

**МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

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

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «Діагностика розвитку готельно-ресторанного бізнесу»

Здобувача вищої освіти I рівня, IV курсу, групи МБГ-20-1,
спеціальності 073 Менеджмент,
освітня програма «Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»



Жук Діана Сергіївна

Науковий керівник



Супруненко Світлана Анатоліївна
к.е.н., доцент, доцент кафедри
менеджменту та публічного управління

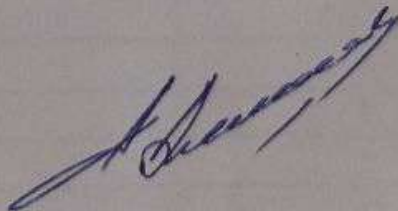
Керівник освітньо-професійної
програми



Держак Наталія Олександрівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри
менеджменту та публічного управління

Допущено до захисту рішенням кафедри менеджменту та публічного управління
протокол від «3» серпня 2024 № 12

Завідувач
кафедри



Гусятинський Микола Володимирович
к.т.н., доцент

Ірпінь-2024

Реєстрація № 15 04.06.2024
(дата)

[Signature]
(підпис відповідальної особи)

Результати перевірки 90 захисту 03.06.2024 [Signature]
(до захисту/ на допрацювання) (дата) (підпис)

Результат захисту 90/A/5/вдмнко 13.06.2024 [Signature]
(оцінка) (дата) (підпис)

Голова комісії

[Signature]
(підпис)

С.Ф.Трушув
(ініціали, прізвище)

Члени комісії:

[Signature]
(підпис)

С.А.Супруненко
(ініціали, прізвище)

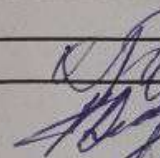
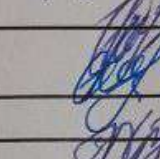
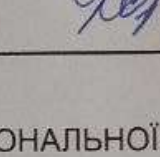
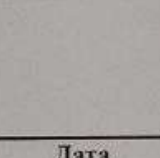
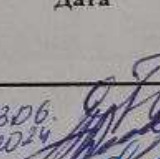
[Signature]
(підпис)

М.В.Тусовинський
(ініціали, прізвище)

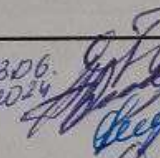
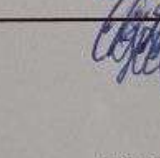
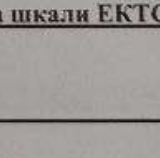
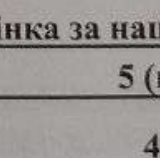
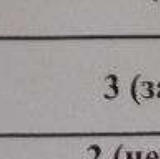
[Signature]
(підпис)

М.Т.Канчур
(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		13.06.2024  Бущунов С.А.  Пустынський М.В.  Кончур Н.Т.  Сирнукенко С.А.  Штепко Ю.Н.
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	5		
РАЗОМ БАЛІВ	від 0 до 50	45		
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 ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	Дата	П.І.П.: голови, членів комісії, секретаря, (підписи)
90	A	5	13.06.2024	 Бущунов С.А.  Пустынський М.В.  Кончур Н.Т.  Сирнукенко С.А.  Штепко Ю.Н.

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	B	3 (задовільно)
50-59	E	
35-49	EX	2 (незадовільно)

Факультет соціально-гуманітарних технологій та менеджменту
Кафедра соціальної філософії та управління
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Освітня програма «Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»

Затверджую
Завідувач кафедри соціальної філософії
та управління

 Л. В. Чупрій
«7» листопада 2023 р.

Завдання на кваліфікаційну роботу
здобувачу вищої освіти
Жук Діані Сергіївні
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи
«Діагностика розвитку готельно-ресторанного бізнесу»

Затверджена наказом ректора від 16.10.2023 Наказ № 1369

2. Строк здачі закінченої роботи 27.05.2024

3. Цільова установка
Діагностика розвитку готельно-ресторанного бізнесу

Мета роботи

Аналіз стану готельно-ресторанного бізнесу в Україні, зокрема в Івано-Франківській області, та розробці рекомендацій щодо підвищення ефективності його діяльності на прикладі готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel».

Об'єктом дослідження

є готельно-ресторанний бізнес в Україні.

Предметом дослідження

є процеси управління та розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Базою дослідження

є дослідження проведено на основі даних про діяльність готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel» та статистичних даних щодо розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Івано-Франківській області.

4. Вихідні дані до роботи

Наукові статті, монографія, інтернет джерела.

5. Перелік графічного матеріалу

Рис.1.1 Типи готельних закладів; Рис.1.2 Типи ресторанів; Рис. 1.3 Класифікація концепцій політики ціноутворення в готельно-ресторанному бізнесі; Таблиця 2.1; Рис.2.1 Кластерний розподіл надходження туристичного збору в Івано-Франківській області, 2023 р.; Рис.2.2

Розвиток ресторанного бізнесу в Івано-Франківській області (2019-2023); Рис.2.3 Аналіз конкурентів готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel» (2019-2023); Таблиця 2.2 Оцінка якості обслуговування у готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel»; Таблиця 2.3 Аналіз конкурентів готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel»; Таблиця 2.4 Порівняння послуг та сервісів конкурентів; Таблиця 2.5 Аналіз цін на послуги та порівняння з конкурентами; Таблиця 2.6 SWOT-аналіз «Radisson Blu Resort, Bukovel».

6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

Теоретичний аспект готельно-ресторанного бізнесу, аналіз стану готельно-ресторанного бізнесу в Івано-Франківській області на прикладі готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel», стратегії розвитку готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel».

7. Календарний план виконання роботи

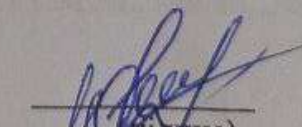
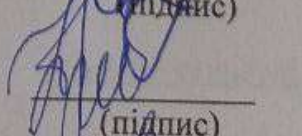
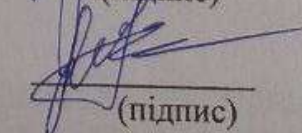
№ п/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання		Примітки
		За планом	Фактично	
1.	Вибір теми, вивчення літературних джерел, постановка проблеми та складання плану роботи	01.10.2023	01.10.2023	
2.	Підготовка першого розділу роботи та подання його керівнику	01.03.2024	01.03.2024	
3.	Підготовка другого розділу роботи та подання його керівнику	15.05.2024	15.05.2024	
4.	Підготовка третього розділу роботи та подання його керівнику	20.05.2024	20.05.2024	
5.	Підготовка вступу та формування висновків, списку літературних джерел. Оформлення роботи згідно вимог ДПУ та подання її керівнику	23.05.2024	23.05.2024	
6.	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника	до 24.05.2024	24.05.2024	
7.	Отримання відгуку керівника	27.05.2024	27.05.2024	
8.	Отримання зовнішньої рецензії	28.05.2024	28.05.2024	
9.	Попередній захист роботи	29.05.2024 30.05.2024	29.05.2024 30.05.2024	
10.	Перевірка роботи на унікальність	29.05.2024	29.05.2024	
11.	Допуск кваліфікаційної роботи до захисту зав.каф.	до 01.06.2024		
12.	Захист роботи	12.06.2024 13.06.2024		

8. Дата видачі завдання «7» листопада 2023 р.

9. Науковий керівник кваліфікаційної роботи

10. Гарант освітньо-професійної програми

11. Завдання до виконання отримав здобувач вищої освіти


(підпис)

(підпис)

(підпис)

С. А. Супруненко
(прізвище, ініціали)

Н. О. Держак
(прізвище, ініціали)

Д.С. Жук
(прізвище, ініціали)

АНОТАЦІЯ

Діагностика розвитку готельно-ресторанного бізнесу

Мета дослідження полягає в аналізі стану готельно-ресторанного бізнесу в Україні, зокрема в Івано-Франківській області, та розробці рекомендацій щодо підвищення ефективності його діяльності на прикладі готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel». Для досягнення поставленої мети були визначені наступні завдання дослідження:

1. Дослідити основні поняття готельно-ресторанного бізнесу.
2. Вивчити економічну сутність діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу.
3. Проаналізувати основні фактори, які впливають на функціонування ринку готельно-ресторанних послуг.
4. Здійснити аналіз стану розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Івано-Франківській області.
5. Провести діагностику стану готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel».
6. Розробити рекомендації щодо стратегій розвитку готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel».

Об'єктом дослідження є готельно-ресторанний бізнес в Україні.

Предметом дослідження є процеси управління та розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу, зокрема готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel».

Методи дослідження включають аналіз та синтез літературних джерел, економічний аналіз, методи маркетингових досліджень, SWOT-аналіз, методи статистичного аналізу та прогнозування.

База дослідження: дослідження проведено на основі даних про діяльність готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel» та статистичних даних щодо розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Івано-Франківській області.

Науково-практична значущість дослідження полягає у розробці практичних рекомендацій для підвищення ефективності діяльності готельних підприємств в Україні, що можуть бути використані менеджментом підприємств готельно-ресторанного бізнесу для вдосконалення своїх стратегій розвитку.

Кваліфікаційна робота містить 45 сторінок і включає 6 таблиць та 6 рисунків.

Рік виконання дипломної роботи 2023-2024.

Рік захисту роботи 2024.

ANNOTATION

Diagnostics of hotel and restaurant business development

The research method is to analyze the state of the hotel and restaurant business in Ukraine, in particular in the Ivano-Frankivsk region, and to develop recommendations for improving the efficiency of its activity using the example of the Radisson Blu Resort, Bukovel hotel. To achieve the goal, the following *research tasks* were defined:

1. To study the basic concepts of the hotel and restaurant business.
2. To study the economic essence of the hotel and restaurant business.
3. To analyze the main factors affecting the functioning of the market of hotel and restaurant services.
4. Carry out an analysis of the state of development of the hotel and restaurant business in the Ivano-Frankivsk region.
5. To diagnose the condition of the hotel "Radisson Blu Resort, Bukovel".
6. Develop recommendations for the development strategies of the Radisson Blu Resort, Bukovel hotel.

The object of the study is the hotel and restaurant business in Ukraine.

The subject of the study is the processes of management and development of hotel and restaurant business enterprises, in particular the Radisson Blu Resort, Bukovel hotel.

Research methods include analysis and synthesis of literary sources, economic analysis, marketing research methods, SWOT analysis, methods of statistical analysis and forecasting.

Research base: the research was conducted on the basis of data on the activities of the hotel "Radisson Blu Resort, Bukovel" and statistical data on the development of the hotel and restaurant business in the Ivano-Frankivsk region.

The scientific and practical significance of the study lies in the development of practical recommendations for increasing the efficiency of hotel enterprises in Ukraine, which can be used by the management of hotel and restaurant business enterprises to improve their development strategies.

The qualification work contains 45 pages and includes 6 tables and 6 figures.

The year of completion of the thesis is 2023-2024.

The year of job protection is 2024.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1.ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	5
1.1. Основні поняття готельно-ресторанного бізнесу.....	5
1.2. Економічна сутність діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу.....	14
1.3. Основні фактори, які впливають на функціонування ринку готельно- ресторанних послуг.....	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЮ «RADISSON BLU RESORT, BUKOVEL».....	23
2.1 Стан розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Івано-Франківській області.....	23
2.2 Діагностика стану готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel».....	28
2.3 Аналіз конкурентів для готелю.....	36
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЮ «RADISSON BLU RESORT, BUKOVEL».....	40
ВИСНОВКИ.....	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	48
ДОДАТКИ.....	53

ВСТУП

Готельно-ресторанний бізнес відіграє важливу роль у розвитку економіки багатьох країн, включаючи Україну. Його значення полягає не лише в наданні послуг проживання та харчування, але й у створенні робочих місць, сприянні розвитку туризму, залученні інвестицій, та формуванні позитивного іміджу країни на міжнародному рівні. В умовах глобалізації та жорсткої конкуренції на ринку готельно-ресторанних послуг, розробка ефективних стратегій стає ключовим фактором для підвищення конкурентоспроможності та ефективності підприємств цієї галузі.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю вдосконалення управління готельно-ресторанним бізнесом в Україні для забезпечення його сталого розвитку в умовах динамічного зовнішнього середовища. Особливу увагу слід приділяти розробці стратегій розвитку підприємств, що дозволить підвищити їх конкурентоспроможність, адаптивність до ринкових змін та задоволення потреб споживачів.

Мета дослідження полягає в аналізі стану готельно-ресторанного бізнесу в Україні, зокрема в Івано-Франківській області, та розробці рекомендацій щодо підвищення ефективності його діяльності на прикладі готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel».

