МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ, СПОРТУ ТА РЕАБІЛІТАЦІЇ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: Розважальна складова в готельно-ресторанному бізнесі

Здобувачки вищої освіти І рівня, IV курсу, групи МБГ-21-1
Спеціальність 073 Менеджмент
Освітня програма «Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»

_____ Котляр Карина Сергіївна
(підпис)

Науковий керівник _____ Канцур Інна Григорівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та публічного управління
(підпис)

Керівник освітньо-професійної програми _____ Мартинович Наталія Олександрівна к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та публічного управління
(підпис)

Допущено до захисту рішенням кафедри менеджменту та публічного управління
протокол від «3» червня 2025 № 21

Завідувач кафедри _____ Гусятинський Микола Володимирович к.т.н., доцент
(підпис)

Ірпінь – 2025

Реєстрація № 7 02.06.2025 _____
(дата) (підпис відповідальної особи)

Результати перевірки _____ 02.06.25 _____
(до захисту/ на допрацювання) (дата) (підпис)

Результат захисту 90/A/5 (відм.) 12.06.2025 _____
(оцінка) (дата) (підпис)

Голова комісії _____ І.О. Гончарова
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії: _____ М.В. Гуляпинський
(підпис) (ініціали, прізвище)

_____ Н.О. Мартинович
(підпис) (ініціали, прізвище)

_____ І.Г. Канцур
(підпис) (ініціали, прізвище)

БЛАНК ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Об'єкти контролю	Діапазон оцінки в балах	Фактична кількість балів	Примітки	Дата, П.І.П.: голови комісії, членів комісії, секретаря, (підписи)
ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ КОМІСІЄЮ ПО ЗАХИСТУ				
1. Доповідь	від 0 до 10	10		Т.О. Гончарова М.В. Гуляницький Н.О. Мартинович Т.Т. Канцур А.О. Богатов
2. Роздатковий матеріал	від 0 до 5	5		
3. Знання теоретичного та практичного матеріалу, вміння відповідати на запитання	від 0 до 25	25		
4. Апробація (участь у конференціях)	від 0 до 10	10		
РАЗОМ БАЛІВ	від 0 до 50	50		
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ БАЛІВ	від 0 до 100	90		

ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ЗА 100-БАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ ТА ШКАЛИ ЄКТС

Оцінка за 100- бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЕКТС	Оцінка за національною шкалою	Дата	П.І.П.: голови, членів комісії, секретаря, (підпис)
90	A	5(відмінно)	12.06.2025	Т.О. Гончарова М.В. Гуляницький Н.О. Мартинович Т.Т. Канцур А.О. Богатов

Правила переведення оцінок до національної шкали та шкали ЄКТС

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	5 (відмінно)
80-89	B	4 (добре)
70-79	C	
60-69	Б	3 (задовільно)
50-59	E	
35-49	ЄХ	2 (незадовільно)

Факультет соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації
Кафедра менеджменту та публічного управління
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Освітня програма «Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»

Затверджую
Завідувач кафедри менеджменту та публічного управління
_____М. В. Гусятинський
«10» грудня 2024 р.

Завдання на кваліфікаційну роботу
здобувачу вищої освіти
Котляр Карина Сергіївна
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи Розважальна складова в готельно-ресторанному бізнесі

Затверджена наказом ректора від 19.11.2024 р. Наказ № 1878

2. Строк здачі закінченої роботи 02.06.2025р.

3. Цільова установка Дослідити розважальну складову готельно-ресторанного бізнесу на прикладі ресторану «Алаверди» у м. Чернігів та запропонувати шляхи її покращення.
Мета роботи Проаналізувати організацію розваг у ресторані «Алаверди» та надати рекомендації для підвищення привабливості й задоволеності клієнтів.
Об'єктом дослідження є розважальна діяльність закладів готельно-ресторанного бізнесу.

Предметом дослідження є види, форми та методи організації розважальної складової, зокрема в ресторані «Алаверди» м. Чернігів.

Базою дослідження є ресторан «Алаверди» м. Чернігів.

4. Вихідні дані до роботи Теоретичні джерела з менеджменту, маркетингу та організації дозвілля; ДСТУ 4281:2004; інформація про ресторан «Алаверди»; аналітика ринку готельно-ресторанного бізнесу України.

5. Перелік графічного матеріалу Таблиця 1.1. Популярні готельні послуги та їх внесок у незабутній відпочинок, Рисунок 2.1. Ресторан «Алаверди», Таблиця 3.1. Основні проблеми розважальної складової ресторану «Алаверди» в Чернігові, Таблиця 3.2. Основні ідеї та пропозиції до ресторану «Алаверди» в Чернігові, Додаток А. Меню ресторану «Алаверди».
6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом) ВСТУП; РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВАЖАЛЬНОЇ СКЛАДОВОЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ; 1.1. Загальна характеристика розважальної складової в готельно-ресторанному бізнесі; 1.2. Види розваг, які можуть пропонуватися в готелях та ресторанах; Висновки до розділу 1; РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВАЖАЛЬНИХ ЗАХОДІВ (НА ПРИКЛАДІ

РЕСТОРАНУ «АЛАВЕРДИ» М. ЧЕРНІГІВ); 2.1. Аналіз та організаційн економічна характеристика ресторану «Алаверди» ; 2.2. Оцінка та особливо розважальних заходів ресторану «Алаверди» ; Висновки до розділу 2; РОЗД 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВАЖАЛЬНИХ ЗАХОДІВ (ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНУ «АЛАВЕРДИ» М. ЧЕРНІГІВ); 3.1. Проблеми перспективи розважальної складової ресторану; 3.2. Рекомендації що організації розважальних заходів ресторану та оцінка їх ефективно Висновки до розділу 3; ВИСНОВКИ; СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕР ДОДАТКИ

7. Календарний план виконання роботи

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконанн	
		За планом	Факти
1.	Вибір теми, вивчення літературних джерел, постановка проблеми та складання плану роботи	01.10.2024	01.10.20
1.	Підготовка першого розділу роботи та подання його керівнику	03.03.2025	03.03
2.	Підготовка другого розділу роботи та подання його керівнику	16.05.2025	16.05.
3.	Підготовка третього розділу роботи та подання його керівнику	21.05.2025	21.05.2
4.	Підготовка вступу та формування висновків, списку літературних джерел. Оформлення роботи згідно вимог ДПУ та подання її керівнику	23.05.2025	23.05.2
5.	Доопрацювання робити з урахуванням зауважень керівника	26.05.2025	26.05.2
6.	Отримання відгуку керівника	27.05.2025	27.05.2
7.	Отримання зовнішньої рецензії	28.05.2025	28.05.2
8.	Перевірка роботи на унікальність	29.05.2025	29.05.2
9.	Попередній захист роботи	02.06.2025	02.06.2
10.	Допуск кваліфікаційної роботи до захисту зав.каф.	до 02.06.2025	
11.	Захист роботи	12.06.2025	

8. Дата видачі завдання «10» грудня 2024 р.

9. Науковий керівник кваліфікаційної роботи _____ (підпис) Канцур І.Г. (прізвище, ініціали

10. Гарант освітньо-професійної програми _____ (підпис) Мартинович Н. О (прізвище, ініціали

11. Завдання до виконання отримав здобувач вищої освіти _____ (підпис) Котляр К.С. (прізвище, ініціали

АНОТАЦІЯ

Розважальна складова в готельно-ресторанному бізнесі

Мета дослідження – вивчити основи розважальної складової в готельно-ресторанному бізнесі, проаналізувати організацію заходів у ресторані «Алаверди» та запропонувати рекомендації для покращення розважального сервісу, щоб підвищити привабливість закладу й задоволеність клієнтів.

Завданнями роботи є аналіз розважальної складської готельно-ресторанної діяльності за її характеристиками, визначення типів розваг, організаційно-економічний аналіз ресторану «Алаверди», оцінки особливостей її розважальних заходів, виявлення проблем і перспектив, а також розробки рекомендацій щодо заходів організації та оцінки їх ефективності.

Предмет дослідження: види, форми та методи організації розважальної складової в готельно-ресторанному бізнесі, а також особливості її реалізації.

Об’єкт дослідження: діяльність закладів готельно-ресторанного бізнесу в контексті розважальних заходів.

База дослідження: ресторан «Алаверди» м. Чернігів.

Результати: розважальні послуги підвищують конкурентоспроможність. Аналіз аналізу «Алаверди» проблем (нерегулярність заходів, слабка взаємодія, обмежені ресурси) та запропонував рекомендації: план заходів, нові формати, маркетинг, зворотний зв’язок.

Одержані результати корисні для вдосконалення розважальної складової, підвищення конкурентоспроможності, іміджу бренду, лояльності клієнтів, розробки івент-стратегій і навчання персоналу.

Кваліфікаційна робота містить 54 сторінки, 4 таблиці, 1 рисунок, 52 джерела, 1 додаток.

Ключові слова: готельно-ресторанний бізнес, розважальна складова, індустрія гостинності, клієнтський досвід, тематичні заходи, лояльність клієнтів.

Рік виконання: 2024-2025.

Рік захисту: 2025

ABSTRACT

Entertainment component in the hotel and restaurant business

The purpose of the study is to study the basics of the entertainment component in the hotel and restaurant business, analyze the organization of events at the Alaverdi restaurant and offer recommendations for improving the entertainment service in order to increase the attractiveness of the establishment and customer satisfaction.

The objectives of the study are to analyze the entertainment component of the hotel and restaurant business by its characteristics, determine the types of entertainment, conduct an organizational and economic analysis of the Alaverdi restaurant, assess the features of its entertainment events, identify problems and prospects, and develop recommendations for organization measures and evaluate their effectiveness.

Subject of the study: types, forms and methods of organizing the entertainment component in the hotel and restaurant business, as well as the peculiarities of its implementation.

Object of research: activities of hotel and restaurant business establishments in the context of entertainment.

Base of research: restaurant “Alaverdi” in Chernihiv. Chernihiv.

Results: entertainment services increase competitiveness. The author analyzed the problems of “Alaverdi” (irregularity of events, weak interaction, limited resources) and proposed recommendations: an action plan, new formats, marketing, feedback.

The results obtained are useful for improving the entertainment component, increasing competitiveness, brand image, customer loyalty, developing event strategies and staff training.

The qualification work contains 54 pages, 4 tables, 1 figure, 52 sources, 1 appendix.

Keywords: hotel and restaurant business, entertainment component, hospitality industry, customer experience, themed events, customer loyalty.

Year of implementation: 2024-2025.

Year of protection: 2025.

ЗМІСТ

ВСТУП **9**
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВАЖАЛЬНОЇ СКЛАДОВОЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ **13**
1.1. Загальна характеристика розважальної складової в готельно-ресторанному бізнесі 13
1.2. Види розваг, які можуть пропонуватися в готелях та ресторанах 17
Висновки до розділу 1 20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВАЖАЛЬНИХ ЗАХОДІВ (НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНУ «АЛАВЕРДИ» М. ЧЕРНІГІВ) **22**
2.1. Аналіз та організаційно-економічна характеристика ресторану «Алаверди» 22
2.2. Оцінка та особливості розважальних заходів ресторану «Алаверди» 28
Висновки до розділу 2 34
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВАЖАЛЬНИХ ЗАХОДІВ (НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНУ «АЛАВЕРДИ» М. ЧЕРНІГІВ) **36**
3.1. Проблеми та перспективи розважальної складової ресторану 36
3.2. Рекомендації щодо організації розважальних заходів ресторану та оцінка їх ефективності 42
Висновки до розділу 3 46
ВИСНОВКИ **48**
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ **50**
ДОДАТКИ **59**

ВСТУП

Актуальність теми зумовлена динамічним розвитком індустрії гостинності, зміною запитів споживачів та зростаючою конкуренцією на ринку. У сучасних умовах звичайного забезпечення комфортного проживання та якісного харчування вже недостатньо для повного задоволення потреб клієнтів. Споживачі очікують не лише функціонального сервісу, а й емоційного досвіду, нових вражень, індивідуального підходу та незабутньої атмосфери. Саме тому розважальні послуги стають важливим чинником при виборі готелю чи ресторану, а їх якісна реалізація — запорукою успішного позиціонування закладу на ринку.

