рівномірного розподілу населення по регіонах, оскільки без цього виникає потреба у залученні працівників з інших регіонів та навіть із-за кордону. Розвиток соціокультурних факторів є важливим для загального

розвитку туристичної галузі, оскільки вони формують потенціал суб'єктів індустрії.

Цей підхід до визначення зовнішніх факторів впливу можна розширити, враховуючи ринкові аспекти, такі як вплив споживачів, постачальників та конкурентів на ринку. Крім того, важливо включити в цей перелік природні (природно-рекреаційні) умови, оскільки вони формують туристичну привабливість регіонів країни та впливають на унікальність туристичних об'єктів України. Місцезнаходження готельно-ресторанних комплексів значною мірою залежить від того, наскільки привабливими є природно-рекреаційні умови відповідних територій для туристів [18].

Окрім вищезгаданих зовнішніх факторів впливу, слід зазначити, що значним чинником також є адміністративно-територіальний фактор централізму. Існування цього фактору підтверджується тим, що місто Київ, незважаючи на відсутність значних природно-рекреаційних ресурсів, все ж має значний приплив туристів і демонструє найвищі показники у туристичній та готельно-ресторанній галузях в Україні. Це пояснюється тим, що столиця є центром бізнесу, торгівлі, розваг, спорту, освіти та культури країни. Таким чином, включення цього фактору до загального переліку впливових чинників є обґрунтованим та доцільним.

При дослідженні факторів внутрішнього впливу важливо відзначити ті, які залежать від діяльності суб'єктів відповідної індустрії. Серед них можна виділити організаційні, технічні та фінансово-економічні аспекти. У контексті розвитку індустрії на макрорівні ключовими факторами внутрішнього впливу є інфраструктурні чинники [13, с. 161].

В рамках розвитку готельно-ресторанної сфери можна виділити такі компоненти внутрішньої інфраструктури:

- місткість готелів та схожих засобів розміщення;
- місткість туристичних баз, гірських притулків, літніх таборів для студентів;
- кількість структурних підрозділів у сфері обслуговування;

- кількість об'єктів ресторанного бізнесу;
- кількість посадочних місць у ресторанах;
- кількість суб'єктів туристичної діяльності.

Найбільш високий рівень розвитку в сфері готельно-ресторанного бізнесу спостерігається: за місткістю готелів та подібних засобів розміщення на початок 2021 року у Закарпатській області та місті Києві; за місткістю туристичних баз, гірських притулків, літніх таборів – в Одеській та Запорізькій областях; за кількістю структурних підрозділів у сфері обслуговування та кількістю об'єктів ресторанного бізнесу – у Львівській області; за кількістю об'єктів ресторанного бізнесу – у Волинській та Тернопільській областях; за кількістю посадочних місць у ресторанах – у Волинській області та місті Києві. У туристичній галузі найбільше суб'єктів туристичної діяльності зосереджено у місті Києві.

Зазначимо, що ключовим внутрішнім фактором для успішної роботи готельно-ресторанного та туристичного секторів є якість обслуговування. На сьогодні цей аспект в більшості готельно-ресторанних та туристичних комплексів контролюється за допомогою систем якості. Додатково, існує науковий підхід, що враховує позитивні та негативні чинники, що впливають на розвиток туристичного та готельно-ресторанного секторів України [1].

У рамках цього підходу необхідно звернути увагу на деякі аспекти. Позитивні чинники впливу на готельно-ресторанний бізнес:

- політична стабільність у країні і у світі;
- зростання рівня та реальних доходів громадян;
- постійний розвиток інфраструктури міст та містечок;
- постійне упровадження інноваційних технологій;
- збільшення інвестиційних надходжень.