Для досягнення поставленої мети були визначені наступні **завдання дослідження**:

1. Дослідити основні поняття готельно-ресторанного бізнесу.
2. Вивчити економічну сутність діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу.
3. Проаналізувати основні фактори, які впливають на функціонування ринку готельно-ресторанних послуг.
4. Здійснити аналіз стану розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Івано-Франківській області.
5. Провести діагностику стану готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel».

6. Розробити рекомендації щодо стратегій розвитку готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel».

Об'єктом дослідження є готельно-ресторанний бізнес в Україні.

Предметом дослідження є процеси управління та розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу, зокрема готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel».

Методи дослідження включають аналіз та синтез літературних джерел, економічний аналіз, методи маркетингових досліджень, SWOT-аналіз, методи статистичного аналізу та прогнозування.

База дослідження: дослідження проведено на основі даних про діяльність готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel» та статистичних даних щодо розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Івано-Франківській області.

Науково-практична значущість дослідження полягає у розробці практичних рекомендацій для підвищення ефективності діяльності готельних підприємств в Україні, що можуть бути використані менеджментом підприємств готельно-ресторанного бізнесу для вдосконалення своїх стратегій розвитку.

Особистий внесок здобувача полягає у самостійному проведенні комплексного аналізу стану готельно-ресторанного бізнесу в Івано-Франківській області, зокрема на прикладі готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel», та розробці рекомендацій щодо підвищення його конкурентоспроможності.

Апробація результатів дослідження здійснювалась на науково-практичних конференціях, семінарах та круглих столах, де були обговорені основні результати та висновки дослідження, а також отримані рекомендації щодо вдосконалення запропонованих стратегій.

Робота включає вступ, три розділи, загальні висновки, список використаних джерел та додатки. Зміст роботи представлено на 45 сторінках основного тексту і включає 6 таблиць та 6 малюнків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

1.1. Основні поняття готельно-ресторанного бізнесу

Готельний бізнес є однією з ключових галузей індустрії гостинності, що включає в себе широкий спектр послуг, спрямованих на забезпечення комфортного тимчасового проживання для гостей та туристів. Згідно з визначенням, наведеним в наукових дослідженнях, готельний бізнес охоплює різноманітні види готельних закладів, від малих приватних готелів до великих міжнародних мереж [13;18].

Основними характеристиками готельного бізнесу є надання послуг проживання, харчування, відпочинку та інших додаткових сервісів, таких як конференц-зали, спортивні та оздоровчі центри, екскурсійні програми тощо. До готельних закладів належать готелі, мотелі, хостели, апартаменти, гостьові будинки тощо. Усі ці види закладів характеризуються різним рівнем комфорту та наданням різноманітних послуг, що відповідають вимогам і очікуванням клієнтів [12;24]. Одним з важливих аспектів готельного бізнесу є його економічна складова. Готелі формують значний обсяг доходів завдяки продажу номерів, харчування, проведення конференцій та інших заходів. Економічна ефективність готельного бізнесу залежить від таких факторів, як рівень заповнюваності номерного фонду, середній тариф за номер, рівень витрат на обслуговування, ефективність маркетингових стратегій та управління персоналом [11;12].

Сучасний готельний бізнес активно використовує інформаційно-комунікаційні технології для підвищення ефективності управління та обслуговування клієнтів. Впровадження систем онлайн-бронювання, управління відносинами з клієнтами (CRM-системи), автоматизованих систем управління готелем (PMS-системи) та інших цифрових інструментів дозволяє оптимізувати робочі процеси та покращити якість обслуговування [11;12].

Готельний бізнес також є частиною більш широкої системи індустрії гостинності, відомої як HoReCa (Hotel, Restaurant, Catering). Цей сектор включає не лише готельні заклади, але й ресторани, кафе, кейтерингові компанії, які надають послуги харчування та організації заходів. Індустрія HoReCa характеризується високою конкуренцією, необхідністю постійного підвищення якості послуг та орієнтацією на задоволення потреб клієнтів [11;16].

Економічна сутність діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу полягає в ефективному управлінні ресурсами для забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів та отримання прибутку. Готельно-ресторанний бізнес включає в себе різноманітні види діяльності, зокрема надання послуг проживання, харчування, організацію заходів та інші додаткові послуги, що відповідають потребам споживачів.

Основним джерелом доходів готельно-ресторанних підприємств є плата за надані послуги. У сфері готельного бізнесу дохід формується за рахунок продажу номерів, додаткових послуг (спа, басейни, фітнес-центри тощо), а також оренди приміщень для конференцій і заходів. У ресторанному бізнесі дохід генерується за рахунок реалізації страв та напоїв, організації банкетів, кейтерингу та інших подібних послуг [42;444].

Витрати у готельно-ресторанному бізнесі можна розділити на постійні та змінні. До постійних витрат відносяться витрати на оренду або амортизацію будівель, заробітну плату постійного персоналу, комунальні послуги та страхування. Змінні витрати включають витрати на закупівлю продуктів, напоїв, матеріалів для поточного обслуговування клієнтів, а також заробітну плату тимчасових працівників [43].

Економічні показники ефективності діяльності готельно-ресторанних підприємств включають рентабельність, окупність інвестицій, середній чек, завантаженість номерного фонду (у випадку готелів) та оборотність столів (у випадку ресторанів). Аналіз цих показників дозволяє керівництву

підприємства оцінювати поточний стан бізнесу та приймати обґрунтовані управлінські рішення для його розвитку [41;42].

Моделі ціноутворення в готельно-ресторанному бізнесі можуть варіюватися в залежності від обраної стратегії підприємства. Вони можуть включати стратегії високих цін (преміум-сегмент), стратегії низьких цін (економ-сегмент), а також змішані стратегії, що враховують сезонність, конкуренцію та інші фактори. Ефективне ціноутворення дозволяє підприємствам збалансувати дохід і витрати, забезпечуючи фінансову стабільність і конкурентоспроможність на ринку[43].

Управління доходами та витратами є ключовим аспектом економічної діяльності готельно-ресторанних підприємств. Для забезпечення рентабельності необхідно постійно контролювати витрати, оптимізувати закупівлі, підвищувати продуктивність праці та впроваджувати нові технології. Наприклад, автоматизація процесів обліку та управління дозволяє знизити витрати на персонал та підвищити точність даних для прийняття управлінських рішень [42;43].

Інвестиційна привабливість готельно-ресторанного бізнесу залежить від багатьох факторів, включаючи місце розташування, рівень конкуренції, економічну стабільність регіону та наявність туристичних потоків. Інвестори зацікавлені в проектах, які обіцяють високий рівень повернення на інвестиції та стійкий дохід у довгостроковій перспективі. Оцінка інвестиційних ризиків та прогнозування рентабельності є важливими етапами планування інвестиційної діяльності у цій сфері[5;8].

Вплив сезонності на економічні показники готельно-ресторанного бізнесу є значним. Сезонність впливає на завантаженість готелів та ресторанів, змінюючи попит на послуги протягом року. У зв'язку з цим, підприємства розробляють спеціальні сезонні пропозиції та акції, щоб залучити клієнтів у періоди низького попиту та забезпечити стабільний дохід протягом усього року [6;41;43].

Готельні заклади можна класифікувати за різними критеріями, такими як рівень комфорту, розмір, тип обслуговування, місцезнаходження та цільова аудиторія [20].

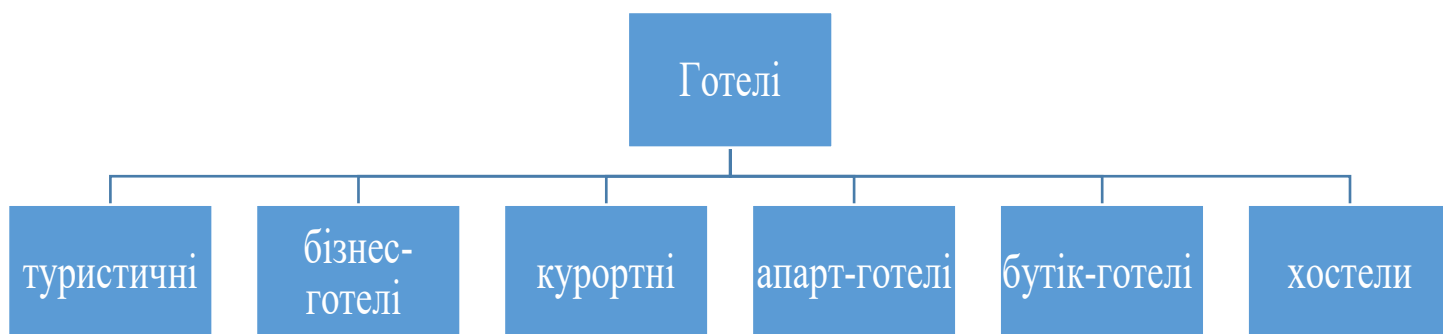


Рис.1.1 Типи готельних закладів

На основі аналізу рисунку 1.1, можна виділити наступні основні типи готельних закладів:

- туристичні готелі - надають послуги для туристів, зокрема номери для короткочасного проживання, харчування, екскурсійне обслуговування.
- бізнес-готелі - орієнтовані на обслуговування ділових туристів, пропонують конференц-зали, бізнес-центри та інші послуги для проведення ділових заходів.
- курортні готелі - розташовані в туристичних регіонах, надають широкий спектр послуг для відпочинку, включаючи спа, басейни, розважальні програми.
- апарт-готелі - пропонують номери з кухнями або кухонними куточками для довготривалого проживання.
- бутік-готелі - невеликі готелі з унікальним дизайном та індивідуальним підходом до кожного гостя.
- хостели - бюджетні заклади, що пропонують ліжко-місця у загальних номерах, популярні серед молоді та туристів з обмеженим бюджетом.

- еко-готелі - акцентують на екологічності та сталому розвитку, використовують екологічно чисті матеріали та технології.

В Україні та більшості європейських країн застосовується п'ятизіркова система, де кожна зірка відповідає певному рівню комфорту та якості обслуговування. Наприклад, п'ятизіркові готелі мають високий рівень комфорту, широкий спектр послуг, включаючи спа, ресторани високого рівня, бізнес-центри та конференц-зали. Водночас, однозіркові готелі пропонують мінімальні умови проживання та обмежений набір послуг [19;25].

Рівень комфорту у готелях визначається не лише кількістю зірок, але й додатковими характеристиками номерів. Зокрема, вищий рівень комфорту може включати просторіші номери, ексклюзивні меблі, додаткові послуги, такі як особистий консьєрж, доступ до ексклюзивних зон відпочинку та послуги високого рівня. Наприклад, у готелі «Marriott» у Франкфурті-на-Майні на верхніх поверхах доступні номери підвищеного рівня комфорту, так званого penthouse, до яких доступ здійснюється за допомогою спеціальних ключів [14;19].

Готелі також класифікуються за спеціалізацією послуг. Існують готелі для бізнес-подорожуючих, курортні готелі, медичні готелі, конгрес-готелі, екологічні готелі тощо. Бізнес-готелі пропонують зручності для проведення зустрічей та конференцій, включаючи бізнес-центри та конференц-зали. Курортні готелі орієнтовані на відпочинок і пропонують різноманітні розважальні та оздоровчі програми. Медичні готелі спеціалізуються на наданні медичних послуг та реабілітації, а екологічні готелі зосереджуються на збереженні навколишнього середовища та використанні екологічно чистих матеріалів та технологій. Міжнародна класифікація готелів має свої особливості, адже кожна країна визначає свої критерії. У Європейському Союзі лише половина готелів відповідає офіційним національним стандартам. У таких країнах, як Фінляндія та Ізраїль, відсутні національні системи класифікації готелів, а в Австрії, Німеччині, Франції, Великій

Британії та інших країнах категоризація здійснюється на добровільних засадах [17;19]. В Україні категоризація готелів здійснюється відповідно до ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів». Процедура встановлення категорій готелям регулюється Державним агентством розвитку туризму України, яке надає свідоцтва про відповідність готелю певній категорії [15].



Рис.1.2 Типи ресторнів

На основі аналізу рисунку 1.2, ресторани можна класифікувати на кілька основних типів, які відрізняються за рівнем і формою обслуговування.

— Повносервісні ресторани (Full-service restaurants). Цей тип закладів характеризується широким асортиментом страв (щонайменше 15), зокрема тих, що вирощуються та виготовляються безпосередньо у ресторані. Вони можуть бути формальними та неформальними, і їх часто поділяють за цінами, атмосферою та меню. Наприклад, більшість повносервісних ресторанів у Європі пропонують страви високої кухні (*haute cuisine*), зокрема французької або італійської[28].