Розважальна складова виконує кілька ключових функцій у готельно-ресторанному бізнесі. Вона не лише розширює спектр пропонованих послуг, а й значно підвищує конкурентоспроможність об'єкта. В умовах насиченого ринку гості дедалі частіше обирають ті заклади, які пропонують щось більше, ніж стандартний сервіс. Жива музика, тематичні вечірки, майстер-класи, анімаційні програми, креативний декор, віртуальні розваги чи інтерактивні заходи — усе це сприяє створенню емоційного зв’язку між клієнтом і закладом, що, своєю чергою, підвищує рівень лояльності та повторних візитів.

Актуальність теми також обумовлюється глобальними змінами у поведінці споживачів, що відбуваються під впливом цифровізації, популяризації соціальних мереж і стрімкого розвитку креативних індустрій. У епоху Instagram і TikTok враження стали новою валютою, а візуальна привабливість та унікальність атмосфери — факторами, що визначають успіх бренду. Люди прагнуть ділитися емоціями й моментами з життя, тому готельно-ресторанні заклади, які створюють “інстаграмні” локації та події, мають більші шанси бути впізнаваними й привабливими.

Крім того, розвиток розважальної складової у готельно-ресторанному бізнесі сприяє соціальній та культурній інтеграції регіонів, розвитку

внутрішнього туризму та економіки в цілому. Організація культурних заходів, гастрономічних фестивалів, музичних вечорів або спортивних трансляцій дозволяє популяризувати місцеву культуру, традиції, кухню, а також залучати туристів і місцевих мешканців.

У науковому аспекті дослідження розважальної складової дозволяє глибше зрозуміти механізми формування емоційного сервісу, способи впливу на поведінку споживачів, ефективність креативних рішень у сфері обслуговування, що відкриває нові можливості для розробки інноваційних стратегій управління готельно-ресторанними закладами, спрямованих на збільшення прибутковості, підвищення іміджу та забезпечення стійкого розвитку в умовах нестабільної економіки та мінливих споживчих запитів.

Розважальна складова не є простою додатковою опцією — вона перетворюється на стратегічний елемент, що формує цінність послуги в очах споживача, зміцнює бренд і забезпечує конкурентні переваги. Саме тому дослідження цього аспекту є актуальним як для теоретичного осмислення сучасних тенденцій у сфері гостинності, так і для практичного застосування у професійній діяльності готельно-ресторанних менеджерів.

Аналіз публікацій за обраною темою. Аналіз наукових публікацій, присвячених темі розважальної складової в готельно-ресторанному бізнесі, свідчить про зростаюче зацікавлення науковців питанням впливу анімаційних послуг, емоційного залучення клієнтів і впровадження інноваційних розважальних форматів на конкурентоспроможність і сталий розвиток закладів індустрії гостинності. У працях Баженової С., Пологовської Ю., Канцур І., а також Балацької Н., Калєнік К. і Скриннік В. підкреслюється важливість стратегічного управління та маркетингових підходів до розвитку підприємств у сфері послуг. Дослідження Білоус С. , Грицишин А. і Філя М., Вдовіченої О. та Паламарек К. акцентують увагу на ролі інновацій та поствоєнного відновлення через залучення нових технологій. Головатюк К. і Держак Н. розглядають окремі аспекти розважального сервісу, зокрема організацію дитячої анімації та формування елементів «економіки вражень». Роботи Бортникова Є. і Лютої Д., а

також Воловельської І. й Калиновської Є. вказують на зростаюче значення реклами, брендування та міжнародних тенденцій у формуванні розважальної компоненти як засобу залучення споживачів. Загалом, наявна література демонструє багатогранний підхід до розважального аспекту готельно-ресторанної справи, що охоплює економічні, організаційні, маркетингові та соціокультурні виміри.

Метою дослідження є вивчення теоретико-методичних засад розважальної складової в готельно-ресторанному бізнесі, аналіз практичного досвіду організації розважальних заходів на прикладі ресторану «Алаверди», а також розробка рекомендацій щодо удосконалення розважального сервісу з метою підвищення привабливості закладу та задоволеності споживачів.

Завдання дослідження:

– провести загальну характеристику розважальної складової в готельно-ресторанному бізнесі;

– визначити види розваг, які можуть пропонуватися в готелях та ресторанах;

– зробити аналіз та провести організаційно-економічну характеристику ресторану «Алаверди»;

– охарактеризувати оцінку та особливості розважальних заходів ресторану «Алаверди»;

– з’ясувати проблеми та перспективи розважальної складової ресторану;

– сформулювати рекомендації щодо організації розважальних заходів ресторану та здійснити оцінку їх ефективності.

Об'єктом дослідження є діяльність закладів готельно-ресторанного бізнесу в контексті організації розважальних заходів.

Предметом дослідження є види, форми та методи організації розважальної складової в готельно-ресторанному бізнесі, а також особливості її реалізації.

База дослідження - ресторан «Алаверди».

Методи дослідження. У процесі дослідження були використані такі методи: аналіз і синтез – для вивчення теоретичних підходів до визначення сутності розважальної складової в готельно-ресторанному бізнесі; порівняльний метод – для зіставлення різних видів розваг, які пропонуються в закладах гостинності; метод систематизації – для класифікації форм розважальних заходів; описовий метод – для характеристики діяльності ресторану «Алаверди» м. Чернігів; метод спостереження та узагальнення практичного досвіду – для оцінки ефективності реалізованих розважальних програм; SWOT-аналіз – для виявлення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз у сфері організації розваг; а також проєктний метод – для розробки рекомендацій щодо вдосконалення розважальної складової ресторану.

Інформаційну основу роботи становлять наукові статті, навчальні посібники, аналітичні матеріали конференцій, державні стандарти та інші офіційні джерела, що висвітлюють аспекти розвитку, управління, економіки та інновацій у сфері готельно-ресторанного бізнесу, зокрема розважальної складової. У процесі дослідження були використані публікації фахівців з питань стратегічного управління, маркетингу, організації дозвілля, а також нормативно-правова база щодо класифікації закладів ресторанного господарства. Джерела було відібрано з урахуванням їх актуальності, наукової цінності та практичної спрямованості.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що його результати можуть бути використані керівниками та організаторами заходів у закладах готельно-ресторанного бізнесу для вдосконалення розважальної складової з метою підвищення привабливості закладу, рівня задоволеності клієнтів і конкурентоспроможності на ринку. Запропоновані у роботі рекомендації щодо організації розваг можуть слугувати практичним інструментом для покращення сервісу, формування унікального іміджу закладу та збільшення кількості постійних відвідувачів.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1.
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВАЖАЛЬНОЇ СКЛАДОВОЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

1.1. Загальна характеристика розважальної складової в готельно-ресторанному бізнесі

Розважальна складова в готельно-ресторанному бізнесі є невід'ємним елементом сучасного сервісу, що забезпечує не лише функціональне обслуговування клієнтів, але й створення емоційної цінності, яка формує позитивні враження та лояльність гостей. У часи жорсткої конкуренції та підвищених очікувань споживачів, задоволення базових потреб у проживанні та харчуванні вже не є достатнім для того, щоб заклад був успішним та користувався популярністю. Гості очікують на унікальний досвід, який поєднує комфорт, атмосферу, розваги та естетичне задоволення. Саме тому розважальна складова перетворюється на один із головних інструментів емоційного маркетингу у сфері гостинності.

У сучасних умовах розвитку індустрії гостинності спостерігається тенденція до інтеграції розважальних елементів у базові послуги готелів і ресторанів. Згідно з дослідженнями Середи Н. та Піюренко І., інноваційна діяльність у готельно-ресторанному бізнесі ґрунтується саме на пошуку нових підходів до задоволення потреб гостей, серед яких розваги займають важливе місце: «Інновації проявляються не лише в технологічному забезпеченні, а й у креативному переосмисленні форм взаємодії з клієнтом, зокрема через емоційно-наповнені розважальні формати» [41].

Інноваційні технології, що впроваджуються в сфері послуг, зокрема цифрові платформи, імерсивні шоу, віртуальна реальність чи інтерактивні програми, дозволяють розширити спектр емоційних вражень гостей. Так, Вдовічена О. та Паламарек К. зазначають: «Сучасні готелі та ресторани вже не

просто задовольняють базові потреби, а формують повноцінні емоційні ландшафти, де споживач стає учасником розважального досвіду» [7].

Розважальні заходи сьогодні є важливим елементом стратегічного управління підприємствами готельно-ресторанної галузі. За словами Балацької Н., Калєнік К. та Скриннік В., «формування стратегій розвитку закладів передбачає включення до пакету послуг розважальних програм, тематичних вечорів, гастроівентів, які підвищують привабливість об’єкта для цільової аудиторії» [2].

Варто відзначити, що в умовах воєнного стану та кризових змін, як підкреслює Сльозкіна Д. у своїй кваліфікаційній роботі, розважальна складова не втрачає актуальності, навпаки — вона стає засобом психологічного розвантаження як для гостей, так і для персоналу. Авторка підкреслює: «Навіть у періоди турбулентності ринок демонструє попит на якісні, адаптивні розваги, що враховують нові соціальні виклики» [43].

У процесі соціально-економічних трансформацій готельно-ресторанний бізнес адаптує свою розважальну політику до нових реалій. Так, Носирєв О. разом із колегами у своєму дослідженні відзначає, що «підприємства, які орієнтуються на емоційну залученість клієнтів через розваги, демонструють більшу стійкість до змін середовища» [24].

Ще одним важливим аспектом є використання розваг як інструменту підвищення конкурентоспроможності. В. В. Тижук у своєму дослідженні звертає увагу на те, що саме унікальні розважальні програми, які вирізняють заклад серед інших, сприяють формуванню стабільної клієнтської бази: «Конкуренція вимагає нових підходів до взаємодії з гостями — і розваги є дієвим засобом формування конкурентної переваги» [46].

Інноваційні технології в ресторанному бізнесі, як зазначає Поворознюк І., дозволяють реалізувати сучасні форми дозвілля — від кулінарних майстер-класів до гастротеатрів і медіаперформансів. Автор підкреслює: «Успіх ресторанного підприємства залежить не лише від кухні, а й від здатності

створити незабутню атмосферу, де важливу роль відіграє розважальний контент» [26].

Розваги в готельно-ресторанному бізнесі виконують низку важливих функцій. По-перше, вони сприяють продовженню часу перебування клієнта в закладі, що позитивно впливає на фінансові показники підприємства. По-друге, завдяки оригінальним та різноманітним розважальним заходам створюється позитивний імідж закладу, формується унікальний стиль та конкурентна перевага. По-третє, розваги мають значний соціально-психологічний ефект: вони сприяють емоційному розвантаженню, зняттю стресу, підвищенню рівня задоволеності, що є особливо важливим у сьогоднішньому напруженому ритмі життя [18].

Розважальна складова може набувати різних форм, залежно від концепції закладу, цільової аудиторії, регіональних особливостей та фінансових можливостей. У готелях це можуть бути тематичні вечори, анімаційні програми для дітей і дорослих, концерти, екскурсії, спортивні заходи, майстер-класи, кіносеанси або інтерактивні квести. У ресторанах розваги найчастіше набувають форми живої музики, DJ-сетів, шоу-програм, караоке, гастрономічних подій (наприклад, вечорів національної кухні), винних дегустацій, вечірок або конкурсів. Окремо варто виділити інноваційні технології, які все активніше проникають у цю сферу — доповнена реальність, інтерактивні екрани, мультимедійні інсталяції, гейміфікація тощо [49].

Значну роль у формуванні ефективної розважальної програми відіграє персонал закладу, рівень його підготовки, креативність і комунікаційні навички. Важливо не лише запропонувати клієнту цікаву програму, а й зробити її комфортною, доречною, естетично привабливою і, головне, релевантною його інтересам. Успішна реалізація розважальної складової можлива лише за умов глибокого розуміння психології споживача, його мотивацій та поведінкових моделей [9].

Крім того, варто враховувати, що розваги — це не тільки інструмент залучення, а й потужний маркетинговий ресурс. У добу соціальних мереж

яскраві події, стильний інтер’єр, нестандартні активності стають приводом для фото та відеоконтенту, який гості охоче публікують, тим самим здійснюючи безкоштовну рекламу закладу. Таким чином, розважальна складова сприяє підвищенню впізнаваності бренду, популярності серед широкої аудиторії та формуванню репутації закладу як інноваційного, креативного і такого, що йде в ногу з часом [49].

Сучасний готельно-ресторанний бізнес в Україні дедалі більше орієнтується на створення не лише якісного сервісу проживання та харчування, а й на надання повноцінного спектра послуг, що включають розважальну складову. У контексті зростаючої конкуренції та зміни очікувань споживачів, саме наявність різноманітних розваг стає вагомим фактором, що впливає на вибір клієнта [3].

