

**Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II**

**Кафедра географії та туризму**

Реєстраційний № \_\_\_\_\_

**Кваліфікаційна робота**

**Аналіз впливу пандемії COVID-19 на діяльність ГТК "Мигово"  
(Берегометська ОТГ, Чернівецька обл.)**

**Іпатій Андрій Володимирович**

Студент IV-го курсу

Освітня програма 014 Середня освіта (Туризм)

Ступінь вищої освіти: бакалавр

Тема затверджена Вченою радою ЗУІ

Протокол № 2 від 31 березня 2022 року

Науковий керівник:

Моца Андрій Андрійович,

к.ю.н., доцент кафедри географії та туризму

Завідувач кафедри географії та туризму: **Молнар Йосип Йозефович**

**к.г.н., доцент**

Робота захищена на оцінку \_\_\_\_\_, «\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 року

Протокол № \_\_\_\_\_ / 2022

**Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II**

**Кафедра географії та туризму**

**Кваліфікаційна робота**

**Аналіз впливу пандемії COVID-19 на діяльність ГТК "Мигово"  
(Берегометська ОТГ, Чернівецька обл.)**

Ступінь вищої освіти: бакалавр

Виконав: студент IV-го курсу

Іпатій Андрій Володимирович

Освітня програма 014 Середня освіта (Географія)

Науковий керівник: Моца Андрій Андрійович,  
к.ю.н., доцент кафедри географії та туризму

Рецензент: Щука Галина Петрівна,  
д.п.н., професор кафедри географії та туризму

Берегове-2022

## ЗМІСТ

РОЗДІЛ I – ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ.....	8
1.1. Поняття гірськолижних туристичних курортів. Класифікація курортів в Україні та світі.....	8
1.2.1 Пандемія COVID-19. Вплив пандемії на туризм, діяльність туристичних підприємств та гірськолижних туристичних курортів.....	13
1.2.2 Діяльність та режим роботи гірськолижних туристичних курортів в період пандемії COVID-19.....	15
1.3. Загальна характеристика гірськолижно-туристичного комплексу «Мигово».....	18
РОЗДІЛ II – АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПЛЕКСУ В ЗИМОВИЙ СЕЗОН 2019/20.....	29
2.1 Аналіз кола відвідувачів на основі анкетного опитування (зимовий сезон 2019/20).....	29
2.2 Загальний портрет споживача зимового сезону 2019/20.....	34
РОЗДІЛ III – АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ.....	36
3.1 Характеристика літнього сезону 2020 року.....	36
3.2 Аналіз кола відвідувачів в коронавірусний зимовий сезон 2021/22.....	40
3.2.2 Визначення портрету споживача 2021/22 р.р.....	50
3.3 Власні рекомендації щодо вдосконалення роботи курорту.....	51
ВИСНОВКИ.....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	56
ДОДАТКИ.....	58
СПИСОК РИСУНКІВ.....	60

## **II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola**

### **Földtudományi és Turizmus Tanszék**

# **A COVID -19 JÁRVÁNY HATÁSÁNAK ELEMZÉSE A MIHOVO ÜDÜLÉSI- KÖZPONT TEVÉKENYSÉGÉRE (BEREHOMETI KISTÉRSÉG, CSERNYIVCI MEGYE)**

Szakdolgozat

Képzési szint: alapképzés

**Készítette:** Ipátij Ándrij

IV. évfolyamos hallgató

**Képzési program:** 014 Középiskolai oktatás (Földrajz)

**Témavezető:** Moca Andrij,

docens, a jogtudományok kandidátusa

**Recenzens:** Scsuka Halina,

professzor, a pedagógia tudományok doktora

# TARTALOMJEGYZÉK

ELSŐ FEJEZET- ELMÉLETI ALAPOK.....	8
1.1. A síparadicsomok fogalma. az üdülőhelyek típusai Ukrajnában és a világban.....	8
1.2.1 Covid-19 és a világjárvány hatása a síparadicsomok turisztikai működésére.....	13
1.2.2 A síparadicsomok működése a világjárvány ideje alatt.....	15
1.3. “Mihovo” síparadicsom általános jellemzői.....	18
MÁSODIK FEJEZET - A SÍPARADICSOM MŰKÖDÉSÉNEK ELEMZÉSE A 2019-S-20-AS TÉLI SZEZONBAN .....	29
2.1 A 2019-es-20-as téli szezon vendégek körének vizsgálata úrlap segítségével.....	29
2.2 A 2019-es-20-as téli szezon fogyasztóinak általános jellemzése .....	34
HARMADIK FEJEZET- A VILÁGJÁRVÁNY ALATTI MŰKÖDÉSÉNEK ELEMZÉSE .....	36
3.1 A 2020-as nyári szezon jellemzői.....	36
3.2 A 2021-es-22es téli (kovidos) szezon vendégek körének vizsgálata. ....	40
3.2.2 A fogyasztó jellemzői 2021-2022-ben .....	50
3.3 Saját ajánlatok a síparadicsom működésének fejlesztési céljából.....	51
ÖSSZEFOGLALÓ .....	54
A FELHASZNÁLT IRODALOM JEGYZÉKE .....	56
FÜGGELÉKEK .....	58
ÁBRÁK JEGYZÉKE .....	60

## ВСТУП

Вигідне географічне положення України і наявність сприятливих факторів, дозволяють стверджувати про значні перспективи розвитку туризму. Однак, маючи великий потенціал, Україна не розвиває ринок туристичних послуг в повному обсязі, хоча є однією з провідних країн Європи за рівнем забезпеченості природними та історико-культурними ресурсами. Туризм є пріоритетним напрямком розвитку економіки в світі. Він слугує фінансовим доходом для тої чи іншої країни. Протягом останніх років на світовому рівні збільшився туристичний попит на гірськолижний туризм. Україна у цьому плані не стала винятком, оскільки через географічне розташування, природньо-кліматичні умови та рельєфну різноманітність вона має можливість розвивати даний вид активного туризму.

Гірськолижний туризм та доходи від нього сприяють розвитку гірських територій та регіонів. На сьогоднішній день в Україні не приділяється належна увага розвитку гірськолижного туризму, проте він є економічно вигідним в деяких країнах світу. Наслідком є технологічно застаріле обладнання на курортах, низька якість надання послуг, нераціональне та недостатнє використання можливостей вже існуючих гірськолижних курортів, нездатність задовільнити зростаючий попит на гірськолижний відпочинок. [1] *Гірські курорти (розділ з книги "Курорти") Роберт Крісті Мілл. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://tourlib.net/books\\_ukr/resort.htm](http://tourlib.net/books_ukr/resort.htm), / – Назва з екрана 20.09.21*

Гірськолижний туризм відноситься до спеціальних видів туризму, так як є комбінованим видом туризму і включає елементи наступних видів: лікувально-оздоровчого, рекреаційного, спортивного, любительського, екологічного. Дослідженнями стану гірськолижного туризму займалися Стрижак О.О., Луцький В.В., Деробчинська А.В., Шикеринець В.В.

У 2020 році одним з основних чинників впливу на економічні процеси виявилось розповсюдження пандемії COVID-19. Одними із найбільш постраждалих внаслідок карантинних обмежень стали туристичні, курортно-

рекреаційні та оздоровчі об'єкти (турбази, санаторії, пансіонати, оздоровчі комплекси), які частково або повністю припинили свою діяльність. В умовах світової пандемії виникає необхідність виявлення напрямів, що можуть бути сприятливими для розвитку туристичного та рекреаційного бізнесу в Україні. Розкриття впливу пандемії COVID-19 на стан туристичного та рекреаційного бізнесу в Україні. Дослідження існуючих проблеми розвитку туристичного та рекреаційного бізнесу, зумовлені негативним впливом карантинних обмежень.

[2] *Вплив пандемії COVID-19 на стан туристичного та рекреаційного бізнесу в Україні.* Погребняк Л., Дудяк Р., Бугіль С. [Електронний ресурс]. - <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1180809.pdf> – Назва з екрана 13.11.21

**Мета дослідження:** Визначити вплив пандемії коронавірусу на діяльність ГТК «Мигово» порівнюючи два профільних зимових сезони 2019/20 та 2021/22, використовуючи анкетне опитування.

**Методом дослідження** роботи було обрано комплексне використання різних методів, у зв'язку з індивідуальністю теми.

Зокрема, серед конкретних методів дослідження використано теоретичний метод дослідження, який включає всебічний аналіз літератури та електронних джерел з теми, і практичний метод – анкетне опитування.

Дана тема є актуальною, оскільки гірськолижний туризм та гірськолижні курорти досить активно і швидко розвиваються, заслуговують високої оцінки і мають високу конкурентну спроможність. Однак, вивчення їх особливостей, індивідуальних характеристик та показників, дозволить скласти більш чітке уявлення про гірськолижний потенціал курортів та країн в цілому, й подальші перспективи його розвитку.

За умови правильного розвитку гірськолижний туризм в період після пандемії COVID-19 може стати самостійною галуззю туристичного ринку, спроможною приносити високі прибутки.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ

### 1.1. Поняття курорту. Класифікація курортів в Україні та світі

Курорт - освоєна природна територія на землях оздоровчого призначення, що має природні лікувальні ресурси, необхідні для їх експлуатації будівлі та споруди з об'єктами інфраструктури, використовується з метою лікування, медичної реабілітації, профілактики захворювань та для рекреації і підлягає особливій охороні [3] (Ст. 1 ЗУ "Про курорти").

Курортна справа – сукупність усіх видів науково-практичної та господарської діяльності, спрямованих на організацію та забезпечення лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань із використанням природних лікувальних ресурсів [3] (ЗУ "Про курорти").