— Спеціалізовані ресторани (Specialty restaurants). Цей тип ресторанів фокусується на певному виді кухні або способі обслуговування, наприклад, ресторани швидкого харчування, сімейні ресторани або заклади, що спеціалізуються на національних стравах. Ресторани швидкого обслуговування (fast food) мають стандартизоване меню, що дозволяє швидко обслуговувати клієнтів та знижувати собівартість страв. Вони часто є частиною великих мереж, таких як McDonald's або Pizza Hut [28].

Сімейні ресторани (Family restaurants). Це сучасний варіант кав'ярень, що орієнтовані на родини та розташовуються переважно в передмістях або зонах відпочинку. Вони пропонують різноманітне меню, орієнтоване на всі вікові категорії та зазвичай мають дитячі майданчики або спеціальні програми для дітей. Гурманські ресторани (Gourmet restaurants). Орієнтовані на клієнтів, які цінують високоякісну кухню та виняткове обслуговування. Вони часто мають високі ціни та розкішний інтер'єр, пропонуючи страви від шеф-кухарів з міжнародною репутацією [28].

Ресторани при готелях (Hotel restaurants). Ці заклади знаходяться на території готелів і обслуговують не тільки гостей готелю, але й зовнішніх клієнтів. Вони можуть варіюватися від повносервісних до спеціалізованих. Ресторани на курортах (Resort restaurants). Розташовані на курортних територіях та орієнтовані на туристів. Вони пропонують різноманітні страви, зокрема місцеву кухню, та часто організовують тематичні вечори або шоу-програми. Тематичні ресторани (Themed restaurants). Заклади, що пропонують страви певної національної кухні або стилізовані під певну тему, наприклад, мексиканська кухня або піратський стиль. Вони створюють особливу атмосферу та приваблюють клієнтів своєю унікальністю. Вегетаріанські ресторани (Vegetarian restaurants). Пропонують страви без м'яса та часто використовують органічні продукти. Вони орієнтовані на здоровий спосіб життя та приваблюють клієнтів, що дотримуються певних дієт. Елітні ресторани (Fine dining). Пропонують вишукані страви та високоякісне обслуговування, мають відповідний інтер'єр та часто

розташовані в престижних районах. Ціни в таких закладах значно вищі, ніж у середньостатистичних ресторанах. Ресторани середнього цінового сегменту (Casual dining). Пропонують помірні ціни та розмаїте меню. Вони орієнтовані на широку аудиторію та забезпечують комфортне середовище для щоденних відвідувань [28].

Готельно-ресторанний бізнес є невід'ємною частиною індустрії гостинності, що об'єднує дві основні складові — готельні та ресторанні послуги. Цей взаємозв'язок базується на багатьох спільних аспектах функціонування, спрямованих на забезпечення комфортного перебування гостей та задоволення їхніх потреб у харчуванні та проживанні.

Однією з основних причин взаємозв'язку є спільна мета — задоволення потреб клієнтів. Гості готелів часто очікують наявності ресторанів чи кафе на території готелю, де вони можуть зручно та швидко отримати якісне харчування. Відповідно, рівень задоволеності клієнтів безпосередньо залежить від якості як готельних, так і ресторанных послуг. Ще один важливий аспект — економічна взаємозалежність. Готелі та ресторани взаємно впливають на рівень доходів один одного. Готелі забезпечують постійний потік клієнтів для ресторанів, а ресторани, в свою чергу, підвищують привабливість готелів для потенційних гостей. Це особливо актуально для курортних готелів та бізнес-готелів, де наявність високоякісних ресторанів є важливим фактором конкурентоспроможності [10]

Також важливим є питання управління та кадрової політики. В обох секторах важливо забезпечити високий рівень обслуговування, що вимагає кваліфікованих працівників та ефективних систем управління. Синергія в управлінні дозволяє оптимізувати процеси навчання персоналу, управління запасами та операційною діяльністю.

Технологічні інновації також відіграють значну роль у взаємозв'язку готельних і ресторанных послуг. Використання сучасних інформаційних систем для бронювання, замовлення їжі та управління обслуговуванням

дозволяє підвищити ефективність роботи обох секторів та забезпечити кращу координацію між ними. Наприклад, системи управління готелем часто інтегровані з системами управління ресторанами, що дозволяє ефективніше керувати замовленнями та обслуговуванням гостей.

Маркетингові стратегії також грають важливу роль у зміцненні взаємозв'язку між готельними та ресторанными послугами. Спільні маркетингові кампанії, програми лояльності та спеціальні пропозиції допомагають залучити більше клієнтів та підвищити їхню лояльність. Наприклад, готелі можуть пропонувати знижки на харчування в своїх ресторанах або включати сніданок у вартість проживання, що збільшує привабливість пропозицій для клієнтів [28].

Ефективний взаємозв'язок між готельними і ресторанными послугами можливий завдяки:

- Інтеграції сервісів: готелі часто мають ресторани на своїй території, що дозволяє надавати комплексні послуги гостям. Це зручно для клієнтів, які можуть скористатися ресторанными послугами безпосередньо в готелі, що підвищує їхній рівень задоволення.
- Маркетинговій синергії: готелі та ресторани можуть розробляти спільні маркетингові стратегії, такі як спеціальні пропозиції для гостей готелю у ресторані, або пакети послуг, що включають проживання та харчування. Це сприяє підвищенню лояльності клієнтів і збільшенню доходів обох бізнесів.
- Оптимізації операційних процесів: спільне використання ресурсів, таких як закупівлі продуктів для ресторану та готелю, знижує витрати та підвищує ефективність управління. Крім того, спільне навчання персоналу покращує якість обслуговування.
- Підвищенню якості обслуговування: спільна робота готелів і ресторанів дозволяє забезпечити високий рівень сервісу. Наприклад, можливість замовлення страв з ресторану у номер готелю підвищує зручність для клієнтів.

- Крос-промоції: готелі можуть просувати свої ресторани через власні канали, такі як веб-сайти, соціальні мережі та програми лояльності. Це дозволяє залучати більше клієнтів до ресторану і збільшувати доходи обох підприємств.
- Взаємозамінність персоналу: у періоди пікових навантажень готельний та ресторанний персонал можуть допомагати один одному, що забезпечує безперервність та якість обслуговування.
- Адаптація до потреб клієнтів: готелі можуть легко адаптувати свої ресторанні послуги відповідно до потреб своїх клієнтів, наприклад, створюючи спеціальні меню для гостей з певними дієтичними вимогами або організовуючи тематичні вечори [28].

Таким чином, взаємозв'язок між готельними та ресторанными послугами є важливим фактором успіху в готельно-ресторанному бізнесі, оскільки він сприяє підвищенню задоволення клієнтів, оптимізації операційних процесів та збільшенню доходів. Інтеграція цих послуг дозволяє створювати комплексні пропозиції для гостей, що є ключовим елементом конкурентоспроможності на сучасному ринку готельних та ресторанных послуг.

1.2. Економічна сутність діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу

Економічна сутність діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу полягає в наданні широкого спектра послуг, спрямованих на задоволення потреб клієнтів у тимчасовому проживанні та харчуванні. Основними джерелами доходів таких підприємств є розміщення гостей, що є основним джерелом доходу для готелів і включає оплату за проживання в номерах різних категорій, від економ-класу до люкс. Високий рівень доходу залежить від завантаженості готелю, яка визначається його розташуванням, репутацією, рівнем обслуговування та маркетинговими заходами [31].

Джерела доходів від ресторанів, барів та кафе, розташованих у готелях, також можуть бути значними, особливо якщо заклади харчування мають хорошу репутацію та пропонують якісні страви. Багато готелів також пропонують послуги кейтерингу для різних заходів, що додатково збільшує дохід [32]. Проведення конференцій, семінарів, весіль, банкетів та інших подій є важливим джерелом доходу для багатьох готелів, для цього необхідні добре обладнані конференц-зали та банкетні зали, а також послуги з організації подій та технічного обслуговування[32].

Додаткові послуги та сервіси, такі як спа-послуги, фітнес-центри, басейни, паркінг, прокат автомобілів, туристичні послуги тощо, також генерують дохід. Ці послуги підвищують загальну привабливість готелю та сприяють збільшенню тривалості перебування гостей[33]. Програми лояльності для постійних клієнтів, які включають бонуси, знижки та спеціальні пропозиції, сприяють підвищенню рівня завантаженості та середнього чеку на гостя, а також стимулюють повторні відвідування [34]. Доходи від продажу франшиз також можуть бути значними для деяких великих готельних мереж, що дозволяє розширювати бренд та отримувати регулярні роялті від франчайзі, які використовують торгову марку та стандарти якості головної компанії [36]. Інвестиційна діяльність готелів включає інвестування в нерухомість та інші активи, що генерують додатковий дохід. Наприклад, деякі готелі володіють комерційними площами, які здають в оренду, або беруть участь у спільних інвестиційних проектах з іншими компаніями [35].

До основних видів витрат належать операційні, капітальні та адміністративні витрати. Операційні витрати включають витрати на сировину і матеріали, оплату праці, енергоресурси, утримання і ремонт обладнання, маркетингові витрати, а також інші витрати, пов'язані з щоденною діяльністю підприємства. Зокрема, витрати на сировину і матеріали складають значну частину витрат ресторанного бізнесу, оскільки вони безпосередньо впливають на якість і асортимент пропонованих страв.

Оплата праці включає заробітну плату персоналу, податки на заробітну плату, а також витрати на навчання і підвищення кваліфікації працівників [26;29].

Капітальні витрати пов'язані з інвестиціями в будівництво та реконструкцію готелів і ресторанів, придбання нового обладнання та техніки, модернізацію існуючих приміщень, а також впровадження новітніх технологій. Наприклад, інноваційні технології, такі як автоматизовані системи управління готельним бізнесом, можуть значно знизити операційні витрати та підвищити ефективність обслуговування клієнтів. Адміністративні витрати включають витрати на управління підприємством, оренду офісних приміщень, юридичні та бухгалтерські послуги, а також витрати на зв'язок і інформаційні технології. Суттєвим фактором, що впливає на структуру витрат у готельно-ресторанному бізнесі, є сезонність, яка визначає зміну попиту на послуги в різні періоди року. Це особливо актуально для готелів і ресторанів, розташованих у курортних зонах, де потік туристів значно змінюється протягом року. Для ефективного управління витратами в умовах сезонних коливань підприємства готельно-ресторанного бізнесу повинні використовувати гнучкі підходи до планування бюджету та контролю витрат[26;27].

Для аналізу витрат готельно-ресторанного бізнесу важливо також враховувати фактори зовнішнього середовища, такі як зміни в законодавстві, податковій політиці, економічні умови, а також конкурентне середовище. Наприклад, зміни в податковому законодавстві можуть призвести до збільшення або зменшення витрат на оплату праці, що безпосередньо впливає на загальну структуру витрат підприємства. Дослідження показують, що ефективне управління витратами є ключовим фактором успішної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Зокрема, застосування сучасних методів управління, таких як Activity-Based Costing (ABC) і Just-In-Time (JIT), дозволяє більш точно оцінювати і контролювати

витрати, підвищуючи таким чином рентабельність і конкурентоспроможність підприємства[27;29].

Економічні показники ефективності діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу є ключовим аспектом їхнього успішного функціонування. До основних показників відносяться дохід, прибуток, рентабельність, продуктивність праці, рівень завантаженості готельних номерів, середній чек у ресторані, та інші фінансові індикатори. Дохід є важливим показником, що відображає обсяги реалізації послуг і продуктів. Прибуток, у свою чергу, є різницею між доходами і витратами підприємства. Для готельного бізнесу ключовим фактором доходу є рівень завантаженості номерного фонду, який залежить від сезонності, маркетингових стратегій та рівня сервісу. У ресторанному бізнесі дохід визначається кількістю відвідувачів і середнім чеком, що впливає на прибуток та рентабельність підприємства. Рентабельність оцінює здатність підприємства генерувати прибуток з кожної гривні доходу. Рентабельність можна розрахувати як загальну, так і окремо для кожного виду діяльності, що дозволяє виявити найбільш прибуткові напрями бізнесу. У готельному бізнесі рентабельність значно залежить від управління витратами на обслуговування номерів, утримання персоналу та маркетингові витрати [5].

Продуктивність праці вимірюється як відношення обсягів наданих послуг до кількості працівників або робочого часу. Висока продуктивність праці свідчить про ефективне використання робочої сили і є важливим фактором конкурентоспроможності підприємства. Для готельного і ресторанного бізнесу це може включати швидкість обслуговування клієнтів, якість приготування їжі та рівень задоволеності клієнтів.