Розважальна складова в готельно-ресторанній сфері сьогодні включає широкий спектр послуг: від живої музики, тематичних вечірок, майстер-класів, квестів і гастрономічних шоу — до комплексних SPA-програм, басейнів, анімації для дітей і дорослих, культурно-екскурсійних маршрутів, а також заходів для організації корпоративів, весіль і приватних подій. Такі елементи не лише урізноманітнюють відпочинок, а й створюють емоційну прив’язаність клієнта до закладу, формуючи лояльність до бренду [4].

Після пандемії COVID-19 та на тлі повномасштабної війни в Україні, ринок гостинності зазнав суттєвих змін. У багатьох регіонах країни змістилися акценти: замість масових подій почали розвиватися камерні формати, з’явилася нова хвиля запитів на безпечний, комфортний і змістовний відпочинок. У зв’язку з цим готелі й ресторани змушені були адаптувати свої розважальні послуги — орієнтуючись більше на внутрішній туризм, сімейний формат і інтерактивну взаємодію з клієнтом [1; 5; 22; 48].

Окрему нішу займають етно-ресторани, тематичні готелі та заклади, що пропонують автентичні враження: від народних обрядів до сучасних інтерпретацій української культури через мистецтво, кухню та музику. Такий

підхід не лише популяризує національні традиції, а й формує унікальну культурну пропозицію для туристів.

Варто зазначити і розвиток digital-інструментів у розважальному сегменті. Все частіше заклади використовують мобільні додатки, AR-технології, інтерактивні меню та екрани, щоб зробити дозвілля гостей динамічним і персоналізованим [6].

Таким чином, можна стверджувати, що розважальна складова є стратегічним елементом у структурі послуг готельно-ресторанного бізнесу. Її ефективне планування та реалізація дозволяє не лише задовольнити базові потреби клієнтів, а й створити додаткову цінність, що виводить сервіс на якісно новий рівень. Успішне поєднання комфорту, гастрономії та розваг забезпечує позитивний клієнтський досвід, який є ключем до стабільного успіху закладу на сучасному ринку індустрії гостинності.

1.2. Види розваг, які можуть пропонуватися в готелях та ресторанах

У сучасному готельно-ресторанному бізнесі розважальні послуги набувають дедалі більшого значення, адже вони дозволяють не лише урізноманітнити перебування клієнтів у закладі, а й створити унікальний досвід, який спонукає до повторного візиту. Види розваг, що пропонуються в готелях і ресторанах, значною мірою залежать від концепції закладу, його рівня, місцезнаходження, цільової аудиторії, фінансових можливостей, а також від креативності менеджменту. Саме різноманіття розважальних заходів є тією конкурентною перевагою, яка здатна вирізнити заклад серед численних аналогів.

Сучасний готельний сервіс виходить далеко за межі стандартного уявлення про проживання та надання базових послуг. Як показує аналіз, ключову роль у формуванні незабутнього досвіду гостя відіграє цілий комплекс готельних послуг, що охоплюють як фізичний комфорт, так і емоційне задоволення. У таблиці 1.1. представлено десять найпопулярніших готельних послуг, які не

лише підвищують рівень задоволеності клієнтів, а й формують конкурентні переваги готелю на ринку.

Таблиця 1.1.

Популярні готельні послуги та їхній внесок у незабутній відпочинок

№	Послуга	Короткий опис	Вплив на задоволення гостей
1	Зручні номери	Різні типи номерів (стандарт, люкс), комфортне ліжко, меблі, сучасний інтер'єр	Створює відчуття затишку, сприяє повноцінному відпочинку
2	Якісна постільна білизна	М'які матеріали, регулярна зміна та чистота	Покращує якість сну, додає відчуття свіжості та чистоти
3	Уважне обслуговування персоналу	Чемність, готовність допомогти, персоналізований підхід	Залишає емоційно-позитивні враження, формує лояльність гостей
4	Спа-процедури	Масажі, обгортання, скраби, догляд за тілом	Зменшення стресу, відновлення енергії, покращення самопочуття
5	Релаксаційні зони	Сауни, парові кімнати, гідромасажні ванни, зони тиші	Допомагає зняти втому, покращує внутрішню гармонію
6	Бальнеологічні та терапевтичні послуги	Ванни, грязелікування, фізіотерапія	Покращує фізичне здоров'я, особливо при тривалому перебуванні
7	Гастрономічні враження	Ресторани з різною кухнею, авторська кухня, якісний сервіс у барі	Підсилює загальне задоволення, створює відчуття вишуканості та унікальності відпочинку
8	Сніданки "шведський стіл"	Різноманіття страв, включено у вартість	Додає зручності та економить час, створює гарний старт кожного дня
9	Розважальні заходи	Жива музика, вечірки, майстер-класи	Урізноманітнює дозвілля, додає емоційності до відпочинку
10	Йога, медитація, спортзал	Для активного відпочинку або психоемоційного розвантаження	Підтримує фізичне та ментальне здоров'я, приваблює гостей із healthy lifestyle

Джерело: [47]

Таблиця 1.1 демонструє, що якість готельного сервісу значно виходить за межі лише "ночівлі". Від комфортного номеру до високоякісного

гастрономічного досвіду — кожен аспект формує сукупне враження від перебування. Особливо цінуються:

– Індивідуальний підхід персоналу – гості запам’ятовують турботу.

– Спа та релакс-послуги – перетворюють поїздку на wellness-досвід.

– Гастрономія – їжа часто стає головною емоцією подорожі.

Чим комплексніше готель працює над комфортом та враженнями, тим вища його репутація, рівень повторних візитів і позитивних відгуків. Це не просто послуги – це інструменти створення емоцій.

У готелях розваги часто орієнтовані на створення комфортного і насиченого дозвілля для гостей, які перебувають там протягом декількох днів. Найпоширенішими є анімаційні програми для дітей і дорослих, спортивні активності (йога, фітнес, водна аеробіка), тематичні вечори (національні кухні, костюмовані шоу, вечори народної музики), майстер-класи (з кулінарії, танців, декоративно-ужиткового мистецтва), кінопокази, ігрові зони з настільними іграми або ігровими приставками, екскурсії по околицях. Важливою частиною розважального сегмента готелів можуть бути СПА-програми, велнес-заходи, музичні виступи, дискотеки, казино, караоке або виставки картин і фотографій. У фешенебельних готелях також нерідко пропонують культурно-освітні заходи, презентації книг, дегустації вин або тематичні тури (наприклад, гастрономічні або винні маршрути) [11].

У ресторанах переважають короткочасні, але яскраві й динамічні розваги, які мають за мету покращити настрій гостей під час їхнього перебування у закладі, продовжити час візиту, а також створити атмосферу святковості й емоційної насолоди. До таких розваг належать жива музика, виступи кавер-гуртів, сольних виконавців або DJ, танцювальні шоу, тематичні вечірки (ретро, латино, гангстерська, вечір в стилі 90-х тощо), караоке-вечори, інтерактивні ігри з гостями, конкурси, гастрономічні шоу (фламбування, приготування страв при гостях, виступи шеф-кухаря), винні або пивні дегустації, кулінарні майстер-класи, фотозони та квести. Часто у ресторанах організовують заходи під певні дати або події – наприклад, святкування Нового року, Дня святого Валентина,

Масниці, Хелловіну, які супроводжуються спеціальними програмами, декором та відповідним меню [30].

Унікальні й нестандартні розваги стають все більш популярними, особливо серед молодіжної аудиторії. Це можуть бути арт-вечори, де гості створюють картини під музику, настільні квізи, стендап-виступи, інтерактивні театральні постановки, speed dating або навіть невеликі формати психологічних ігор. У дитячих зонах ресторанів та готелів активно впроваджуються розважальні програми з аніматорами, дитячі дискотеки, ігрові кімнати з LEGO-зонами, квестами або творчими майстернями.

Останні тенденції також демонструють стрімке зростання популярності цифрових та інноваційних форматів розваг: гейміфікація сервісів, використання VR- або AR-технологій, інтерактивні столи, проекційні шоу, інсталяції, які змінюють простір закладу на основі світла, звуку та кольору. Такі елементи дозволяють створити «ефект вау», який особливо цінується у середовищі соціальних мереж, де візуальна привабливість відіграє значну роль [30].

Таким чином, розваги у готельно-ресторанному бізнесі є не просто додатковою послугою, а повноцінною складовою загального сервісу, що значною мірою визначає успішність та популярність закладу. Ретельно продумана розважальна програма дозволяє задовольнити різноманітні смаки та потреби гостей, сформувати позитивний імідж, забезпечити емоційне наповнення перебування у закладі та, як наслідок, досягти високого рівня клієнтської лояльності. Розваги сьогодні — це мова, якою готелі та ресторани говорять з гостями, створюючи враження, які залишаються з ними надовго.

Висновки до розділу 1

Розважальна складова в готельно-ресторанному бізнесі виступає важливим чинником формування позитивного іміджу закладу, підвищення його конкурентоспроможності та задоволення запитів сучасного споживача. У

теоретичному аспекті вона розглядається як сукупність заходів і сервісних послуг, що спрямовані на створення унікального дозвіллєвого простору для гостей, забезпечення їх емоційної залученості та формування незабутніх вражень.

Аналіз сучасного стану розвитку індустрії гостинності свідчить про зростання ролі розваг як одного з ключових елементів у стратегії розвитку готелів і ресторанів. Розважальні послуги не лише доповнюють основний спектр сервісу, але й можуть виступати окремим продуктом, здатним приваблювати нову аудиторію та розширювати цільові ринки.

Серед видів розваг, що можуть бути реалізовані в закладах готельно-ресторанного господарства, виділяються: музичні вечори, шоу-програми, майстер-класи, кулінарні батли, квести, інтерактивні ігри, тематичні вечірки, дитячі анімації, спортивні активності, культурно-освітні заходи, цифрові розваги тощо. Їх вибір та реалізація залежать від концепції закладу, рівня його технічного забезпечення, фінансових можливостей і цільової аудиторії.

Таким чином, розважальна складова є невіддільною частиною сучасного готельно-ресторанного бізнесу, яка потребує гнучкого підходу, креативного мислення та стратегічного планування для ефективного функціонування та стійкого розвитку підприємств сфери гостинності.

РОЗДІЛ 2.
АНАЛІЗ РОЗВАЖАЛЬНИХ ЗАХОДІВ (НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНУ «АЛАВЕРДИ» М. ЧЕРНІГІВ)

2.1. Аналіз та організаційно-економічна характеристика ресторану «Алаверди»

Сучасна індустрія гостинності постійно трансформується під впливом економічних, культурних та соціальних змін. Ресторанний бізнес, як складова цієї галузі, демонструє динамічну адаптацію до запитів споживачів і ринкових трендів. У цьому контексті значущим стає аналіз конкретних суб'єктів господарювання, таких як ресторан «Алаверди» у місті Чернігові, який вирізняється поєднанням національного колориту, авторської кухні та розважальної складової.

Згідно з ДСТУ 4281:2004, заклади ресторанного господарства класифікуються за рядом ознак — функціональним призначенням, рівнем обслуговування, асортиментом, а також контингентом споживачів [12]. Ресторан «Алаверди», розташований за адресою: м. Чернігів, вул. Олександра Довженка, 147а, входить до категорії повносервісних ресторанів національної кухні, які поєднують гастрономічні послуги з культурно-дозвіллєвими елементами.

Організаційно-економічна характеристика ресторану ґрунтується на розгляді його структури управління, кадрової політики, маркетингової стратегії та економічних показників. Як зазначає Гончар Л. О., у сфері гостинності стратегічне управління є критичним фактором успішного функціонування підприємства, що дозволяє адаптуватися до умов ринку, мінімізувати ризики та формувати довгострокову конкурентну перевагу [10]. У випадку з «Алаверди» спостерігається реалізація моделі стратегічного позиціонування, заснованої на диференціації — оригінальна кухня, жива музика, тематичні вечори, акцент на грузинській культурі.

Маркетингова цінова політика ресторану адаптована до платоспроможного середнього сегмента споживачів, з урахуванням специфіки регіонального ринку. Як підкреслюють Зіньцьо та Даниленко, ефективність цінової політики в ресторанному бізнесі визначається балансом між споживчою цінністю продукту і прибутковістю закладу, а також гнучкістю підходів до цінових пропозицій — знижок, акцій, системи лояльності [13]. У «Алаверди» активно застосовуються такі інструменти: акції в обідні години, спеціальні пропозиції на свята, дитяче меню та знижки для великих компаній.