Принадгідно зауважимо, що позитивними моментами є наступні:

- достатні туристичні ресурси та дестинації;
- поліпшення становища України як туристичної держави, що можливе після закінчення війни;

- надання державою необхідних ресурсів для розвитку туристичного бізнесу;
- посилення іміджу України як демократичної і розвинутої країни світу і Європи;
- достатня кількість кваліфікованих робітників;
- присутність великих туристичних дестинацій для інвесторів;
- постійний розвиток комунікативної політики у галузі відпочинку;
- приваблива екологічна атмосфера у більшій частині держави яка сприятиме розвиненню екологічного туризму;
- збільшення ваги інноваційних технологій у сфері обслуговування;
- зростання частки міжрегіональної співпраці;
- присутність міжкордонного співробітництва;
- надзвичайна історико-культурна, архітектурна та етнографічна спадщина країни, яку необхідно використовувати задля розвинення туризму у країні.

Щодо негативних моментів, то наголосимо на наступних:

- використання природних туристичних ресурсів нераціонально та неефективно;
- чітка стратегія щодо туристичної індустрії та її регулювання відсутня;
- недостатні показники якості всіх складових туризму особливо у сфері зайнятості;
- малорозвинена інфраструктура разом із системою транспортного забезпечення які є бар'єрами для якісного зростання туристичних дестинацій країни;
- неякісна стратегія туристичного розвитку країни у цілому;
- недостатнє фінансування територій які можуть мати туристичну привабливість;
- слабка інформаційна політика на міжнародній арені стосовно туристичних дестинацій країни;

- знаходження туристичної спадщини у неприйнятному вигляді який неможливо демонструвати і рекламувати;
- фінансування туризму за остаточним принципом;
- непрозорість туристичного ринку;
- відсутність міжнародного інвестування і фінансування;
- надмірні податки.

Наукові розвідки у туристичні галузі дають можливість стверджувати, що конкурентоздатність є головним моментом який впливає на розвиток туристичної індустрії, включаючи суб'єкти туристичного, готельного та ресторанного бізнесу. Ці аспекти можуть надавати як позитивного, так і негативного впливу, і бути віднесені до зовнішніх факторів розвитку суб'єктів досліджуваної індустрії [19].

Сучасна ситуація стосовно конкурентоздатності національних готелів та ресторанів на пряму пов'язана із соціально-економічними процесами які відбуваються у країні і, особливо, із війною. Наприклад, складна економічна ситуація обумовлена підвищенням тарифів на воду, світло, що стає значним фінансовим тягарем для галузі. Політичні чинники, разом із загрозами з боку військових конфліктів, також ускладнюють функціонування готельно-ресторанних та туристичних комплексів України. Це призводить до втрати туристичної привабливості країни, зменшення кількості об'єктів інфраструктури та збільшення рівня небезпеки, що впливає на вхідні туристичні потоки, особливо після початку активних військових дій в нашій країні з боку країни-агресора.

Часом розвиток туристичної галузі можна поділити на дві категорії: статичні та динамічні аспекти.

Статичні фактори впливу охоплюють природно-кліматичні, культурно-історичні та географічні аспекти. Основною рисою цих факторів є їх сталість з часом. Вони впливають на рівень відвідуваності готельно-ресторанних комплексів та туристичних об'єктів. Наприклад, географічне розташування готельно-ресторанних комплексів у центрі столиці, в конкретному місті чи

селищі Закарпатського регіону, які мають розвинену туристичну інфраструктуру та інші подібні фактори, забезпечують більшу кількість туристів та можливість встановлення вищих цін на послуги, порівняно з менш привабливими географічними районами. Природно-кліматичні та культурно-історичні фактори також є важливими передумовами для розвитку туристичної галузі в Україні [9, с. 345].

Динамічні фактори включають соціальні, демографічні, економічні, культурні, міжнародні та науково-технічні аспекти. Важливо відмітити, що ці фактори включають соціальний та економічний стан населення, освіту, тривалість відпусток, рівень зайнятості і так далі.

Крім того, важливо врахувати військово-політичні чинники, які можуть суттєво вплинути на розвиток галузі, а саме її об'єктів та суб'єктів. В Україні вплив цих факторів став наочним прикладом негативного впливу на розвиток туристичної та готельно-ресторанної галузі через анексію Криму та Севастополя, тимчасову окупацію певних територій у Донецькій та Луганській областях, що призвело до значного зменшення обсягів функціонування галузі та закриття підприємств [9, с. 350].