Типологія за географічними ринками – один з найпоширеніших підходів, який часто використовують в офіційних документах та інформаційних матеріалах. Навіть спеціалізований орган ООН - Всесвітня туристична організація (UNWTO) розробила й рекомендує послуговуватися стрункою таксономічною системою туристичних ринків планети за географічним принципом (Європа, Америка, Африка, Близький Схід, Південна Азія, Азіатсько-Тихоокеанський регіон - а в їхніх межах субрегіони, країни і райони дрібніших рангів). Географічний підхід виправдовує себе й у випадку, коли об'єктом дослідження є курортне господарство якоїсь окремої країни чи її субрегіону.

У межах України заклади рекреаційної інфраструктури можна згрупувати у такі типи:

- курорти Українських Карпат,
- курорти АР Криму,
- курорти Північно-Західного Причорномор'я,
- курорти Приазов'я тощо.



А в межах Карпатського регіону курорти за географічним принципом зручно типізувати на:

- курорти Львівщини (Трускавець, Моршин, Східниця, Славське й ін.),
- курорти Закарпаття (Свалява, Поляна, Синяк, Боржава, Кваси, Солотвино й ін.),
- курорти Івано-Франківщини (Яремче, Ворохта, Черче, Шешори й ін.)
- курорти Буковини (Сторожинець, Мигово, Вижниця, Виженка й ін.)

[3] (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2000, № 50, ст.435)

За характером природних лікувальних ресурсів курорти України поділяють на:

- курорти державного значення;
- курорти місцевого значення.

До курортів державного значення належать природні території, що мають особливо цінні та унікальні природні лікувальні ресурси і використовуються з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань.

До курортів місцевого значення належать природні території, що мають загальнопоширені природні лікувальні ресурси і використовуються з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань [3] (ст. 4 Закону України "Про курорти").

За своєю медичною спеціалізацією курорти України поділяють на:

- курорти загального призначення;
- спеціалізовані курорти для лікування конкретних захворювань.

За характером природних лікувальних факторів курорти України поділяють на кілька типів :

- бальнеологічні курорти;
- грязеві курорти;
- кліматичні курорти;
- курорти з кількома лікувальними факторами.

[4] «Класифікація курортів України» [Електронний ресурс]. - [https://pidruchniki.com/1424062041946/turizm/klasifikatsiya\\_kurortiv\\_ukrayini](https://pidruchniki.com/1424062041946/turizm/klasifikatsiya_kurortiv_ukrayini), – Назва з екрана 13.11.21

Гірськолижний туризм – один із видів активного туризму, основною метою якого є катання, швидкісні спуски по гірським схилам (Масляк, 2008).

Гірськолижний курорт – це місце відпочинку та розваг з розвинутою інфраструктурою. Зазвичай, дані курорти знаходяться на горі або великому горбі і включають в себе гірськолижні траси і супутні послуги (присутні гірськолижні підіймачі, пункти прокату інвентаря, заклади харчування, паркінг) [5] (Інформаційний збірник Міністерства освіти і науки України, 2003).

#### Класифікація гірськолижних курортів в світі

Гірськолижний курорт – це курорт, створений для катання на лижах, сноуборді та інших зимових видах спорту. У Європі більшість гірськолижних курортів – це міста або села, розташовані в гірськолижній зоні або прилеглі до неї.

Гірськолижні курорти розташовані як в Північній, так і в Південній півкулях на всіх континентах, крім Антарктиди. Вони зазвичай розташовані на горах, так як вимагають великого схилу. Вони також повинні отримувати щонайменше 50 см снігу (якщо тільки курорт не використовує сухі лижні схили).

Висока концентрація гірськолижних курортів розташована в Альпах, західній і східній частинах Північної Америки, а також в Японії. Є також гірськолижні курорти в Андах, розкидані по всій Центральній Азії, а також в Австралії та Новій Зеландії [6] [Електронний ресурс] - [https://en.wikipedia.org/wiki/Ski\\_resort\\_](https://en.wikipedia.org/wiki/Ski_resort_) - Назва з екрана 12.10.20

### **Класифікація гірськолижних схилів в світі**

Гірськолижні схили мають ступінчасту градацію. Кожна траса класифікується в залежності від складності. Кожен рівень складності гірськолижного схилу відзначений відповідним кольором. Більшість сучасних гірськолижних курортів використовують чотириколірну систему класифікації треків: зелений, синій, червоний і чорний.

#### **Зелені доріжки**

Це найпростіший рівень складності траси, який підходить для початківців і дітей. Більшість гірськолижних курортів Франції, Польщі та Іспанії будують зелені схили в безпосередній близькості від житлового району міста. Найчастіше для того, щоб дістатися до таких трас, не потрібно користуватися ліфтом. Зелені доріжки похилі з усіх чотирьох сторін. Кут нахилу для таких маршрутів зазвичай не перевищує 25%.

#### **Сині доріжки**

Ці траси підготовлені для тих, хто вже знайомий з лижним спортом. Сині треки найпопулярніші в світі. На їх частку припадає більше половини всіх обладнаних гірськолижних трас у світі. На більшості світових курортів блакитні траси обслуговуються снігоприбиральними машинами. Максимальний кут нахилу такий же, як і на зелених схилах - 25%.

#### **Червоні доріжки**

Червоні траси користуються популярністю серед досвідчених лижників. Ці траси відрізняються від блакитних крутими та складними схилами і великою протяжністю траси. Максимальний кут нахилу червоних доріжок становить

40%, що в деяких випадках не дозволяє використовувати снігоприбиральні машини.

### Чорні доріжки

Чорні траси це еліта гірськолижного спорту. Це найскладніші траси, які не мають чіткої градації. Чорний рівень трас означає не тільки складність, деякі курорти відзначають чорним кольором траси з підвищеною лавино небезпекою.

### Помаранчеві і жовті доріжки

Це додаткова класифікація для схилів високої складності, які часто є поза трасовими. Жовті та помаранчеві траси можна знайти на деяких гірськолижних курортах Австрії, Швейцарії та Швеції [7] [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.skiurlaub-infos.com/168/ski-trassi-en.html>, - Назва з екрана 07.03.21

### **1.2.1 Пандемія Covid-19. Вплив пандемії на туризм, діяльність туристичних підприємств та гірськолижних туристичних курортів.**

Пандемія Covid – 19 – це найбільше випробовування, з яким зіштовхнувся світ і Україна зокрема із часів другої світової війни. На сьогодні коронавірус зафіксували в 217 країнах і територіях. Спостерігається стрімке зростання динаміки захворюваності на Covid – 19 в Україні та світі. Пандемія спричинила безпрецедентну кризу в туристичній економіці. У зв'язку з різким падінням економічної активності працівники туристичного сектору зіткнулися з катастрофічним скороченням робочого часу та втратою роботи. Протиепідемічні заходи, вжиті в рамках протидії поширенню Covid – 19, серйозно обмежили переміщення людей навіть в межах країн, де вони живуть, не кажучи вже про закордонні поїздки. Для всіх туристичних підприємств був запроваджений масковий режим, важливість дотримання соціальної дистанції. З початком карантинних заходів, обмеження на поїздки, пов'язані з Covid – 19, діяли у більшості країн світу. 1 червня 2020 року 156 урядів повністю закрили свої кордони для міжнародного туризму.

Глобальна пандемія, викликана коронавірусом, має негативні наслідки на всю загальносвітову індустрію туризму і на туристичну галузь України зокрема. Останні дослідження Всесвітньої туристичної організації свідчать про те, що у більшості туристичних дестинацій у всьому світі досі існують обмеження на поїздки. Відповідно до даних, зібраних за станом на 27 квітня 2020 р., з усіх 217 дестинацій по всьому світу 156 (72%) припинили міжнародний туризм. У 25% пунктів призначення обмеження існують вже три місяці, тоді як у 40% дестинацій обмеження було введено принаймні два місяці тому. Окрім цього, дослідження також показало, що поки у жодному місці призначення не скасовано та не послаблено обмеження на поїздки. [8] *Вплив пандемії коронавірусу COVID-19 на туристичну галузь. Стрижак О.О [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/200511%20-%20Travel%20Restrictions%20EN\\_0.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/200511%20-%20Travel%20Restrictions%20EN_0.pdf) - Назва з екрана 13.11.21*

У зв'язку з карантинними умовами, зачинені для відвідування визначні туристичні пам'ятки, тематичні парки, музеї, ін. Ярмарки, конгреси та культурні заходи були скасовані або перенесені. Такі спортивні події як чемпіонат Європи з футболу 2020 та Олімпійські ігри були відкладені до 2021. Більшість гірськолижних курортів не розпочинали зимового сезону 2020/21. Основні круїзні компанії припинили діяльність, оскільки круїзні кораблі зупинилися у морі, оскільки все більше портів тимчасово відмовляли їм у в'їзді. Більшість країн відновили прикордонний контроль або заборонили в'їзд певним подорожуючим на їх територію. Особливо складною на кінець 2020 року була ситуація в Італії, Іспанії та Франції. За підрахунками Федерації з туризму в Італії, Італія втратила близько 60% своїх туристів у 2020 році. [8] *Вплив пандемії коронавірусу COVID-19 на туристичну галузь. Стрижак О.О [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/200511%20-%20Travel%20Restrictions%20EN\\_0.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/200511%20-%20Travel%20Restrictions%20EN_0.pdf) - Назва з екрана 13.11.21*