Асортиментна політика ресторану сформована з урахуванням принципів організації закладів харчування, описаних у праці Сидорука А., де наголошується на важливості відповідності меню концепції закладу, сировинному забезпеченню, технічним можливостям кухні та професійним навичкам персоналу [42]. Меню ресторану «Алаверди» демонструє гармонійне поєднання традиційної грузинської кухні (хінкалі, хачапурі) з авторськими інтерпретаціями страв і сучасною подачею. Це забезпечує не лише гастрономічне задоволення, а й емоційну складову споживання.

За словами Івашиної, Бишовець і Куракіна, ефективна організація внутрішньої логістики, персоналу та технологічного процесу є основою стабільності ресторанного господарства в умовах турбулентного середовища [15]. У цьому контексті «Алаверди» демонструє продуману організацію праці, що включає зонування залу для обслуговування, ефективне розміщення кухні, а також наявність внутрішньої системи контролю якості.

Окремо варто згадати розважальну складову, яка є елементом емоційного сервісу. Як зазначає Єрко І., для підприємств ресторанного господарства Північно-Західного регіону України саме розваги часто відіграють роль «магніту» для повторного візиту клієнтів, особливо в умовах внутрішнього туризму [14]. Ресторан «Алаверди» пропонує живу музику у вечірній час, тематичні вечори грузинської культури, майстер-класи з кулінарії та дегустації, що підвищує лояльність аудиторії та створює емоційний зв’язок із брендом.

Аналіз ринку ресторанного бізнесу в Україні свідчить про поступове зростання конкуренції, особливо в сегменті національних кухонь. Як зазначають Воловельська І. В., Калиновська Є. та Гончарова А., ключовими чинниками конкурентоспроможності ресторанів є якість обслуговування, унікальність пропозиції, адаптивність до споживчих запитів і репутація на локальному ринку [8]. Ресторан «Алаверди» відповідає цим критеріям, оскільки має сформований імідж гостинного закладу з високим рівнем сервісу, стабільну клієнтську базу та активну присутність у цифровому просторі (відгуки, сторінки в соцмережах, доставка через Mister.Am).

Ресторан «Алаверди», який зображений на рисунку 1, розташований за адресою: вулиця Олександра Довженка, 147а, Чернігів, Чернігівська область, 14014, є вдалим прикладом закладу громадського харчування, який поєднує традиції національної кухні з сучасними вимогами до якості обслуговування, організації праці та економічної ефективності. Його діяльність становить інтерес для дослідження з позицій організаційно-економічної характеристики, оскільки дозволяє проаналізувати важливі аспекти функціонування підприємства ресторанного господарства в умовах регіонального ринку [35].



Рис. 2.1 - Ресторан «Алаверди»

Передусім, слід відзначити вдале розташування ресторану — він знаходиться у густонаселеному районі міста Чернігова, зручному для відвідувачів як з житлових масивів, так і для приїжджих гостей. Безпосередня близькість до транспортних розв’язок сприяє підвищенню прохідності, що позитивно впливає на відвідуваність та рентабельність закладу. Важливу роль у привабливості ресторану «Алаверди» відіграє й атмосфера, що створена завдяки колоритному інтер’єру, орієнтованому на грузинську культуру, а також автентичному меню, яке формує унікальну кулінарну пропозицію [35].

З організаційної точки зору, ресторан є закладом повного обслуговування з чітко структурованою системою управління. До штату входять адміністратори, кухарі, офіціанти, технічний персонал та управлінський апарат. Розподіл функцій між працівниками дозволяє досягати злагодженої роботи усіх підрозділів, забезпечуючи стабільність процесів виробництва та обслуговування клієнтів. Кваліфікований персонал є ключовим чинником підтримки високого рівня сервісу, а постійне навчання та підвищення кваліфікації працівників сприяє адаптації до змін у споживчих очікуваннях.

З економічної точки зору ресторан функціонує як суб’єкт малого або середнього підприємництва. Основними джерелами доходу є продаж готових страв і напоїв, організація банкетів, кейтерингових послуг та можливість проведення корпоративних заходів. Витратна частина бюджету включає закупівлю сировини та матеріалів, оплату праці, оренду приміщення (за наявності), комунальні послуги, податки та витрати на маркетинг. Завдяки грамотному ціноутворенню та дотриманню принципу оптимального співвідношення «ціна-якість», ресторан забезпечує стабільний грошовий потік і позитивну динаміку фінансових показників.

Маркетингова стратегія ресторану базується на поєднанні традиційної реклами та інструментів цифрового маркетингу, зокрема активного просування у соціальних мережах, використання онлайн-платформ для замовлення столиків або доставки. Завдяки цьому ресторан зміцнює власний бренд та забезпечує постійну присутність у свідомості цільової аудиторії. Значну увагу приділено

також зворотному зв’язку з клієнтами, що дозволяє оперативно реагувати на зауваження, формуючи довіру та лояльність.

Заклад має два поверхи з чотирма залами: великий банкетний зал на 120 гостей, малий зал на 25 осіб, зал на 60 осіб та VIP-зал на 8 осіб. Також є літній майданчик, що дозволяє проводити заходи на відкритому повітрі. Ресторан спеціалізується на організації банкетів, ювілеїв, випускних вечорів, ділових зустрічей, дитячих свят, зустрічей випускників, корпоративних вечірок та дегустацій.

У період новорічних свят ресторан пропонує корпоративні пакети, які включають меню, алкоголь та розважальну програму з ведучими, конкурсами та дискотекою. Ціни варіюються в залежності від обраного пакету.

Меню ресторану (Додаток А) включає традиційні грузинські страви, такі як хачапурі, шашлики, хінкалі та інші. Відвідувачі відзначають великі порції, смачну їжу та привітний персонал [36].

Однією з найпопулярніших страв є шашлик зі свинини, який подається порцією 250 грамів за 300 гривень. Ця позиція традиційно вважається класикою серед м’ясних страв і приваблює гостей своїм насиченим ароматом та соковитістю. З іншого боку, заклад активно пропонує різноманіття хачапурі — по-аджарськи та по-царськи, кожен вагою по 750 грамів і вартістю 320 гривень. Хачапурі є одним із символів грузинської кухні, а «Алаверди» демонструє майстерність у приготуванні як традиційних, так і розкішніших варіантів цієї страви, що робить їх доступними для широкого кола відвідувачів.

Кубдарі — м’ясний пиріг вагою 500 грамів, що коштує 390 гривень, є ще одним яскравим прикладом багатства грузинських кулінарних традицій, пропонованих рестораном. Ця страва характеризується ситністю та пікантністю, що ідеально доповнює меню закладу. Менші за порцією, але не менш значущі, хінкалі «Калакурі» пропонуються за ціною 50 гривень за штуку, що робить їх доступною закускою або повноцінною стравою для любителів національної кухні [36].

Різноманіття м’ясних страв представлено також чашушулі по-грузинськи зі свинини, ребрами свинними в аджиці з картоплею і курчам табака, кожна з яких відрізняється особливим способом приготування та насиченим смаком. Зокрема, ребра у аджиці з картоплею за 270 гривень і курча табака за 500 гривень відображають кулінарний акцент на гострих, ароматних м’ясних стравах, що традиційно цінуються в грузинській кухні [36].

Салати у меню ресторану також заслуговують на увагу, оскільки пропонують легкі та свіжі страви — «Від шефа», салат з овочів та курки і «Алаверди» вагою від 200 до 300 грамів за ціною від 200 до 250 гривень. Вони не лише урізноманітнюють меню, але й служать гармонійним доповненням до основних страв, підтримуючи баланс між насиченими м’ясними стравами та легкими овочевими компонентами.

На завершення варто відзначити наявність у меню десертів, зокрема млинців з вишнями за 160 гривень, які додають солодкий акцент до гастрономічного досвіду гостей. Також цікавою є пропозиція пельменів по-тбіліськи, яка підкреслює регіональне колоритне спрямування закладу [36].

Отже, ресторан «Алаверди» демонструє добре продумане меню, що поєднує традиції грузинської кухні з якісним підходом до інгредієнтів та сервісу. Вибір популярних страв відображає прагнення задовольнити як любителів класичних м’ясних позицій, так і тих, хто цінує автентичність і різноманітність національних смаків.

Оцінки відвідувачів свідчать про високий рівень обслуговування та якості страв. Ресторан отримав середню оцінку 4.8 з 5 на основі 213 відгуків.

У контексті стійкості до економічних коливань і впливу зовнішніх чинників, ресторан демонструє адаптивність. Під час пандемічних обмежень він, як і багато інших закладів, був змушений змінити модель обслуговування, зосередивши зусилля на доставці страв та роботі «на виніс». Така гнучкість в управлінні дала змогу зберегти клієнтську базу та мінімізувати збитки.

Загалом, аналіз ресторану «Алаверди» свідчить про його ефективну організаційну структуру, ринкову адаптивність, націленість на споживача та

спроможність конкурувати в межах місцевого ринку громадського харчування. Його економічна модель поєднує традиції та інновації, а стратегія розвитку базується на якісному сервісі, професіоналізмі персоналу та постійному вдосконаленні.

Отже, ресторан «Алаверди» є прикладом ефективного регіонального підприємства ресторанного господарства, яке вдало реалізує концепцію тематичної національної гастрономії, доповненої розважальними заходами. Його організаційно-економічна модель базується на стратегічному плануванні, чіткому позиціонуванні, грамотному ціновому менеджменті та врахуванні сучасних тенденцій ринку. Саме така комбінація елементів дозволяє закладу не лише зберігати стабільність, а й поступово розширювати вплив на регіональному рівні, формуючи якісний простір гастрономічної культури.

2.2. Оцінка та особливості розважальних заходів ресторану «Алаверди»

Ресторан «Алаверди» вражає своїм унікальним підходом до створення не лише кулінарного, а й емоційного досвіду для відвідувачів. Його концепція базується на синтезі вишуканої грузинської гастрономії та яскравої, емоційно насиченої атмосфери, де розважальні заходи відіграють не менш важливу роль, ніж страва на столі. Заклад вирізняється не лише кухнею та інтер’єром, а й продуманою системою культурно-розважальних активностей, що перетворюють звичайний візит до ресторану на справжнє свято душі.

Як зазначає І. Поворознюк, «у період кризи виживають ті заклади, які демонструють здатність до адаптації, диверсифікації послуг і переосмислення ролі клієнта як учасника унікального соціокультурного процесу» [27]. Саме така стратегія простежується у діяльності ресторану «Алаверди»: клієнт тут не лише гість, а учасник гастрономічної події, що базується на культурному діалозі між Україною та Грузією.

Особливої уваги заслуговує естетика закладу, яка підтримує загальну атмосферу й робить розважальні заходи більш органічними. У навчальному посібнику Ю. М. Коренця підкреслюється, що «дизайн інтер'єру є невіддільним елементом брендового простору ресторану й може сприяти зростанню лояльності клієнтів, якщо він узгоджується з концепцією закладу» [17, с. 45]. Інтер'єр «Алаверди» витриманий у стилістиці грузинської традиції, але водночас він зручний, технологічний і придатний для організації як камерних, так і масштабних заходів.

У сучасному гастрономічному туризмі, як вказують В. Підгірна, Г. Єремія та М. Хникіна, відвідування ресторанів перетворюється на «соціокультурну практику, де їжа виконує роль медіума для культурної ідентифікації та емоційного переживання» [34]. У цьому сенсі розважальні заходи ресторану «Алаверди» становлять собою приклад гастрономічного туризму локального рівня, де споживання стає частиною культурного досвіду. Цей підхід дозволяє залучати не лише мешканців Чернігова, а й гостей міста, які прагнуть автентичного досвіду.

Оцінюючи особливості організації розваг у «Алаверди», слід ураховувати також фактори зовнішнього середовища. Як показали Л. Потьомкін, О. Дишкантюк і В. Жосан на прикладі Одещини, розвиток ресторанного господарства залежить від соціальної мобільності населення, транспортної доступності, рівня економічного добробуту та безпекової ситуації [32]. Попри воєнний стан у країні, ресторан «Алаверди» демонструє приклад стійкості бізнесу та збереження культурної функції навіть в умовах обмежень.

Загальносвітова тенденція до поєднання гастрономії та культури, про яку говорить С. Красовський, перетворює ресторан на «простір комунікації, де відвідувачі не лише споживають, а й активно беруть участь у створенні сенсів, у тому числі через музику, інтер'єр, події» [19, с. 174]. «Алаверди» реалізує цей принцип через організацію культурних вечорів із грузинськими виконавцями, поєднанням національної музики й танців, а також через освітні формати,

зокрема розповіді про історію грузинської кухні, традиції виноробства, кулінарні техніки.

