

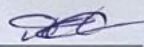
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
 Факультет управління, адміністрування та туризму  
 Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Удосконалення технології культурно-пізнавальних послуг в готелі  
 «Вік Жан»  
 (ФОП Коліщак М.В.)

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)  
 Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»  
Шифр і назва галузі знань  
 Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»  
Шифр і назва спеціальності  
 Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»  
Назва  
 Шифр \_\_\_\_\_

Виконав:  
 студент 4 курсу група ГРС-20-1  
Шифр

  
Підпис

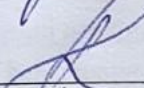
Іванна МАМРЕГА  
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Керівник: к.е.н., доц.

  
Підпис


Олена ДАВИДОВА  
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Нормоконтролер: ст. викл.

  
Підпис

Оксана ГРИНДІЙ  
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

До захисту допускаю:  
 Зав. кафедри туризму та  
 готельно-ресторанної справи

  
Підпис

Ігор ЖУРБА  
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

04 06 202 4 р.

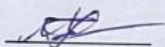
Хмельницький 2024



## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів (розділів) дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми дипломної роботи	Квітень 2024	
2.	Одержання індивідуального завдання	Квітень 2024	
3.	Складання календарного плану графіка написання дипломної роботи	Квітень 2024	
4.	Підготовка до виконання дипломної роботи: підбір та вивчення літератури, участь у виконанні науково-дослідних робіт, інші заходи	Травень 2024	
5.	Уточнення теми дипломної роботи та календарного плану-графіка, виходячи зі специфіки базового підприємства, установи	Травень 2024	
6.	Підготовка першого розділу	Травень 2024	
7.	Підготовка другого розділу	Травень 2024	
8.	Підготовка третього розділу	Червень 2024	
9.	Підготовка висновків	Червень 2024	
10.	Здача науковому керівнику	Червень 2024	
11.	Доопрацювання дипломної роботи з урахуванням зауважень наукового керівника	Червень 2024	
12.	Написання та оформлення роботи в остаточному варіанті	Червень 2024	
13.	Попередній захист дипломної роботи на кафедрі	Червень 2024	
14.	Одержання відгуку наукового керівника	Червень 2024	
15.	Одержання рецензії зовнішнього рецензента	Червень 2024	
16.	Захист дипломної роботи	Червень 2023	

Студент



Підпис

Іванна МАМРЕГА

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Керівник роботи



Підпис

Олена ДАВИДОВА

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

## АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу Іванна МАМРЕГА

Тема роботи: Удосконалення технології культурно-пізнавальних послуг в готелі «Вік Жан» (ФОП Коліщак М.В.)

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Науковий керівник: доц. к.е.н. Олена ДАВИДОВА

м. Хмельницький, 2024 р.

Кваліфікаційна робота виконана на 54 с., містить 12 таблиць, 7 рисунків, перелік джерел посилання складається зі 22 найменувань.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у поглибленні теоретичних положень та розробленні практичних рекомендацій щодо удосконалення технології культурно-пізнавальних послуг готелю «Вік Жан»

У I розділі досліджено суть, мету та особливості послуг у закладах готельної індустрії, розглянуто класифікація послуг, що надаються готельними підприємствами та розглянуто культурно-пізнавальні послуги в готелях

У II розділі здійснено організаційно-економічний аналіз готелю «Вік Жан» дана загальна характеристика підприємства, проаналізоване внутрішнє та зовнішнє середовище, конкурентні позиції готельного підприємства та службу дозвілля.

У III розділі запропоновано проектування нового культурно-пізнавального туру по Україні

**Ключові слова:** готель, тур, послуги, культурно-пізнавальні послуги

## ABSTRACT

for diploma thesis           Ivanna MAMREGA          

The diploma thesis theme: Improvement of the technology of cultural and cognitive services at the hotel "Vic Zhan" (FOP Kolishchak M.V.)

First level of higher education (bachelor's degree)

Specialty 241 "Hotel and restaurant business"

Department of tourism and hotel and restaurant business

Scientific supervisor:    PhD in Economics, As. Prof. Davydova O.A.   

Academic degree, academic title, surname, initials

Khmelnyskyi, 2024

The diploma thesis is 54 pages long, contains 12 tables, 7 figures, a list of references consists of 22 titles.

The purpose of the qualification work is to deepen the theoretical provisions and develop practical recommendations for improving the technology of cultural and educational services of the hotel "Vic Zhan"

In the first chapter, the essence, purpose and features of services in the hotel industry were investigated, the classification of services provided by hotel enterprises was considered, and cultural and cognitive services in hotels were considered

In the III section, the design of a new cultural and educational tour of Ukraine is proposed

Keywords: hotel, tour, services, cultural and educational services

## ЗМІСТ

ВСТУП	7
1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	9
1.1 Сутність та особливості послуг у закладах готельної індустрії	9
1.2 Класифікація послуг, що надаються готельними підприємствами	12
1.3 Класифікаційні ознаки культурно-пізнавального туризму у контексті додаткових послуг в готельному господарстві	17
2 ХАРАКТЕРИСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ ТА АНАЛІЗ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛІ «Вік Жан»	21
2.1 Характеристика середовища функціонування готелю «Вік Жан»	21
2.2 Організаційно-економічна характеристика готелю «Вік Жан»	27
2.3 Особливості організації послуг дозвілля в готелі «Вік Жан»	33
3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛІ «ВІК ЖАН»	41
3.1 Проектування нового культурно-пізнавального туру по Україні	41
ВИСНОВКИ	51
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	52

# 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

## 1.1 Сутність та особливості послуг у закладах готельної індустрії

Готельна індустрія, безсумнівно, є одним із сегментів туристичного сектору, що швидко розвиваються, і це не дивно. Це тому, що розміщення вважається важливим елементом розвитку туризму в усіх країнах і регіонах. Індустрія подорожей і готелів завжди йшли рука об руку. Наявність достатньої кількості готелів впливає на багато факторів, що впливають на місцеву економіку.

Крім того, готельна індустрія сприяє розвитку та підтриманню репутації та іміджу країни. Туристи з більшою ймовірністю рекомендуватимуть напрямок, якщо вони мають про нього позитивну думку завдяки якісному розміщенню та хорошому обслуговуванню клієнтів. Хороша репутація в індустрії гостинності сприяє підвищенню попиту з боку туристів і залученню нових інвесторів.

Ефективна система надання послуг у готельній індустрії відіграє найважливішу роль у створенні враження про конкретний готель та впливає на загальне задоволення гостей. Від реєстрації до виїзду кожен аспект обслуговування в готелі повинен бути ретельно спланований і структурований, враховуючи навіть найдрібніші деталі.

Зрештою, успішне конкурентне позиціонування готелю залежить від добре організованої та скоординованої процедури надання послуг. Гостинність та якість обслуговування стають все більш важливими факторами для гостей при виборі готелю в епоху глобалізації та стрімкого розвитку туризму. Компанії, які можуть забезпечити ефективне обслуговування та задовольнити різноманітні потреби своїх гостей, мають перевагу в залученні та утриманні клієнтів та розвитку нових сегментів ринку.

Історично термін «готельне господарство» тривалий час позначав підприємницьку діяльність, яка виробляє та організовує надання платних послуг розміщення. На цьому фоні готельну індустрію можна розглядати за двома основними напрямками діяльності. Перша включає дві групи обслуговування (розміщення та харчування), а друга — тільки розміщення.

Зростаюча популярність туризму та прагнення отримати максимальний прибуток змусили заклади розміщення розширити різноманітність своєї діяльності. Щоб задовольнити зростаючі потреби клієнтів з вищим рівнем доходу, основна група готельних послуг розширюється за рахунок нових додаткових послуг, можливість організації ділових зустрічей, розважальних заходів тощо.

Це розширило розуміння терміну «готельна індустрія», включивши, окрім основних послуг, додаткові послуги в різних сферах, таких як спорт, медицина, посередництво, соціальні послуги та сімейні послуги. тощо Варто зазначити, що підприємства гостинності пропонують не лише власну продукцію, а й послуги, що надаються іншими галузями економіки.

Ця функція відкриває різноманітні можливості для співпраці між готелями та іншими підприємствами, допомагаючи будувати вигідні відносини та партнерські мережі, які покращують якість обслуговування та задоволення потреб гостей. Наприклад, готелі можуть укладати партнерські угоди зі спортивними клубами, медичними установами, туристичними агентствами для надання додаткових послуг своїм клієнтам.

Такий підхід дозволяє готелям задовольняти різні потреби клієнтів і підвищувати свою конкурентоспроможність на ринку. Завдяки доступу до широкого спектру додаткових послуг, які пропонуються в готелі, гості мають доступ до більшої кількості можливостей і зручностей під час перебування в готелі. Такий підхід також сприяє розвитку та диверсифікації готельного господарства шляхом залучення нових сегментів ринку. Все більше клієнтів вимагають комплексного обслуговування та комплексного підходу до своїх потреб.

До основних послуг належить «набір готельних послуг (проживання, харчування тощо), що входять до вартості номера (місця), які надаються споживачам на підставі укладеного договору» (користування готелями тощо).

Додаткові послуги включають «набір послуг, які не входять до складу основних послуг готелю і які споживач додатково замовляє та оплачує за окремим договором». Вони можуть включати різноманітні додаткові послуги, адаптовані до конкретних потреб клієнта, наприклад: послуги пральні, транспортні послуги, екскурсійні послуги тощо.