Кожна країна світу намагається підтримати туристичний сектор, впроваджуючи програми підтримки бізнесу та збереження робочих місць. Країни, які орієнтовані на прийом туристів, зокрема Італія, Іспанія, Греція, Туреччина та ін., сильно постраждали від коронавірусу не тільки в результаті втрати доходів від туристичного бізнесу, але й через велику кількість інфікованого населення, що є цілком закономірним наслідком великого потоку мандрівників з багатьох країн та регіонів, які на початку пандемії сприяли розповсюдженню вірусу, що призвело до зараження великої кількості місцевих жителів. Суттєвою проблемою для туристичної галузі є також те, що навіть після відміни карантину ускладняться умови подорожування через виникнення нових туристичних формальностей та висування посилених вимог безпеки та захисту щодо транспортних засобів, місць розміщення та підприємств харчування, що відповідно відобразиться на цінах. Але зростання цін на туристичні послуги за умов зниження платоспроможного попиту навряд чи сприятиме збільшенню туристичного потоку навіть за наявності значного бажання подорожувати після тривалої ізоляції. [8] *Вплив пандемії коронавірусу COVID-19 на туристичну галузь. Стрижак О.О [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [https://webunwto.s3.eu-west-](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/200511%20-%20Travel%20Restrictions%20EN_0.pdf)*

З метою збереження та підтримки туристичної індустрії більшість держав-членів ЄС з 2020 року запроваджують пакети економічної допомоги. Заходи включають податковий мораторій, продовження термінів сплат соціальних виплат та зборів, субсидії на заробітну плату, позики та гарантії для робітників. Деякі країни ренаціоналізували компанії, що постраждали від COVID-19. Наприклад, Великобританія частково націоналізувала свої залізниці, Франція змінила умови скасування та бронювання подорожей, Швеція запропонувала кредитні гарантії для авіакомпаній. Більшість із цих заходів є формою державної допомоги, яка, як правило, вимагає схвалення Європейської комісії. Договори про співробітництво в ЄС надають ЄК обмежені повноваження щодо туристичного сектору; тобто ЄС може лише підтримувати, координувати або доповнювати дії держав-членів у цій галузі, а відповідальні рішення залишається безпосередньо за країнами-учасницями. [9] *Наукове видання “Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі” 25.03.21*

### **1.2.2 Діяльність та режим роботи гірськолижних туристичних курортів в період пандемії COVID-19.**

Відповідно до Постанови №21 від 1 грудня 2021 року, головного державного санітарного лікаря Ігора Кузіна, з метою запобігання поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19) відповідальні суб'єкти господарювання, гірськолижних курортів, мають здійснювати свою діяльність з урахуванням вимог санітарного законодавства, вимог встановлених Кабінетом Міністрів України на період карантину та необхідності забезпечення належних протиепідемічних заходів (далі ускладнення епідемічної ситуації внаслідок поширення коронавірусної хвороби (COVID-19). що за організацію роботи заходи), спрямованих на запобігання

Керівник або відповідальна особа повинні забезпечити:

- проведення температурного скринінгу безконтактним методом усім працівникам перед початком робочої зміни;

- роз'яснювальну роботу з працівниками щодо вакцинації проти COVID-19, профілактики та реагування на виявлення симптомів коронавірусної хвороби;- недопущення до роботи співробітників, які не надали документи, що підтверджують вакцинацію від COVID-19, негативний результат тестування або одужання особи від зазначеної хвороби;

- недопущення до роботи працівників, які підлягають самоізоляції та тих, хто має симптоми ГРВІ чи температуру понад 37,2° С.

На вході до приміщень готелів, садиб та на території гірськолижних курортів необхідно розмістити інформаційні матеріали щодо вакцинації від COVID-19, заходів профілактики та протидії поширення коронавірусної хвороби.

Надавати послуги дозволяється лише тим людям, у яких перевірили наявність COVID-документів. Повнолітні відвідувачі та клієнти повинні мати документ, що підтверджує вакцинацію від COVID-19 або негативний результат тестування чи одужання.

Також керівники закладів, що надають послуги відвідувачам гірськолижних курортів, повинні забезпечити:

- наявність достатнього запасу засобів індивідуального захисту та їх правильного використання працівниками;

- постійну наявність рідкого мила, антисептиків та паперових рушників в службових санвузлах та санвузлах загального користування;

- вологе прибирання місць найбільшого скупчення відвідувачів;

- централізований збір та утилізацію використаних засобів індивідуального захисту.



Відвідувачі курортів зобов'язані перебувати у громадських місцях у захисних масках, які закривають ніс та рот та дотримуватись респіраторної гігієни та етикету кашлю.

На вимогу працівників закладів відвідувачі повинні надати документи, що підтверджують вакцинацію від COVID-19, негативний результат тестування або одужання особи від зазначеної хвороби та документи, що підтверджують вік особи.

Пред'явлення документів, які підтверджують вік особи, потрібне, оскільки норми щодо наявності COVID-документів не застосовуються до неповнолітніх.

*[10] (Постанова кабінету міністрів № 21 "Про затвердження протиепідемічних заходів під час роботи гірськолижних курортів на період карантину у зв'язку поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19)")*

### 1.3. Загальна характеристика гірськолижно-туристичного комплексу «Мигово»

Село Мигове останнім часом перетворилося на населений пункт, що за рівнем соціально-економічного розвитку Вишницького району займає одне з провідних місць. Тут з лютого 2005 року функціонує гірськолижно-туристичний комплекс «Мигове», який зажив слави буковинського «Буковелю». Співвласники закладу: Валерій Галан, Іван Семенюк, Едуард Ушаков, Сергій Герасимов роблять все для нормального європейського відпочинку. Немає дня, щоб тут не було людно, адже до послуг відпочиваючих зимою тут п'ять гірськолижних спусків загальною довжиною 3300 м., льодовий майданчик, що вміщує 120 осіб, карусельний підйомник, гірськолижна школа. З літніх послуг тут тенісний корт, прокат квадроциклів та велосипедів, всюдиходи, лазерний пейнтбол, пішохідні, кінні та автоекскурсії, дитячі кімнати [11] [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.booking.com/hotel/ua/karpaty-migovo.uk.html> - Назва з екрана 02.03.20

Перші корпуси комплексу збудовані наприкінці 2005 року і вже в перші роки свого існування він став найпопулярнішим місцем активного зимового літнього відпочинку чернівчан і всіх буковинців. Ідея створення курорту на цьому місці з'явилася ще в радянські часи, тоді там ще не було спеціально облаштованих спускних трас, але лижним спортом місцеві вже займалися. Найбільша перевага курорту – це його розташування, воно дуже компактне, а спускні траси зручні та безпечні, а через висоту курорту над рівнем моря та розташування його в горах стійкий сніговий покрив там з кінця листопаду до середини березня. В ті місяці коли снігу вже немає курорт для відпочиваючих постає з іншого боку.

У 2008 році курорт вже став настільки популярний, що тут навіть відпочивав та працював тодішній Президент України Ющенко Віктор Андрійович із своєю родиною.

Зараз гірськолижно-туристичний курорт «Мигово» є найбільшим та найпопулярнішим курортом відпочинку в Чернівецькій області.

## Готелі

На території ГТК «Мигово» функціонують готелі «Саторі», готельні комплекси «Карпати», «Карпатська вежа», «Гірський світанок», також багато котеджів, приватних будинків, кімнат для оренди, які вигідно і близько розташовані біля комплексу.

Курортне селище зможе здивувати туристів досить великою кількістю готелів. Умови сприяють створенню особливого домашнього затишку, тепла в поєднанні з місцевим колоритом. Готелі Мигово біля прокату лиж чудовий варіант для туристів, які вважають за краще активне проведення часу [12] [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://hotels24.ua/uk/Myhove/> - Назва з екрана 02.03.20

Комплекс «Карпати» Мигово – це готель в горах, який складається з 4 будинків сімейного типу та 4 будинків готельного фонду в яких знаходиться 22 номери різних категорій. Всі котеджі зроблені з натурального дерева і каменю, вони відповідають як і столітнім гуцульським традиціям, так і сучасним будівельним технологіям. Завдяки цьому номери комфортні в будь-який період року. Взимку в них тепло, а влітку прохолодно. Готель ідеально підходить для тих, хто мріє відпочити в Карпатах з басейном, і повністю задовільнить попит туристів, які шукають готель з сауною [13] [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/>, - Назва з екрана 02.03.20



Рис. 1 Готельний комплекс «Карпати»

Джерело: [14] <https://www.booking.com/hotel/ua/karpaty-migovo.uk.html>

## Готельний комплекс «Саторі»

Готель «Саторі» знаходиться на другому поверсі адміністративного корпусу ГТК «Мигово» та пропонує проживання в двомісних номерах категорії стандарт та півлюкс із можливістю додаткового розміщення двох осіб на зручних розкладних кріслах. 4 номери категорії стандарт та 4 номери категорії півлюкс – це достатньо просторі номери, які всередині частково оздоблені деревом. В кожному номері є окрема кімнатка-гардеробна з сушкою для лиж. Всі меблі в готелі виготовлені з натурального дерева [15] [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/accomodation/hotel-satori/> - Назва з екрана 03.03.20



Рис. 2 Готель «Саторі»

Джерело: [15] <https://www.booking.com/hotel/ua/satori.uk.html>

### Клас номерів:

стандарт – 22-24 м<sup>2</sup>, двокімнатний номер, умовно розділений аркою. В номері два односпальних ліжка та два розкладних крісла (додаткові місця), дві тумбочки, стіл, стільці, холодильник, телевізор (кабельне телебачення). Повний санвузол: душова кабіна, унітаз, умивальник, сушка для рушників. Всі меблі з натурального дерева; напівлюкс – 22-24 м<sup>2</sup>, двокімнатний номер, кімнати якого розділені дверима. У вітальні знаходиться два розкладних крісла (як додаткове розміщення); журнальний столик. Спальня кімната – із двоспальним ліжком, дві тумбочки, телевізор (кабельне телебачення), вхід у санвузол (душ-кабіна, умивальник, унітаз, сушка для рушників) [13] [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/>, - Назва з екрана 02.03.20