Однією з ключових особливостей розважальних заходів ресторану є їх спрямованість на створення автентичного грузинського настрою. У «Алаверди» часто проводяться тематичні вечори з живою музикою, де звучать кавказькі народні мотиви у виконанні професійних музикантів. Такі заходи супроводжуються виступами вокалістів і танцювальних колективів, які презентують грузинські національні танці, сповнені емоцій, грації та колориту. Відвідувачі мають змогу не лише споглядати, а й долучатися до дійства, що сприяє живому спілкуванню, створенню атмосфери єдності та щирої радості [37].

Ще однією цікавою формою організації розважального простору є вечори дегустації вин, під час яких гості можуть ознайомитися з багатою винною культурою Грузії. Такі події поєднують у собі елементи культури, гастрономії та пізнання, формуючи високий рівень естетичного задоволення. Проведення дегустацій супроводжується розповідями сомельє або запрошених фахівців про традиції виноробства, особливості грузинських сортів винограду, процеси бродіння та витримки вина, що збагачує культурний горизонт гостей і робить вечір не лише смачним, а й змістовним.

Окремої уваги заслуговують святкові заходи, які ресторан організовує до традиційних грузинських або українських свят. Це можуть бути вечори, присвячені Новому року, Різдву, Дню святого Георгія або іншим важливим датам. У такі дні інтер’єр ресторану набуває особливого оформлення, атмосфера просякнута урочистістю, а програма доповнюється інтерактивами, конкурсами, шоу-номерами та навіть можливістю отримати невеличкі сувеніри. Для родин із дітьми передбачено окремі дитячі анімаційні блоки, що робить відпочинок зручним і приємним для усіх членів родини [36].

При плануванні заходів ресторатори, як правило, ставлять перед собою дві основні завдання – зацікавити цільову аудиторію і збільшити прибуток закладу. Вибір напрямку залишається за закладом і ґрунтується на плані його розвитку.

Дегустація оновленого меню, наприклад, повинна збільшити кількість замовлень, а дегустація коктейлів з цікавими презентаціями кожного напою посприяти розвитку питної культури в барі. Кожна подія планується заздалегідь і враховується в маркетинговому плані на місяць, квартал і рік.

Важливим елементом розважальної діяльності ресторану є і можливість проведення приватних заходів — весіль, днів народження, корпоративів та ювілеїв. Адміністрація «Алаверди» пропонує гнучкий підхід до організації таких подій: від оренди залу до повного супроводу сценарію свята. Команда декораторів, ведучих, діджеїв і фотографів забезпечує індивідуальність кожного заходу, а кухня адаптується до побажань клієнта, зберігаючи при цьому грузинський стиль подачі та приготування страв.

Приводом для організації заходів в ресторані можуть виступати найрізноманітніші події, які умовно поділяють на класичні, сезонні, гастрономічні, тематичні та креативні. Розглянемо їх більш детально.

Класичні заходи. Багато ресторанів обмежуються проведенням заходів тільки на честь всіма улюблених свят. Їх вносять в річний маркетинговий план і готують спеціальну програму, наприклад, до Нового року – костюмоване шоу, до Хеллоуїну – Вечірка з елементами страшилок і т. д. До класичних свят можна віднести Новий Рік, Різдво і Великдень, 8 березня, День Козацтва, а також Масляну.

Класичні приводи для проведення заходів слід використовувати по максимуму, тобто бути краще конкурентів. Якщо ресторан збирається святкувати Великдень, пригощати гостей пасками за власними рецептами і розписними яйцями, треба організувати фотозону, продумати музичну та концертну програму, перерахувати кошти від продажу випічки в благодійний фонд. Все це не тільки збільшить товарообіг, але і зміцнить лояльність клієнтів.

Сезонні заходи. Будь-який ресторан, який націлений на отримання прибутку, повинен зустрічати зміну сезонів у всеозброєнні. Сезонні пропозиції, в тому числі акції та заходи, покликані залучити нових гостей і поповнити бюджет.

Зимові заходи, як правило, засновані на пригощанні зігріваючими напоями, наприклад, ароматним глінтвейном, а також на новорічних бонуси, так як холодний сезон не дозволяє вводити в меню велику кількість новинок через підвищення вартості продуктів. Інша справа – літо, яке дозволяє порадувати клієнтів свіжими овочами та фруктами. При цьому літній сезон, плавно переходить в осінній, дозволяє дивувати різноманітністю меню протягом декількох місяців поспіль.

Ресторатор без особливо праці знайде привід і спосіб організувати захід і заодно познайомити відвідувачів з сезонним меню. Можна влаштувати «День ожини», «Вечір молодого вина» або «Тиждень спаржі та броколі».

Гастрономічні заходи. Відкриті і закриті гастрономічні вечері, дегустації вина, пива та коктейлів, майстер-класи, свята морепродуктів, вечори національної кухні, бранчі з живою музикою та інші події передбачають попереднє бронювання і обмежену кількість місць.

Тематичні заходи. Заходи на честь присвячених якому-небудь святу, не так поширені, як новорічні вечірки, але є відмінними інфоприводами. Можна влаштувати в ресторані День друзів, День матері або День закоханих, підготувавши для гостей щось особливе, наприклад, сет коктейлів для великої компанії, майстер-клас для дітей з виготовлення листівок для мам або десерти для парочок. Тематичні заходи – безвідмовний спосіб залучити відвідувачів, невимушено змусивши їх з’їсти і випити більше, ніж зазвичай, а також залишити позитивний відгук і опублікувати в соцмережах фотографії з геолокацією і хештегами ресторану.

Організація тематичного заходу вимагає уваги до деталей. Добре продумані і реалізовані, вони допомагають створити незабутню атмосферу. Не треба зупинятися лише на декорі та музичному супроводі. Можна нарядити офіціантів і хостес у відповідні костюми, запросити професійних акторів і музикантів, ретельно продумати план і сценарій вечора, щоб максимізувати прибуток.

Креативні заходи. Після проведення декількох традиційних заходів і переконавшись в тому, що вони подобаються гостям ресторану, можна починати організацію креативних подій. В якості приводу можуть виступати вигадані або реально існуючі свята, наприклад, 20 липня – День торта, 24 січня – День ескімо, 9 лютого – День Піци, 20 березня – Міжнародний день без м'яса.

Івенти в системі ресторанного господарства проводяться з метою популяризації бренду, залучення клієнтів і збільшення продажів. План заходів на наступний місяць складається відповідальною особою, як правило, арт-менеджером, в передостанній тиждень поточного місяця і затверджується керівництвом. При плануванні важливо врахувати вихідні та святкові дні. По кожній з подій складаються короткі описи та інструкції для персоналу.

Розважальні заходи ресторану не обмежуються лише святковими подіями. Тут також практикуються вечори творчих зустрічей, майстер-класи з приготування хінкалі чи хачапурі, що дозволяють гостям зануритися у процес створення традиційних страв власноруч, що особливо цікаво для туристів і відвідувачів, які прагнуть не лише скуштувати грузинську кухню, а й зрозуміти її філософію, засновану на щедрості, родинності та справжньому задоволенні від їжі.

Узагальнимо розваги ресторану «Алаверди» у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Основні види розваг та особливості організації розважального простору ресторану «Алаверди»

Вид розваг / Заходу	**Опис**	**Особливості та ефекти**
Тематичні вечори з живою музикою	Виконання кавказьких народних мотивів професійними музикантами, виступи вокалістів і танцювальних колективів	Емоційні, граційні національні танці; можливість участі відвідувачів; атмосфера єдності і радості
Вечори дегустації вин	Ознайомлення з грузинською винною культурою, розповіді сомельє про виноробство	Поєднання культури, гастрономії, пізнання; висока естетика та змістовність заходу

Святкові заходи до традиційних свят	Урочисте оформлення інтер'єру, інтерактивні програми, конкурси, шоу-номери, сувеніри, дитячі анімації	Створення святкової атмосфери; зручність для родин з дітьми; активне залучення гостей
Приватні заходи (весілля, дні народження, корпоративи)	Гнучка організація з орендою залу, сценарним супроводом, роботою декораторів, ведучих, діджеїв, фотографів	Індивідуальність кожної події; адаптація меню під побажання клієнтів з грузинським стилем
Вечори творчих зустрічей та майстер-класи	Навчання приготуванню традиційних страв (хінкалі, хачапурі)	Занурення в кулінарну філософію; інтерактивність, цікавість для туристів і поціновувачів культури
Гармонійне поєднання гастрономії та розваг	Всі заходи спрямовані на емоційний досвід гостя, відчуття традиції	Формування щирої атмосфери радості та душевності; високий рівень лояльності клієнтів

Джерело: сформовано автором на основі [37]

Отже, розважальна складова ресторану «Алаверди» є однією з найсильніших сторін закладу, яка гармонійно поєднується з гастрономічною. Усі заходи організовані так, щоб кожен відвідувач не просто поїв — а пережив емоцію, відчув себе частиною справжньої грузинської традиції. Саме тому «Алаверди» вирізняється на фоні інших ресторанів міста і зберігає стабільний інтерес у широкої аудиторії клієнтів, які повертаються сюди знову — не лише за смачними стравами, а й за щирою атмосферою радості, душевності та свята.

Висновки до розділу 2

Здійснено комплексний аналіз ресторану «Алаверди» м. Чернігів, що дозволило сформувати цілісне уявлення про його організаційно-економічні особливості та розважальну діяльність як важливий елемент загальної концепції закладу. Ресторан позиціонує себе як заклад автентичної грузинської кухні з високим рівнем сервісу, атмосферним інтер'єром та якісною культурно-

дозвіллєвою складовою, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності на ринку ресторанних послуг Чернігова.

Організаційно-економічна характеристика ресторану свідчить про стабільність його функціонування, наявність професійної команди, ефективне використання матеріально-технічної бази та вдало обрану концепцію, яка поєднує гастрономічну і культурну складові. Водночас заклад активно використовує елементи тематичного декору та атмосферного зонування простору для створення позитивного емоційного досвіду відвідувачів.

Проаналізовані розважальні заходи демонструють глибоке розуміння власної цільової аудиторії та націленість на формування довгострокових емоційних зв’язків із клієнтами. Тематичні вечори, жива музика, дегустації вин, святкові програми та можливість організації приватних урочистостей роблять ресторан не лише місцем харчування, а центром культурного відпочинку, що сприяє залученню нових відвідувачів і підвищенню лояльності постійних клієнтів.

Таким чином, ресторан «Алаверди» успішно реалізує стратегію інтеграції гастрономічних і розважальних послуг, що забезпечує йому стійку позицію на ринку та створює основу для подальшого розвитку в умовах зростаючої конкуренції в сфері ресторанного бізнесу.

РОЗДІЛ 3.
ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВАЖАЛЬНИХ ЗАХОДІВ (НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНУ «АЛАВЕРДИ» М. ЧЕРНІГІВ)

3.1. Проблеми та перспективи розважальної складової ресторану

Розважальна складова ресторану є важливою частиною сучасного ресторанного бізнесу, яка безпосередньо впливає на привабливість закладу, рівень задоволення гостей та його конкурентоспроможність. У XXI столітті ресторан перестає бути лише місцем харчування — він перетворюється на культурний і соціальний простір, де відвідувач шукає емоційного досвіду, естетичного задоволення та нових вражень. Саме тому питання проблем і перспектив розвитку розважального компонента стає надзвичайно актуальним.

Покращення необхідних умов для комфортного перебування відвідувачів у закладах ресторанного господарства - одна з основних задач керівництва та обслуговуючого персоналу закладу. Високий рівень надання розважальних послуг і культура обслуговування - запорука лояльності і прихильності відвідувачів. Відповідно, від того, чи залишиться відвідувач задоволений своїм перебуванням в закладі ресторанного господарства, залежить не тільки репутація та імідж підприємства, але і його прибуток, економічна вигода від продажу послуг.

Організація розважальної складової в закладі ресторанного господарства відіграє важливу роль. Відвідувачі приходять, як правило, не тільки смачно поїсти, а й отримати на деякий час розрядку від сірих буднів і стресів, розслабитися, відпочити.

Правильно організована розважальна складова здатна посилити задоволення від відвідування закладу ресторанного господарства, спонукає споживачів повернутися туди ще і дати закладу позитивний відгук.