Бездоганність готельного сервісу базується на унікальних особливостях і методах обслуговування гостей. Система надання готельних послуг включає наступні етапи :

1. Прийом, зустріч та вітання гостей при вході в приміщення.
2. Реєстрація гостей, оформлення необхідних документів та розміщення в номерах.
3. Забезпечувати безпосереднє обслуговування гостей у їхніх номерах, включаючи реагування на бажання та потреби гостей.
4. Обслуговувати в ресторанах готелів чи інших закладах громадського харчування для якісного обслуговування та задоволення кулінарних потреб гостей.
5. Задовольняти культурні інтереси наших гостей і пропонувати спортивні, оздоровчі та фітнес пропозиції.
6. Реєстрація гостей на виїзд та виконання всіх необхідних процедур при виїзді.

Кожен із цих етапів є невід'ємною частиною процесу гостинності та спрямований на забезпечення комфорту та задоволення гостей під час перебування в готелі.

Послуги готелю різноманітні, через їх характер і специфіку. Нарешті, ці послуги включають не тільки матеріальні елементи, але й інтеграцію зі споживачами, персоналом і навколишнім середовищем. Вони є не лише об'єктами обміну, але й досвідом, виробленим і споживаним у реальному часі.

Готельні послуги дозволяють гостям відчутти комфорт, гостинність і задоволення під час перебування в готелі, забезпечуючи не тільки фізичні потреби, але й емоційну та соціальну підтримку. Таким чином, готельні послуги створюють унікальний досвід, який неможливо передати через матеріальні продукти.

Характеристики готельних послуг відрізняються безліччю аспектів, які підкреслюють їх суттєві відмінності від традиційних концепцій продукту. Готельні послуги базуються на взаємодії між гостями та персоналом готелю, створюючи комфортне середовище та забезпечуючи досвід, що виходить за рамки простого обміну товарами. У таблиці 1.1 наведено характеристики послуг, які відрізняють готельні послуги та продукти.

Таблиця 1.1 - Особливості готельних послуг, що вирізняють послугу від товару

Особливість	Характеристика	Вплив на роботу готельного підприємства
1	2	3
Нематеріальний характер	Готельні послуги не мають чіткої фізичної форми або відчутних характеристик, як товари. Вони охоплюють надання гостям певного досвіду, комфорту та задоволення їхніх вимог і побажань під час перебування в готелі.	Вони можуть бути складнішими для вимірювання та оцінки, оскільки їх якість та цінність залежать від особистого сприйняття та вражень кожного клієнта. На споживчу цінність готельних послуг значною мірою впливають гостинна атмосфера, комфорт і рівень обслуговування.
Нерозвиненість виробництва та зберігання	Послуги не можна зберігати або накопичувати для майбутнього продажу. Коли гість заселяється в готель, послуги повинні бути доступні негайно. Не можна зберегти послугу, яка вже була надана, для подальшого використання.	Це є проблемою для готельної індустрії, оскільки заклади повинні ефективно управляти своїми ресурсами і швидко заповнювати вільні номери, щоб збільшити прибутки.
Терміновий характер	Терміновий характер готельних послуг вказує на необхідність негайного надання цих послуг після замовлення клієнтом. Гості готелю, часто маючи конкретні плани та обмежений час перебування, очікують отримати відповідні послуги вчасно і без зайвих затримок.	Це ставить перед готельними підприємствами вимогу мати системи бронювання та прийому гостей, які забезпечують швидкість та ефективність обслуговування, а також вміння працювати в режимі реального часу для задоволення потреб клієнтів.

Продовження табл 1.1

1	2	3
Періодичний сезонний попит	Періодичний (сезонний) попит на готельні послуги означає, що попит на ці послуги змінюється залежно від різних періодів у році або сезонів. Деякі регіони можуть мати високий попит на готелі під час туристичного сезону, святкових періодів, проведення різноманітних заходів.	Для готельних підприємств, які операційно підкоряються періодичному попиту, важливо гнучко реагувати на зміни у вимогах та потребах клієнтів. Ефективне управління сезонним попитом допомагає готелям максимізувати прибуток в пікові періоди та зберігати стабільність у періоди зниженого попиту.
Мінливість обслуговування	Мінливість якості обслуговування в готельній сфері вказує на те, що якість наданих послуг може варіюватися залежно від різних факторів. Це можуть бути зміни в персоналі, недостатня підготовка або низький професіоналізм, технічні або інфраструктурні проблеми, вплив зовнішніх факторів тощо.	Для готелів важливо мати ефективні системи контролю якості, навчання та підготовки персоналу, а також механізми для виявлення та вирішення можливих проблем, що можуть вплинути на якість обслуговування. Постійне вдосконалення якості є важливим фактором для забезпечення задоволеності та лояльності клієнтів.

## 1.2 Класифікація послуг, що надаються готельними підприємствами

Як було зазначено, готельні послуги поділяються на основні та додаткові послуги. Основні послуги охоплюють найважливіші аспекти перебування в готелі. Вони складають основу для задоволення основних потреб споживачів і дозволяють комфортно і якісно проживати. З іншого боку, додаткові послуги надаються для забезпечення додаткового комфорту, розваг або розширених можливостей для гостей. Він включає в себе широкий спектр послуг, адаптованих до індивідуальних потреб і вподобань гостей, що робить їх перебування в готелі ще кращим і повноцінним.

Заклади готельного господарства мають дві основні служби: розміщення та харчування. Розміщення, ключова послуга, має вирішальне значення для зв'язків компанії з готельною індустрією. Це стосується тимчасового розміщення гостей з усіма необхідними зручностями та послугами. Готельні номери варіюються від стандартних номерів до розкішних люксів і апартаментів. Гості можуть вибрати тип розміщення, який найкраще

відповідає їхнім смакам і бюджету. Компанії готельного господарства забезпечують комфортні умови проживання, такі як зручні ліжка, засоби особистої гігієни, доступ до телебачення та інші необхідні зручності в номері.

Харчування також є важливою частиною основних потреб готелю. Готель пропонує гостям можливість насолодитися смачною їжею та напоями у своїх ресторанах, кафе та барах. У готелі пропонують різноманітні страви, включаючи сніданок, обід і вечерю, а також обслуговування номерів. Це означає, що ви можете насолоджуватися їжею та напоями, не виходячи з готелю.

Процес надання основних послуг є важливою частиною успішного ведення готельного бізнесу. Містить численні етапи, які забезпечують комфортне середовище та задоволення гостей



Рисунок 1.1 - Процес надання основних послуг у готельній діяльності

Першим кроком у цьому процесі є надання інформації про ваші послуги. Готелі повинні ретельно і чітко представляти свої послуги потенційним споживачам. Це включає повний опис типу номера, доступних зручностей, наданих послуг і додаткових витрат, щоб клієнти могли зробити усвідомлений вибір і вирішити, чи відповідає він їхнім потребам і очікуванням.

На цьому етапі готель також може говорити про свої унікальні переваги, такі як розташування та близькість до туристичних пам'яток і бізнес-центрів.

Якісна інформація про послуги допомагає гостям приймати конкретні рішення та планувати своє перебування в готелі.

Другий крок - бронювання номера. Отримавши інформацію про послугу, можна забронювати проживання в готелі до прибуття. Це може включати зв'язок з готелем по телефону, електронною поштою або онлайн-бронювання. Бронювання місць дозволяє гарантувати наявність безкоштовного номера в обраному вами готелі на певний період часу. Співробітники готелю зберуть необхідну інформацію щодо дати прибуття, тривалості перебування, типу номера та інших вимог гостя, щоб забезпечити процес бронювання. Потім готель підтверджує бронювання та призначає споживачу певний номер.

Бронювання є важливим для комфорту та задоволення гостей. Цей етап дозволяє готелям ефективно планувати свої ресурси, забезпечувати належний рівень обслуговування та запобігати перенаселенню.

Наступним кроком у процесі є реалізація послуги. Це дуже важливий крок для забезпечення вашого комфорту та задоволення під час перебування.

Зустріч гостей і розміщення - це перший контакт, який визначає перше враження від готелю. Професійний та доброзичливий прийом персоналу готелю створить приємну атмосферу, це дозволяє їм відчувати себе головним. Під час зустрічі клієнт спочатку реєструється, надає необхідну інформацію, заповнює документи та отримує ключ від кімнати. Персонал готелю супроводить вас і допоможе з транспортуванням, збором і доставкою вашого багажу в номер. Всі ці кроки спрямовані на те, щоб забезпечити туристам комфортну і комфортну атмосферу з першого контакту з готелем.

При прийомі туристів у готель максимальні терміни реєстрації та розміщення встановлюються залежно від виду туриста:

- для індивідуальних подорожуючих час, необхідний для завершення процесу реєстрації, становить максимум 5 хвилин.
- групам до 30 осіб надається 15 хвилин для реєстрації
- групи до 100 осіб матимуть 40 хвилин для виконання необхідних формальностей

- якщо група перевищує 100 осіб, максимальний час прийому не перевищуватиме 1 години

Ці обмеження служать для забезпечення безперебійного та ефективного процесу реєстрації та розміщення туристів у готелях із збереженням необхідних стандартів якості обслуговування.

Турбота про гостей під час перебування в готелі має забезпечувати високий рівень комфорту та задоволення від наданих послуг. До них відносяться харчування, обслуговування номерів, конференц-послуги, спортивні послуги та послуги дозвілля, послуги пральні та хімчистки та інші аспекти, які сприяють зручності та комфорту гостей. Персонал повинен бути готовий задовольнити всі потреби та вимоги клієнтів. Чітке спілкування, ефективне управління часом і вміння працювати в стресових ситуаціях є важливими навичками для успішного надання послуг.

Від'їзд гостя також є важливим кроком для персоналу готелю, щоб забезпечити комфортне та спокійне завершення їх перебування. Гості повинні оплатити проживання та отримати рахунок. Співробітники готелю допоможуть вам зібрати багаж і доставити вас до транспорту. Організація від'їзду також може включати організацію транспорту або таксі для зручного транспортування гостей до наступного пункту призначення. Щоб забезпечити максимальне задоволення гостей, важливо, щоб цей процес відбувався швидко, ефективно та з необхідною підтримкою персоналу готелю.