## Готель «Карпатська вежа»

Готель “Карпатська вежа” розташований майже у центрі ГТК «Мигове». До послуг гостей ресторан, сезонний відкритий басейн, бар, спільний лаунж, сад і тераса. Гості також можуть придбати абонементи на підйомник і скористатися приміщенням для зберігання лиж. Серед інших зручностей – обслуговування номерів і послуги обміну валют. Стійка реєстрації працює вдень і вночі. Номери готелю оснащені телевізором із плоским екраном і супутниковими каналами та холодильником. На території готелю “Карпатська вежа” облаштовано дитячий майданчик. Довколишня місцевість популярна серед любителів велосипедних мандрівок і катання на лижах. На місці можна взяти напрокат лижне спорядження, велосипеди та автомобіль. [16] [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.booking.com/hotel/ua/karpatska-vezha.uk.html>, - Назва з екрана 07.03.20



*Рис. 3 Готель «Карпатська вежа»*

Джерело: [17] <https://karpaty.rocks/region/chernivecka-oblast/vizhnickiy-rayon/migove/gotel-karpatska-vezha-v-seli-migove>,

## Готельний комплекс «Гірський Світанок»

Готельний комплекс «Гірський Світанок» включає три чотириповерхові дерев'яні котеджі, із двома сходовими маршами . На території комплексу для гостей пропонується відкритий басейн (4,5x10м, глибина 1.5м з підігрівом) в літній сезон, сауна на дровах з контрастним басейном на вулиці і карпатський чан. Віддаленість від гірськолижних витягів, льодового майданчику та ресторанного комплексу складає не більше 150 м. Клас номерів: «стандарт», «напівлюкс». Номер «стандарт» однокімнатний, розрахований на поселення двох осіб на основних місцях та однієї особи на додатковому місці. В номері два односпальних ліжка та одне комфортабельне розкладне крісло, стіл, дві табуретки, дві тумбочки, телевізор, шафа. Номер «напівлюкс» двокімнатний із розділеними або суміжними кімнатами, розрахований на поселення двох осіб на основних місцях та двох осіб на додаткових місцях. В номері одне двоспальне ліжко та два комфортабельні розкладні крісла (додаткові місця), стіл, дві табуретки, дві тумбочки, телевізор (кабельне телебачення), шафа. Повний санвузол: душова кабіна, унітаз, умивальник. Всі меблі з натурального дерева, в кожній кімнаті є картини. Достатньо просторі номери, які всередині повністю оздоблені деревом [18] [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/accomodation/hotel-complex-girskii-svitanok/> - Назва з екрана 07.03.20



Рис. 4 Готель «Гірський Світанок»

Джерело: [19] <https://www.booking.com/hotel/ua/hirskyy-svitanok.uk.html>

## Готель «Норіс»

Готель являє собою триповерховий VIP-котедж з різними варіантами заселення від 2 до 20 осіб. Відстань до гірськолижних витягів, льодового майданчику та ресторанного комплексу складає не більше 150 м. Клас номерів: стандарт, напівлюкс, люкс з сауною, апартаменти В номерах повний санвузол, холодильник, кабельне телебачення, сауна (номер «люкс»), камін (номер «апартаменти») [20] [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/accomodation/hotel-complex-noris/> - Назва з екрана 07.03.20

До послуг гостей безкоштовний Wi-Fi, прямий доступ до гірськолижних схилів та приміщення для зберігання лиж. В околицях можна зайнятися різними видами активного відпочинку, зокрема покататися на лижах та велосипеді. [21] [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.booking.com/hotel/ua/noris.uk.html>, - Назва з екрана 07.03.20



Рис. 5 Готель «Норіс»

Джерело: [22] <http://www.crimee.com/noris.html>

## Заклади харчування ГТК «Мигово»

На території ГТК «Мигово» є безліч закладів харчування, які рівномірно розташовані та користуються популярністю серед відвідувачів різних вікових груп та та відносяться до різних цінових категорій. Одним з найпопулярніших

закладів є ресторан «Гетьман» [23] [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/meals/hetman/> - Назва з екрана 07.03.20

### Ресторан «Гетьман»

Ресторанний комплекс “Гетьман” – це не просто ресторан, а справжній замок, в якому кам’яні стіни, камін, стилістично оформлений під підвісний міст, масивні дерев’яні підпори й ковані прикраси – створюють атмосферу Середньовіччя [23] [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/meals/hetman/> - Назва з екрана 07.03.20

Перший поверх відображає інтер’єр Хотинської фортеці у XV-XVI ст. На стінах можна побачити портрети гетьманів України, геральдику міст нашої країни, зброю тих часів, а також полотна картин, на яких зображені фрагменти історії. [23]

Другий поверх стилізовано під XVII-XVIII століття. Окремо розміщено VIP-зал, який передає стиль життя Карпатського краю в XVII-XVIII столітті.

У ресторані “Гетьман” вдало поєднують наслідування старих добрих традицій та пошук нових рішень [23]

Кухня: українська кухня (Буковинсько-Карпатська), домашня кухня, європейська кухня (чеська, угорська, польська, румунська, молдавська), авторська кухня (ексклюзивні блюда від шеф-кухаря) [23]

Ідеальне місце для: проведення весілля, бенкетів, корпоративних свят, туристів, романтичних побачень, сімейних свят, ділових зустрічей, щасливого неробства, приємного вікенду, пізньої вечері, веселих вечірок, друзів-іноземців, вечері за розумну ціну. Кількість залів: три (бенкетна зала, Хотинська зала, основна зала). Знижки: Надаються постійним клієнтам. [23]

Спеціальні пропозиції: «кошерне» харчування, виїзне обслуговування, вегетаріанське харчування, дитяче меню, пісне меню, гриль, мангал. Посуд: дерев’яний, керамічний. Особливості: відкритий майданчик перед рестораном,



альтанки, парування під охороною. Обслуговування туристичних груп: 250 – 400 осіб [23] [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/meals/hetman/> - Назва з екрана 07.03.20



*Рис. 6 Ресторан «Гетьман»*

*Джерело: [23] <http://migovo.com.ua/meals/hetman/>*

### Ресторан «Карпатська Вежа»

На гостей чекає оригінальний інтер'єр залу, уважне та ввічливе обслуговування. Додатковий затишок створює великий акваріум з морськими екзотичними рибками. Великі панорамні вікна відкривають вид на територію комплексу та мальовничі околиці буковинських Карпат. [24] [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/meals/restaurant-karpatsika-veja/>, - Назва з екрана 10.03.20

В меню є як страви традиційної української так і класичної європейської кухні. В морозний зимовий день можна зігрітися глінтвейном чи в спекотний літній – випити кухлик холодного свіжого пива, і просто поспілкуватися з друзями. [24]

У затишному, респектабельному залі ресторану «Карпатська Вежа» однаково вдалимими і смачними будуть щільний обід чи романтична вечеря, корпоративне торжество або дружнє вечірнє застілля. Банкетне меню завжди складається індивідуально, з урахуванням побажань організаторів заходів.

Загальна місткість ресторану до 80 персон. [24] [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/meals/restaurant-karpatsika-veja/>, - Назва з екрана 10.03.20



Рис. 7 Ресторан «Карпатська Вежа»

Джерело: [24] <http://migovo.com.ua/meals/restaurant-karpatsika-veja/>

#### Ресторан «Колиба»

В ресторані «Колиба» достеменно відчувається колорит Карпатського краю та Гуцульщини. Ресторан знаходиться у східній частині комплексу позаду розважального центру. Працює: з 8.00 до останнього гостя (у зимовий сезон). [13] [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/>, - Назва з екрана 02.03.20

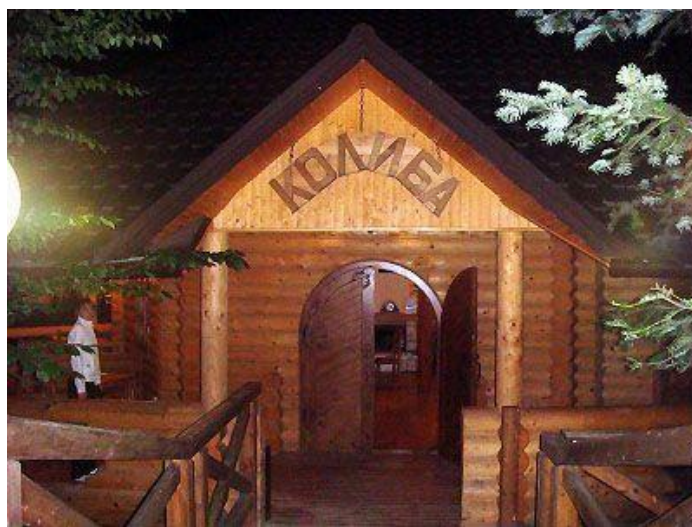


Рис. 8 Ресторан «Колиба»

Джерело: [25] <https://ua.dorogovkaz.com/kolyba-migovo.php>

## Кафе-бар «Шашлична хата»

Кафе-бар «Шашлична хата» пропонує великий асортимент страв з тандира, зокрема декілька видів шашлику, лаваші, рибу, овочі на грилі. Також у закладі можна замовити холодні закуски, салати, перші страви, напої. Всі страви готуються із свіжих продуктів одразу після замовлення, тому клієнт гарантовано отримає смачну страву високої якості [26] [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/meals/shashlychna-hata/> - Назва з екрана 10.03.20



Рис. 9 Кафе-бар «Шашлична хата»

Джерело: [26] <http://migovo.com.ua/meals/shashlychna-hata/>

## Заклади оздоровлення

На території ГТК «Мигово» функціонує велика кількість рекреаційних закладів, що надають різноманітні оздоровлюючі послуги. Зокрема є SPA центр, сауни та карпатський чан.