Один із важливих факторів, який впливає на функціонування готельно-ресторанної та туристичної сфер в Україні – фактор сезонності. Це особливо стосується територій, де туристична привабливість зумовлена природно-рекреаційними ресурсами. Оскільки сезонна зміна туристичних потоків є найбільш актуальною для цих місць, а відвідування столиці має меншу сезонність, адміністративно-територіальний фактор централізму виявляється досить сильним.

Суб'єкти туристичної та готельно-ресторанної сфер в сучасній епосі розвитку спрямовані на зменшення сезонних коливань у своїй діяльності. При цьому вони намагаються розвивати такі форми туризму та відпочинку, які не піддаються сезонним змінам. Наприклад, розширення ділового туризму в регіонах, які раніше акцентували увагу переважно на природно-рекреаційних ресурсах, які залежать від сезону [20, с. 149].

При аналізі туристичної та готельної індустрії також приділяється увага комплексній класифікації факторів впливу. Головні аспекти які мають вплив на ефективність туристичної сфери, включають такі характеристики:

- напрями впливу: зовнішні та внутрішні;
- ступінь впливу: статичні та динамічні;
- характер впливу: екстенсивний, інтенсивний, гальмуючий;
- механізм впливу: об'єктивний та регулюючий;
- зміст: демографічні, соціально-економічні, соціально-психологічні, природно-географічні;
- географічна ознака: фізико-географічна, суспільно-географічна, історико-культурна, геополітична;
- територіальна ознака: загальнодержавна, регіональна;
- дієвість впливу: генеруюча, реалізуюча;
- результат впливу: позитивний, негативний.

Такий комплексний підхід дозволяє отримати повну картину факторів, які впливають на розвиток індустрії. Важливо відзначити, що цей перелік не є сталим, оскільки туристична та готельно-ресторанна сфери України постійно зазнають трансформації. В контексті розширення методологічного інструментарію можливе зростання зазначених ознак.

### **РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО СПІВПРАЦІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «СИМПОЗИУМ» ІЗ ТУРИСТИЧНИМ БІЗНЕСОМ РЕГІОНУ**

Готельно-ресторанний комплекс «СИМПОЗИУМ» розташований у місті Олександрія Кіровоградської області в тихому місці, що легко доступне з траси Ужгород-Київ (Е-50). У комплексі є 22 затишних номери, власна територія з ігровим майданчиком для дітей, ресторан з банкетним залом, парковка з охороною. Розмаїтість меню сніданків та європейська кухня роблять перебування в готелі максимально комфортним. Для любителів свіжого повітря є літня тераса ресторану з зеленим газоном та басейном.

Ресторан «СИМПОЗИУМ» пропонує сніданки та комплексні обіди. Також ви можете запросити своїх близьких та відзначити життєві події у просторому банкетному залі, розрахованому на 70 осіб. Вишукані страви, привітні офіціанти та якісне обслуговування залишать гарні спогади про будь-яке святкування, весілля чи урочисту подію. Відчуйте домашню атмосферу і справжню гостинність в Готельно-ресторанному комплексі «СИМПОЗИУМ».

Готель «Симпозіум». Опис та вартість номерів:

1. Номер «Стандарт «Класичний»:

Ціна за номер: 1500 грн./добу.

Кількість кімнат: 1.

Площа: 24 кв.м.

Інтер'єр: Номер «Класичний» відмінно обладнаний для вашого комфорту та затишку. Він оснащений ексклюзивними меблями та сантехнікою, і містить двоспальне або два односпальні ліжка на ваш вибір. Вартість номера включає сніданок.

Додаткові зручності та сервіси:

- Індивідуальний клімат-контроль.
- Міні-бар.
- Кабельне телебачення.

- Безкоштовний Wi-Fi Інтернет.
- Цілодобове ресторанне обслуговування в номерах.
- Підготовка номеру до сну.
- Розкішна ванна кімната, оздоблена натуральним мармуром, з ванною, душем, унітазом та біде.

- М'які махрові халати, рушники та тапочки.
- Набір готельної косметики.
- Подушка на ваш вибір із меню подушок для максимального комфорту.
- Ортопедичний матрац (Додаток 1).

## 2. Номер «Стандарт «Вдосконалений»:

Ціна номера: 2100 грн./добу.