Без додаткової плати клієнтам можуть надаватися наступні послуги:

- медична допомога: гості мають доступ до послуг швидкої допомоги та першої медичної допомоги. Готель піклується про здоров'я і надасть оперативну медичну допомогу в разі несподіваної ситуації

- обробка кореспонденції: коли готель отримує кореспонденцію, персонал може доставити її в номер. Це зручна послуга, яка дозволяє отримувати важливі повідомлення та листи, не виходячи з кімнати.

- особисті запити, такі як пробудження в певний час або надання необхідних речей (наприклад, гаряча вода, голка, нитка, набір посуду, столові прибори тощо).

Готель пропонує додаткові послуги для задоволення різноманітних потреб і потреб гостей. Один із головних принципів це надання вибор. Це дозволяє споживачам вибрати послугу, яка найкраще відповідає їхнім потребам і бажанням, забезпечуючи індивідуальний та індивідуальний підхід. Додаткові послуги створюють додаткові можливості для відпочинку гостя та створення незабутнього перебування. Готелі можуть запропонувати різноманітні розважальні програми, екскурсії, культурні заходи, спортивні заходи тощо. Інші форми відпочинку, які сприяють задоволенню та насолоді гостя під час їх перебування. Надання додаткових послуг у готелях відображає прагнення надавати якісні послуги та залишати незабутні враження у гостей. Це забезпечує високі стандарти якості та допомагає задовольнити запити сучасних гостей готелю. Крім того, це також можливість для розвитку та конкурентоспроможності готельного господарства, оскільки якісні та різноманітні додаткові послуги можуть залучити нових клієнтів та задовольнити потреби постійних клієнтів.

Додаткові послуги в готелі можна класифікувати за загальними критеріями, адаптованими до потреб гостей. Основні групи таких послуг наведені в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2 - Класифікація додаткових послуг

Групи послуг	Приклади послуг
1	2
Послуги, що створюють комфорт для гостей під час їх перебування в готелі та місцевості поблизу	<p>- комунально-побутові послуги (можливість прання та прасування одягу, ремонтування взуття, валіз, годинників, спортивного обладнання тощо)</p> <p>- інформаційні послуги (надання інформації про можливі послуги, місцезнаходження готелю, транспортного обслуговування, можливостей придбання товарів і сувенірів, наявності культурно-історичних пам'яток та культурно-просвітних закладів)</p>

	<p>- послуги посередництва (бронювання місць у культурно-розважальних закладах, замовлення квитків у кінотеатр тощо)</p> <p>- послуги автотранспорту (надання гаражу, стоянки транспортних засобів та їхній невеликий ремонт)</p> <p>- послуги продажу товарів, видань ЗМІ, сувенірних виробів</p> <p>- послуги оренди спортивного, пляжного обладнання, автомобілів тощо</p> <p>- зберігання кореспонденції та цінних речей гостей.</p>
Послуги, пов'язані з інформуванням про місце перебування	послуги організації екскурсій, зустрічей, показу фільмів, участі в святкувань національних свят тощо
Послуги, спрямовані на підвищення комфорту у номері	послуги з організації харчування в номері, встановлення необхідного обладнання (фен, праска тощо), доставлення додаткових меблів тощо
Послуги, що задовольняють особливі побажання гостей з різних галузей	послуги оренди музичних інструментів, можливість особистих екскурсиводів, перекладачів, надання доступу до зв'язку (телексний та супутниковий), комп'ютерного обладнання тощо

### 1.3 Класифікаційні ознаки культурно-пізнавального туризму у контексті додаткових послуг в готельному господарстві

Культурно-пізнавальний туризм має на меті розширення культурного кругозору індивіда, одночасно надаючи інформацію та знання, необхідні для задоволення існуючих культурних потреб туристів. Тому, виходячи з цієї передумови, можна говорити не лише про освітню та пізнавальну складові даного виду туризму, а й про економічні наслідки, які можуть виникнути внаслідок його реалізації.

Можна визначити велику кількість визначень поняття «культурно-пізнавального туризму» у табл. 1.3 подані деякі з цих визначень.

Таблиця 1.1 -Визначення поняття «культурно-пізнавальний» туризм

Автор	Трактування поняття «культурно-пізнавальний» туризм
1	2
Г. Хьюз [38]	Це туризм, що застосовується до широкого видів діяльності; він охоплює спадщину, а також відвідування музичних, танцювальних і театральних вистав. Це поняття також застосовується незалежно від того, чи пам'ятка культури чи подія є основною причиною відвідування, чи випадково прикріплений ярлик туристам незалежно від їх мотивації.
С. Медлік [38]	Це, наприклад поїздки до художніх та історичних місць, відвідування музеїв та галерей, подорожі з метою участі в художньої виставі та інші культурні заходи
М. Марчак [38]	Це передусім туризм, який передбачає відвідування місць високої цінності, пов'язаних з туризмом і історією становлення людської культурної спадщини. Отже, це передбачає відвідування визначних місць із архітектурними, археологічними пам'ятками, та місць які пов'язані з відомими людьми, художніми виставками, мистецтвом, галереями тощо
Б. Марцішевська [38]	Це діяльність, яку здійснюють люди під час їхнього перебування в місці відвідування з туристичною метою, а також під час поїздок, здійснених з місця їхнього постійного проживання, що дає можливість навчитися або відчувати різноманітний спосіб життя інших народів – відображення суспільних звичаїв, релігійних традицій, інтелектуальних уявлень, культурної спадщини, і призначена для задоволення людських потреб, бажань і очікувань, пов'язаних з культурою
А. Дрейер [37]	Термін культурно-пізнавальний туризм означає будь-яку подорож, зосереджену на культурі. Термін позначає певний сегмент туризму. Навчальний і навчальні поїздки є особливими формами в цьому сегменті

Б. Барб'є [38]	Це туризм, який включає подорожі, які в основному мотивовані культурною спадщиною. Спадщина тут розуміється двояко: 1) вузько визначена спадщин, тобто пам'ятки та твори мистецтва – культура в цьому сенсі суворо пов'язана із загальною історією та історією мистецтва; 2) широко зрозуміла спадщина, що включає такі елементи, як: повсякденне життя, науку і технології, географічне середовище, літературу, присвячену різним регіонам, кухня, яка розглядається як мистецтво життя тощо
А. Ковальчик [38]	Це сукупність поведінки туристів, пов'язана із справжньою зацікавленістю культурною спадщиною (історичні місця, фольклор, місця, що пов'язані з важливими подіями тощо) та з їх залученням до широкого зрозумілого сучасного культурного життя

Продовження табл. 1.1

1	2
В. Гаворецький [38]	Поняття культурно-пізнавального туризму охоплює всі види туризму, які містять культурно-супутні товари в пропозиції
UNWTO [46]	Це переміщення людей з метою, по суті, культурно-пізнавальних мотивів, таких як навчальні поїздки, культурні тури, поїздки на фестивалі та інші культурні заходи, відвідування місць і пам'яток культури, подорожі для вивчення природи, фольклору, мистецтва та паломництва.
ICOMOS [43]	Це форма туризму, метою якої є, крім інших цілей, відкриття, пам'ятки та місця, та здійснює на них позитивний вплив, оскільки сприяє їх утриманню та охороні. Цей вид туризму виправдовує, власне ті зусилля, які були зроблені для підтримки та захисту людської спільноти через соціокультурні та економічні вигоди, які вони мають для всіх зацікавлених груп населення
Фонд США по Збереженню культурної спадщини [35]	Це подорожі, щоб відчутти місця та заходи, які достовірно представляють історії та людей минулого і сьогодення. Вони включають історичні, культурні та природні ресурси
Дж. Стеббінс [37]	Це жанр, що викликає особливий інтерес в туризмі, заснований на пошуку та участі в нових і глибоких культурних переживаннях, естетичних, інтелектуальних, емоційних та психологічних
Г. Річардс [37]	Це переміщення людей до культурних пам'яток від їхнього звичайного місця проживання, з наміром збирати нову інформацію та досвід для задоволення своїх культурних потреб

Джерело: [35; 37; 38; 43; 46]

Отже, за здійсненим аналізом поняття «культурно-пізнавальний туризм» можна визначити, що він з'єднує дві досить тісно пов'язані та гарно доповнені соціальні види діяльності: культуру та туризм..

Культурно-пізнаваний туризм означає, що культурна спадщина викликає національну гордість за свою історію. Культурна спадщина в міжнародному туризмі сприяє повазі та розумінню інших культур і створює

мир і взаєморозуміння [14]. Сьогодні, крім традиційного культурно-пізнавального туризму, в міжнародному туризмі практикуються наступні категорії культурно-пізнавального туризму (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 - Категорії культурно-пізнавального туризму [22]

Категорія	Визначення
1	2
Культурно-пізнавальний туризм	«події» (фестивалі та свята) та активна участь у них протягом століть цікавлять традиційні чи, навпаки, сучасні культурні події
Культурно-етнічний туризм	коли хочеться відвідати рідні міста предків і дізнатися про етнічну культурну спадщину, етнічні тематичні парки та етнічні заповідники
Культурно-етнографічний туризм	мається на увазі інтерес до культури етнічної групи (національності чи народу), інтерес до таких предметів і явищ, як етнічна культура, побут, фольклор, костюм, мова, звичаї, традиції, етнічна творчість.
Культурно-археологічний туризм	національний археологічний інтерес, відвідування археологічних місць, пам'яток старовини, участь в археологічних експедиціях
Культурно-історичний туризм	проявляє інтерес до історії країни, проводить екскурсії історичними будівлями, читає тематичні лекції з національної та етнічної історії.