Враховуючи високий рівень конкуренції та динамічного розвитку ринку ресторанного бізнесу, рестораторам необхідно чітко орієнтуватись у сфері надання послуг з дозвілля. Тому виникає необхідність у створенні різноманітних анімаційних служб безпосередньо у закладах ресторанного господарства, завдання яких полягатиме у впровадженні, обґрунтуванні та реалізації послуг з розважальної складової в підприємстві.

Розважальні програми впливають на життя закладу ресторанного господарства навіть більше, чим якість обслуговування, так як розваги є головною складовою будь-якого вечора.

Розважальні заходи являють собою послугу головною метою якої, є не тільки залучення нових споживачів, а підвищення лояльності постійних споживачів та просування закладу на ресторанному ринку.

В даний час велика кількість закладів ресторанного господарства включає у свою діяльність розважальну складову, яка є «родзинкою» закладу. Якщо відвідувачі прийдуть посмакують стравами, то вони не отримають велику кількість позитивних емоції, як разом з розважальною програмою.

Успіх будь якого заходу залежить від якості розважальних заходів. Дуже важливо, щоб розважальні послуг надавали професіонали, які організовують розваги на найвищому рівні.

Серед ключових проблем варто відзначити недостатню гнучкість традиційних форматів у задоволенні запитів нових поколінь споживачів. Як зазначає М. Рябенька, одним із головних викликів для рестораторів є "перехід від класичних моделей обслуговування до нових форматів, які поєднують гастрономічні, культурні та розважальні функції" [39]. Молодь та активні міські жителі дедалі більше прагнуть не просто смачно поїсти, а й отримати унікальний досвід, який включає живу музику, квести, театралізовані шоу або тематичні вечори.

Водночас, як вказують К. Процак і М. Передрій, сучасний ресторанний бізнес переживає кризу, пов’язану з економічною нестабільністю, наслідками пандемії COVID-19 та війною в Україні. Це знижує інвестиційну привабливість

розважальних форматів і обмежує можливості бізнесу до інновацій [33]. Часто власники ресторанів змушені скорочувати витрати саме на культурну програму, віддаючи перевагу базовому функціонуванню закладу.

Однак сучасні технології створюють нові горизонти для розвитку розважальної складової. Постова В. наголошує на перспективах впровадження інтелектуальної автоматизації та цифрових рішень, які дозволяють покращити взаємодію з клієнтом, підвищити персоналізацію досвіду та зменшити витрати [29; 31]. Йдеться, зокрема, про інтерактивні столи, доповнену реальність, автоматизоване освітлення, яке реагує на музику чи події, та системи збору аналітики про вподобання гостей.

З технічної точки зору, індустрія гостинності стрімко інтегрує інноваційні технології, які змінюють саму природу ресторанної взаємодії. Л. Половенко та С. Мерінова підкреслюють, що цифровізація — це не лише про обслуговування, а й про створення нової моделі клієнтського досвіду, у якому важливе місце займає розважальний компонент [28].

Культурне різноманіття також відіграє важливу роль у формуванні унікального розважального середовища. Як зазначають Е. Сіра, О. Каролоп і Р. Загнибіда, інтеграція елементів різних культур у меню, інтер'єр і розважальну програму дозволяє привабити туристів і створити атмосферу мультикультурності, що підвищує популярність ресторану серед ширшої аудиторії [45]. Таким чином, культурна креативність стає джерелом нових сенсів у споживанні. Цю думку доповнюють Л. Стригуль і В. Александрова, які вказують на те, що готельно-ресторанний бізнес поступово еволюціонує в напрямку сервісної економіки вражень, де на перший план виходить не їжа, а атмосфера, що її супроводжує [44]. Формується тренд на створення «ресторанів-подій», де кожен візит перетворюється на персоналізований досвід.

Разом із тим, масовість сегменту швидкого харчування не залишає осторонь і розважальні аспекти. О. Юркевич і Д. Мозгова зазначають, що нові концепції fast food включають елементи гейміфікації, інтерактивного

оформлення, використання AR/VR, що дозволяє залучати молодіжну аудиторію навіть у недорогих форматах [50].

Певні труднощі притаманні ресторанам національної кухні. За спостереженням О. Мельниченка, такі заклади часто залишаються консервативними у своєму підході до розважальної складової, обмежуючись етномузикою або традиційними костюмами, тоді як сучасні відвідувачі очікують інтеграції інноваційного досвіду навіть у сфері традиційного гастрономічного споживання [21].

У глобальному контексті, за даними дослідників Kansakar, Munir і Shabani, основним напрямом розвитку розважальної функції в ресторанній сфері є інтеграція технологій: хмарних платформ, сенсорних інтерфейсів, систем інтернету речей, а також використання штучного інтелекту для створення емоційно резонансного середовища [52].

У свою чергу, D'Silva та ін. звертають увагу на прогностичні алгоритми, які дозволяють передбачити періоди активності клієнтів і адаптувати розважальні програми у реальному часі, що робить ресторанну розважальну систему динамічною і гнучкою [51].

Розважальна складова ресторану «Алаверди» в Чернігові є невід'ємною частиною його загальної концепції, що поєднує гастрономічну насолоду з культурно-емоційним зануренням у світ грузинських традицій. Проте, як і будь-який заклад, орієнтований на довготривалу присутність у динамічному середовищі ресторанного бізнесу, «Алаверди» стикається з певними проблемами, які водночас відкривають і перспективи для подальшого розвитку, що зображені в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Основні проблеми розважальної складової ресторану «Алаверди» в Чернігові

Аспект	**Опис проблеми**

Обмежена різноманітність розважальних програм	Постійні формати живої музики, тематичних вечорів і святкових заходів, відсутність новизни
Недостатнє використання цифрових технологій	Обмежена цифрова присутність: стандартні афіші, недостатньо відеоконтенту та прямих трансляцій
Відсутність персоніфікації розважального досвіду	Універсальні програми не враховують різні вікові, культурні та професійні особливості гостей
Потенціал розвитку розважальної складової	Автентична концепція, образ грузинської гостинності, кухня майстрів з Тбілісі, атмосфера старого Тбілісі
Необхідність постійного оновлення та адаптації	Зміни у споживацьких очікуваннях і конкуренція на ринку

Джерело: сформовано автором на основі [37]

Однією з ключових проблем є обмежена різноманітність розважальних програм, що може призвести до втрати інтересу у постійних клієнтів. Хоча ресторан пропонує живу музику, тематичні вечори та святкові заходи, їхня періодичність та формат здебільшого залишаються незмінними, що знижує елемент новизни. В умовах зростаючої конкуренції та змін у споживацьких очікуваннях, необхідно впроваджувати більше інноваційних форматів — інтерактивні гастрошоу, майстер-класи, квести з елементами національної культури, гастрономічні тури в межах одного вечора, де гості могли б відчути «подорож Грузією» не лише через страви, а й через музику, відеоінсталяції, розповіді та театралізовані виступи.

Ще однією проблемою є недостатнє використання цифрових технологій у просуванні розважальних заходів. У сучасному світі соціальні мережі відіграють надзвичайно важливу роль у формуванні іміджу закладу. Попри вже сформований образ «Алаверди» як місця з особливою атмосферою, його цифрова присутність обмежується стандартною інформацією та афішами. Перспективним напрямом є створення візуального контенту у форматі коротких

відео, прямих трансляцій з вечорів, інтерв’ю з кухарями та гостями, що дозволить значно розширити цільову аудиторію та залучити молодше покоління, яке шукає яскраві враження та соціальне підтвердження якості закладу [35].

Окремо варто звернути увагу на персоніфікацію розважального досвіду. Універсальність програм іноді знижує ефективність їхнього впливу на окремі категорії відвідувачів. Розробка програм із урахуванням вікових, культурних і навіть професійних характеристик аудиторії може стати інструментом підвищення емоційної залученості. Наприклад, вечори авторської поезії з грузинськими мотивами, бізнес-сніданки з елементами культурного представлення, або ж дитячі інтерактивні програми з національним колоритом — усе це дозволить не лише урізноманітнити дозвілля гостей, а й закріпити за рестораном статус культурного осередку.

Поряд з викликами, розважальна складова «Алаверди» має значний потенціал для розвитку, насамперед завдяки автентичній концепції та сильному емоційному посиленню, яке несе образ грузинської гостинності. Ресторан уже має потужну базу — атмосферу старого Тбілісі, кухню, яку готують справжні майстри з Тбілісі, привітний персонал і затишний простір. Ці складові можуть стати платформою для створення глибшого культурного досвіду, який не лише задовольнятиме гастрономічні потреби, а й надихатиме, залишаючи в пам’яті гостей справжню історію, прожиту разом із рестораном.

Отже, розважальна діяльність ресторану «Алаверди» вимагає постійного оновлення, відкритості до нових форматів і адаптації до сучасних тенденцій. У поєднанні з уже наявними перевагами — високим рівнем сервісу, професійністю кухарів, тематичною автентичністю та атмосферністю інтер'єру — це створює сприятливі умови для поглиблення емоційного зв’язку з клієнтами та розширення культурного впливу закладу в місті Чернігові та за його межами.

3.2. Рекомендації щодо організації розважальних заходів ресторану та оцінка їх ефективності

У сучасних умовах високої конкуренції в сфері ресторанного бізнесу організація розважальних заходів стає не лише засобом залучення нових гостей, але й важливим інструментом формування лояльності постійних клієнтів. Розважальні програми підсилюють гастрономічне враження, створюють емоційний зв’язок між закладом і його аудиторією, а також підвищують економічну результативність діяльності ресторану. Проте ефективність таких заходів потребує комплексного підходу до планування, реалізації та подальшої оцінки.

Організація розважальних заходів повинна ґрунтуватися на ретельному аналізі цільової аудиторії закладу, її соціально-демографічних характеристик, потреб, очікувань і звичок. За спостереженнями Мельник Г. С., планування event-заходів повинно починатися з вивчення локального ринку, визначення формату заходу (тематичні вечірки, гастрономічні фестивалі, концерти, майстер-класи тощо), вибору відповідного часу та розрахунку бюджету [20]. Крім того, важливо інтегрувати концепцію заходу в загальну маркетингову стратегію закладу, забезпечивши узгодженість між його стилістикою, меню, обслуговуванням та атмосферою.

Інший важливий аспект – дотримання стандартів сервісу і технологічна готовність закладу. Як зазначає Іщенко М. М. у дослідженні, присвяченому удосконаленню організації дозвілля в ресторані «Ferma», головною умовою успіху є координація роботи персоналу, розподіл обов’язків, залучення професійних ведучих та артистів, а також логістичне забезпечення (звукове обладнання, освітлення, декорації) [16].

При організації заходів варто також враховувати досвід впровадження інновацій у сфері ресторанного сервісу. Наприклад, у статті Саркісяна Г. підкреслюється важливість використання цифрових технологій: інтерактивних панелей, мобільних додатків для попереднього бронювання, QR-кодів для

голосування під час заходів або збирання відгуків, що сприяє підвищенню рівня залучення гостей та персоналізації послуг [40].

Що стосується оцінки ефективності розважальних заходів, слід дотримуватись системного підходу до моніторингу результатів. Як наголошують Огієнко М., Шебаніна О. та Огієнко А., ефективність гастрономічних подієвих заходів може оцінюватися за чотирма групами показників: економічними (збільшення прибутку, рентабельність), маркетинговими (розширення клієнтської бази, зростання впізнаваності бренду), організаційними (оптимальність витрат, якість обслуговування) та емоційними (задоволення гостей, лояльність, позитивні відгуки) [25].

У контексті аналізу доцільно використовувати кількісні та якісні методи. Серед кількісних – збір статистичних даних про відвідуваність, середній чек, тривалість перебування гостей у закладі під час заходу. Якісні методи включають опитування гостей, інтерв'ю з персоналом, контент-аналіз відгуків у соціальних мережах. Постова В. підкреслює, що такі показники, як приріст повторних відвідувань після заходів або підвищення активності у соціальних мережах, є опосередкованими, але важливими маркерами ефективності подієвих інновацій [31].

Не менш значущою є стратегічна інтеграція подієвої діяльності в бізнес-модель ресторану. Дослідження Наконечного К. та ін. акцентує на необхідності формування інноваційно-технологічної стратегії, яка дозволяє не лише реалізовувати окремі заходи, але й будувати сталу систему подієвого менеджменту, яка сприятиме довгостроковому зростанню підприємства [23].

У свою чергу, важливим є й просторовий аспект організації дозвілля. У статті Русавської В. зазначено, що у форматі food court особливу увагу слід приділяти зонуванню простору, акустичним рішенням та створенню комунікаційного середовища, яке сприятиме комфорту під час масових заходів [38]. Таким чином, подієві практики не повинні сприйматися лише як розвага, а радше як складова загальної клієнтоорієнтованої стратегії розвитку.