У готельному бізнесі цей показник є критично важливим, оскільки висока завантаженість номерного фонду свідчить про ефективну роботу готелю і правильну маркетингову політику. Низька завантаженість може бути результатом сезонних коливань, поганого сервісу або неефективної реклами. У ресторанному бізнесі завантаженість вимірюється кількістю

посадкових місць, що були зайняті протягом певного періоду часу [5]. Середній чек визначає середню суму витрат клієнта за один візит до ресторану. Високий середній чек може свідчити про високу якість страв і обслуговування, але може також вказувати на високі ціни, що може відлякати частину клієнтів. Оптимізація середнього чеку є важливим завданням для підвищення доходів ресторанного бізнесу [5]. Важливим аспектом економічної ефективності є якість обслуговування, яка безпосередньо впливає на рівень задоволеності клієнтів і їхню лояльність. Позитивні відгуки і висока оцінка сервісу сприяють збільшенню кількості клієнтів і доходів підприємства. Регулярне проведення опитувань та аналіз зворотного зв'язку дозволяє готельно-ресторанним підприємствам підтримувати високий рівень обслуговування і своєчасно реагувати на потреби клієнтів [5].



Рис. 1.3 Класифікація концепцій політики ціноутворення в готельно-ресторанному бізнесі

Ціноутворення в готельно-ресторанному бізнесі є ключовим елементом стратегічного управління, який значною мірою визначає конкурентоспроможність підприємства. Воно включає встановлення цін на послуги та продукти, які пропонуються гостям, з урахуванням різних внутрішніх і зовнішніх факторів. Зокрема, до основних моделей ціноутворення, що застосовуються в готельно-ресторанному бізнесі, належать такі: кост-плюс ціноутворення, ціноутворення на основі конкуренції, ціноутворення на основі споживчої цінності, динамічне

ціноутворення, ціноутворення на основі сегментації ринку, психологічне ціноутворення та пакетне ціноутворення [23;30].

Кост-плюс ціноутворення базується на визначенні собівартості послуг чи продуктів з додаванням певного відсотка прибутку. Такий підхід забезпечує покриття всіх витрат і отримання прибутку, однак не завжди враховує ринкові умови та конкурентне середовище. В готельно-ресторанному бізнесі кост-плюс ціноутворення часто використовується для нових підприємств або при розробці нових послуг. Ціноутворення на основі конкуренції передбачає встановлення цін на основі аналізу цін конкурентів. Підприємства аналізують ціни конкурентів і встановлюють свої ціни на аналогічному рівні або нижче для залучення клієнтів. Такий підхід дозволяє залишатися конкурентоспроможним на ринку, але може призводити до цінових воєн, що знижують прибутковість. Ціноутворення на основі споживчої цінності ґрунтується на сприйнятті цінності продукту або послуги споживачем. Підприємства встановлюють ціни, виходячи з того, скільки споживачі готові заплатити за отримання певної цінності. В готельно-ресторанному бізнесі це може бути застосовано до ексклюзивних послуг, наприклад, люксових номерів або авторських страв від шеф-кухаря. Динамічне ціноутворення передбачає зміну цін у залежності від попиту та пропозиції. Ціни можуть змінюватися в залежності від сезону, часу доби, зайнятості готелю тощо. Така модель дозволяє максимізувати доходи, адаптуючи ціни до ринкових умов у реальному часі [7;30].

Ціноутворення на основі сегментації ринку передбачає встановлення різних цін для різних сегментів ринку. Наприклад, готелі можуть пропонувати знижки для корпоративних клієнтів, туристичних груп або постійних клієнтів. Це дозволяє оптимізувати завантаженість і доходи від різних категорій клієнтів. Психологічне ціноутворення враховує психологічні аспекти сприйняття ціни споживачами. Наприклад, встановлення цін на рівні 99 замість 100 гривень сприймається як значно нижча ціна. В готельно-ресторанному бізнесі це може використовуватися для збільшення

привабливості цін на меню або пакетні пропозиції. Пакетне ціноутворення передбачає об'єднання декількох послуг або продуктів у один пакет з загальною ціною, яка є нижчою, ніж сума індивідуальних цін. В готельно-ресторанному бізнесі це може бути, наприклад, пакет «все включено» або спеціальні пропозиції для подорожуючих сімей. Вибір конкретної моделі ціноутворення залежить від багатьох факторів, включаючи стратегію підприємства, ринкові умови, конкуренцію та очікування клієнтів. Комбінування різних моделей ціноутворення дозволяє готельно-ресторанним підприємствам залишатися гнучкими та адаптуватися до змінних умов ринку[7;23].

1.3. Основні фактори, які впливають на функціонування ринку готельно-ресторанних послуг

Ринкові фактори попиту і пропозиції є визначальними елементами функціонування готельно-ресторанного бізнесу. Їхній вплив значною мірою формує загальну динаміку розвитку ринку та безпосередньо визначає ефективність діяльності підприємств у цій галузі. Розглянемо ключові аспекти цих факторів на основі сучасних наукових досліджень та практичних спостережень.

Соціально-економічний розвиток регіону має значний вплив на рівень доходів населення та загальний економічний стан регіону, що в свою чергу визначає можливість споживачів витратити кошти на готельно-ресторанні послуги. У більш заможних регіонах попит на такі послуги зазвичай вищий. За даними досліджень, зростання доходів населення на 1% може збільшити попит на готельні послуги на 0,5%. Сезонність також значно впливає на попит, особливо у туристичних регіонах, де пік попиту припадає на певні періоди року. Наприклад, у гірськолижних курортах, таких як Буковель, пік попиту припадає на зимовий період, тоді як у приморських курортах на літній сезон, тому підприємства повинні адаптувати свою діяльність до цих змін.

Зміна туристичних вподобань також відіграє важливу роль у формуванні попиту. Сучасні туристи все більше цінують індивідуальний підхід, екологічність та унікальність досвіду, що зумовлює зростання попиту на butik-готелі, екологічні курорти та тематичні ресторани. Маркетингові стратегії, зокрема активні маркетингові кампанії, використання цифрових інструментів та соціальних мереж, можуть значно збільшити попит на послуги готелів і ресторанів. Наприклад, залучення відомих блогерів до рекламних акцій допомагає підвищити впізнаваність бренду.

Фактори пропозиції включають доступність фінансових ресурсів, що є ключовим чинником для інвестицій у готельно-ресторанний бізнес. Інвестиції залежать від доступності кредитних ресурсів та інвестиційних програм, і більш вигідні умови фінансування сприяють розвитку нових об'єктів та оновленню існуючих. Технологічні інновації також відіграють важливу роль, оскільки впровадження новітніх технологій у сфері бронювання, обслуговування клієнтів та управління бізнесом підвищує конкурентоспроможність підприємств. Наприклад, автоматизація процесів обслуговування дозволяє зменшити витрати і покращити якість сервісу.

Регуляторна політика держави, включаючи податкову політику, стандарти якості та безпеки, також впливає на умови ведення бізнесу. Лібералізація регуляторних норм може стимулювати розвиток галузі, тоді як надмірна бюрократія може його гальмувати. Рівень конкуренції на ринку визначає умови, за яких працюють підприємства, причому висока конкуренція стимулює вдосконалення послуг та зниження цін, тоді як монополізація ринку може призвести до зниження якості обслуговування.

Правове регулювання включає низку законодавчих актів, які визначають правила і норми функціонування готелів і ресторанів. Наприклад, Закон України «Про захист прав споживачів» встановлює вимоги до якості послуг, що надаються, та відповідальність за їх порушення [1]. Інший важливий нормативний акт — Постанова Кабінету Міністрів України «Про

затвердження Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» регламентує умови та порядок надання готельних послуг [3].

Економічне регулювання готельно-ресторанного бізнесу здійснюється через податкову політику, стимулювання інвестицій та підтримку розвитку інфраструктури. Наприклад, введення пільг для підприємств, що впроваджують екологічно чисті технології або працюють у сферах, що потребують розвитку, може сприяти збільшенню інвестицій у готельно-ресторанний бізнес [21].

Санітарно-епідеміологічне регулювання є ще однією важливою складовою державного контролю. Відповідно до Закону України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення», готелі та ресторани зобов'язані дотримуватися санітарно-гігієнічних норм та правил, що регламентуються відповідними нормативними документами [2]. Особливо актуальним це стало в умовах пандемії COVID-19, коли додаткові вимоги до дезінфекції та соціального дистанціювання стали обов'язковими для виконання [23].

Нормативне регулювання включає встановлення стандартів якості та категоризації готелів, що здійснюється відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» [4]. Цей документ регламентує процедуру категоризації готелів від однієї до п'яти зірок залежно від рівня надаваних послуг та інфраструктури.

Крім того, важливим аспектом є міжнародне регулювання та інтеграція України в світовий готельно-ресторанний бізнес. Співпраця з міжнародними організаціями, адаптація до міжнародних стандартів якості та безпеки є необхідними умовами для конкурентоспроможності українських підприємств на глобальному ринку [8].

Таким чином, державне регулювання готельно-ресторанного бізнесу в Україні спрямоване на створення сприятливих умов для розвитку цієї галузі,

забезпечення високої якості послуг та захисту прав споживачів. Це комплексний підхід, що включає правове, економічне, нормативне та санітарно-епідеміологічне регулювання, яке є необхідним для стабільного функціонування і розвитку готельно-ресторанного бізнесу.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЮ «RADISSON BLU RESORT, BUKOVEL»

2.1 Стан розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Івано-Франківській області

Івано-Франківська область є однією з найпопулярніших туристичних регіонів України, завдяки своєму вигідному географічному розташуванню, природним ресурсам та культурно-історичній спадщині. Регіон розташований в західній частині України і є важливою складовою Карпатського туристичного макрорегіону, що забезпечує привабливість для туристів з різних куточків світу. Природні умови Івано-Франківщини характеризуються багатством ландшафтів: від гірських масивів Карпат до широких долин і численних річок. Це створює унікальні можливості для розвитку різних видів туризму, включаючи екологічний, оздоровчий, спортивний та рекреаційний туризм. Крім того, область відома своїми лікувальними мінеральними водами та грязями, що сприяє розвитку санаторно-курортного лікування.

Готельний ринок області представлений широким спектром закладів різних категорій: від економ-класу до готелів преміум-класу міжнародних мереж. Один з найвідоміших готельних комплексів у регіоні - «Radisson Blu Resort, Bukovel», який не лише пропонує високоякісні послуги, але й сприяє підвищенню стандартів обслуговування в цілому регіоні. Розташований в

живописному куточку Карпат, цей готельний комплекс став популярним серед туристів як з України, так і з-за кордону. Його інфраструктура включає сучасні готельні номери, ресторани з авторською кухнею, спа-центри та розваги для всієї сім'ї. Висока репутація «Radisson Blu Resort, Bukovel» відображається не лише у задоволених гостях, але й у внеску у розвиток туризму в регіоні

Економічний розвиток Івано-Франківської області базується на різних галузях промисловості, включаючи видобувну, харчову, деревообробну та легку промисловість. Важливе місце в економіці регіону займає аграрний сектор, який спеціалізується на вирощуванні зернових культур, овочів, фруктів та виробництві молочних продуктів. Івано-Франківськ, як обласний центр, є важливим економічним, культурним та туристичним осередком. Місто активно розвивається, збільшується кількість сучасних готельно-ресторанних закладів, торгових центрів, культурних та розважальних закладів, що сприяє збільшенню туристичних потоків та економічного зростання регіону.

В останні роки спостерігається зростання інвестицій у туристичну інфраструктуру, що включає будівництво нових готелів, ресторанів, спа-центрів та інших закладів гостинності. Це сприяє покращенню якості послуг та задоволенню потреб туристів.

Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в регіоні підтримується активною маркетинговою політикою, спрямованою на популяризацію туристичних можливостей Івано-Франківщини. Велика увага приділяється проведенню культурних та спортивних заходів, які приваблюють значну кількість туристів. Зокрема, на території області регулярно проводяться фестивалі, концерти, спортивні змагання, що сприяє зростанню туристичного потоку. Важливим фактором розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Івано-Франківській області є підтримка з боку місцевих органів влади. Реалізуються різноманітні програми та проекти, спрямовані на покращення

туристичної інфраструктури, розвиток малих і середніх підприємств у сфері гостинності, залучення інвестицій та створення нових робочих місць.

Станом на 2023 рік, в Івано-Франківській області функціонує понад 200 готелів різного класу, від бюджетних до люксових, які пропонують широкий спектр послуг.