Продовження табл. 1.3

1	2
Культурно-антропологічний туризм	відвідування країни, здатної задовольнити інтерес туриста до представників етнічних груп з еволюційної точки зору та з метою ознайомлення із сучасною «живою культурою».
Культурно-релігійний туризм	розкриття сутності тієї чи іншої релігії чи релігії народу, відвідування місць паломництва та культових місць, участь у релігійних звичаях, традиціях, обрядах і обрядах.
Культурно-екологічний туризм	сприяє взаємодії культури та природи. інтерес до пам'яток природи та культури, відвідування природних та культурних ансамблів, участь у культурних та екологічних програмах.

Розглянемо докладніше ті підвиди культурно-пізнавального туризму, які представляють інтерес для клієнтів готелів, як один з підвидів відпочинку (табл. 1.4).

Таблиця 1.4 - Види та підвиди культурно-пізнавального туризму [20]

Види та підвиди	Характеристика
1. Культурно-пізнавальний туризм, що пов'язаний зі спадщиною та історією	Головна мотивація подорожей – потреба в новій інформації та досвід історичної чи культурної спадщини. До історичної культурної спадщини відносяться матеріальні (пам'ятники, музеї, історичні місця, скельні комплекси тощо) і нематеріальними (стародавні ритуали, старовинна музика тощо) об'єкти
1.1. Музейний туризм	Головною причиною подорожей є відвідування музеїв, незалежно від їхнього спрямування
1.2. Археологічний туризм	Головною мотивацією подорожей є відвідування об'єктів, які представляють археологічні розкопки або активна участь у розкопках
1.3. Освітньо-культурний туризм	Основним мотивом є вивчення історії того чи іншого місця. Такими зазвичай є шкільні та студентські екскурсії
1.4. Туризм по місцям релігійної спадщини	Основним мотивом є відвідування церков, монастирів, синагог та храмів інших релігій, незалежно від переконань відвідувачів. Цей туризм (на відміну від паломницького) задовольняє естетику відвідувача потребує отримання нової інформації та участі в культурному досвіді мистецтва прояви релігії
1.5. Етно-фольклорний туризм	Основним мотивом подорожі є відвідування місць зі специфікою, інтерес до пізнання історії народних традицій: народної музики і танців, ремесел, обрядів
1.6. Туризм особистої спадщини	Основний мотив подорожі - відвідати місця, де батьки, родичі, жили предки або друзі туриста, незалежно від історичного віку місця призначення

Продовження табл. 1.4

1	2
2. Фестивально-подієвий культурний туризм	Основний мотив подорожі, безумовно, культурна подія (концерт, фестиваль тощо)
2.1. Музичний туризм	Основним мотивом є подорожі концертами, оперними виставами, музичними фестивалями та інші музичні події, незалежно від віку, в якому створена музика та її стиль
2.2. Танцювальний туризм	Основним мотивом подорожей є прояв танцювального мистецтва, незалежно від того, який стиль та вік створення танцю
2.3. Театральний туризм	Головна мотивація – відвідування проявів драматичного мистецтва, незалежно від стилю та віку
2.4. Кінотуризм	Основний мотив подорожі - кіносеанси
3. Культурний туризм за видами мистецтв	Відвідування місць де представлені різні прояви мистецтва

3.1. Образотворче мистецтво	Основним мотивом є відвідування картинних галерей, інсталяцій, скульптур тощо
3.2. Музичний туризм	Головна причина подорожі – відвідування місць, де є регулярні музичні події або батьківщини відомих музикантів
3.3. Літературний туризм	Головна причина подорожі – відвідування місць, де жили письменники, або місць, що були описані у літературних художніх творах
3.4. Архітектурний туризм	Основним мотивом є відвідування емблематичних або унікальних будівель, незалежно від історичного періоду їх побудови
4. Креативний туризм	Головна мотивація подорожей – це активна участь у культурному житті та створенні культури спільно з місцевими громадами
4.1. Фототуризм	Основна мотивація – створення фотографічних зображень, професійних або аматорських, для особистого користування
4.2. Мистецтво-ремісничий туризм	Головна мотивація подорожі – створення творів мистецтва чи ремесел для особистого користування та насолоди від процесу
4.3. Письмовий туризм	Основні мотиви – створення літературних творів та участі в письмових заходах – заняття, майстер-класи, тощо
4.4. Перфоманс туризм	Головна мотивація – брати участь у якості виконавця різноманітних заходів: театральні, музичні, танцювальні тощо
4.5. ICH-related tourism	Креативний туризм, де головною мотивацією є участь у охороні нематеріальної культурної спадщини у всіх її сферах
4.6. Інші види творчої діяльності	Головною мотивацією є творчий досвід
5. Міський культурний туризм	Основним мотивом подорожі є переживання складності міської культури, незалежно від розміру міста
6. Культурний туризм у сільській місцевості	Основним мотивом подорожі є досвід культури малих сіл
7. Колекційний туризм	Основним мотивом подорожі є пошук певних предметів колекціонування – від марок та монет до скам'янілостей та антикваріату
8. Мисливський туризм на знаменитостей	Основний мотив подорожі – побачити наживо чи відвідати місця, де живуть відомі люди культурно-творчих професій або створюють свої твори – кіно, театр тощо

Підвиди культурного туризму, описані вище, мають дуже різні межі, і відвідувачі готелів можуть бути мотивовані відвідати один або кілька напрямків, щоб задовольнити свої культурні потреби. Крім того, мотивація для культурного туризму може поєднуватися з іншими туристичними враженнями. Об'єкти всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, творчі міста ЮНЕСКО та репрезентативний список ЮНЕСКО, європейська культурна спадщина тощо є важливими складовими мотивації для культурного туризму. Культурні маршрути, такі як Шовковий шлях (ЮНЕСКО) і Європейські культурні маршрути, також спонукають до подорожей на великі відстані. Багато

культурних маршрутів включають інші цікаві місця для відвідувачів. Досвід показує, що це актуально для винного туризму, гастрономічного туризму, шопінг-туризму та інших видів туризму, пов'язаних із культурним туризмом у широкому розумінні слова «культура» [20].

## 2 ХАРАКТЕРИСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ ТА АНАЛІЗ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛІ «ВІК ЖАН»

### 2.1 Характеристика середовища функціонування готелю «Вік Жан»

Готельний комплекс «Вік Жан» розташований в тихому районі Дубово міста Хмельницького Кожен гість готелю, може легко дістатися з будь-якої точки міста. Цей готельний комплекс є сучасним діловим та культурним центром міста Хмельницького. Адреса вулиця Хмельницького Березнева 5/1.

Готельні послуги, що надаються даним готелем, відповідають вимогам нормативних документів, таких як Закон України «Про захист прав споживачів». Закон України «Закон про туризм». DST U 4268:2003 «Вимоги до варіантів розміщення»; DST U 4269:2003 «Вимоги до всіх категорій готелів»

Готель «Вік Жан» складається з кількох самостійних корпусів та двох господарських будівель. Номерна база готелю налічує 26 номерів різних категорій і 2 котеджі. Характеристику оснащення номерів у готелі «Вік Жан» наведено у додатку А.

Готель має гарні природні пейзажі та озеро з лебедями. До послуг гостей дві літні альтанки та дві камінні хати з оригінальним народним інтер'єром. Також є конференц-зал на 40 осіб, безкоштовний Wi-Fi та автостоянка.

Для характеристики навколишнього середовища проведемо аналіз зовнішнього середовища готельного комплексу «Вік Жан» (рис. 2.1).

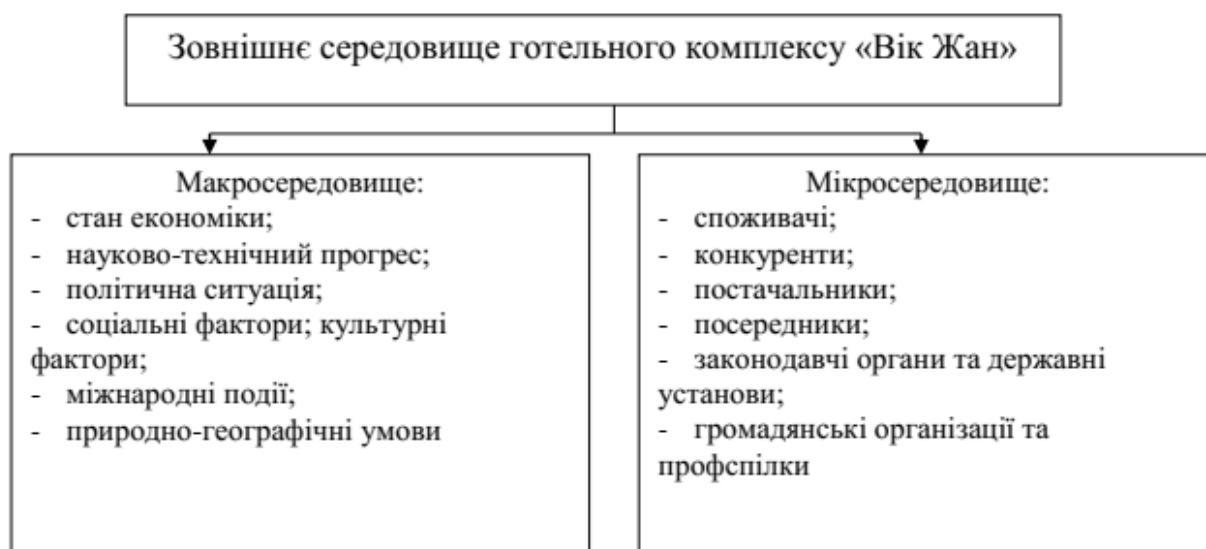


Рисунок 2.1 – Зовнішнє середовище готельного комплексу «Вік Жан»

Аналіз зовнішнього середовища важливий для прогнозування діяльності компанії, створення планів дій у разі виникнення негативних ситуацій, розробки систем попередження про потенційні загрози та розробки стратегій для перетворення загроз у можливості.