### Сауна в готелі «Карпатська вежа»

Сауна готельного комплексу Карпатська Вежа одна з найкращих в регіоні. Якісна фінська сауна з неоновим підсвічуванням, просторий басейн розміром 5 х 4 м., релакс зона з комфортними диванами та плазмовим ТВ та всі необхідні аксесуари (рушники, халати, тапочки, простирадла, шампуні, мило, натуральні

олії для сауни), забезпечують якісний та комфортний відпочинок. [27]  
[Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/spa/> - Назва з екрана 10.03.20

## SPA центр

SPA центр облаштований надсучасним сауним комплексом який був спроектований з урахування всіх стандартів даного виду відпочинку (Рис. ). Сауна складається із роздягальні, зони відпочинку, фінської сауни, хамама, душових. На другому поверсі розташований комфортабельний та оснащений тренажерний зал [27] [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/spa/> - Назва з екрана 10.03.20



*Рис. 10 SPA центр на території ГТК*

*Джерело: [27] <http://migovo.com.ua/spa/>*

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПЛЕКСУ В ЗИМОВИЙ СЕЗОН 2019/20 РР.

#### 2.1 Аналіз кола відвідувачів на основі анкетного опитування (зимовий сезон 2019/20)

Анкетне опитування на гірськолижному курорті Мигово проводилося у період з грудня 2019 року по січень 2020. Так як саме в цей період, в січні місяці, простежується пік сезону. Це пов'язано з календарними святами, відпустками та шкільними канікулами в цей час.

Для отримання максимально достовірних результатів респонденти самостійно письмово відповідали на питання в анкеті. Всього було опитано 99 респондентів. Всі клієнти які брали участь в анкетному опитуванні були повнолітніми.

Для збору інформації використовувався емпіричний метод дослідження – метод анкетного опитування.

- Опитування – це метод який дозволяє пізнати світ шляхом отримання інформації від інших людей.
- Анкетне опитування – це метод збору інформації у письмовій формі за допомогою попередньо розробленої анкети.

Метою анкетного опитування було дослідження кола відвідувачів гірськолижного курорту Мигово. Також отримання інформації від туристів про послуги які вони використовували під час відпочинку. Наскільки відвідувачі курорту є перспективними туристами для Чернівецької області, як туристи оцінюють послуги гірськолижного курорту.

Потреби й витрати туристів залежать від віку, освіти, статі та професії. Згідно з опрацьованими результатами дослідження в анкетному опитуванні взяло участь 99 людей, з яких - 58% чоловіків та 42% жінок.

Згідно опрацьованих даних статево-вікова піраміда опитаних респондентів має дещо неправильну форму, що пояснюється відмінностями у віковій структурі та статі опитаних. Згідно піраміди, чітко видно, що найбільшу частку опитуваного населення становить вікова група від 16 до 20 років, як жінок так і в чоловіків. А найменша частка опитаних відноситься до старшої вікової групи, а саме 51-70+ років, таких людей лише 4.

Результатом опитування респондентів про рівень освіти були наступні дані. Найбільшу частину опитаних становлять особи з вищою освітою їх 56%. Частка опитуваних, що навчалися в закладах середньої спеціальної освіти – 28%. Середню освіту здобули – 13%, 3% респондентів обрали варіант «інше», найпоширенішими відповідями були: відвідування курсів різної спеціальності.

Крім того, у дослідження входять дані про сімейний стан відповідачів. Таким чином, найбільша частка опитаних є одруженими - 48%, третя частина відповідачів є не одруженими/не заміжніми, 7% - розлучені, вдова\вдівець – 3%, а частина з розгорнутим варіантом «інше» становить 8%.

Згідно з результатами опитування стосовно роду занять відпочиваючих чітко видно що найбільший сегмент займають працівники розумової сфери (продавці, адміністратори, вчителі) – 36%, далі за кількістю йдуть студенти – 19%, фізичною працею зайняті 15% опитаних це водії, фермери, лісове господарство, приватних підприємців і бізнесменів 8%, безробітних – 7% опитаних. Варіант «інше» обрало 6% респондентів це артисти, фармацевти. Військовослужбовців і пенсіонерів 4% і 2% відповідно.

Згідно з результатом опитування про відвідуваність ГТК «Мигово» до цього періоду 62% вже були, 38% – ні.

Основним джерелом отримання інформації про даний курорт виявилась мережа Інтернет – 23%. Другою великою категорією виявився варіант відповіді «інше» (22%). Ця категорія займає таку велику частину, тому що більшість відповідачів були місцевими жителями, які регулярно відвідують даний курорт.

Друзі були джерелом інформації для – 21%, турфірма надала інформацію 17%, родичі – 13%, рекламні буклети – 4%.

Опитані відвідувачі гірськолижного курорту «Мигово» приїхали на відпочинок з таких міст та областей: Чернівецька обл. (59), Івано-Франківська обл. (9), Закарпатська обл. (6), Київська, Львівська, Вінницька (4), Волинська (3), Тернопільська та Херсонська (2), Полтавська, Житомирська, Рівненська, Запорізька (1) та по одному опитаному відвідувачу були туристи з Румунії та Італії.

Згідно з результатами опитування про компанію відвідувачів та хто був організатором подорожі були отримані наступні дані: найбільше (29%) приїхали в компанії друзів, сам або сама приїхало 24 % опитаних, 22% приїхали в компанії чоловіка / дружини, 12% людей приїхало відпочивати з родичами, 11% обрали варіант «інше», де найпоширенішими були відповіді «з хлопцем / дівчиною, та найменше (2%) приїхали з партнерами по роботі та туристичною групою.

Найчастіше організаторами відпочинку в гірськолижному курорті були самі відпочиваючі – майже половина (48%), друзі виступали організаторами в 16% опитаних респондентів, родичі та тур фірма організувала відпочинок для 12% клієнтів, 7% «інше» (цей варіант переважно обирали місцеві жителі, які там відпочивають регулярно та відпочинок, як комплексний, не організували) і лише п'яти відсоткам відвідувачів відпочинок організували роботодавці.

Результатом опитування про тип використаного транспорту були наступні дані: найбільша частина відпочиваючих приїхали на власному автомобілі – 57%, автобусом різного призначення приїхало трохи більше ніж  $\frac{1}{4}$  всіх опитаних, залізничним транспортом та варіант «інше» обрало по 8% опитаних респондентів. У варіанті «інше» найпоширенішими були варіанти «велосипед» та «пішки», ці варіанти переважно обирали місцеві жителі, які живуть неподалік.

У дослідженні кількості проведених днів опитаних клієнтів на території ГТК «Мигово» були три категорії відповідей: 1-3 дні цей варіант був найпоширенішим – його обрали 71% всіх опитаних, 4-7 днів обрало 21%, та найменша частина опитаних (8%) відпочивають на території комплексу більше тижня.

Згідно з даними про проживання опитаних респондентів на території гірськолижного курорту, то більшість, а саме 60% не проживають тут. Це пояснюється тим, що багато відпочиваючих є місцевими жителями або вони проживають в населених пунктах поблизу (с. Лукавці, смт. Берегомет та м. Вижниця), але 40% проживають на території комплексу.

З сорока опитаних респондентів, які проживають на території комплексу, найбільше живуть в готелі «Карпати» – 17 респондентів, менше – 7 живуть в готелі «Трембіта», в готельному комплексі «Гетьман» проживає 4 клієнта, в «Карпатська вежа» – 3 опитаних, та найменше – по одному – в різних хостелах, котеджах та хуторах.

Наступні дослідження проводилися з метою оцінки якості задоволення певних наданих послуг опитаних клієнтів. Респонденти мали змогу оцінювати певні критерії їхнього відпочинку по 5-бальній шкалі, де 5 – повністю задоволені, 1 – зовсім не задоволені та 0 – ставили ті клієнти, які не знають якість певної послуги, оскільки її не отримували.

В дослідженні, де оцінювалося на основі чого обрали саме цей заклад розміщення, та про оцінку кімнат в закладі, відповідали лише ті респонденти, які проживають на території комплексу, таких було – 40. Найчастіше опитані обирали свій заклад розміщення, опираючись насамперед на різноманітність послуг наданих в закладі, розміщення закладу на території комплексу відносно цікавих їм атракцій та ціна. Такі критерії були оцінені більше як на 4, опираючись на якість надання послуг оцінили на 3.95 балів, кількість місць розташування в закладі та поради знайомих 3.8 балів, опираючись на



оголошення в Інтернеті 3.6 балів, та найменше (3.2 бали) на поради туроператора.

В ході дослідження оцінки кімнат клієнти мали змогу оцінювати три критерії: розташування кімнат в закладі, укомплектованість кімнати різними меблями, технікою й іншими кімнатними спорядженням та ціна. Всі оцінки вищеперерахованих критеріїв були на високому рівні від 3.9 балів до 4.2 бали, найкраще оцінили укомплектованість кімнати, найнижче ціну за номера в закладі.

Згідно з дослідженням якості наданих послуг на гірськолижному курорті, в якому брали участь всі опитані, найкраще оцінили нічліг – 4.2 бали, трохи гірше – 4.1 балів отримав критерій з розташування комплексу, харчування на території комплексу та якісь трас для катання оцінили на 4.04 бали та 4.02 балів відповідно, оцінка інфраструктури на території комплексу склала 3.9 балів, критерій ціна та пристосованість ГТК до природних умов отримали найнижчу оцінку по 3.8 балів.

Дослідження про оцінку загальної задоволеності клієнтів відпочинком найвищу оцінку отримали послуги з wellness (SPA послуги, басейни, сауни, чани) – 4.3 балів, задоволеність станом інфраструктури оцінили в 4.09 балів, ціни – 3.8 балів та найнижчу оцінку отримали заклади розміщення лише 3.7 балів.