Згідно з даними за 2023 рік, доходи від туристичного збору в Івано-Франківській області зросли на 76,4% у порівнянні з попереднім роком, що свідчить про позитивну динаміку розвитку туристичної галузі. Це зростання зумовлене як збільшенням кількості туристів, так і підвищенням якості обслуговування у готельно-ресторанних закладах області [31]. Одержані дані від ГУ ДПС показують, що туристичний збір Івано-Франківщини у 2023 році склав 20,41 млн грн, що на 13,7% перевищує показник 2022 року [32].

Таблиця 2.1

Туристичний збір Івано-Франківщини у 2023 році

Громада	Тис. грн.
1. Поляницька	10 932,76
2.Яремчанська	4 202,37
3. Івано-Франківська	2 150,72
4. Ворохтянська	1 323,20
5. Верховинська	265,54
6. Косівська	248,88
7. Вигодська	187,29
8. Богородчанська	183,13
9. Зеленська	151,19
10. Кутська	137,60

У порівнянні з 2022 роком, найбільший зріст надходжень туристичного збору був зафіксований у Зеленській (+156,8%) та Богородчанській (+128,0%) територіальних громадах. Найбільші зниження надходжень туристичного збору відзначено у Коломийській (-29,9%) та Косівській (-23,2%)

територіальних громадах, що спричинило втрату першою свого позиціонування у лідерах, а Верховинська громада увійшла до першої п'ятірки з приростом +59,1%. Понад 50% надходжень туристичного збору Прикарпаття минулого року отримала Поляницька сільська рада; однак її частка зменшується: у 2021 році - 61,70%, у 2022 році - 54,65%, у 2023 році - 53,57%. На початку 2024 року ставки туристичного збору в цій громаді були підвищені. Цікаво, що минулого року спостерігався значний зріст надходжень у осінні місяці, відображаючи тренд на зростання кількості туристів у літній період.

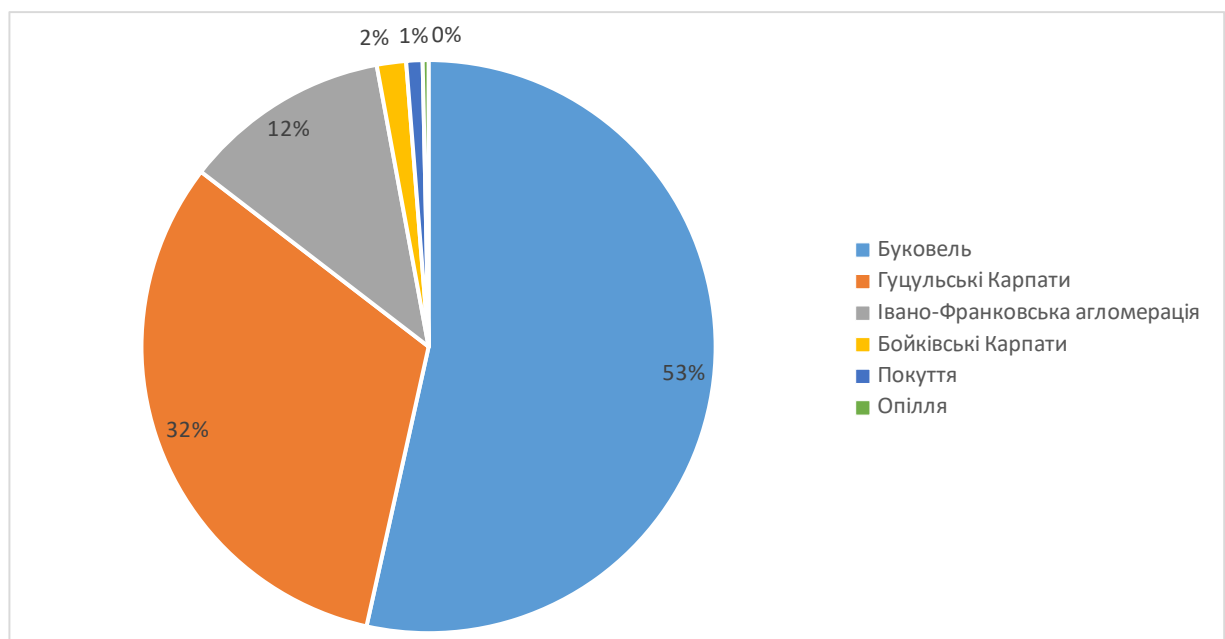


Рис.2.1 Кластерний розподіл надходження туристичного збору в Івано-Франківській області, 2023 р.

Розвиток готельного бізнесу в Івано-Франківській області також супроводжується активним впровадженням інноваційних технологій. Наприклад, сучасні системи бронювання та автоматизації обслуговування дозволяють значно підвищити ефективність управління готельними підприємствами, покращити якість обслуговування клієнтів та оптимізувати операційні процеси. Важливим аспектом є також державна підтримка розвитку готельного бізнесу в регіоні. Ініціативи спрямовані на поліпшення інфраструктури, зокрема транспортної, а також на стимулювання інвестицій

у готельну галузь. Це створює сприятливі умови для відкриття нових готелів та розширення вже існуючих закладів. Крім того, Івано-Франківська область активно залучає іноземні інвестиції в готельний бізнес, що сприяє впровадженню міжнародних стандартів якості та розширенню асортименту послуг. Зокрема, значну роль відіграють проекти в галузі екологічного туризму, які сприяють популяризації сталого розвитку та збереження природного середовища.

Сучасний стан ринку ресторанних послуг в Івано-Франківській області відображає динамічний розвиток галузі протягом останніх п'яти років(рис.2.2). Розглядаючи основні показники, можна відзначити стабільне зростання кількості ресторанів, доходів від їх діяльності, а також збільшення туристичних потоків, що впливають на попит на ресторанні послуги.

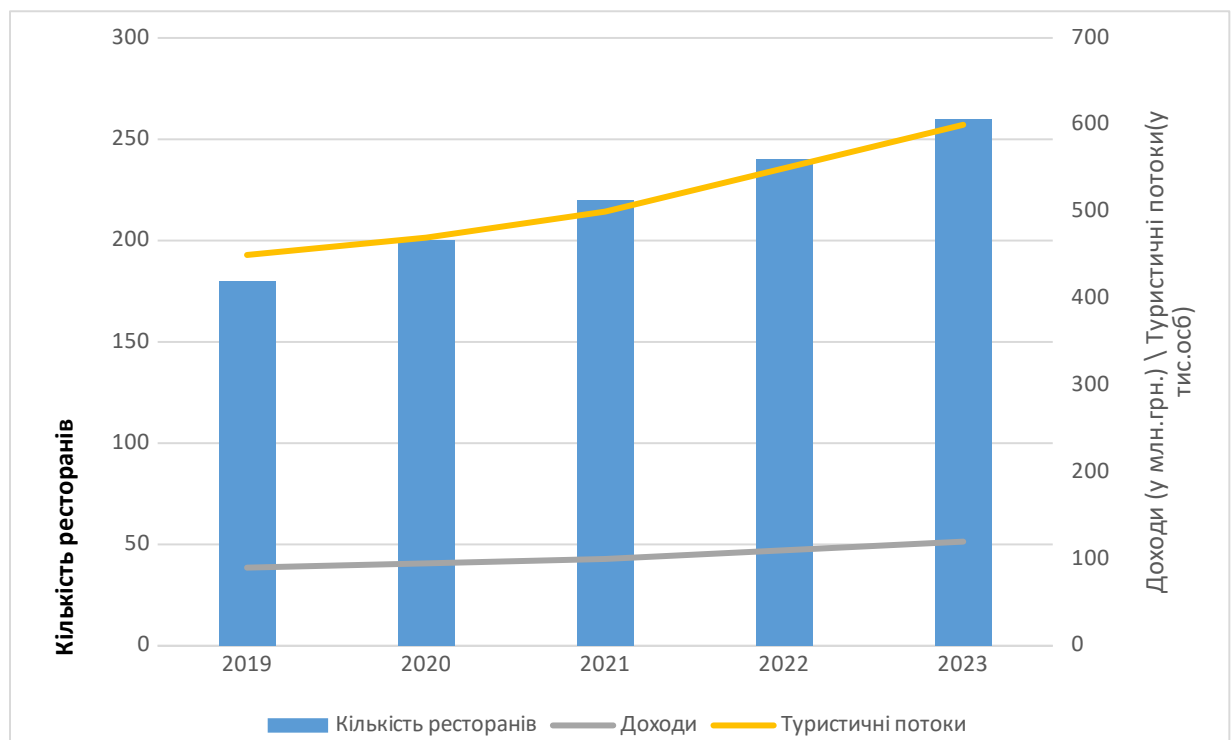


Рис.2.2 Розвиток ресторанного бізнесу в Івано-Франківській області (2019-2023)

На основі рис. 2.2 протягом періоду з 2019 по 2023 рік кількість ресторанів у даній області зросла із 180 до 260 закладів. Цей динамічний зріст свідчить про зростання зацікавленості у вкладеннях у ресторанний

сектор та його потенційну перспективність у цьому регіоні. Події зростання кількості ресторанів представлені на графіку. Одночасно з цим збільшенням кількості закладів харчування відбувається підвищення доходів від їхньої діяльності. Протягом цього періоду доходи зросли з 90 мільйонів гривень до 120 мільйонів гривень. Цей зріст доходів з ресторанного бізнесу свідчить про збільшення споживчої потужності населення та підвищення якості послуг у даному регіоні. Графічне зображення доходів також відображає позитивну тенденцію. Один з ключових факторів, що впливають на розвиток ресторанного бізнесу, є туристичні потоки. Івано-Франківська область, завдяки своїм природним та культурним багатствам, приваблює туристів. За період з 2019 по 2023 рік кількість туристів збільшилася з 450 тисяч до 600 тисяч осіб. Це незаперечно сприяє зростанню попиту на ресторанный послуги та стимулює розвиток галузі.

Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Івано-Франківській області є досить сприятливими, що зумовлено зростанням туристичного потоку, активними інвестиціями в інфраструктуру, впровадженням інновацій та екологічних практик. Підприємства готельно-ресторанного бізнесу мають значний потенціал для зростання, що сприятиме подальшому розвитку економіки регіону.

2.2 Діагностика стану готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel»

Готель «Radisson Blu Resort, Bukovel» є одним з найвідоміших та найрозкішніших курортів в Україні, розташованим у гірськолижному курорті Буковель, Івано-Франківської області. Цей готель належить до міжнародної мережі Radisson Hotel Group, яка відома високим рівнем сервісу та комфорту по всьому світу.

Готельна мережа «Radisson Hotel Group» є однією з провідних у світі і володіє безліччю брендів та готелів у більш ніж 100 країнах. Серед них «Radisson Blu», «Radisson RED», «Radisson Collection», «Country Inn & Suites» і «Park Inn by Radisson», що є частиною холдингу «Carlson». Історія

«Carlson» свідчить про американську мрію, яка здійснилася завдяки працьовитості Кертиса Карлсона. У 1938 році він започаткував програму залучення клієнтів, створивши компанію «Gold Bond Stam» у Міннеаполісі. Протягом наступних 80 років ця компанія перетворилася на глобального лідера у сфері туризму та готельного бізнесу. У 1962 році Карлсон придбав свій перший готель у Міннеаполісі, назвавши його на честь французького мандрівника П'єра-Еспрі Редіссона, а згодом отримав повний контроль над ним. У 1982 році готель «Radisson» перестав бути ефективним з комерційної точки зору і був демонтований. Однак Карлсон успішно відкрив два інші готелі, що стало базою для будівництва нового готелю «Radisson» на місці попереднього. 5 березня 2018 року група готелів «Carlson Rezidor Hotel Group» оголосила про ребрендинг та початок роботи під новою назвою «Radisson Hotel Group». Ця нова стратегія передбачала об'єднання всіх управляючих брендів навколо основного «Radisson». Після ребрендингу програма вірності «Club Carlson» була перейменована в Radisson Rewards™. Також була переглянута концепція брендів для підкреслення унікальності бренду «Radisson»[34].

Портфель готелів від «Radisson Hotel Group» охоплює різноманітні бренди, що представляють різні класи від сучасного економ-сегменту до розкішного. Компанія поставила перед собою амбітну мету — стати одним із трьох лідерів світової готельної галузі. За останні чотири роки відбулася повна ревізія бренду, і в компанію були внесені значні інвестиції для оновлення інфраструктури. У 2018 році «Carlson Rezidor Hotel Group» змінила назву на «Radisson Hotel Group», що стало першим кроком у п'ятирічному стратегічному плані розвитку. Група планує далі розширювати свою мережу, модернізувати та підвищувати впізнаваність бренду завдяки значним інвестиціям у технології та операційну підтримку готелів.