Для того, щоб дослідити ринок готельних послуг та вивчити зовнішнє середовище об'єкта потрібно проаналізувати вплив основних факторів зовнішнього середовища (табл. 2.1)

Таблиця 2.1 - Аналіз факторів макросередовища впливу на діяльність готелю «Вік Жан»

Сфера макросередовища	Фактори макросередовища	
	Позитивні	Негативні
Міжнародна	Угода про асоціацію між Україною та ЄС	Вплив Covid-19 на сучасний стан підприємства
Політична	Відсутність мітингів у місті	Нестабільна політична ситуація у країні
Економічна	Підвищення мінімального рівня зарплати	Рівень податків Зниження попиту на послуги
Соціально-демографічна	Збільшення частки трудових ресурсів з вищою освітою на ринку робочої сили	Зменшення чисельності населення в країні Зміна смаків споживачів Підвищення рівня безробіття
Правова	Ліцензування Санітарно-гігієнічні умови	Прийняття нормативних актів, які послаблюють економічне становище підприємств

Екологічна	Концепція комплексного озеленіння м.Хмельницький	Відсутність стандартів переробки
Культурна	Щорічне проведення масових івентів	Невелика кількість об'єктів архітектури, що мають державний статус

Далі необхідно провести аналіз зовнішнього середовища готелю «Вік Жан» за допомогою STEEP-аналізу (табл. 2.9).

Таблиця 2.2 - STEEP-аналіз готелю «ВікЖан»

Фактори	Назва фактора	Оцінка впливу факторів макросередовища за 10-ю шкалою (+/-)
1. Економічні	1.1. Зниження курсу гривні	-8
	1.2. Зростання інфляції	-7
	1.3. Зменшення доходів населення	-6
	1.4. Підвищення цін на пальне	-9
	1.5. Збільшення витрат на рекламу	-5
Разом		-35
2. Соціально-демографічні	2.1. Зниження рівня життя населення	-8
	2.2. Зростання народжуваності	+7
	2.3. Зміни смаків населення стосовно туристичних послуг	-3
	2.4. Міграція населення закордон	-4
Разом		-8
3. Політичні	3.1. Угоди з іншими державами в сфері розвитку туризму	+8
	3.2. Відміна віз в деякі країни	+6
	3.3. Запровадження законів щодо розвитку туристичної сфери	+5
	3.4. Конфлікти та війна на території країни	-10
Разом		+9
4. Технологічні	4.1. Доступність технологій	+5
	4.2. Зростання розвитку новітніх технологій в країні	+6
	4.3. Збільшення інвестицій в технологічний розвиток в країні	+4
	4.4. Впровадження інформаційних технологій в діяльність туристичних підприємств	+7
Разом		+22

5. Екологічні	6.1. Збільшення виробництва екологічних та натуральних продуктів	+5
	6.2. Погіршення екології	-7
	6.3. Погіршення якості води	-8
Разом		-10

Джерело: складено автором на основі проведеного аналізу

На основі STEEP-аналізу впливу факторів макросередовища на діяльність готелю «Вік Жан» встановлено, що на діяльність туристичної компанії негативно впливають економічні чинники, особливо підвищення цін на паливо та зростання в цінах на паливо, падіння курсу гривні.

Негативний вплив на діяльність готелю мають і соціально-демографічні чинники, особливо зниження рівня життя населення.

Саме технологічний фактор має найбільший позитивний вплив на діяльність «Вік Жан», а особливо позитивно впливає впровадження інформаційних технологій у діяльність готелю. Політичні чинники також загалом мають позитивний вплив, а внутрішні військові дії – негативний.

В цілому фактори макросередовища готелю «Вік Жан» мають як негативний, так і позитивний вплив на її діяльність, що свідчить про залежність туристичної компанії від невеликих зовнішніх факторів.

Характеризуючи гостей готелю, можна сказати, що в середньому готель відвідують жителі міста та гості із-за кордону у віці від 18 до 55 років.

Однак, щоб оцінити характеристики споживачів готелів, адміністратори проводять опитування серед постояльців (табл.2.3).

Таблиця 2.3 – Оцінка усіх характеристик споживачів готелю «Вік – Жан»

Параметри	Індикатори	Оцінка
Зміна переваг, потреб, смаків споживачів	1.1. Ступінь зміни потреб споживачів	2
	1.2. Ступінь зміни переваг і смаків споживачів стосовно послуг, що пропонується підприємством	3
Схильність споживачів до послуг підприємства	2.1. Частота відвідування та користування послугами	3
	3.1. Рівень інформованості споживачів про діяльність підприємства	2
Купівельна спроможність споживачів	3.2. Чутливість споживачів до зміни рівня цін на послуги підприємства	2
	3.3. Ступінь лояльності споживачів	3
	3.4. Фінансовий стан споживачів	2

Все, що знаходиться в біля підприємства та його околицях, безумовно, вплине на життя готелю «Вік Жан» і може вплинути на роботу готелю як негативно, так і позитивно. Макросередовище включає загальні фактори, які безпосередньо не впливають на короткострокові показники компанії, але можуть впливати на її стратегічні плани розвитку. Робота компанії залежить від економіки, політики, права, демографії, природи тощо. Ступінь впливу факторів макросередовища на підприємницьку діяльність розглянуто в таблиці 2.3.

Результати оцінки впливу макросередовища на діяльність «Вік Жан» показують, що впливають такі фактори, як розвиток громадського харчування та рівень суспільної підтримки перед керівництвом готелю.

У той час як інфляція, податкові ставки та політична невизначеність ускладнюють бізнес-операції, а програми, законодавство, населення та інші позитивні інновації зараз навпаки позитивно впливають на розвиток готельного господарства.

Отже, незалежно від політичної ситуації та військових дій в країні, готель «Вік Жан» спокійно конкурує на ринку готельних послуг.

Необхідно визначити можливі перспективи і наявні проблеми готелю на ринку, для цього необхідно визначити сильні та слабкі сторони готелю «Вік Жан» (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Сильні та слабкі сторони готелю «Вік Жан»

Елемент середовища	Сильні сторони	Слабкі сторони
Виробництво основних і додаткових послуг	Достатньо широкий асортимент послуг Можливість впровадження інновацій	Зростаючий конкурентний тиск
Персонал	Кваліфікований персонал Курси, тенінгидля персоналу	Недостатня мотивація співробітників
Інновайно-інвестиційна діяльність	Потенціал впровадження інноваційних технологій	Неефективна інноваційна політика
Маркетинг	Цінові переваги на ринку	Непродумана маркетингова політика Відсутність власного Web - сайту
Управління	Низька плинність кадрів Оптимальна організаційна структура	Відсутність чіткої стратегії
Фінанси	Високий рівень рентабельності	Низькі показники абсолютної, проміжної, швидкої ліквідності

SWOT-аналіз завжди був одним самих найефективніших та успішних інструментів, щоб визначати рівень конкурентоспроможності підприємства [36]. Результати проведення SWOT-аналізу наведені у табл. 2.5.

Таблиця 2.4 - SWOT-аналіз для готелю «Вік Жан»

	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
	Гарне місце розташування Професійний персонал Значний досвід роботи на ринку туристичних послуг Стабільне економічне становище	Залежність від сезонності Незначний асортимент додаткових послуг Низький рівень реклами в Інтернеті
Можливості (O)	SO	WO
Впровадження нових туристичних пропозицій Розробка системи бонусів для постійних клієнтів Впровадження нових додаткових послуг	Розробка системи бонусів та знижок для постійних клієнтів Підвищення рівня надання послуг клієнтам Розробка та надання додаткових послуг	Модернізація номерів готелю (покращення оснащення номерів)
Загрози (T)	ST	WT

Падіння рівня доходів населення Зростання цін на пальне, що впливає на вартість номеру Військові дії Інфляція та падіння курсу гривні	Розробка турів для різних сегментів ринку Впровадження послуг ділового туризму	Розробка системи просування туристичних продуктів та послуг туристичного підприємства в мережі Інтернет Покращення системи маркетингу
--	---	--

Джерело: складено автором на основі проведеного аналізу

Здійснений SWOT-аналіз показав, що для того, щоб покращити роботу готелю «Вік Жан» необхідно вживати наступні заходи:

- впроваджувати послуги ділового туризму;
- розширити асортимент додаткових послуг;
- покращувати систему маркетингу у готелі;
- розробити систему просування готелю в мережі Інтернет.

Саме завдяки запропонованим заходам готель «Вік Жан» зможе покращити ефективність своєї діяльності на ринку туристичних послуг.

## 2.2 Організаційно-економічна характеристика готелю «Вік Жан»

Готель відкрився 1.04.2006 році. Станом сьогодні він не дуже молодий, але з кожним роком активно розвивається. Готель створений для тихого та комфортного відпочинку та задовольнить усі Ваші потреби. «Вік Жан» завжди приймав іноземних гостей і це досі залишається його головною особливістю.

За формою власності готель «Вік Жан» є приватною компанією.

Сам готель має площу основної забудови 707,7 квадратних метрів і налічує номери економ, номери люкс, номери комфорт, 2 котеджі, одно- та двомісні номери.