Кількість номерів: 20.

Кількість кімнат: 1.

Площа: 24 кв.м.

Інтер'єр: Номер «Вдосконалений» відмінно обладнаний для вашого комфорту та затишку. Він оснащений ексклюзивними меблями та сантехнікою, і містить двоспальне або два односпальні ліжка на ваш вибір. Вартість номера включає сніданок (Додаток 2).

## 3. Номер «Люкс»:

Ціна номера: 3700 грн./добу.

Кількість кімнат: 2.

Площа: 40 кв.м.

Інтер'єр: У просторному номері-студіо з вітальні та спальні ви відчуєте справжню турботу. Він оснащений ексклюзивними меблями, виготовленими на замовлення, та великим двоспальним ліжком. Вартість номера включає сніданок.

Додаткові послуги для вашого комфорту:

- Безкоштовний вечірній напій на ваш вибір..
- Ексклюзивні VIP-послуги (Додаток 3).

Ресторан «СИМПОЗИУМ» є єдиним закладом у місті, який використовує процес готування в JOSPER. JOSPER – це сучасне поєднання можливостей гриля і печі у одному апараті. Його використовують виключно для NoReCa та ще для роботи стейк-хаусів, брасеріїв, закусочних. Знаходить своє використання у бістро-кафе і пабах, традиційних ресторанах та ресторанах високої кухні.

Гриль-піч JOSPER став бажаним трендом у ресторанній індустрії України. З його допомогою можна готувати у приміщенні страви на вугіллі: рибу, м'ясо та овочі. Це особливий вид теплового обладнання, яке використовується для приготування м'ясних, рибних та овочевих страв.

JOSPER універсальний, оскільки використовується як гриль, так і мангал, що дозволяє одночасно запікати та прожарювати страви.

Головною особливістю печі-гриля JOSPER є можливість приготування страв на дровах або вугіллі в приміщенні. Під час готування страви набувають особливого аромату, залишаючись соковитими та маючи приємний смак без гіркуватості (Додаток 4, 5).

*Основні рекомендації щодо співпраці із туристичними підприємствами і туристичним бізнесом можуть бути наступними:*

1. Підвищення якості обслуговування: Забезпечення високої якості обслуговування та комфорту для гостей. Це включає в себе швидке реагування на запити гостей, чистоту та порядок у номерах і загальних приміщеннях, а також якісне харчування в ресторанах.

2. Розвиток тематичних пропозицій: створення та просування тематичних пропозицій, які відповідають інтересам та потребам цільової аудиторії. Це може бути тематичні вечори, екскурсії, майстер-класи та інші розважальні програми.

3. Залучення місцевих культурних ресурсів: співпраця з місцевими культурними організаціями та підприємствами для організації екскурсій та заходів, які дозволять туристам краще пізнати місцеву культуру та традиції. Така взаємодія сприяє залученню нових гостей, підвищенню відомості про

готель і розширенню його клієнтської бази. Ось деякі переваги співпраці готелю з туристичними організаціями:

4. Маркетингова підтримка: Туристичні організації можуть допомогти готелю в проведенні маркетингових кампаній та просуванні його послуг серед цільової аудиторії.

5. Залучення туристів: Туристичні агентства та організації можуть рекомендувати готель своїм клієнтам, що сприяє збільшенню кількості бронювань та заповненню номерів.

6. Організація екскурсій та подій: Готель може співпрацювати з туристичними організаціями для організації екскурсій, тематичних подій та інших розважальних заходів для своїх гостей.

7. Інформаційна підтримка: Туристичні організації можуть надати готелю актуальну інформацію про місцеві пам'ятки, події та інші цікаві місця, що допоможе гостям планувати свої подорожі.

8. Спільні акції та знижки: Готель може співпрацювати з туристичними організаціями для проведення спільних акцій та надання знижок для клієнтів обох сторін.

9. В цілому, співпраця готелю з туристичними організаціями може бути вигідною для обох сторін і допомагає покращити якість обслуговування для гостей, що прибувають в район.