Розташований у самому серці українських Карпат, готель-курорт «Radisson Blu Resort, Bukovel» є одним з найпрестижніших та відомих готелів Івано-Франківської області (Додаток А). Адреса готелю: 220 вулиця

Шевців, Яремче, Івано-Франківська область [33]. Цей готель славиться своєю розкішною атмосферою та широким спектром послуг, включаючи обслуговування класу люкс, вишукану кухню та вражаючий комплекс SPA. Історія створення готелю починається з 2011 року, коли він відкрив свої двері для перших гостей. Від самого початку, готель був задуманий як елітний курорт, який може задовольнити потреби найвимогливіших клієнтів. Завдяки своєму стратегічному розташуванню, готель надає можливість своїм гостям насолоджуватися мальовничими видами Карпатських гір та зручним доступом до лижних трас. Протягом років «Radisson Blu Resort, Bukovel» постійно вдосконалювався та розширював спектр своїх послуг. Сьогодні готель пропонує 252 номери різних категорій, від стандартних до розкішних люксів, які обладнані всім необхідним для комфортного проживання. Загальна площа готелю становить близько 25,000 квадратних метрів, що дозволяє розмістити численні зони відпочинку та розваг. Готель має 5 ресторанів, які пропонують різноманітні страви міжнародної та місцевої кухні. Кожен ресторан має свій унікальний стиль і концепцію, що дозволяє задовольнити гастрономічні потреби найвибагливіших гостей. Окрім ресторанів, на території готелю знаходяться кілька барів, де гості можуть насолодитися напоями та закусками в затишній атмосфері. Для проведення конференцій та ділових заходів готель має 5 сучасних конференц-залів, обладнаних усім необхідним для успішного проведення заходів. Конференц-зали мають різну місткість, що дозволяє організовувати заходи різного масштабу – від невеликих нарад до великих конференцій та презентацій.

У готелі доступні п'ять конференц-залів, із яких виділяються зали Kiev Left Bank та Right Bank за їхньою гнучкістю. Ці зали можна поділити на два окремі приміщення завдяки рухомим звуконепроникним стінам. Події, які проходять у цих залах з високою стелею, можна організувати з використанням природного освітлення. З літньої тераси відкриваються чудові краєвиди Карпат. Площа кожного з цих залів становить 177 квадратних метрів, здатні вмістити 280 гостей у театральному розміщенні,

182 гостей у вигляді аудиторії, 70 осіб у П-подібному розташуванні, 120 осіб за банкетним столом та 210 гостей на прийомах.

Також доступний зал Lviv, де можна насолодитися прекрасними краєвидами Карпат у природному освітленні. Площа залу становить 161 квадратний метр, і він може вмістити до 216 гостей у театральному розміщенні. Розмір залу Lviv дозволяє адаптувати його до потреб та вподобань клієнтів. Не можна не відзначити також зал Odesa, який має природне денне освітлення та виходить на літню терасу. Цей зал ідеально підходить для заходів з до 112 гостей, маючи площу 87 квадратних метрів.

Для організації подій середнього масштабу доступні зали Yalta та Donetsk, обладнані плоскими телевізорами для проведення презентацій. Розмір кожної зали - 30 квадратних метрів, що дозволяє вмістити до 36 гостей у театральному розміщенні. Також є можливість скористатися залами Yaremche та Ivano-Frankivsk для засідань директорів. Ці зали також обладнані плоскими телевізорами для презентацій, мають розмір 24 квадратних метри кожен і вміщують до 12 осіб за умови розміщення «круглий стіл».

Ресторан «MontBlanc» має дві зони: велика зона на 210 місць, де гостям пропонується сніданок у формі «шведського столу», і VIP-зона MontBlanc, де можна провести приватні вечірки для 20-25 гостей. Обидві зони оснащені власним каміном і літньою терасою з видом на гори. Гості можуть насолоджуватися меню *à la carte* зі стравами міжнародної та місцевої української кухні з 7:00 до 11:00 на сніданок та щоденно з 13:00 до 23:00 на *à la carte*.

Одним з головних аспектів розвитку готелю є впровадження інноваційних технологій та дотримання високих стандартів екологічної відповідальності. Готель активно підтримує програми зменшення вуглецевого сліду, впроваджує системи енергозбереження та утилізації відходів. Наприклад, встановлення зарядних станцій для електромобілів та

використання енергоефективного освітлення є частиною стратегії готелю щодо сталого розвитку.

Серед ключових послуг, які пропонує «Radisson Blu Resort, Bukovel», слід відзначити розвинену інфраструктуру для активного відпочинку та релаксації. Готель має власний спа-центр, критий та відкритий басейни, сауну, тренажерний зал та зону для фітнесу. Для гостей, які приїжджають з дітьми, доступні дитячі кімнати та спеціальні програми анімації. Крім того, готель надає послуги з оренди лижного спорядження та організації лижних занять для початківців.

За останні п'ять років готель показав значні успіхи, що відображено у зростанні доходів, підвищенні рівня зайнятості номерного фонду та збільшенні кількості працівників.(рис.2.3)

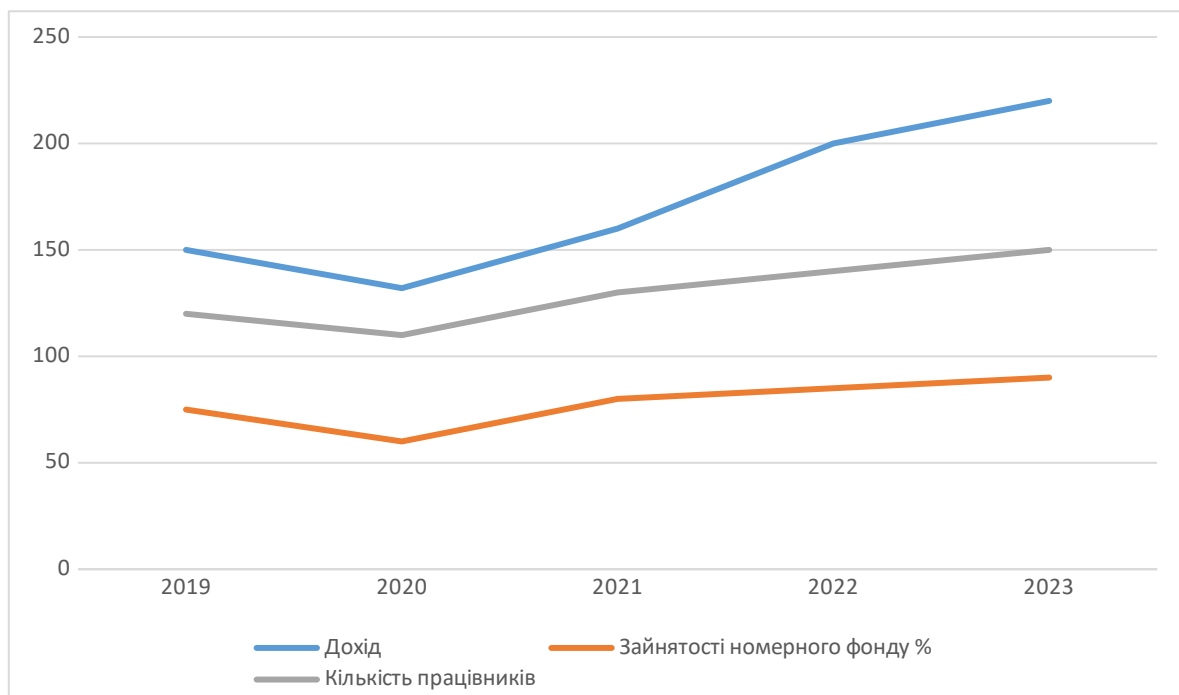


Рис.2.3 Аналіз Radisson Blu Resort, Bukovel (2019-2023)

Згідно з рис. 2.3, доходи готелю зросли з 150 мільйонів гривень у 2019 році до 220 мільйонів гривень у 2023 році. Це зростання доходів було супроводжено збільшенням рівня зайнятості номерного фонду з 75% у 2019 році до 90% у 2023 році, що свідчить про високу популярність готелю серед туристів. Кількість працівників також зросла з 120 осіб у 2019 році до 150

осіб у 2023 році, що забезпечує ефективне обслуговування гостей і підтримання високих стандартів якості.

Організаційна структура готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel» включає кілька основних відділів: адміністративний, відділ обслуговування гостей, відділ харчування та напоїв, технічний відділ, а також відділ маркетингу та продажів. Кожен з цих відділів відіграє важливу роль у забезпеченні безперебійної роботи готелю та високої якості обслуговування клієнтів. Адміністративний відділ відповідає за управління персоналом, фінансове планування та загальну координацію роботи готелю. Відділ обслуговування гостей забезпечує реєстрацію та виселення гостей, надає інформаційні послуги та вирішує поточні проблеми клієнтів. Відділ харчування та напоїв займається організацією харчування, управлінням ресторанами та барами, а також забезпеченням високих стандартів якості їжі та напоїв. Технічний відділ відповідає за підтримання інфраструктури готелю, включаючи ремонтні роботи, технічне обслуговування обладнання та забезпечення безпеки. Відділ маркетингу та продажів займається розробкою маркетингових стратегій, просуванням готелю на ринку, а також управлінням продажами та бронюванням.

Готель активно впроваджує сучасні технології для підвищення ефективності управління та обслуговування клієнтів. Використання систем управління готелем (PMS), системи управління доходами (RMS), а також інших інформаційних технологій дозволяє оптимізувати процеси бронювання, управління номерним фондом та аналізу ринкових даних. Готель «Radisson Blu Resort, Bukovel» також активно розвиває програму лояльності для своїх гостей, пропонуючи спеціальні пропозиції, знижки та бонуси для постійних клієнтів. Це сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів та збільшенню кількості повторних відвідувань.

Оцінка якості обслуговування в готелі «Radisson Blu Resort, Bukovel» є важливим елементом для забезпечення високого рівня задоволеності клієнтів та підтримки конкурентоспроможності на ринку готельних послуг. Вона

включає в себе аналіз декількох ключових аспектів: комфорт номерів, якість харчування, рівень сервісу, додаткові послуги та інфраструктуру. Готель «Radisson Blu Resort, Bukovel» позиціонує себе як п'ятизірковий заклад, що надає високоякісні послуги. Це підтверджується наявністю сучасних зручностей, таких як спа-центр, критий басейн, сауна, тренажерний зал, а також численні опції для активного відпочинку, включаючи прокат лижного спорядження та організацію екскурсій.

Одним з головних критеріїв оцінки якості обслуговування є відгуки клієнтів. Згідно з відгуками на різних платформах, таких як TripAdvisor та Booking.com, готель отримує в основному позитивні відгуки, з високими оцінками за чистоту номерів, привітність персоналу та якість харчування. Проте, є також і негативні коментарі, які вказують на проблеми з деякими аспектами обслуговування, наприклад, затримки з обслуговуванням у ресторані або недоліки в роботі ресепшн.

Для більш детальної оцінки якості обслуговування у готелі «Radisson Blu Resort, Bukovel», проведено опитування клієнтів та аналіз відгуків, результати яких представлені в таблиці.2.2

Таблиця 2.2

Оцінка якості обслуговування у готелі «Radisson Blu Resort, Bukovel»

Критерій оцінки	Позитивні відгуки (%)	Негативні відгуки (%)
Чистота номерів	90	10
Привітність персоналу	85	15
Якість харчування	80	20
Додаткові послуги	75	25
Загальний комфорт	88	12
Робота ресепшн	70	30
Організація заходів	78	22

На основі цих даних можна зробити висновок, що готель «Radisson Blu Resort, Bukovel» загалом задовольняє вимоги клієнтів, проте є певні області, які потребують покращення. Зокрема, робота ресепшн та організація заходів отримали відносно високий відсоток негативних відгуків, що вказує на необхідність підвищення рівня професійної підготовки персоналу та оптимізації процесів обслуговування. Крім того, аналіз відгуків показує, що клієнти високо цінують чистоту номерів та загальний комфорт перебування в готелі, що свідчить про високий рівень стандартів обслуговування. Додаткові послуги, такі як спа-центр та фітнес-зал, також отримали позитивні відгуки, що підкреслює важливість інвестицій у розвиток інфраструктури для забезпечення високого рівня задоволеності клієнтів.