Загальний аналіз житлового фонду готельного комплексу «Вік-Жан» наведено в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5 – Аналіз житлового фонду готелю

Показники	Роки
-----------	------

	2021	2022	2023
Загальна площа, м <sup>2</sup>	4990	4990	4990
Жила площа усіх номерів, м <sup>2</sup>	100	140	170
Місткість, місць	40	45	50
Кількість усіх номерів, з них:	23	26	28
- одномісних	5	6	7
- двомісних	10	12	14
- економ	4	3	2
- класу «Люкс»	1	1	1
- класу «Комфорт»	1	2	2
- котедж	2	2	2

Як бачимо, що у період військового становища в країні збільшилась кількість одномісних та двомісних номерів, за здійснено за рахунок перебудови номерів економ класу із зростанням попиту на номери вищого класу.

Усі номери в готелі поділяються на шість категорій: Економ, Стандартний одномісний номер, Двомісний номер, Комфорт, Люкс і Два котеджі. Усі номери готелю оформлені в класичному стилі. Дизайн усіх номерів і котеджів виражає комфортне проживання, спокійні кольори та елегантну елегантність. В дизайні використовуються тільки натуральні матеріали, зручні та елегантні меблі, доповнені предметами декоративного мистецтва, що створює доброзичливу атмосферу для клієнтів цього будинку та приймає їх у готель «Вік - Жан».

Сніданок також входить у вартість номера. Також готель пропонує своїм клієнтам додаткові послуги, але за окрему плату. Ці послуги:

- трансфери між вокзалами та готелем.
- послуги з прання та прибирання.
- цілодобове обслуговування номерів.
- бронювання та продаж квитків міжнародних та внутрішніх авіаліній, автобусних та залізничних квитків.

Характеристика технічного оснащення всіх номерів і котеджів готелю «Вік Жан» наведена в таблиці 2.6. Ви побачите, що зручності в номерах готелю майже однакові.

Таблиця 2.6 – Характеристика технічного оснащення номерів та котеджів у готелі «Вік Жан»

Технічне оснащення	Економ	Стандарт одномісний	Двомісний номер	Комфорт	Люкс	Котедж
	Наявність / кількість шт.					
Двері і замки						
Двері	1 шт.					
Замок з внутрішнім запобіжником	1 шт.					
Освітлення						
Загальне освітлення номеру	+	+	+	+	+	+
Світильник біля ліжка	1 шт.	1 шт.	2 шт.	2 шт.	3 шт.	3
Електророзетки						
Не менше 2-х на кімнату	+	+	+	+	+	+
У санвузлі	+	+	+	+	+	+
Телевізор						
Телевізор з плоским екраном	+	+	+	+	+	+
Кондиціонер						
Кондиціонер з пультом керування	+	+	+	+	+	+

Кожна галузь, кожна країна і навіть малий і середній бізнес мають свої базові коефіцієнти, до яких потрібно прагнути. Наступним етапом аналізу готельного підприємства є вивчення та детальний аналіз основних техніко-економічних показників (табл. 2.7)

Таблиця 2.9 – Основні техніко-економічні показники готельного комплексу «Вік – Жан»

№	Показники	Од. виміру	Роки			Темпи зміни, %	
			2021	2022	2023	2022/2021	2023/2022
1	Чиста виручка від реалізації послуг	тис. грн.	1613,4	2016,74	2200	136,36	109,09
2	Повна собівартість послуг	тис. грн.	1408	1760	1870	132,81	106,25
3	Прибуток від реалізації	тис. грн.	130,76	170,94	220	168,25	128,70
4	Чистий прибуток / збиток	тис. грн.	114,94	148,94	184,8	160,78	124,08
5	Середньооблікова чисельність працівників	чол.	28	31	36	110,71	116,12
6	Фонд заробітної плати	тис. грн.	721,2	854,4	891,0	118,46	104,28
7	Середньомісячна заробітна плата	грн.	6010,0	7120,0	8250,0	118,46	115,87
8	Рентабельність послуг	%	8,16	8,46	9,88		

Розглянемо більш конкретно результати фінансової діяльності готелю «Вік Жан».

Показники фінансової діяльності та прибутку (рис.2.2.)

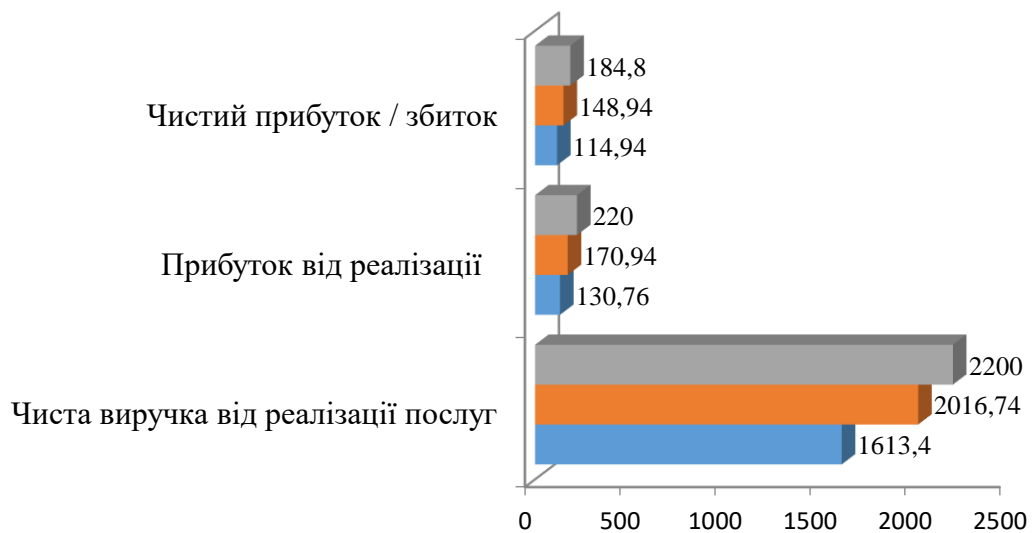


Рисунок 2.2 – Фінансові результати готелю «Вік Жан» протягом 2021 – 2023 р., тис.грн.

Можна побачити, що чиста виручка від реалізації послуг готелю «Вік Жан» протягом аналізованого періоду тільки зростає, у порівнянні 2023 року до 2022 зросла на 109,09%, що дещо менше ніж у 2022 році – 136,36%.

Прибуток від реалізації щорічно збільшується 2022 році в порівнянні з попереднім роком та зростає у 2023 році в порівнянні з попереднім роком, і становить у 2021 р. – 130,76 тис.грн., у 2022 р. – 170,94 тис.грн., у 2023 р. – 220,0 тис.грн.

Чистий прибуток готелю «Вік Жав» змінюється так само. Прибуток від реалізації, і становить у 2021 р. – 114,94 тис.грн., у 2022 р. – 148,94 тис.грн., у 2023 р. – 184,8 тис.грн.

Повна собівартість послуг готелю «Вік Жан» на протязі 2021 – 2023 р. наведено на рис. 2.3.

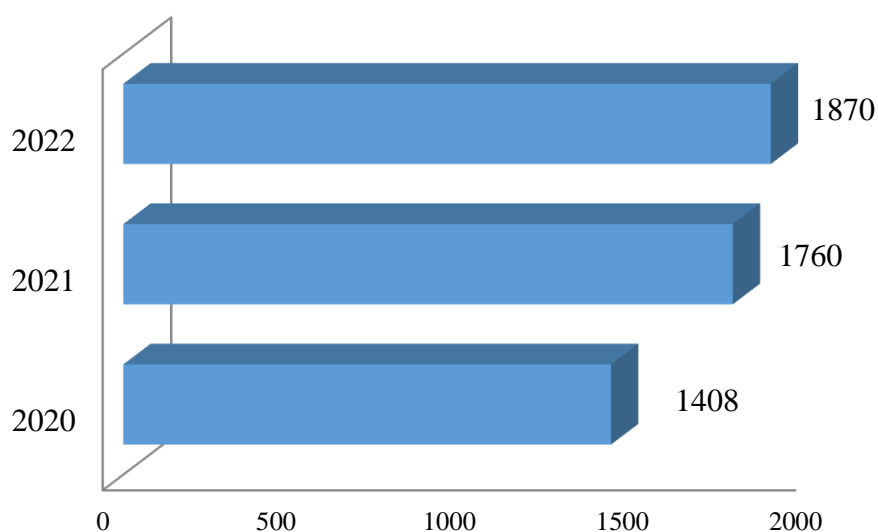


Рисунок 2.3 – Повна собівартість послуг готелю «Вік Жан» протягом 2021 – 2023 р., тис.грн.

Повна собівартість послуг також постійно зростає з 2021 по 2023 роки, і становить у 2021 р. – 1408,0 тис.грн., у 2022 р. – 1760,0 тис.грн., у 2023 р. – 1870,0 тис.грн.

Зросла і середньооблікова чисельність працівників у готелі «Вік Жан» протягом 2021–2023 рр. постійно зростала із розвитком самого підприємства. У 2020 році - 28 чол., до 36 чол. у 2022 році.

Фонд заробітної плати у готельному комплексі «Вік Жан» постійно зростає, у порівнянні із 2022р., у 2023 р. зріс на 104,28 % (рис. 2.4).



Рисунок 2.4 – Фонд заробітної плати готель «Вік Жан» за 2021 – 2023 р., тис.грн.

Рентабельність в 2022 році також зростає на 0,5% в порівнянні з 2021 роком, а в 2023 році зросла на 1,42% в порівнянні з 2021 роком.

Тому, можна зробити висновок, що готель «Вік Жан» активно розвивається, існує постійна позитивну динаміку збільшення прибутку тим самим доказуючи, що і у період воєнного стану в країні можливо активно працювати.