10. Впровадження екологічних підходів: Звернення уваги на екологічні аспекти управління готельно-ресторанними комплексами, використання енергоефективних технологій, впровадження програм з утилізації відходів та захисту природи.

11. Маркетинг та просування: активне використання маркетингових інструментів та рекламних кампаній для просування готельно-ресторанних комплексів серед потенційних туристів.

12. Реклама в просуванні готеля є ключовим елементом стратегії маркетингу, спрямованої на нових клієнтів та роботою по збереженню існуючих. Ефективна рекламна кампанія допомагає підвищити усвідомленість

бренду готелю, отримати увагу потенційних гостей і створити позитивний імідж.

13. Стратегія реклами може включати в себе різноманітні канали і підходи, враховуючи особливості цільової аудиторії та бюджет готелю. Ось деякі ефективні методи реклами у просуванні готеля:

14. Інтернет-маркетинг: реклама на соціальних мережах, веб-сайт готелю, контекстна реклама, електронні розсилки тощо.

15. Партнерські відносини: співпраця з туристичними агентствами, онлайн-бронювальними системами та іншими партнерами для просування готелю.

16. Традиційні медіа: реклама у газетах, журналах, радіо та телебаченні, що забезпечує охоплення різних аудиторій.

17. Пряма реклама: розсилка листівок, брошур та інших матеріалів до потенційних клієнтів, участь у туристичних виставках та подіях.

18. Відгуки та рекомендації: активне керування онлайн-репутацією, залучення відгуків гостей та їх публікація на різних веб-сайтах та платформах (Додаток 5).

Незалежно від обраного методу, успішна рекламна кампанія має бути націлена на підвищення свідомості про бренд, створення позитивного сприйняття та стимулювання бронювань. Важливо постійно аналізувати та вдосконалювати стратегію реклами, враховуючи зміни в ринкових умовах та потребах аудиторії.

Створення унікального досвіду: забезпечення гостям незабутнього та унікального досвіду перебування, що включає в себе якісний сервіс, цікаві розважальні програми та можливість пізнавати місцеву культуру. Забезпечення унікального досвіду у готелі є важливим аспектом сучасної готельної індустрії. Щоб залучити та утримати клієнтів, готелі зосереджуються на створенні неповторних і запам'ятовуваних вражень для своїх гостей.

Перший крок у створенні унікального досвіду – це ретельне вивчення та розуміння потреб і бажань цільової аудиторії. Кожен гість має свої індивідуальні вимоги та очікування, і важливо забезпечити їх задоволення.

Готелі можуть пропонувати унікальні послуги, які виходять за межі стандартного переліку, такі як ексклюзивні екскурсії, особисті кулінарні воркшопи або спеціальні заходи розваг.

Дизайн і інтер'єр також грають важливу роль у створенні унікального досвіду. Оригінальне оформлення номерів та громадських просторів може створити неповторну атмосферу, яка залишиться у пам'яті гостей надовго.

Не менш важливим є персональний підхід до обслуговування. Відповідальний і уважний персонал, який готовий задовольнити будь-які потреби гостей, робить перебування у готелі незабутнім.

Унікальний досвід у готелі – це не тільки комфортне перебування, але й емоційне подорожжя, яке залишає враження та мотивує гостей повернутися знову.

Загалом, ефективне використання готельно-ресторанних комплексів у туристичній галузі вимагає комплексного підходу та уваги до потреб та очікувань сучасних туристів.

## ВИСНОВКИ

На основі проведеного дослідження можемо зробити наступні висновки.

Досліджено і узагальнено теоретичні засади діяльності готельно-ресторанних комплексів. Сфера готельно-ресторанних послуг відрізняється від матеріального виробництва за кількома основними характеристиками. По-перше, вона виробляється і споживається, як правило, одночасно, не вимагає зберігання, що ускладнює процеси регулювання попиту та пропозиції. По-друге, готельно-ресторанні послуги відрізняються від продукції, хоча в промисловості роль обслуговування зростає, включаючи ремонт обладнання та післяпродажне обслуговування. Доволі часто у сфері послуг наявний елемент продукції, так само, як і елемент послуги при продажу товарів.