Однією з ключових складових маркетингової стратегії готелю є цінова політика. Готель застосовує кілька підходів до ціноутворення, зокрема диференціацію цін залежно від сезону та рівня завантаженості. Також використовується стратегія пакетного ціноутворення, що передбачає пропонування різних послуг у складі пакетів для резидентів та гостей. Це дозволяє оптимізувати доходи в різні періоди та залучати різні категорії клієнтів. Наприклад, в пікові періоди ціни можуть бути вищими, тоді як в менш завантажені сезони готель пропонує знижки та спеціальні пропозиції. Готель активно використовує промоційні заходи для підтримки інтересу клієнтів та залучення нових відвідувачів. Просування включає як короткострокові акції, так і довгострокові програми лояльності. Radisson Blu Resort також надає перевагу персоналізованому підходу в комунікації з клієнтами, що дозволяє підтримувати високий рівень задоволеності та лояльності. Одним із важливих аспектів маркетингової стратегії є підготовка та робота з персоналом. Усі працівники проходять ретельну підготовку, що відповідає корпоративним стандартам, аби забезпечити високий рівень обслуговування. Такий підхід сприяє формуванню позитивного враження у клієнтів про готель та стимулює їх до повторних візитів. Впроваджуються

також системи стимулювання працівників, що включають грошові винагороди за високі показники роботи.

Важливою складовою є також підтримка високих стандартів якості обслуговування. Готель надає особливу увагу фізичним доказам якості, таким як сертифікати, відгуки клієнтів та рекомендації.

2.3 Аналіз конкурентів для готелю

Готельний бізнес в Буковелі є висококонкурентним, що зумовлюється численністю готельних закладів різного рівня сервісу та цінової політики. Основними конкурентами готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel» є Fomich Hotel, Villa Elena, Hotel Podgore, та Hotel Milli & Jon.

Fomich Hotel, що має 50 номерів та 1 ресторан, є ще одним важливим гравцем на ринку. Завантаженість номерів у цьому готелі становить 60%, а річний дохід досягає 20 млн грн. Хоча цей готель поступається Radisson Blu Resort за масштабами, він має стабільну клієнтську базу та добре зарекомендував себе на ринку.

Villa Elena, Hotel Podgore та Hotel Milli & Jon є меншими за розміром готелями, проте вони також відіграють важливу роль у регіональному готельно-ресторанному бізнесі. Villa Elena має 30 номерів із завантаженістю 55% і річним доходом 15 млн грн. Hotel Podgore має 40 номерів із завантаженістю 65% та річним доходом 18 млн грн, а Hotel Milli & Jon має 35 номерів із завантаженістю 50% і річним доходом 10 млн грн.

Таблиця 2.3

Аналіз конкурентів готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel»

Назва закладу	Кількість номерів	Кількість ресторанів	Завантаженість номерів (%)	Річний дохід (млн)
---------------	-------------------	----------------------	----------------------------	--------------------

				грн)
Radisson Blu Resort, Bukovel	252	3	75	100
Fomich Hotel	50	1	60	20
Villa Elena	30	1	55	15
Hotel Podgore	40	1	65	18
Hotel Milli & Jon	35	1	50	10

Порівняння послуг та сервісів конкурентів готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel» наведено в таблиці 2.4

Таблиця.2.4

Порівняння послуг та сервісів конкурентів

Назва закладу	Безкоштовний Wi-Fi	Ресторан	Спа-послуги	Басейн	Фітнес-центр	Конференц-зали	Послуги для дітей
Radisson Blu Resort, Bukovel	Так	5	Так	Так	Так	Так	Так
Fomich Hotel	Так	1	Так	Так	Так	Так	Так
Villa Elena	Так	2	Так	Так	Так	Так	Ні
Hotel Podgore	Так	1	Так (сауна)	Так	Так	Ні	Так

Hotel Milli & Jon	Так	1	Так	Так	Так	Ні	Так
-------------------------	-----	---	-----	-----	-----	----	-----

Аналізуючи таблицю 2.4, можна зробити висновок, що готель «Radisson Blu Resort, Bukovel» пропонує найширший спектр послуг серед конкурентів, що робить його привабливим для різних категорій туристів. Висока завантаженість номерного фонду та значний річний дохід свідчать про успішну діяльність готелю. Водночас, для підтримання конкурентних позицій готелю слід продовжувати вдосконалювати наявні послуги, інвестувати в інноваційні рішення та приділяти увагу потребам клієнтів, що забезпечить подальший ріст і розвиток.

Порівняння цінової політики з конкурентами представлено у вигляді таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Аналіз цінової політики та порівняння з конкурентам

Назва готелю	Мінімальна вартість номера (грн/ніч)	Максимальна вартість номера (грн/ніч)	Додаткові послуги
Radisson Blu Resort	3,500	15,000	Сніданок, спа, фітнес-центр
Fomich Hotel	2,000	5,500	Сніданок, сауна, масаж
Villa Elena	4,000	12,000	Сніданок, спа, басейн
Hotel Podgore	2,500	6,000	Сніданок, спа- послуги, сауна
Hotel Milli & Jon	3,000	8,500	Сніданок, спа- процедури,

			масаж
--	--	--	-------

Аналіз цінової політики готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel» вказує на високий рівень цін, який обґрунтований якістю послуг та зручним розташуванням. Стратегії ціноутворення орієнтовані на максимізацію доходів шляхом гнучкого управління тарифами та впровадження динамічного ціноутворення. Порівняння з конкурентами свідчить про конкурентоспроможність готелю на ринку елітних готельних послуг.

Таблиця.2.6

SWOT-аналіз «Radisson Blu Resort, Bukovel»

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
Зручне розташування у популярному туристичному регіоні	Високі ціни на проживання
Широкий спектр послуг (ресторан, спа, басейн)	
Високий рівень обслуговування та комфорту	
Високий рівень повторних візитів	
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
Зростаючий потік туристів	Посилення конкуренції на ринку
Розширення спектру послуг	Економічна нестабільність та політичні ризики
Модернізація інфраструктури	

Таким чином, SWOT-аналіз показує, що готель «Radisson Blu Resort, Bukovel» має значні переваги, які можуть бути використані для подальшого розвитку та зміцнення конкурентних позицій на ринку. Однак, для

досягнення успіху необхідно враховувати існуючі загрози та працювати над усуненням слабких сторін.

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЮ «RADISSON BLU RESORT, BUKOVEL»

Розробка маркетингової стратегії для готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel» є ключовим завданням, яке спрямоване на забезпечення його конкурентоспроможності, підвищення рівня завантаженості та покращення фінансових показників. У сучасних умовах готельно-ресторанний бізнес стикається з багатьма викликами, такими як зростаюча конкуренція, зміни в поведінці споживачів, розвиток технологій та вплив глобальних економічних тенденцій. Тому ефективна маркетингова стратегія повинна враховувати ці фактори і базуватися на глибокому аналізі ринку, цільової аудиторії та конкурентного середовища.

Одним із першочергових завдань є визначення стратегічних цілей маркетингової діяльності готелю. Серед основних цілей можна виділити збільшення частки ринку, підвищення лояльності клієнтів, залучення нових сегментів споживачів та покращення репутації бренду. Для досягнення цих цілей необхідно розробити комплекс маркетингових заходів, що включають як традиційні, так і сучасні інструменти маркетингу. Аналіз цільової аудиторії є ключовим етапом у розробці маркетингової стратегії. Для готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel» основними сегментами є туристи,

корпоративні клієнти, сімейні пари та любителі активного відпочинку. Кожен із цих сегментів має свої особливості та потреби, що потребує розробки індивідуальних маркетингових пропозицій. Туристи шукають унікальні враження та якісний сервіс, тому важливо пропонувати спеціальні пакети послуг, які включають різноманітні активності, екскурсії та розважальні заходи. Корпоративні клієнти цінують зручність та професійність, тому необхідно забезпечити високий рівень обслуговування, сучасні конференц-зали та додаткові послуги для бізнесу.

Залучення нових клієнтів є одним із важливих аспектів маркетингової стратегії. Для цього необхідно використовувати різноманітні канали комунікації, включаючи цифровий маркетинг, соціальні мережі, контекстну рекламу та SEO-оптимізацію. Важливим інструментом є також співпраця з туристичними агентствами, онлайн-бронюванням та платформами оглядів, такими як TripAdvisor і Booking.com. Ці платформи дозволяють готелю досягти ширшої аудиторії та збільшити кількість бронювань. Підвищення лояльності клієнтів є ще одним важливим аспектом. Програми лояльності, знижки для постійних клієнтів, бонусні системи та спеціальні пропозиції для членів програми лояльності сприяють формуванню довгострокових відносин з клієнтами. Важливо також звернути увагу на якість обслуговування та надання індивідуалізованих послуг, які враховують побажання та потреби кожного клієнта.

Сучасні технології відіграють важливу роль у маркетинговій стратегії. Використання CRM-систем дозволяє ефективно управляти відносинами з клієнтами, аналізувати їх поведінку та персоналізувати маркетингові пропозиції. Використання аналітичних інструментів та великих даних допомагає розуміти ринкові тенденції, прогнозувати попит та оптимізувати цінову політику. Важливим елементом є також розвиток мобільних додатків та онлайн-сервісів, які полегшують процес бронювання та покращують взаємодію з клієнтами. Проведення рекламних кампаній є невід'ємною частиною маркетингової стратегії. Це включає як онлайн, так і офлайн

активності. Онлайн-реклама, включаючи контекстну рекламу, банерну рекламу та рекламу в соціальних мережах, дозволяє досягти широкої аудиторії та привернути увагу потенційних клієнтів. Офлайн-реклама, така як реклама в друкованих виданнях, зовнішня реклама та участь у виставках і форумах, сприяє підвищенню обізнаності про бренд та залученню нових клієнтів.

Вимірювання ефективності маркетингових зусиль є важливим аспектом. Для цього необхідно встановити ключові показники ефективності (KPI), такі як кількість нових клієнтів, рівень завантаженості готелю, середній чек, рентабельність маркетингових кампаній та інші. Регулярний аналіз цих показників дозволяє оцінити ефективність маркетингової стратегії та вносити необхідні корективи.

Планування інвестиційних проектів у готельно-ресторанному бізнесі вимагає системного та комплексного підходу, який враховує різні аспекти діяльності підприємства. Одним із ключових кроків у цьому процесі є аналіз поточного стану підприємства та ідентифікація областей, які потребують інвестицій для подальшого розвитку. На основі цього аналізу формується стратегія інвестування, яка визначає пріоритетні напрямки та обсяги інвестиційних вкладень. Важливо також враховувати економічну доцільність та рентабельність інвестиційних проектів, оцінювати ризики та визначати механізми контролю за їх виконанням. Крім того, важливо розробляти плани фінансування інвестицій, вибирати оптимальні джерела фінансування та вести моніторинг фінансових результатів реалізації проектів. Такий підхід дозволяє забезпечити ефективне використання інвестиційних ресурсів та досягнення стратегічних цілей розвитку готельно-ресторанного бізнесу.

Поліпшення якості послуг та сервісу в готельно-ресторанному бізнесі є ключовим аспектом для забезпечення задоволеності клієнтів та підвищення конкурентоспроможності підприємства. Для досягнення цієї мети, ми пропонуємо впровадити ряд стратегій:

- навчання та тренінгів для персоналу з покращення навичок обслуговування та комунікації з клієнтами. залучення експертів для навчання спеціалізованих навичок;
- аналіз попиту та індивідуальні потреби клієнтів для розробки персоналізованих пакетів послуг. врахування особистих вподобань та потреб кожного клієнта;
- застосування інноваційних технологій для полегшення бронювання та обслуговування клієнтів, в тому числі мобільні додатки для зручності клієнтів;
- систематичний контроль якості послуг та здійснення аудитів для виявлення слабких місць та покращення процесів обслуговування.
- постійне оновлення та модернізація готельних та ресторанних приміщень, в тому числі обладнання та дизайну, для створення комфортного та сучасного середовища;
- розробка програм лояльності для постійних клієнтів, що передбачає знижки, бонуси та привілеї для збереження та залучення нових клієнтів;
- співпраця зі спеціалістами з області обслуговування та готельно-ресторанного бізнесу для консультацій та розробки оптимальних стратегій покращення сервісу.

Враховуючи сучасні тенденції та вимоги ринку, важливо здійснити комплекс заходів, спрямованих на модернізацію існуючих об'єктів, розширення спектру додаткових послуг та створення нових інфраструктурних елементів, які будуть відповідати потребам гостей та сприяти підвищенню рентабельності готелю.