### 2.3 Особливості організації послуг дозвілля в готелі «Вік Жан»

Трансформація потреб туриста у відпочинку в задоволенні від відпочинку та подорожі, а також зростання бажання туриста призвели до надання готельних послуг на основі використання системи взаємодії

середовища гостинності: матеріально-технічної бази, природного і культурно-історичного комплексів, рекреаційної бази і обслуговуючого персоналу.

Послуги з організації дозвілля тепер займають одне із основних місць. Потреби туриста - це якісні характеристики стану туриста перед поїздкою і виражають його бажання змінити цей стан (свідомо чи несвідомо) на краще для себе. Наприклад, ви хочете відновити фізичні сили, душевну рівновагу, спокій і новизну, отримати емоційний настрій і естетику.

Задоволеність туристів подорожами та відпочинком визначається трьома важливими взаємозалежними та взаємовизначаючими факторами:

- відчуття здійснення бажань, мрій, сподівань (цілей) від подорожі);
- відчуття комфорту;
- відчуття безпеки в індустрії гостинності.

Щоб запропонувати своїм клієнтам більш широкий спектр розваг готель «Вік Жан» організовує анімаційні послуги, що складаються з різноманітних видів розважально-розвивальних заходів. Існують деякі аспекти організації анімаційної служби готелю, які варто розглянути більш детально.

Розважальні програми готелю пропонують широкий спектр заходів. У ресторані, що знаходиться на території готелю організують тематичні вечірки, такі як дискотеки, жива музика, тематичні шоу та художні виставки.. Дискотека пропонує гостям можливість весело провести час і потанцювати під музику різних жанрів. Жива музика від професійних музикантів і груп створює особливу атмосферу і створює можливість насолодитися якісною музикою. Тематичні шоу з музичними, танцювальними, акробатичними та комедійними номерами залишають незабутні враження. У готелі також проводяться художні виставки, де можна помилуватися творчими роботами з різних мистецьких жанрів. Ці розважальні програми створюють динамічну та захоплюючу атмосферу, дозволяючи насолоджуватися різноманітними розвагами та веселощами під час перебування в готелі.

У готелі також є конференц-зал. Конференц-зал використовується для проведення різноманітних заходів, таких як зустрічі, семінари, ділові

переговори. У рамках анімаційних послуг в готель запрошують професійних ведучих, які забезпечують безперебійну роботу кожної події, проводять інтерактивні заходи, які сприяють співпраці та створюють позитивну командну динаміку. Крім того, готель також може організувати екскурсії та тематичні програми, які змусять учасників відпочити та збагатити свій досвід.

Готель організовує різні анімаційні послуги, групові заняття, майстер-класи. Організація послуг готелю «Вік Жан» спрямована на надання гостям широкого спектру розваг та незабутніх вражень, задоволення різноманітних потреб та створення комфортної атмосфери під час перебування в готелі.

### 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛІ «ВІК ЖАН»

#### 3.1 Проектування нового культурно-пізнавального туру по Україні

В проведеному у попередньому розділі роботи дослідження визначено, що готель «Вік Жан» активно розвивається, проводить анімаційні послуги, але культурно-пізнавальними послугами майже не займається.

У готель постійно приїжджають групи туристів, які ніколи не перебували у м. Хмельницький та у Хмельницькій області. Тому для більш цікавого та продуктивного перебування гостей в готелі можна запропонувати вже розроблені на вибір гостя екскурсійні тури по місту, області та країні в цілому.

Екскурсійна поїздка є різновидом культурно-пізнавального туризму, тому що під час подорожі відбувається відвідування різноманітних визначних пам'яток, історико-культурних, природних та архітектурних пам'яток, дегустація тощо з культурно-освітньою метою.

Україна багата на історичні та культурні пам'ятки. Немає необхідності їхати в інші країни, щоб побачити архітектурні дива, такі як замки, форти, палаци та унікальні храмові споруди. Досить хоча б раз зважитися на подорож, особливо знаючи, куди і з ким ви ідете.

Пропонуємо готелю «Вік Жан» скористатись послугами туристичного агентства «Ніка Тур Вояж».

ТА «Ніка Тур Вояж» - одне з туристичних агентств міста Хмельницького. Команда туристичної агенції успішно надає туристичні послуги внутрішнім, міжнародним та приїжджим туристам. Головний офіс знаходиться за адресою: Адреса: м. Хмельницький, вул. Володимирська, каб.79

Основна мета компанії - дати можливість туристам вибрати найзручніший спосіб відпочинку в різних куточках світу і, звичайно ж,

вибрати місце відпочинку, яке відповідає настрою і фінансовим можливостям клієнта. Такий рівень сервісу дозволяє людям довіряти співробітникам турфірми, а маршрут подорожі буде складатися індивідуально з урахуванням побажань та інтересів.

Загалом «Ніка Тур Вояж» пропонує широкий спектр послуг у туристичній сфері.

Компанія організовує індивідуальні та групові поїздки практично в усі країни світу, забезпечує діловий туризм, прийом та супровід іноземних туристів та делегацій на території України.

Крім того, туристична агенція Ніка Тур Вояж здійснює страхування мандрівників, які виїжджають за кордон або в Україну на підставі агентських договорів зі страховими компаніями.

Внутрішній туризм пропонує послуги з організації сімейних поїздок до кемпінгів, пансіонатів, санаторіїв, котеджів та приватних садиб.

Досягнення цієї мети вимагає постановки та виконання ряду завдань командою експертів «Ніка Тур Вояж»:

- створення різноманітних і високоякісних туристичних продуктів
- ведення ефективної взаємодії з туроператорами
- забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів на основі диференційованого підходу до різних груп клієнтів
- успішна співпраця з іноземними партнерами

Усі вищевказані завдання виконуються успішно. Позитивні та вдячні відгуки клієнтів свідчать про високу якість та різноманітність турпродуктів, високий рівень обслуговування населення, що базується на диференційованому підході до різних груп клієнтів та успішну співпрацю з іноземними партнерами.

Пропонуємо туристичному агенству «Ніка Тур Вояж» для розширення географії турів по Україні, розробити новий культурно пізнавальний тур «Незвідане Поділля: МЕДЖИБІЖ, ЛЕТИЧІВ, ЗІНЬКІВ, СУТКІВЦІ, МАЛІЇВЦІ» для гостей готелю «Вік Жан».

В табл. 3.1 подано характеристику нового культурно-пізнавального «Незвідане Поділля».

Таблиця 3.1 Характеристика нового культурно-пізнавального туру «Незвідане Поділля»

Критерії	Опис туру
Вид туризму	Внутрішній
Класифікація туризму:	
- за цілями	Культурно-пізнавальний
- за ступенем мобільності	Змішаний
- за формою участі	Груповий
- за віком	Різні вікові категорії
- за протяжністю	Ододенний
- за використанням транспортних засобів	Автобусний
Час проведення	
Загальна кількість турів в місяць	3 тури на місяць
Загальна кількість турів на рік	18 турів на рік
За формою організації	Груповий
Кількість осіб в групі	20 осіб
Протяжність туру	1 день
Тип маршруту	Кільцевий
Туристичні ресурси	Замки та Палаці Хмельницької області

Джерело: складено автором

Маршрут нового культурно-пізнавального туру наступний:

Хмельницький → Маліївці → Зіньків → Сутківці → Летичів →  
Меджибіж → Хмельницький

В табл. 3.1 подано основні об'єкти відвідування протягом нового туру.

Таблиця 3.1 - Основні об'єкти відвідування під час нового культурно-пізнавального туру «Незвідане Поділля»

Місто	Назва культурно-історичної пам'ятки	Тривалість перебування
Маліївці	Відвідування колишньої резиденції Орловський	1 година
Маліївці	Малієвецького водоспаду	1,5 година
Маліївці	Михайлівської церкви XVIII ст.,	45 хв.
Зіньків	Костьол св. Трійці	45 хв.
Зіньків	Дегустація знаменитої «Чорної ковбаси»	1,5 година
Сутківці	Оборонна церква-фортеця XV ст.	45 хв.
Летичів	Летичівський замок	1,5 година

	Домініканським оборонний собор	
Меджибіж	Меджибіжський замок	1,5 година

Джерело: складено автором

Технологічна карта культурно-пізнавального туру «Незвідане Поділля» подана у табл. 3.2.

Таблиця 3.2 - Технологічна карта культурно-пізнавального туру «Незвідане Поділля»

Місяць року	Кількість туристів в місяць	Графік заїзду туристських груп за датами місяця	Кількість груп в місяць
Липень	60	05.07. 12.07. 23.07.	3
Серпень	60	07.08. 14.08. 20.08.	3
Вересень	60	05.09. 12.09. 22.09.	3
Жовтень	60	02.10. 12.10. 18.10.	3
Листопад	60	03.11. 15.11. 22.11.	3
Грудень	60	03.12. 12.12. 18.12.	3

Джерело: складено автором

Термін туру: 1 ден, протяжність 16 годин.

Початок обслуговування першої групи на маршруті: 05.07. 24

Початок обслуговування останньої групи на маршруті: 03.12. 24

Закінчення обслуговування останньої групи на маршруті: 18.12. 24

В табл. 3. 3 подано графік завантаження туристичного підприємства «Ніка Тур Вояж» на маршруті «Незвідане Поділля».

Таблиця 3.3 - Графік завантаження туристичного підприємства «Ніка Тур Вояж» на маршруті «Незвідане Поділля»

Номер групи туристів	Номер маршруту у туристського підприємства	Дати обслуговування																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
Липень																																	
1	62			x																													
2	62											x																					
3	62																							x									
Серпень																																	
4	62					x																											
5	62												x																				
6	62																						x										
Вересень																																	
7	62			x																													
8	62											x																					
9	62																							x									
Жовтень																																	
10	62	x																															
11	62											x																					
12	62																						x										
Листопад																																	
13	62		x																														
14	62															x																	
15	62																							x									
Грудень																																	
16	62		x																														
17	62											x																					
18	62																						x										

Джерело: складено автором

Програма нового культурно-пізнавального туру «Незвідане Поділля» подана в табл. 3.4.