## 2.2 Загальний портрет споживача зимового сезону 2019/20

Для того, щоб максимально якісно, продуктивно та прибутково розвивалося будь-яке підприємство, в тому числі і туристичне, важливо розуміти його цільову аудиторію, або ж знати портрет нашого споживача. Розуміння своєї цільової аудиторії дозволяє бізнесу спростити пошук потенційних споживачів, які з великою ймовірністю зацікавлені в ваших товарах чи послугах. Під портретом покупця розуміють визначення поведінки, потреб та інших характеристик, які характерні для більшості клієнтів. Завдяки демографічним, поведінковим і іншим характеристикам своєї цільової аудиторії ми отримуємо чітке уявлення про те, на кого орієнтовані товари або послуги.

Портрет споживача — це образ людини, що включає в себе психографічні, поведінкові, демографічні, соціальні, етнічні, економічні характеристики. Це маркетинговий інструмент. Споживач – це покупець, відвідувач, цільова аудиторія товару або послуги. [28] [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://linnikov.agency/ua/blog/client-portrait/> - Назва з екрана 10.03.20

Портрет споживача. Одна з основних ознак споживача – це його стать – більшість чоловіків. Згідно віку найбільше відвідали курорт молода вікова група 18-20 років. Найбільшу частину становлять люди з вищою освітою, які є одруженими. За сферою діяльності – це працівники розумової сфери.

З-поміж всіх опитаних більше половини вже були на курорті до цього, а найчастіше джерелом інформації про курорт виступав Інтернет. Абсолютна більшість опитаних є жителями Чернівецької області і регіональних міст та сіл. Організатором даного відпочинку є самі відпочиваючі, а компанія, з ким вони відпочивають, є друзі або сім'я. Тип використаного транспорту – власний автомобіль, рідше автобус. Більшість відпочиваючих відпочивають недовго (1-3 дні). Це пояснюється тим, що багато є місцевими жителями, тому прослідковується переважання людей, які не використовують нічліг на території курорту.

З тих відпочиваючих, які живуть на території курорту (40), найчастіше користуються готелем «Карпати».

Наступним є оцінка якості отриманих послуг по 5-бальній шкалі, де 5 – повністю задоволені, 1 – зовсім не задоволені та 0 – ставили ті клієнти, які не знають якість певної послуги оскільки її не отримували. Заклад розміщення насамперед вони обирали опираючись на його розміщення та ціну. Оцінка якості кімнат в готелі – найякіснішим вважають укомплектованість кімнати та розташування її.

В оцінці загальної якості отриманих послуг на курорті найкраще оцінено розташування курорту та якісь спускних трас. Високо оцінені Wellness-послуги та загальна задоволеність станом інфраструктури.

## РОЗДІЛ 3 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ.

### 3.1 Характеристика літнього сезону 2020 року.

Для збору інформації використовувався емпіричний метод дослідження – метод анкетного опитування. Опитування – це метод, який дозволяє пізнати світ шляхом отримання інформації від інших людей. Анкетне опитування – це метод збору інформації у письмовій формі за допомогою попередньо розробленої анкети.

Для анкетного опитування було розроблено анкету з відповідною кількістю відкритих та закритих запитань. Закриті запитання – це запитання, які мають варіанти відповідей. Відкриті – це запитання, які передбачають розгорнуті відповіді. Дана анкета складалася з 20 запитань, з яких 14 закритих та 6 відкриті запитання.

Метою анкетного опитування було обстеження кола відвідувачів курорту Мигово під час літнього сезону 2020 року. А також отримання інформації від туристів про послуги, які вони використовували під час відпочинку.

Анкетне опитування на гірськолижному курорті Мигово проводилося у період з 1 по 24 серпня 2020 року, саме в цей період в Чернівецькій області ввели так звану «жовту зону», в таких умовах були відкриті всі заклади нічлігу, харчування та заклади з надання різних послуг та розваг на території комплексу. Для отримання максимально достовірних результатів респонденти самостійно письмово відповідали на питання в анкеті. Всього було опитано 100 респондентів. Всі клієнти, які брали участь в анкетному опитуванні, були повнолітніми.

Результати дослідження.

Потреби й витрати туристів залежать від віку, освіти, статі та професії. Згідно з опрацьованими результатами дослідження, в анкетному опитуванні взяло участь 100 людей, з яких 55% чоловіків та 45% жінок.

Згідно опрацьованих даних, статеві-вікова піраміда опитаних респондентів має дещо неправильну форму, що пояснюється відмінностями у віковій структурі та статі опитаних. Згідно піраміди, чітко видно, що найбільшу частку опитуваного населення становить вікова група від 16 до 20 років, як жінок, так і в чоловіків. Після 45 років спостерігається різке зменшення людей саме старшої вікової групи, таких людей лише 7, як чоловіків, так і жінок.

Результатом опитування респондентів про рівень освіти були наступні дані. Найбільшу частину опитаних становлять особи з вищою освітою, які закінчили університет чи інститут – їх 55%. Частка опитаних, що навчалися в закладах середньої спеціальної освіти (це різні училища, технікуми чи коледжі) – 34%. Середню освіту здобули – 11%, також 2% респондентів обрали варіант «інше», найпоширенішими відповідями були: відвідування курсів різної спеціальності.

Крім того, у дослідження входять дані про сімейний стан відповідачів. Таким чином, найбільша частка опитаних є одруженими – 43%, з усіх опитаних відповідачів не одруженими та не заміжними були 39%, 7% – розлучені, вдова/вдівець – 2%, а частина з розгорнутим варіантом «інше» становить 9%.

Згідно з результатами опитування стосовно роду занять відпочиваючих чітко видно, що найбільший сегмент займають студенти, їх трохи більше чверті всіх опитаних – 28%, далі за кількістю йдуть приватні підприємці – їх 16%, 14% – це люди, які займаються фізичною діяльністю, 12% – розумовою діяльністю, варіант «інше» обрало 11% респондентів, з усіх опитаних респондентів військовослужбовців було 9%, натомість безробітних було тільки 8%, і найменшу частку з усіх становили пенсіонери – цей варіант обрало лише 2%.

Результатом опитування про тип використаного транспорту були наступні дані: найбільша частина відпочиваючих приїхали на власному автомобілі, їх було майже половина від усієї кількості – 49%, автобусом різного призначення приїхало трохи більше третини всіх опитаних (35%), варіант «інше» обрало 10% опитаних респондентів. У варіанті «інше» найпоширенішими були варіанти

«велосипед» та «пішки», ці варіанти переважно обирали місцеві жителі, які живуть неподалік. Найменше використовували залізничний транспорт – всього 6%.

У дослідженні кількості проведених днів опитаних клієнтів на території ГТК «Мигово» були три категорії відповідей: 1) 1-3 дні – цей варіант був найпоширенішим – його обрали 78% всіх опитаних; 2) 4-7 днів обрало 17%; 3) найменша частина опитаних (5%) відпочивають на території комплексу більше тижня.

Згідно з даними про проживання опитаних респондентів на території комплексу, то більшість, а саме 74%, не проживають тут. Це пояснюється тим, що багато відпочиваючих є місцевими жителями або вони проживають в населених пунктах поблизу (с. Лукавці, смт. Берегомет та м. Вижниця), але 26% проживають на території комплексу.

З двадцяти шести опитаних респондентів, які проживають на території комплексу, більшість проживали в готелі «Карпати» – 11 респондентів, 7 зупинилися в готелі «Трембіта», в готельному комплексі «Гетьман» зупинилося 6 відпочиваючих, в «Карпатська вежа» – 2 опитаних.

У дослідженні про основну мету відвідування комплексу влітку варто зазначити, що більшість відпочиваючих використовують декілька послуг, але при проханні вказати саме основну мету найбільшу частку становлять ті, що займаються кемпінгом їх 36%. Трохи менше третини (31%) обрали варіант «басейни / сауни / лазні», 14% – катання на квадроциклах чи позашляховиках, десята частина від всієї кількості грали в пейнтбол, основна мета для 7% була відвідування різного роду екскурсій, і найменше, а саме 2%, приїхали, щоб займатися рафтингом.

Наступне дослідження проводилося з метою оцінки якості задоволення певних наданих послуг опитаних клієнтів. Респонденти мали змогу оцінювати певні критерії їхнього відпочинку по 5-бальній шкалі, де 5 – повністю

задоволені, 1 – зовсім не задоволені та 0 – ставили ті клієнти, які не знають якість певної послуги, оскільки її не отримували.

Згідно з дослідженням якості наданих послуг на гірськолижному курорті, в якому брали участь всі опитані, найкраще оцінили «басейни / сауни / лазні» – 4.5 бали, трохи гірше – у 4.4 бали оцінили кемпінг, екскурсії оцінили в 4.2 балів, організацію ігор з пейнтболу оцінили в 4.1 бал, та найнижчу але доволі сприятливу оцінку отримали послуги з рафтингу та катання на позашляховиках і квадроциклах – їх оцінили в 4 бали.

В питанні, де досліджувалося вплив коронавірусу на вибір відпочинку, переважна більшість, а саме 87% відповіли «ні» , і тільки 13% відповіли, що «так» вплинуло.

Оцінка загальної задоволеності переліком послуг, які надаються на території комплексу взимку, має наступні результати – 66% задоволені, 34% не задоволені та хотіли, щоб послуги були більш різноманітними.

Згідно з даними чи відпочивали гості на території ГТК «Мигово» взимку, то переважна більшість, а саме 73% з усіх опитаних, вже були тут взимку, і менше третини (27%) не відпочивали взимку, комплекс вони відвідують тільки влітку.

В наступному опитуванні брали участь тільки ті гості, які вже відпочивали тут взимку, таких гостей 73. Метою даного питання було дізнатися якому саме сезону надається перевага, і 70% людей впевнено відповіли, що саме взимку тут краще, і тільки 30% проголосували за літній сезон.