Одним із основних напрямків розвитку інфраструктури є модернізація номерного фонду. Важливо забезпечити комфортні умови проживання, враховуючи сучасні стандарти та потреби різних категорій гостей. Це передбачає оновлення меблів, технічного оснащення, ремонтні роботи з метою покращення естетичного вигляду номерів, а також впровадження інноваційних технологій, таких як системи «розумний дім», що дозволяють

автоматизувати керування освітленням, клімат-контролем та іншими функціями. Зокрема, варто врахувати потреби гостей з обмеженими можливостями та забезпечити відповідні умови для їхнього комфортного перебування. Розширення спектру додаткових послуг є наступним важливим кроком у розвитку інфраструктури готелю. Це включає створення нових зон відпочинку, таких як СПА-центри, басейни, фітнес-зали, а також облаштування місць для проведення конференцій та бізнес-заходів. Запровадження нових розважальних програм, організація екскурсій та активного відпочинку сприятимуть залученню більшої кількості гостей та підвищенню їхньої задоволеності. Важливо також врахувати потреби сімейних відпочивальників, створивши дитячі ігрові зони, дитячі клуби та спеціальні програми для дітей. Інвестиції у будівництво нових об'єктів є необхідним заходом для розширення інфраструктури готелю. Це може включати будівництво нових житлових корпусів, котеджів, а також закладів харчування та магазинів. Важливо враховувати екологічні аспекти та забезпечити збереження природного середовища під час будівельних робіт. Використання екологічно чистих матеріалів, впровадження енергоефективних технологій та систем управління відходами сприятимуть створенню позитивного іміджу готелю та підвищенню його привабливості для екологічно свідомих гостей.

Поліпшення логістики та транспорту є ще одним важливим аспектом розвитку інфраструктури готелю. Забезпечення зручного транспортного сполучення з основними туристичними маршрутами, організація трансферів до ключових місць відпочинку та культурних об'єктів, а також створення зручних парковок для гостей сприятимуть підвищенню доступності готелю та зручності для відпочивальників. Важливо також врахувати потреби велосипедистів та пішоходів, забезпечивши відповідні умови для їхнього пересування.

Зелений туризм та екологічні ініціативи є важливим напрямком розвитку інфраструктури готелю. Використання альтернативних джерел

енергії, таких як сонячні панелі та вітрові турбіни, впровадження систем збору та очищення дощової води, а також програми зменшення викидів парникових газів сприятимуть збереженню природного середовища та підвищенню екологічної свідомості гостей. Організація еко-турів, екскурсій природними заповідниками та інших заходів з екологічної освіти сприятиме популяризації зеленого туризму та залученню нових клієнтів.

Співпраця з місцевими бізнесами та партнерами є важливим фактором у розвитку інфраструктури готелю. Створення партнерських відносин з місцевими виробниками, ремісниками, закладами харчування та розваг дозволить розширити спектр послуг, що надаються гостям, та сприятиме розвитку місцевої економіки. Важливо також врахувати можливості спільних маркетингових кампаній, організації спільних заходів та програм лояльності, що сприятиме підвищенню привабливості готелю та залученню нових клієнтів. Розвиток інфраструктури для корпоративних клієнтів є ще одним ключовим аспектом для підвищення конкурентоспроможності готелю. Організація конференц-залів, бізнес-центрів, переговорних кімнат та інших приміщень для проведення ділових заходів сприятиме залученню корпоративних клієнтів та проведенню на базі готелю різноманітних бізнес-подій. Важливо також забезпечити високий рівень технічного оснащення та професійний сервіс для задоволення потреб бізнес-клієнтів.

ВИСНОВКИ

У даній дипломній роботі здійснено комплексне дослідження розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Івано-Франківській області на прикладі готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel». Відповідно до поставлених завдань, було проаналізовано теоретичні аспекти готельно-ресторанного бізнесу, що включають визначення основних понять, економічну сутність діяльності підприємств, а також основні фактори, що впливають на функціонування ринку готельно-ресторанних послуг. Цей аналіз дозволив зрозуміти сучасні тенденції та виклики, з якими стикається галузь, а також виявити ключові показники ефективності діяльності підприємств даного сектору. В рамках дослідження було проведено детальну діагностику стану розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Івано-Франківській області, що включала аналіз ринку, структури пропозиції та попиту, а також конкурентного середовища. Особливу увагу приділено вивченню діяльності готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel», де було проведено аналіз фінансових та економічних показників, оцінено якість обслуговування клієнтів, ефективність управління персоналом та маркетингової стратегії. Це дозволило виявити сильні та слабкі сторони готелю, а також визначити можливості для його подальшого розвитку.

З огляду на результати аналізу, були розроблені рекомендації щодо стратегічного розвитку готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel». Вони включають в себе стратегії покращення сервісу, підвищення якості послуг, оптимізації управління ресурсами та впровадження інноваційних технологій. Важливим аспектом є також розвиток інфраструктури готелю, що передбачає модернізацію номерного фонду, розширення спектру додаткових послуг, інвестиції в нові об'єкти та поліпшення логістики. Особлива увага приділяється екологічним ініціативам та співпраці з місцевими бізнесами, що сприятиме підвищенню привабливості готелю для різних категорій клієнтів. Маркетингова стратегія готелю базується на детальному аналізі цільової аудиторії, розробці ефективних рекламних кампаній, використанні цифрових маркетингових інструментів та програмах лояльності. Запропоновані заходи спрямовані на підвищення впізнаваності бренду, збільшення кількості постійних клієнтів та забезпечення стабільного потоку нових відвідувачів. Таким чином, виконані завдання дозволили не тільки детально проаналізувати стан розвитку готельно-ресторанного бізнесу в регіоні, але й розробити практичні рекомендації для підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності готелю «Radisson Blu Resort, Bukovel».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 № 1023-ХІІ.
2. Закон України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення» від 24.02.1994 № 4004-ХІІ.
3. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» від 15.03.2006 № 297.
4. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» від 29.07.2009 № 803
5. Антошкова Н. А. Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення» (м. Львів, 18-19 червня 2020 р.). Львів: Видавництво ЛТЕУ, 2020. С. 203-205.

6. Басько, О., Керанчук, Н. «Економічні аспекти функціонування готельно-ресторанного бізнесу в Україні.» Науковий вісник ЛДУФК імені Івана Боберського, 2018. С. 67-80.
7. Богуславський О. В., Нікітіна Т. А. Основні концепції політики ціноутворення в готельно-ресторанному бізнесі та їх класифікація. Вип. 80, 2023, С. 70-75.
8. Ващишин М. Я. Правове регулювання готельно-ресторанного бізнесу. Львів, 2020.
9. Вигівська Р.В., Чагайда А.О., Сучасний Стан Та Перспективи Розвитку Готельного Бізнесу В Україні. С.913 URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/05/22.-strategiyi-innovatsijnogo-rozvytku-turyzmu-ta-gotelno-restorannoyi-spravy-problemy-ta-perspektyvy.pdf#:~:text=URL%3A%20https%3A%2F%2Fconf.ztu.edu.ua%2Fwp> (дата звернення: 19.05.2024).
10. Географічний факультет. Ринок готельних і ресторанних послуг в Україні [Електронний ресурс] / ЛНУ ім. Івана Франка. – Режим доступу: <https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/05/rinok-gotelnyh-i-restorannyh-poslug-v-ukrayini.pdf> (дата звернення: 20.05.2024).
11. Н.В. Мельник, С.М. Іваниця. Географія туризму України : Навч. посіб.. Ужгород : УжНУ, 2021. 104 с.
12. Готельно-ресторанна справа : Силабуси : Навчально-методичний посібник / За заг. ред. проф. В.М. Клапчука / Факультет туризму, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. Івано-Франківськ, 2022. 280 с.
13. Готельно-ресторанна справа: Навчально-методичний посібник / За ред. проф. В.М. Клапчука / Факультет туризму ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». Івано-Франківськ : «Фоліант», 2020. 408 с

14. Загнибіда Р. П. Барна справа: Навч.-метод. посіб. Івано-Франківськ, 2020. 292 с.
15. Категоризація готелів [Електронний ресурс] // Державне агентство розвитку туризму України. – Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 20.05.2024).
16. Клапчук В.М. Організація рекреаційних послуг : Навч.-метод. посіб. Івано-Франківськ : Фоліант, 2020. 263 с.
17. Клапчук В.М., Мельник Н.В., Мендела І.Я. Курортна справа : організація, територіальне планування, система управління: підручник. Івано-Франківськ, 2023. 291 с
18. Клапчук В.М., Мендела І.Я. Курортна справа : організація, територіальне управління, стратегічне планування: Навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ, 2020. 278 с.
19. Класифікація готельних підприємств, суть та основні принципи класифікації // Організація готельного обслуговування - Підручники для вузів онлайн. 2021. URL: pidru4niki.com (дата звернення: 19.05.2024).
20. Класифікація ресторанних закладів [Електронний ресурс] // Бібліотека ІФНТУНГ. – Режим доступу: <https://library.if.ua/books/38.html>
21. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
22. Маркетингові стратегії в готельно-ресторанному бізнесі / За ред. О. П. Ковальова. Київ: КНЕУ, 2022. 300 с.
23. Мартиненко В. О. Державне регулювання готельно-ресторанного бізнесу в умовах пандемії COVID-19. № 5, 2021, С. 241-245.
24. Мендела І.Я. Маркетинг готельно-ресторанного господарства: навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ: Територія друку, 2022. 60 с.

25. Мендела І.Я. Стратегічне управління готельними, ресторанными і курортними підприємствами: Навч.-метод. посіб. ІваноФранківськ: Територія друку, 2023. 62 с
26. Нечаюк, Л. І., Нечаюк, Н. О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. 3-тє вид. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 344 с.
27. Нікітюк, П. П., Семенов, А. М., Деркач, В. П. Управління бізнес-процесами в готельно-ресторанному бізнесі. Харків: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2021. 212 с
28. Пінчук А. С. Шляхи підвищення якості готельних послуг в Україні. Київ: Київський національний університет, 2020. 148 с.
29. Якименко-Терещенко Н. В. Формування цінової політики підприємства готельно-ресторанного бізнесу в умовах конкуренції, 2018. Вип. 6 (17). С. 434-437. URI: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/17_2018/78.pdf, вільний (дата звернення 19.05.2024 р.)
30. Якименко-Терещенко Н. В. Формування цінової політики підприємства готельно-ресторанного бізнесу в умовах конкуренції. Вип. 6 (17), 2018, С. 435-437.
31. Індустрія гостинності: стан, тенденції розвитку та перспективи галузі в умовах війни : збірник праць Міжнародного науковопрактичного форуму (м. Львів, 19–21 квітня 2023 р.) / [відп. ред.: проф. О. І. Мороз]. – Львів: «Камула», 2023. – 466 с.
32. Туристичний збір Івано-Франківщини у 2023 році - понад 20 млн гривень .Івано-Франківська обласна державна адміністрація. URL: www.if.gov.ua, 2023 (дата звернення: 20.05.2024).
33. Готель «Radisson Blu Resort, Bukovel» . Офіційна сторінка у Instagram: веб- сайт. URL: <https://www.instagram.com/radissonbluresortbukovel/> (дата звернення: 20.05.2024).

- 34.Ласкаво просимо до Radisson Hotel Group. Офіційний сайт готелей Radisson. URL: <https://www.radissonhotels.com/ru-ru/brand/radisson-red> (дата звернення: 20.05.2024).
- 35.HVS Global Hotel Industry: 2023 Recap and 2024 Outlook. URL: <https://www.hvs.com> (дата звернення: 20.05.2024).
- 36.EY. Hospitality industry looks strong for 2023. URL: <https://www.ey.com> (дата звернення: 20.05.2024).
- 37.Hospitality Industry data and key statistics: 2024 update. URL: <https://hospitalityinsights.ehl.edu> (дата звернення: 20.05.2024).
- 38.Deloitte. Hospitality Industry Outlook 2023. URL: <https://www2.deloitte.com> (дата звернення: 20.05.2024).
- 39.PwC. US Hospitality Directions: hotel industry report. URL: <https://www.pwc.com> (дата звернення: 20.05.2024).
- 40.100 Restaurant Industry Statistics for 2023 | UpMenu. URL: <https://www.upmenu.com> (дата звернення: 20.05.2024).
- 41.How the restaurant industry can thrive in the next normal // McKinsey & Company. – 2020. – URL: <https://www.mckinsey.com/industries/restaurants/our-insights/how-the-restaurant-industry-can-thrive-in-the-next-normal>.
- 42.Palrão T., Mendes A. S. The Impact of Pandemic Crisis on the Restaurant Business // Sustainability. – 2021. – Vol. 13, №1. – P. 40. – URL: <https://doi.org/10.3390/su13010040>.
- 43.Garbowski M. et al. Internal Audit of Activity Results at Enterprises of Hotel and Restaurant Business // Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies., 2019. Vol. 5, №3. P. 23-41
- 44.The Economic Impact of Hotel Development // Acquisition International. – 2017. – URL: <https://www.acquisition-international.com/the-economic-impact-of-hotel-development>.

ДОДАТКИ

Додаток А