Таблиця 3.4 - Програма туру «Незвідане Поділля»

День	Програма
------	----------

1 день	06:00 Збір групи біля у головного входу у готель «Вік Жан». Виїзд до смт. Маліївці. 07:00 Прибуття в смт. Маліївці. Відвідування колишньої резиденції Орловський 8.00 Відвідування Малісвецького водоспаду 09.00 Михайлівської церкви XVIII ст 10:00 Виїзд до смт. Зіньків 11:00 Прибуття в смт. Зіньків, відвідування Костьолу св. Трійці 12.00 Дегустація знаменитої «Чорної ковбаси» 13:30 Виїзд до смт. Сутківці. Оборонна церква-фортеця XV ст. 14:30 Виїзд до смт. Летичів 15:30 Приїзд в м. Летичів, обід в кафе міста 17:00 Відвідування Летичівського замку, Домініканський оборонний собор 18:00 Виїзд до м. Меджибож 18:30 Приїзд до м. Меджибож та відвідування замку 20:00 Виїзд до м. Хмельницький 21:00 Приїзд до м. Хмельницький
--------	--

Джерело: складено автором

Проведемо розрахунок вартості нового туру «Незвідане Поділля» (табл. 3.5).

Таблиця 3.5 -Розрахунок вартості нового туру «Незвідане Поділля»

Назва статті	Вартість на 1 особу / грн.	Кількість, осіб в групі	Загальна вартість, грн.
1. Вартість транспортного обслуговування	310	20	6200
2. Екскурсійна програма та послуги гіда:	250	20	5000
2.1. Резиденція Орловський	35	20	700
2.2. Малісвецький водоспад	45	20	900
2.3. Михайлівська церква XVIII ст	50	20	1000
2.4. Костьол св. Трійці	35	20	700
2.5. Оборонна церква-фортеця XV ст.	30	20	600
2.6. Домініканський оборонний собор	25	20	500
2.7. Замок «Меджибож»	30	20	600
3. Інші затрати	40	20	800
4. Виробнича собівартість	600	20	12000
5. Прибуток туристичного агентства (30%)	180	20	3600
6. Вартість ваучера	780	20	15600
7. ПДВ (20%)	156	20	3120
8. Загальна вартість туру*	936	20	18720

Джерело: складено автором

Отже, загальна вартість нового культурно-пізнавального туру «Незвідане Поділля» на 1 туриста становить 936,0 грн. Загальна вартість туру на групу із 20 туристів буде дорівнювати 18720,0 грн.

Таким чином, за умови максимального завантаження на маршруті за рік (18 груп) дохід від нового туру буде становити:

$$18 \times 18720,0 = 336960,0 \text{ грн.}$$

Прибуток туристичного підприємства тільки за умов максимального завантаження за рік на даному маршруті буде становити:

$$18 \times 3600,0 = 64800,0 \text{ грн.}$$

Отже, новий культурно-пізнавальний тур «Незвідане Поділля» буде прибутковим і принесе додатковий прибуток туристичному агенству «Ніка Тур Вояж»».

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. Київ: Вид. - поліграф. центр «Київський університет», 2013. 216 с.
2. Гнідик І. Інноваційні підходи у сфері історико-культурної спадщини у контексті сталого розвитку суспільства URL: [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/-ntb/45720/2/2019\\_Hnidyk\\_I-Innovatsiini\\_pidkhody\\_u\\_sferi\\_21-23.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/-ntb/45720/2/2019_Hnidyk_I-Innovatsiini_pidkhody_u_sferi_21-23.pdf)
3. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Європейський та український досвід використання цифрових технологій у сфері культури URL: <https://aei.org.ua/ievropejskij-ta-ukrainskijdosvid-v/>
5. Значення та роль культурно-пізнавального туризму в організації туристичної діяльності URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/27708/1/p529.pdf>
6. Інституційні та правові проблеми збереження культурної спадщини URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/instituciyni-tapravovi-problemi-zberezheniya-kulturnoi>
7. Історико-культурна спадщина: можливості та виклики URL: <https://www.prostir.ua/?news=istoryko-kulturna-spadschyna-mozhlyvosti-ta-vyklyky>
8. Історико-культурна спадщина України у цивілізаційному діалозі URL: <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2017/jun/4607/lsmatlay.pdf>
9. Історико-культурний туризм та розвиток туристичних міст URL: [https://tourlib.net/statti\\_tourism/vancinshen.htm](https://tourlib.net/statti_tourism/vancinshen.htm)
10. Квартальнов В.А. Туризм: підручник / В.А. Квартальнов. – К.: Фінанси та статистика, 2014. – 336 с.

11. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму : підручник / В.К. Кіптенко. – К.: Знання, 2010. - 502 с.
12. Коник А. «Історична пам'ять» та «політика пам'яті» в епоху медіа культури // Вісник Львівського університету, 2009. – Вип. 32. – С. 158.
13. Культурна спадщина України у формуванні історичної пам'яті народу URL: [http://history.org.ua/JournALL/kraj/kraj\\_2014\\_1/19.pdf](http://history.org.ua/JournALL/kraj/kraj_2014_1/19.pdf)
14. Куропась І. Культурна спадщина – джерело енергії для творчості та інновацій URL: <https://www.prostir.ua/?news=kulturna-spadschyna-dzhereloenerhiji-dlya-tvorchosti-ta-innovatsij>
15. Луцький замок Любарта URL: <https://planetofhotels.com/guide/ru/ukraina/luck/luckiy-zamok>
16. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг: навч. посіб К.: 2009. - 263 с.
17. Мальська М.П. Країнознавство: теорія та практика К.: Центр учбової літератури, 2012. - 528 с.
18. Немець Л.М. Соціально-демографічні та історико-культурні фактори розвитку туризму // Культура народів Причорномор'я, 2009. -№ 176. - С. 145-147.
19. Об'єкти всесвітньої спадщини ЮНЕСКО в Україні URL:<https://www.ukraine-is.com/uk/obyekti-yunesko-v-ukra%20%D1%97ni/>
20. Острог. Замок Острозьких URL: <https://kolokray.com/uk/f/ostrog-zamokostrozhskih-xiv-xviiivv-.html>
21. Поливач К.А. Культурна спадщина та її вплив на розвиток регіонів України / К.А. Поливач. - К.: Інститут географії регіонів НАН України, 2012. 208 с.
22. Погуда Н.В., Розметова О.Г. Сучасний стан туристичного ринку України: оцінка та перспективи розвитку //Журнал «Ефективна економіка», 2018. - Вип.10. - С. 48-52.

23. Проект «Концепція захисту Культурної спадщини України» URL: <http://kyiv-heritage.com/page/koncepciya-strategii-zakhistu-kulturnoi-spadschiniukraini>
24. Радіонова О.М., Добрянська А.Ю. Аналіз розвитку культурнопізнавального туризму в Україні / О.М. Радіонова, А.Ю. Добрянська // Економіка та управління національним господарством. – 2019. – №47-1. - С. 73-78.
25. Рябова Т.А. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні // Журнал «Ефективна економіка», 2018. - Вип. 4. - С. 25-29.
27. Український культурний фонд. Культурний туризм - непрості відносини URL: <http://dialog.lviv.ua/kulturniy-turizm-neprostri-vidnosini>
28. Федорова Л.Д. Пам'ятки монументального мистецтва. Проблеми збереження історико-культурної спадщини Києва / Л.Д. Федорова // Київ: Ін-т історії України НАН України, 2009. С. 245-246
29. Шандор Ф.Ф., Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму: підручник. К.: Знання, 2013. 334 с.
30. American Institute for Conservation URL: <https://www.culturalheritage.org/>
31. Cultural Heritage and Tourism Development. – Madrid: WTO, 2017.
32. Cultural Tourism –concerning the definition URL: [http://www.turystykakulturowa.org/pdf/2008\\_11\\_01EN.pdf](http://www.turystykakulturowa.org/pdf/2008_11_01EN.pdf)
33. Cultural Tourism: Definitions and Typology – A Research Note. URL: <https://deliverypdf.ssrn.com/delivery.php>
34. Cultural tourism in the EU macro-regions: Cultural Routes to increase the attractiveness of remote destinations URL: <https://rm.coe.int/routes4u-manualattractiveness-remote-destination-cultural-tourism/16809ef75a%0A%0A>
35. Cultural Tourism Market by Type, Category, and Geography – Forecast and Analysis 2021-2025 URL: <https://www.technavio.com/report/cultural-tourismmarket-industry-analysis>

36. Cultural Tourism: 20 World Cities That Cannot Be Surpassed By Any Other In 2022 URL: <https://traveltriangle.com/blog/cultural-tourism/>
37. Defining Cultural Tourism URL:  
<https://iicbe.org/upload/8607DIR1216411.pdf>
38. ICOMOS international cultural tourism committee URL:  
<https://www.icomosictc.org/>
39. MediaPort. Внутрішній туризм в Україні: перешкоди і перспективи URL:  
<https://www.mediaport.ua/vnutrishniy-turizm-v-ukrayini-pereshkodi-iperspektivi>
40. The 10 Most Popular Cultural Attractions in the World URL:  
<https://www.rd.com/list/most-popular-cultural-attractions-in-the-world/>
41. UNWTO. Tourism and Culture URL: <https://www.icomosictc.org/>
42. What is Cultural Tourism? – Basic Information URL:  
<https://dos.myflorida.com/cultural/info-and-opportunities/resources-by-topic/culturaltourism-toolkit/what-is-cultural-tourism-basic-information/>