Ресторан «Алаверди» у Чернігові є зразком вдалого поєднання гастрономічної культури та національної ідентичності, що дозволяє формувати унікальну атмосферу для відвідувачів. Однак, для підтримання стабільного інтересу до закладу й утримання лояльної клієнтури, важливо приділити особливу увагу системній організації розважальних заходів, що не лише гармонійно доповнювали б загальну концепцію ресторану, а й сприяли б економічному зростанню, зміцненню іміджу і розширенню цільової аудиторії.

Основні ідеї та пропозиції до ресторану «Алаверди» в Чернігові зображено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

Основні ідеї та пропозиції до ресторану «Алаверди» в Чернігові

Аспект	**Опис / Поточний стан**	**Рекомендації / Перспективи розвитку**
Загальна концепція ресторану	Поєднання гастрономічної культури та національної ідентичності, унікальна атмосфера	Системна організація розважальних заходів, які підтримують концепцію і сприяють зростанню
Структурована програма заходів	Відсутність чітко структурованої програми	Вечори живої грузинської музики з традиційними інструментами, тематичні дні культури, майстер-класи, дегустації, інтерактивні танці
Зворотний зв’язок	Потреба в оцінці ефективності заходів	Використання анкет, QR-опитувань, аналіз відгуків і показників відвідуваності
Використання цифрових платформ	Часткове використання соціальних мереж	Активне просування через Instagram, Facebook, TikTok, створення цифрової спільноти
Система бонусів та стимулювання	Відсутність або недостатнє впровадження	Знижки, безкоштовні десерти для учасників, корпоративні розважальні програми для бізнес-клієнтів
Адаптація до сезонності	Не завжди враховується	Літні заходи на відкритому майданчику (музика, барбекю, танці), зимові камерні вечори (поезія, свята, вікторини)

Стратегічна роль розважальної складової	Розважальні заходи розглядаються як доповнення	Інтеграція розваг у загальну концепцію ресторану для підсилення гостинності, емоційності та автентичності
Очікувані результати	Потреба у підтриманні інтересу та лояльності	Підвищення популярності, збільшення прибутків, стійке позиціонування на ринку

Джерело: сформовано автором на основі [37]

Першочерговим завданням для ресторану має стати розробка чітко структурованої програми розважальних заходів, яка відповідала б естетичному наповненню «Алаверди» та підкреслювала його кавказький колорит. У цьому контексті доцільно орієнтуватися на проведення вечорів живої грузинської музики з традиційними інструментами та автентичними костюмами, що створить додаткову емоційну привабливість. Окрім цього, важливо запроваджувати регулярні тематичні події: дні грузинської культури, майстер-класи з приготування національних страв, дегустації вин із поясненнями сомельє, а також вечори народного танцю з інтерактивною участю гостей. Такі заходи не лише створюють святкову атмосферу, а й формують глибше розуміння культури, що є важливою складовою емоційного бренду ресторану.

Ефективність розважальних заходів безпосередньо залежить від рівня їхньої організації та відповідності очікуванням цільової аудиторії. У цьому сенсі важливо запровадити механізми збору зворотного зв’язку — анкетування, QR-опитування після подій, аналіз відгуків у соціальних мережах, а також моніторинг показників відвідуваності у дні проведення заходів. Це дозволить отримати об’єктивну оцінку результатів і коригувати майбутні події відповідно до вподобань клієнтів. Водночас, активне використання цифрових платформ (Instagram, Facebook, TikTok) для анонсів та візуального висвітлення заходів допоможе не лише залучати нових відвідувачів, а й створювати цифрову спільноту навколо бренду «Алаверди» [37].

Упровадження системи бонусів для постійних учасників розважальних заходів також може стати ефективним засобом стимулювання повторних

відвідувань. Наприклад, надання знижки на меню під час вечора живої музики або безкоштовний десерт за участь у тематичному вечорі формують відчуття подяки з боку закладу, що сприяє зміцненню емоційного зв’язку з гостями. Також варто врахувати можливість корпоративних розважальних програм — для бізнес-клієнтів, які шукають нетипові формати відпочинку для колективу або партнерів.

Не менш важливим є адаптаційний підхід до сезонності: у літній період доцільно проводити заходи на відкритому майданчику з легкими музичними шоу, вечорами барбекю, танцювальними вечорами під відкритим небом, а взимку — створювати камерні тематичні події, зокрема вечори поезії, святкові грузинські вечері з аніматорами та інтелектуальні вікторини. Це дозволить уникнути одноманітності та забезпечити постійний потік зацікавлених клієнтів.

Таким чином, стратегічне планування та грамотна реалізація розважальної програми ресторану «Алаверди» є не лише засобом збагачення культурного простору Чернігова, а й вагомим фактором комерційного успіху самого закладу. Розважальні заходи повинні стати не додатком до основної діяльності ресторану, а її органічною складовою, яка підсилює загальну концепцію гостинності, емоційності та автентичності. Вдале поєднання культурного змісту, якісного сервісу та креативного підходу до розваг забезпечить «Алаверди» стабільне зростання популярності, збільшення прибутків і стійке позиціонування на ринку ресторанних послуг.

Висновки до розділу 3

Здійснено комплексний аналіз існуючих проблем та перспектив розвитку розважальної складової ресторану «Алаверди» м. Чернігів, а також сформульовано рекомендації щодо її удосконалення. Дослідження виявило, що попри унікальний колорит, автентичну атмосферу та високий рівень гастрономічного сервісу, ресторан потребує систематизації та оновлення

розважальної програми для забезпечення стабільної зацікавленості гостей, розширення аудиторії та підвищення конкурентоспроможності на локальному ринку.

До основних проблем, що були виявлені, належать відсутність сталої концепції розважальних заходів, недостатня інтерактивність подій, нерегулярність їх проведення, слабка інформаційна підтримка в цифровому середовищі та обмежене врахування інтересів різних цільових груп відвідувачів. Водночас було визначено значний потенціал для подальшого розвитку через впровадження тематичних вечорів, гастрономічних шоу, музичних та танцювальних програм, а також інтерактивних культурних заходів, які підсилюватимуть імідж ресторану як не лише гастрономічного, але й культурного простору.

Рекомендовано запровадити комплексну стратегію організації розважальних заходів, яка включатиме планування подій з урахуванням сезонності, активне використання соціальних мереж для промоції, впровадження програм лояльності для постійних відвідувачів, а також оцінку ефективності заходів через аналіз зворотного зв’язку та поведінкових показників гостей. Такий підхід дозволить ресторану «Алаверди» створити стійку емоційно-культурну прив’язаність клієнтів, підвищити рівень відвідуваності й забезпечити додаткові джерела прибутку.

Таким чином, удосконалення розважальної складової ресторану «Алаверди» є необхідним і перспективним кроком, що сприятиме його сталому розвитку, зростанню лояльності клієнтів та закріпленню позицій на ринку гостинності регіону.

ВИСНОВКИ

У ході дослідження розважальної складової в готельно-ресторанному бізнесі було з’ясовано, що сучасна індустрія гостинності дедалі більше орієнтується не лише на надання основних послуг, а й на створення комплексного дозвілля для гостей. Розважальна складова стала важливою конкурентною перевагою, що формує емоційне сприйняття бренду, підвищує лояльність клієнтів і сприяє економічній стійкості підприємств. У готельно-ресторанному бізнесі розваги виконують функцію доповнення основного сервісу, посилюючи його унікальність і створюючи атмосферу, яка спонукає гостей повертатися знову.

До основних видів розваг, які пропонуються у готелях та ресторанах, належать музичні виступи, тематичні вечори, шоу-програми, майстер-класи, кулінарні дегустації, караоке, ігрові заходи для дітей, анімаційні програми, танцювальні вечори, а також креативні фото-зони, інтерактивні елементи та івенти за участі запрошених артистів. Комплексно реалізовані розважальні формати можуть задовольнити потреби різних цільових груп – від індивідуальних відвідувачів до великих компаній, родин чи корпоративних клієнтів.

У межах дослідження було проаналізовано діяльність ресторану «Алаверди» в місті Чернігів, який є яскравим прикладом закладу з етнічним колоритом та гастрономічною автентичністю. Ресторан пропонує страви традиційної грузинської кухні та вирізняється атмосферою справжньої кавказької гостинності. В інтер’єрі, оформленні простору, обслуговуванні та концепції закладу простежуються риси культурної ідентичності, які створюють неповторний досвід перебування для гостей.

Разом з тим, розважальна складова ресторану «Алаверди» перебуває на етапі розвитку і потребує більш чіткої організаційної структури. Аналіз наявних заходів свідчить про нерегулярність їх проведення, недостатню варіативність

форм розваг та слабку маркетингову підтримку. Хоча заклад вже здійснює спроби організації живої музики, тематичних вечорів та святкових подій, ці заходи не є системними і не охоплюють широкий спектр цільової аудиторії.

Серед основних проблем було виділено обмежену кількість розважальних форматів, недостатню взаємодію з клієнтами в соціальних мережах, відсутність розробленої програми розвитку івент-напряму, а також обмеженість кадрового потенціалу, спеціалізованого саме на організації та проведенні заходів. Попри це, ресторан має значні перспективи: наявна концепція, етнічна стилістика та атмосфера старого Тбілісі відкривають широкі можливості для створення тематичних івентів, інтерактивних програм та гастрономічних шоу.

У зв’язку з цим запропоновано низку рекомендацій щодо вдосконалення розважальної складової ресторану «Алаверди», серед яких: формування календарного плану заходів, розширення переліку форматів розваг, запровадження програм лояльності та бонусів для постійних клієнтів, розвиток онлайн-просування подій через соціальні мережі, партнерство з місцевими творчими колективами, а також впровадження системи моніторингу ефективності заходів за допомогою відгуків і маркетингових інструментів. Упровадження зазначених кроків сприятиме підвищенню популярності закладу, збільшенню прибутку та посиленню емоційної прив’язаності гостей до ресторану.

Таким чином, розважальна складова в готельно-ресторанному бізнесі, зокрема на прикладі ресторану «Алаверди», постає не лише інструментом залучення клієнтів, але й чинником стратегічного розвитку, що вимагає професійного підходу, творчого мислення та чіткої організаційної моделі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баженова С., Пологовська Ю., Канцур І. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-22 (дата звернення: 13.04.2025).
2. Балацька Н., Калєнік К., Скриннік В. Тенденції розвитку та стратегічного управління підприємствами готельно-ресторанного бізнесу. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка.* 2022. № 13. С. 62-71. DOI: https://doi.org/10.32782/2708-0366/2022.13.7 (дата звернення: 26.05.2025).
3. Басюк Т.П., Керанчук Т.Л. Економіка готельно-ресторанного бізнесу: навчальний посібник. Київ: НУХТ, 2018. 360 с. URL: https://www.tkfk.te.ua/wp-content/uploads/2024/02/ (дата звернення: 13.04.2025).
4. Бортников Є. Г., Люта Д. А. Реклама в готельно-ресторанному бізнесі : конспект лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Готельно-ресторанна справа» освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2021. 63 с. URL: https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/641035/mod_resource/content/2/%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE-%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BF%D0%BE%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf (дата звернення: 13.04.2025).
5. Бренич О. Р., Неіленко С. М., Антоненко А. В. Стратегії розвитку готельно-ресторанного сектору в умовах глобальних криз та нестабільності. *Таврійський науковий вісник. Серія: Технічні науки*. 2024. № 5. С. 130-141. DOI: https://doi.org/10.32782/tnv-tech.2024.5.14 (дата звернення: 13.04.2025).
6. Білоус С., Грицишин А., Філь М. Інноваційність сфери гостинності як складова розвитку поствоєнної економіки України. *Готельно-*

ресторанний бізнес і курортна справа України: матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції. Івано-Франківськ: ПНУ, 2022. С. 56–70. URL: https://kgrks.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/33/2022/12/ (дата звернення: 13.04.2025).