Готелі та ресторани відіграють важливу роль у сфері обслуговування, забезпечуючи тимчасове проживання, побутове обслуговування та харчування громадян України та іноземців. Вони використовують матеріально-технічні засоби, такі як будівлі та обладнання, для забезпечення цих послуг. При цьому, виробництво та реалізація послуг зливаються, що обумовлює своєрідний ритм роботи готелів і ресторанів.

Ринок готельно-ресторанних послуг характеризується своїми особливостями, оскільки готельні та ресторани пропонують неординарний та індивідуальний товар, що враховує різні смаки споживачів. З цього випливає, що готель та ресторан співпрацюють як система, оскільки часто розміщені в одній будівлі та мають однакові вимоги до якості обслуговування.

Проаналізовано аспекти взаємодії та взаємовпливу готельно-ресторанного бізнесу та туризму. Взаємодія між готельно-ресторанними комплексами та туристичною галуззю відіграє ключову роль у розвитку і забезпеченні якісного сервісу для подорожуючих. Ось кілька перспектив цієї взаємодії:

готельно-ресторанні комплекси можуть надати інтегровані послуги, що включають проживання, харчування та розваги, що сприяє зручності для гостей та підвищує їх задоволення від подорожі;

туристичні агентства та готельно-ресторанні комплекси можуть співпрацювати в маркетингових кампаніях для просування туристичних пакетів та послуг, що дозволяє залучати більше клієнтів та збільшувати прибуток;

готельно-ресторанні комплекси можуть сприяти розвитку туристичних напрямків, створюючи унікальні пропозиції та програми для відвідувачів, що сприяє розширенню туристичного потенціалу регіону.

Співпраця готельно-ресторанних комплексів з туристичною галуззю дозволяє підвищити конкурентоспроможність на ринку, завдяки поєднанню різноманітних послуг та забезпеченню високої конкурентоспроможності.

Досліджено особливості готельно-ресторанного комплексу «Симпозіум» та надані рекомендації щодо його співпраці із туристичним бізнесом. Виокремлено основні напрями співпраці які включають забезпечення високої якості та комфорту для гостей, створення позитивних вражень від обслуговування і, як наслідок, збільшення клієнтської бази. Акцентовано увагу на необхідності покращення роботи із цільовою аудиторією і створення тематичних пропозицій для клієнтів – тематичних вечорів, майтер-класів та ін., організацію екскурсійної діяльності через посередництво місцевих екскурсійних бюро, або гідів.

Надання рекомендацій гостям щодо тематичного відпочинку засобами реклами і організація маркетингових кампаній туристичним організаціям на базі готельно-ресторанного комплексу сприятимуть співпраці готельно-ресторанного-комплексу і туристичного бізнесу і одночасній презентації «Симпозіуму» як комфортного місця для відпочинку. Рекомендована організація та проведення спільних акцій готельно-ресторанним комплексом і туристичними організаціями з метою популяризації туристичних дестинацій і готельних послуг.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бурак Т. В. Розвиток контрактного управління готельними мережами в Україні. Економіка. Управління. Інновації. 2019. № 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui\\_2013\\_1\\_7.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2013_1_7.pdf) (дата звернення 10.01.2024).
2. Власенко І. Готельне господарство у соціальній інфраструктурі країни. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. Київ. 2019. № 3. С. 85-97.
3. Галасюк С. С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 178 с.
4. Гребенюк Г. М., Чаркіна Т. Ю., Марценюк Л. В., Пікуліна О. В. Інноваційний підхід до розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнесу України в умовах кризи. Агросвіт. 2021. № 5-6. С. 57-62.
5. Довгаль Д. В., Данько Н. І. Розвиток готельно-ресторанного та санаторно-курортного комплексу як складова інтенсифікації економіки України. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. 2020. № 1042. С. 115-118.
6. Довгань Д. В., Коваленко О. В. Використання готельно-ресторанних комплексів у туристичній діяльності. XII International Scientific and Practical Conference «Scientific Theories and Practices as an Engine of Modern Development», February 28 - March 1, 2024 Bratislava, Slovakia. С. 296-299.
7. Довгань Д. В. В Перспективи розвитку готельно-ресторанних комплексів. Матеріали Всеукраїнської наукової конференції студентів і аспірантів, присвяченої Міжнародному дню студента, 13-17 листопада 2023 р., Суми, 2023. С. 662.
8. Завідна Л. Д. Стратегічне управління розвитком підприємства готельного господарства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Харків, 2019. Випуск 23. Частина 2. С. 8-128.
9. Завідна Л. Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 600 с.