Одне з найважливіших досліджень було наступне, де метою ставилося вивчення думки опитаних респондентів чи існують такі послуги, які не надаються курортом влітку, але їх варто було б надавати. Значно більше половини опитаних респондентів (62%) вважають, що ні, таких послуг немає, натомість 38% вважають інакше. Гості, які відповіли «Так», мали змогу вписати свій варіант, тобто які послуги на їхній погляд варто було б додати до переліку,

найпопулярнішими варіантами були: можливість проведення більше фестивалів на традиційну тематику, також прокладення нових екскурсійних маршрутів.

### **3.2 Аналіз кола відвідувачів в коронавірусний зимовий сезон 2021/22.**

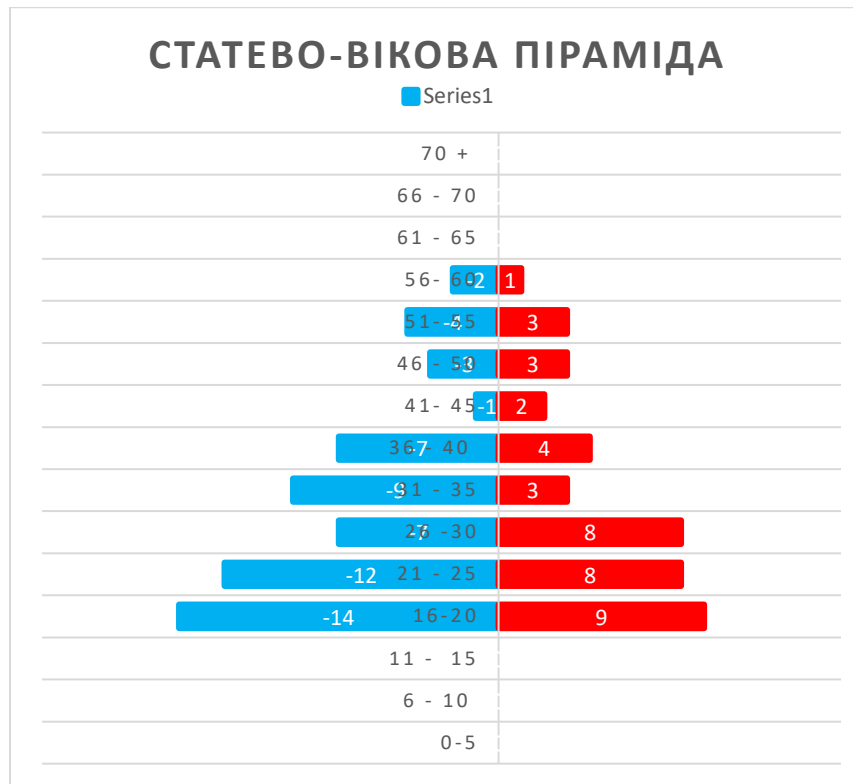
Анкетне опитування проводилося за допомогою анкети з відповідною кількістю відкритих та закритих запитань. Закриті запитання – це запитання, які мають варіанти відповідей. Відкриті – це запитання, які передбачають розгорнуті відповіді. Дана анкета складалася з 18 запитань, з яких 12 закритих та 6 відкриті запитання.

Метою опитування було дослідження відвідувачів курорту Мигово під час зимового сезону 2021/22. А також отримання інформації від туристів про якість послуг, які вони використовували під час відпочинку.

Анкетне опитування на гірськолижному курорті Мигово проводилося у період з 1 січня по 6 лютого 2022 року. Для отримання максимально достовірних результатів респонденти самостійно письмово відповідали на питання в анкеті. Всього було опитано 100 респондентів. Всі клієнти, які брали участь в анкетному опитуванні були повнолітніми.

Результатами аналізу статево-вікової піраміди стало те, що найбільшу частину займає вікова група від 16 до 20 років, як жінок, так і в чоловіків. У всіх вікових групах жіноча частка переважає над чоловічою, окрім вікових груп 26-30 років та 41-45 років. Після 40 років спостерігається різке зменшення людей саме старшої вікової групи, всього таких людей лише 10%, як чоловіків, так і жінок. ( Рис. 11)





*Рис. 11 Статево-вікова піраміда опитаних клієнтів ГТК «Мигово»*

*Джерело: Власна редакція*

Наступним було опитування респондентів про рівень освіти. Найбільшу частину опитаних становлять особи з вищою освітою, які закінчили університет чи інститут, їх 65%. Частка опитаних, що навчалися в закладах середньої спеціальної освіти (це різні училища, технікуми чи коледжі) – 22%. Середню освіту здобули 9%, також 4% респондентів обрали варіант «інше», найпоширенішими відповідями були: відвідування курсів різної спеціальності. (Рис.12 ).



*Рис. 12 Рівень освіти опитаних*

*Джерело: Власна редакція*

Крім того, у дослідження входять дані про сімейний стан відповідачів. Таким чином, найбільша частка опитаних є неодруженими – 55%, з усіх опитаних відповідачів одруженими 36%, 7% обрали варіант інше, розлучених респондентів було лише 3% (Рис.13)

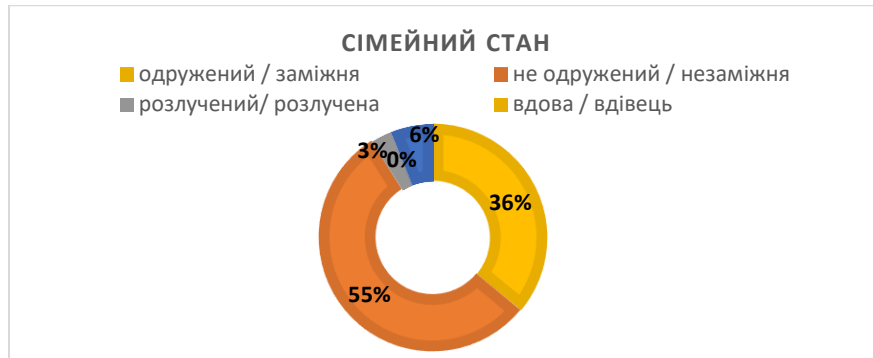


Рис.13 Сімейний стан опитаних респондентів

Джерело: Власна редакція

Згідно з результатами опитування стосовно роду занять відпочиваючих чітко видно, що найбільший сегмент займають студенти, їх трохи більше третини всіх опитаних – 37%, далі за кількістю йдуть приватні підприємці їх 26%, 11% були військовослужбовцями, варіант «інше» де була можливість написати свою конкретну професію обрало 7% опитаних. Розумовою та фізичною діяльністю займаються по 6 % респондентів відповідно. (Рис.14)

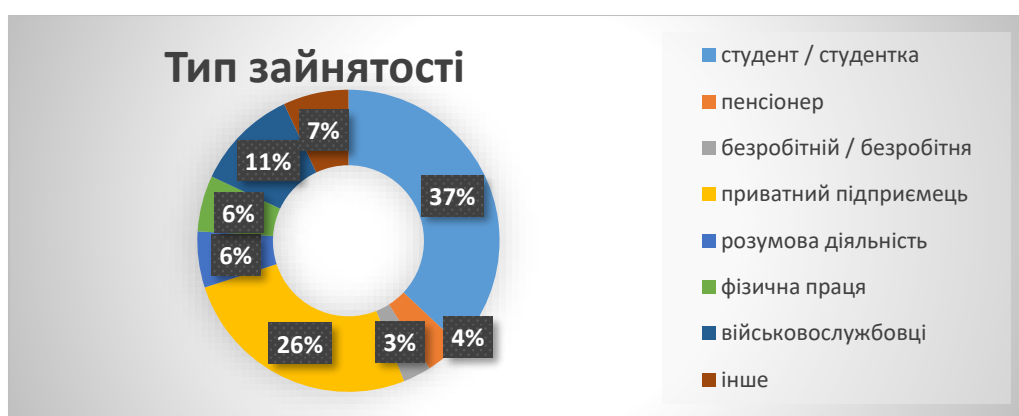


Рис.14 Тип зайнятості опитаних респондентів

Джерело: Власна редакція

Згідно результатів опитування про відвідуваність комплексу до цього періоду – 78% вже були тут, а 22% тут вперше. (Рис. 15)



Рис.15 Відвідуваність ГТК до цього часу

Джерело: Власна редакція

Більше третини всіх опитаних, це найбільший сегмент, обрали варіант «друзі» таких було – 37%. Другою великою категорією виявився варіант відповіді «інше» (31%). Ця категорія займає таку велику частину, тому що більшість відповідачів були місцевими жителями, які регулярно відвідують даний комплекс. Інтернет був джерелом інформації для 18% всіх опитаних, родичі – 12%. Найменше дізналися про ГТК «Мигово» з рекламних буклетів таких 2%. Цікаво те, що «турфірма» не стала джерелом для жодного опитаного відвідувача. (Рис.16 )

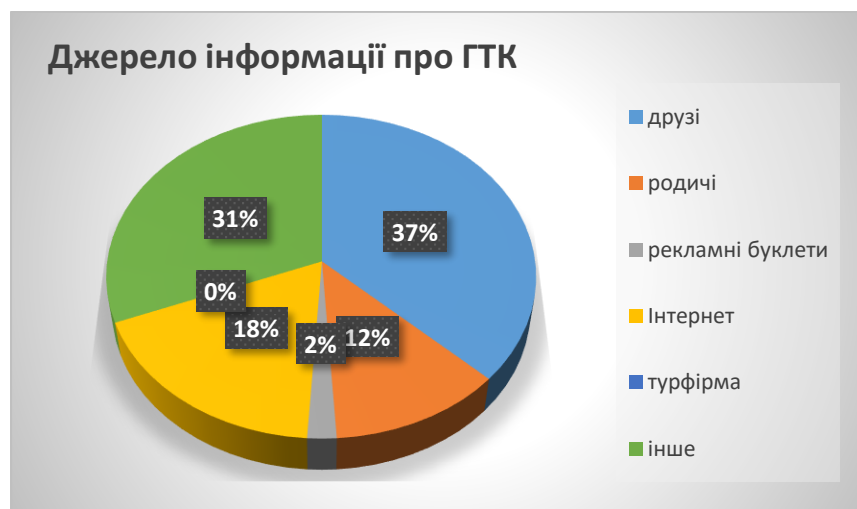


Рис. 16 Звідки отримали відомості про ГТК

Джерело: Власна редакція

Найбільшу частка опитаних респондентів приїхали з Чернівців або Чернівецької області – таких більше половини – 52. У варіанті «інше» області та