7. Вдовічена О., Паламарек К. Роль світових інноваційних технологій у розвитку готельно-ресторанного бізнесу. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування.* 2024. № 2 (12). С. 22-27. DOI: https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(12).2024.3 (дата звернення: 26.05.2025).
8. Воловельська І. В., Калиновська Є., Гончарова А. Аналіз ресторанного бізнесу в світі та Україні. *Вісник економіки транспорту і промисловості.* 2021. № 59. С. 123–130. URL: http://btie.kart.edu.ua/article/view/113668 (дата звернення: 26.05.2025).
9. Головатюк К. Особливості організації дитячої анімації у готелях курортного типу. Готельно-ресторанний та туристичний бізнес: реалії та виклики : тези доп. ІІ Міжнар. студ. наук. конф. (Київ, 22 березня 2023р.) / відп. ред. А.А.Мазаракі. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. С. 64-67. URL: https://knute.edu.ua/file/MzEyMQ==/db5321dbc69b10e40e1cbe6f3c9c2dd4.pdf (дата звернення: 13.04.2025).
10. Гончар Л. О. Особливості економічного стратегування підприємств у сфері гостинності. 2022. URL: https://www.academia.edu/97247570 (дата звернення: 26.05.2025).
11. Держак Н. О., Канцур І. Г., Сніжко Ю. І. Формування емоційних складових «економіки вражень» в готельно-ресторанному бізнесі. *Ефективна економіка*. 2024. № 6. URL: https://ir.dpu.edu.ua/items/83731300-0c37-42a4-a1cd-8581882b38ff?utm (дата звернення: 13.04.2025).
12. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. – URL: http://megalib.com.ua/content/754_11_Klasifikaciya_ta_tipi_pidpriemstv_restorannogo_gospodarstva.html (дата звернення: 26.05.2025).

13. Зіньцьо Ю., Даниленко М. Аналіз тенденцій розвитку маркетингової цінової політики в ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2023. (58). DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-32 (дата звернення: 26.05.2025).
14. Єрко І. Аналіз діяльності закладів ресторанного господарства Північно-Західного економічного району України. *Географічні науки*. 2016. № 15 (340). С. 45–52. URL: http://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/15265 (дата звернення: 26.05.2025).
15. Івашина Л., Бишовець Л., Куракін О. Особливості організації діяльності ресторанного господарства м. Черкаси в умовах сьогодення. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування.* 2023. № 4 (10). С. 9-18. DOI: https://doi.org/10.32782/2708-4949.4(10).2023.1. (дата звернення: 26.05.2025).
16. Іщенко М. М. Удосконалення організації дозвілля в ресторані «Ferma» (ФОП Гусєва Н.М.) : кваліфікаційна робота бакалавра : 241 Готельно-ресторанна справа / М. М. Іщенко ; Хмельниц. нац. ун-т. Хмельницький, 2024. 40 с. URL: https://elar.khmnu.edu.ua/items/a3ebde02-c19f-4901-ae04-7eb51dcbb19f (дата звернення: 26.05.2025).
17. Коренець Ю. М. Дизайн об'єктів та інтер'єр приміщень закладів готельно-ресторанного бізнесу : навч. посібник. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 162 с. URL: http://elibrary.donnuet.edu.ua/2250/1/Tutorial%20Design%20of%20objects%20and%20interior.pdf (дата звернення: 26.05.2025).
18. Корсак Р.В., Годя І.М. Сучасні стратегії маркетингу в готельно-ресторанному бізнесі. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., 5 листопада 2024 р. Державний біотехнологічний ун-т. Харків, 2024. С. 449-450. URL: https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/68128?utm (дата звернення: 13.04.2025).

19. Красовський С. О. Гастрономічний туризм як актуальний тренд сучасної культури. *Питання культурології.* 2021. № 37. С. 169–180. DOI: https://doi.org/10.31866/2410-1311.37.2021.236018 (дата звернення: 26.05.2025).
20. Мельник Г. С. Планування та організація event-заходів у закладах ресторанного господарства (на прикладі закладу «Bar Centro», м. Понт-Сен-Мартен : кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа»; галузь знань – 24 «Сфера обслуговування» / наук. керівник В. С. Кушнірук. Миколаїв : МНАУ, 2023. 70 с. URL: https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/15588 (дата звернення: 26.05.2025).
21. Мельниченко О. А. Проблеми розвитку ресторанів української національної кухні. Фінансове забезпечення розвитку малого та середнього бізнесу у прикордонних регіонах : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 14 травня 2019 р. Чернівці : Вид-во ЧТЕІ КНТЕУ, 2019. С. 182–185. URL: https://repo.knmu.edu.ua/handle/123456789/23240 (дата звернення: 26.05.2025).
22. Моргулець О. Б., Нишенко О. В. Готельно-ресторанний бізнес України у довоєнний, воєнний та післявоєнний період. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2023. № (8), С. 88-96. DOI: https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-8-12 (дата звернення: 13.04.2025).
23. Наконечний К., Цепенда М., Ячнюк М. Аналіз і оцінка інноваційно-технологічної стратегії готельно-ресторанного комплексу “RIVOLI CITY CLUB”. *Економіка та суспільство.* 2024. № 67. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-71 (дата звернення: 26.05.2025).
24. Носирєв О. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах соціально-економічних трансформацій. Формування сучасних концепцій управління туризмом та готельно-ресторанним бізнесом в умовах парадигми сталого

розвитку : зб. матеріалів 2-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 8-9 грудня 2022 р. / гол. орг ком. М. О. Фролов ; Запоріз. нац. ун-т. Електрон. текст. дані. Запоріжжя, 2023. С. 174-179. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/items/294b2722-cb42-4d1c-8668-12c80c222509 (дата звернення: 26.05.2025).

25. Огієнко М., Шебаніна О., Огієнко А. Моніторинг особливостей визначення ефективності гастрономічних подієвих заходів. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації.* 2020. Т. 3, № 1. С. 96–108. URL: http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/article/view/205572 (дата звернення: 26.05.2025).
26. Поворознюк І. Інноваційні технології в ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство.* 2021. № 30. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/619 (дата звернення: 26.05.2025).
27. Поворознюк І. Роль та особливості розвитку ресторанного бізнесу в умовах кризи. *Економіка та суспільство.* 2023. № 47. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-38 (дата звернення: 26.05.2025).
28. Половенко Л.П., Мерінова С.В. Тенденції та проблеми розвитку інноваційних технологій в індустрії гостинності. *Наукові праці МАУП. Економічні науки.* 2021. № 3 (62). DOI: https://doi.org/10.32689/2523-4536/62-12 (дата звернення: 26.05.2025).
29. Постова В. Перспективи впровадження інтелектуальної автоматизації в ресторанний бізнес в умовах післявоєнного відновлення України. *Економіка та суспільство.* 2023. № 49. С. 1–6. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-41 (дата звернення: 26.05.2025).
30. Постова В.В. Розважальна складова як сучасний тренд в ресторанному сервісі. *Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг*: тези доповідей ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції. Рівне. 2022. С. 120-122. URL: https://ir.vtei.edu.ua/g.php?fname=27714.pdf (дата звернення: 13.04.2025).

31. Постова В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств ресторанного бізнесу. *Економіка та суспільство.* 2021. № 24. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-20 (дата звернення: 26.05.2025).
32. Потьомкін Л. М., Дишкантюк О. В., Жосан В. Д. Аналіз факторів зовнішнього середовища на розвиток ресторанного господарства Одещини в аспекті гастрономічного туризму. *Economy digitalization in a pandemic conditions: processes, strategies, technologies: international scientific conference*. 2021. С. 53–57. DOI: https://doi.org/10.30525/978-9934-26-028-5-12 (дата звернення: 26.05.2025).
33. Процак К., Передрій М. Ресторанний бізнес в умовах кризи: проблеми та напрямки розвитку. *Економіка та суспільство.* 2022. № 44. С. 1–6. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-49 (дата звернення: 26.05.2025).
34. Підгірна В., Єремія Г., Хникіна М. Аналіз тенденцій гастрономічного туризму: міжнародний досвід та Україна. *Економіка та суспільство.* 2022. № 37. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-72 (дата звернення: 26.05.2025).
35. Ресторан «Алаверди» у Чернігові. URL: https://chernihivregion.travel/places/kafe-alaverdi (дата звернення: 26.05.2025).
36. Ресторан «Алаверди» у Чернігові. URL: https://misteram.com.ua/chernigov/alaverdi-cn?srsltid=AfmBOoqxWnYIZztZGN6CZrHhT7zwFS_64nSelVGYKzsym3HEeVyUq4hm (дата звернення: 26.05.2025).
37. Ресторан «Алаверди» у Чернігові. URL: https://www.instagram.com/alaverdi_chernigiv/ (дата звернення: 26.05.2025).
38. Русавська В., Завадинська О., Голубець І. Організація ресторанних послуг формату food court в торговельно-розважальних комплексах. *Економіка та суспільство*. 2023. № 51. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-14 (дата звернення: 26.05.2025).

39. Рябенька М. Перспективи розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства. *Економіка та суспільство.* 2021. № 24. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-51 (дата звернення: 26.05.2025).
40. Саркісян Г., Новічков В., Ліганенко М., Шунько А. Впровадження додаткових послуг на туристично-розважальних комплексах згідно міжнародних стандартів гостинності. *Food Industry Economics*. 2023. Т. 14, № 4. DOI: https://doi.org/10.15673/fie.v14i4.2474 (дата звернення: 26.05.2025).
41. Середа Н., Піюренко І. Інноваційна діяльність в готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство.* 2023. № 55. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-58 (дата звернення: 26.05.2025).
42. Сидорук А. Організація ресторанного господарства: формування асортиментної політики товарів і послуг. 2021. URL: https://www.academia.edu/59633304 (дата звернення: 26.05.2025).
43. Сльозкіна Д. В. Стратегії розвитку закладів готельно-ресторанного бізнесу в умовах воєнного стану : кваліфікаційна робота здобувача освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 241 Готельно-ресторанна справа / Д. В. Сльозкіна ; наук. кер. О. Б. Моргулець. Київ : КНУТД, 2024. 85 с. URL: https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/27027 (дата звернення: 26.05.2025).
44. Стригуль Л. С. Готельно-ресторанний бізнес як складник індустрії сервісної економіки: проблеми та перспективи розвитку. *Приазовський економічний вісник* : електрон. наук. журн. 2020. Вип. 6 (23). С. 151-156. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/entities/publication/8c27568a-ad02-42dc-9010-d559a7d0b0fe (дата звернення: 26.05.2025).
45. Сіра Е., Каролоп О., Загнибіда Р. Різноманітність культур у ресторанному бізнесі, вплив на розвиток гастрономічного туризму: проблеми та перспективи. *Економіка та суспільство.* 2024. № 61. DOI:

https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-154 (дата звернення: 26.05.2025).

46. Тижук В. В. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу в Україні в сучасних умовах : кваліфікац. робота на здоб. першого (бакалавр.) рівня вищої освіти за освіт. прогр. «Готельно-ресторанна справа» / В. В. Тижук ; науковий керівник І. І. Січка. Ужгород: ДВНЗ "УжНУ", 2020. 12 с. URL: https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/29870 (дата звернення: 26.05.2025).
47. ТОП 10 найпопулярніших готельних послуг, що роблять відпочинок незабутнім. *Hotel-solution:* веб-сайт. URL: https://hotel-solution.com.ua/news/top-10-most-popular-hotel-services-that-make-your-vacation-unforgettable (дата звернення: 13.04.2025).
48. Чуєва І. Вплив світового ринку готельно-ресторанних послуг на міжнародний туристичний бізнес. *Економіка та суспільство.* 2023. № 48. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-25 (дата звернення: 13.04.2025).
49. Шинкар С., Перцович Т. Розвиток маркетингу в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі у сучасних умовах. *Економіка та суспільство.* 2022. № 38. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-70 (дата звернення: 13.04.2025).
50. Юркевич О. А. Нові тенденції в діяльності ресторанів швидкого харчування. *Стан і перспективи сучасного туризм*у : матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених (м. Суми, 29–30 листопада 2023 року) / редкол.: Ю. О. Лянной, Л. В. Пшенична, О. Ю. Кудріна та ін. ; МОН України, Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка. Суми : ФОП Цьома С. П., 2023. – С. 120–123. URL: https://repository.sspu.edu.ua/items/3a3ed2bf-26fa-4c8c-b719-90cf97091482

51. D'Silva K., Noulas A., Musolesi M., Mascolo C., Sklar M. Predicting the temporal activity patterns of new venues. *arXiv preprint.* 2018. arXiv:1806.01599. URL: https://arxiv.org/abs/1806.01599 (дата звернення: 26.05.2025).
52. Kansakar P., Munir A., Shabani N. Technology in Hospitality Industry: Prospects and Challenges. *arXiv preprint.* 2017. URL: https://arxiv.org/abs/1709.00105 (дата звернення: 26.05.2025).