10. Круль Г. Я. Основи готельної справи: навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2021. 368 с.
11. Кушнірук Г. В. Резерви підвищення прибутковості туристичних підприємств. Туристичний, готельний і ресторанний бізнес: інновації та тренди. 2019. № 1. С. 45-47.
12. Лінтур І.В. Інноваційний потенціал у сфері готельно-ресторанного бізнесу. URL: <http://dspace.msu.edu.ua:8080/bitstream> (дата звернення 12.02.2024)
13. Лупич О. О. Формування конкурентоспроможного готельного господарства регіону: дис. ... канд. екон. наук (докт.філософії): 08.00.05 / Ужгород : 2017. 285 с.
14. Мазур В. Індустрія гостинності – ефективний інструмент розвитку туристичного бізнесу. Журнал європейської економіки. 2019. № 3. С. 273-286.
15. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика: підручник. Київ : ЦУЛ, 2021. 472 с.
16. Мархонос С. М., Турло Н. П. Рекреаційні комплекси України: передумови створення та напрямки їх розвитку. Приазовський економічний вісник. 2017. № 2 (02). С. 118-122.
17. Моргулець О. Б., Нищенко О. В. Готельно-ресторанний бізнес України у довоєнний, воєнний та післявоєнний період. URL: <https://cutt.ly/Ww4FVdmF> (дата звернення 20.02.2024).
18. Нездоймінов С. Г. Готельно-ресторанний та туристичний бізнес регіону в умовах трансформації економіки. URL: <https://cutt.ly/rw4FHYYIK> (дата звернення 20.02.2024).
19. Пітак В. В., Коваленко Л. П. Фактори розвитку туристичної індустрії України. Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. 2021. № 1. С. 148-151.
20. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 344 с.

21. Січка І. І. Аналіз особливостей та розвитку туристичного ринку України. Економіка та суспільство. 2019. № 7. С. 158-162.

22. Фролова Н. Є., Гаркуша В. І. Перспективи розвитку підприємств готельного господарства України. Матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. «Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів: теоретичні та практичні аспекти» (м. Херсон, 17-18 жовтня 2019 р.). Херсон : Видавництво ФОП Вишемирський В. С., 2019. С. 415-416.

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

**ДОДАТКИ****Додаток 1****Номер Стандарт «Класичний»**

**Номер Стандарт «Вдосконалений»**

## Номер «Люкс»



**Український діячка культури, співачка, актриса, відома продюсерка, а також телеведуча - Наталя Могилевська**



**VIP Тернопіль — команда професіоналів, яка проводить відмінні заходи з унікальним сценарієм**



### Декларація академічної доброчесності

Я, \_\_\_\_\_,  
студент/ка групи \_\_\_\_\_ Сумського національного  
аграрного університету зобов'язуюсь дотримуватися принципів академічної  
доброчесності під час виконання кваліфікаційної роботи. Я  
поінформований(а), що у разі порушення мною академічної доброчесності під  
час виконання кваліфікаційної роботи повинен/нна буду нести академічну  
та/або інші види відповідальності і до мене можуть бути застосовані заходи  
дисциплінарного характеру за порушення академічної доброчесності та етики  
академічних взаємовідносин, в тому числі, кваліфікаційна робота може бути  
анульована з наступним відрахуванням ізуніверситету.

Також усвідомлюю, що до мене у майбутньому може бути застосована  
процедура позбавлення ступеня вищої освіти та відповідної кваліфікації,  
якщо свідомо вчинене порушення академічної доброчесності не буде  
виявлено під час перевірки кваліфікаційної роботи на наявність текстових  
запозичень відповідно до встановленої в університеті процедури з  
використанням ліцензованих програмних продуктів.

21.05.2024 р.

\_\_\_\_\_