населені пункти, з яких приїхало менше двох опитаних. Одеська область – 9, Івано-Франківська – 7, Тернопільська – 5, Львівська та Закарпатська по 4. Лише двоє опитаних були іноземцями – місто Бергамо (Італія). (Рис. 17)



*Рис. 17 Країна / область / населений пункт звідки приїхали туристи*

*Джерело: Власна редакція*

Згідно з результатами опитування про компанію відвідувачів були отримані наступні дані: найбільше, майже половина всіх опитаних, приїхали на відпочинок у компанії друзів – 46%. Варіант «Інше» обрало 18% всіх опитаних, тут найчастіше писали, що вони приїхали зі своєю дівчиною чи своїм хлопцем, хоч в опитуванні був варіант «З другою половинкою», де передбачалась така відповідь, а цей варіант обрало 8% від всіх опитаних гостей. Однакова кількість відповідей (по 13) обрали варіант, що вони приїхали або самі або зі своїми родичами. Лише 2% людей приїхали з туристичною групою. (Рис. 18).

Найчастіше організаторами відпочинку виступали самі відпочиваючі – їх було більше третини (37%), друзі виступали організаторами в 29%, родичі організували відпочинок для 15% опитаних відпочиваючих, варіант «інше» обрало 14% (цей варіант переважно обирали місцеві жителі, які там

відпочивають регулярно), найменший сегмент займають організатори «роботодавець» та «турфірма» таких було 3% і 2% відповідно (Рис.19)



Рис.18 З ким приїхали відпочиваючі



Рис. 19 Хто був організатором подорожі

Джерело: Власна редакція

Результатом опитування про тип використаного транспорту були наступні дані: найбільша частина відпочиваючих приїхали на власному автомобілі, їх було майже половина від усієї кількості – 46%, автобусом різного призначення приїхало трохи більше третини всіх опитаних (29%), варіант «інше» обрало 11% опитаних респондентів. У варіанті «інше» найпоширенішими були варіанти «велосипед» та «пішки», ці варіанти переважно обирали місцеві жителі, які живуть неподалік. Залізничний транспорт використовували 14% опитаних. (Рис. 20).

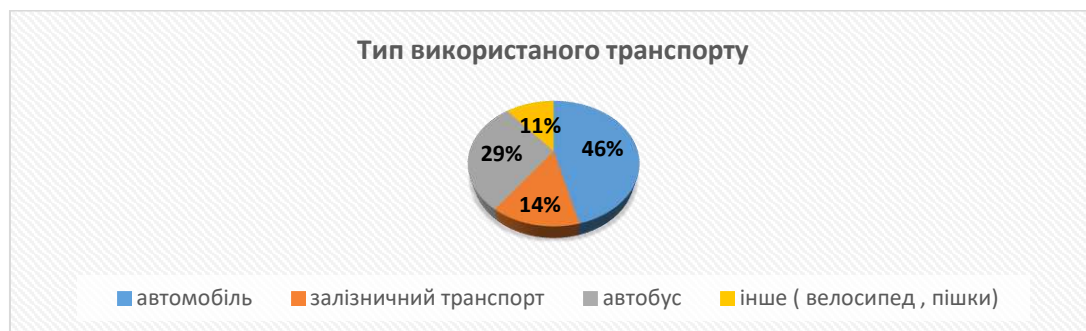


Рис. 20 Тип транспорту

Джерело: Власна редакція

При аналізі даних про кількість днів перебування на території курорту результатами стали наступні цифри: 78% всіх відпочиваючих тут зупинились на 1-3 дні. Лише 15% всіх опитаних відпочивають тут 4-7 днів. Варіант "більше тижня" обрало взагалі мізерна кількість людей, лише 7. (Рис. 21)



Рис. 21 Кількість проведених днів

Джерело: Власна редакція

Згідно з результатами опитування про проживання опитаних респондентів на території гірськолижного курорту, то переважна більшість, а саме 66% не проживають тут. Це зумовлено тим, що багато опитаних відпочиваючих є місцевими жителями або вони проживають у населених пунктах поблизу, але 34%, що становить близько 1/3 всіх опитаних проживають на території комплексу. (Рис.22 )



Рис. 22 Чи проживають на території комплексу

Джерело: Власна редакція

В наступному опитуванні про конкретне місце проживання брали участь лише ті гості, які проживають на території (34).

Рівно половина – 17 проживають в Готельному комплексі "Гетьман". В готелі "Карпати" зупинилися 5. В "Карпатська вежа" – двоє. У варіанті "інше" йдеться про менш популярні готелі. Також дехто проживав в хостелах та приватних садибах, які навіть офіційно не розташовані безпосередньо на території комплексу. (Рис.23 )



Рис. 23 Назва закладу розміщення

Джерело: Власна редакція

Наступні дослідження проводилися з метою оцінки якості задоволення певних наданих послуг опитаних клієнтів. Респонденти мали змогу оцінювати певні критерії їхнього відпочинку по 5-бальній шкалі, де 5 – повністю задоволені, 1 – зовсім не задоволені та 0 – ставили ті клієнти, які не знають якість певної послуги, оскільки її не отримували.

В дослідженні, де оцінювалося на основі чого обрали саме цей заклад розміщення, та про оцінку кімнат в закладі, відповідали лише ті респонденти, які проживають на території комплексу, таких було – 34.

Найважливішою причиною обрання закладу нічлігу було розташування його, кількість місць, якість надання послуг, ці критерії оцінили в 4.4; 4.2; та 4. балів відповідно. Менш важливим критерієм були поради знайомих, різноманітність послуг в закладі. Ціна відіграла також важливу роль в питанні обрання закладу нічлігу – цей критерій оцінили в 3.7 бали. Майже не орієнтувалися на оголошення в Інтернеті та поради туроператора – ці критерії оцінили в 3.4 та 3. бали відповідно. (Рис.24)



Рис. 24 На основі чого обраний заклад

Джерело: Власна редакція

У дослідженні питання оцінки кімнат клієнти мали змогу оцінювати три критерії: розташування кімнат в закладі, укомплектованість кімнати різними меблями, технікою й іншими кімнатними спорядженням та ціна.

Найвищий бал отримав критерій "розміщення" – 4.3 балів. Укомплектованість кімнати – 3.9 балів. З цих трьох критеріїв найнижчу оцінку отримала ціна за номер в закладі – 3.7 балів. (Рис.25 )



Рис. 25 Оцінка номерів

Джерело: Власна редакція

На наступні питання вже відповідали не тільки ті гості, які живуть на території курорту (34), а всі опитані (100). Результатом аналізу питання про оцінку отриманих послуг на території ГТК "Мигово" стали наступні дані: найвищий бал в 4.3 бали отримав критерій якості спускних трас. Одинакові оцінки в 4.2 отримали два варіанти "приспосованість ГТК до природних умов" та "харчування". Загальна оцінка нічлігу – 4 бали. Станом інфраструктури



задоволені на 3.8/5 балів. Найнижчу оцінку отримав критерій "ціна", тобто опитані туристи, вважають ціну дещо завищеною. (Рис.26)



Рис. 26 Оцінка отриманих послуг

Джерело: Власна редакція

Останнім було питання про оцінку загальної задоволеності клієнтів відпочинком. Найвищу оцінку отримали послуги з wellness (спа-послуги, басейни, сауни, чани) – 4.3 балів, готель/хостел - отримав оцінку в 4.1 балів. Стан інфраструктури – 3.9 балів. Найгірше оцінили вартість послуг – 3.6 балів. (Рис.27)



Рис. 27 Рівень загального задоволення відпочинком

Джерело: Власна редакція

### 3.2.2 Визначення портрету споживача 2021/22 р.р.

Портрет споживача дає можливість краще зрозуміти особливості та потреби цільової аудиторії, що у свою чергу допомагає в розробці та розміщенні ефективної реклами, створенні якісного дозвілля, та удосконалення нашого підприємства таким чином, щоб отримувати найвищі прибутки.

Представники жіночої та чоловічої статі керуються різними принципами, відповідно, і рішення вони приймають різні. Тому одним з основних вимог для складання портрета споживача потрібно визначити, для кого призначений товар. Досить часто буває так, що він підходить і тим, і іншим, відповідно цільова аудиторія – чоловіки і жінки. Переважаюча стать нашого цільового споживача – це жіноча. Стосовно віку однозначну відповідь на це питання дати неможливо, потрібно встановити вікові рамки. В нашому випадку домінуюча вікова група – це молоді люди 16-20 і 20-25 років.

Освіта. Цей критерій допомагає зрозуміти, наскільки покупець розвинений в професійному плані. В масштабах гірськолижно-туристичного курорту, питання освіти чи професії споживача не є передовим чи визначальним. Найбільшу частину опитаних становлять особи з вищою освітою, які закінчили університет чи інститут. За сімейним станом більшість не одружені. Спираючись на питання про переважаючий вік також є логічним те, що більше третини всіх опитаних у питанні про професію вказали, що вони студенти. З усіх опитаних, для більше  $\frac{2}{3}$  всіх даних відпочинок в цьому курорті не є першим, вони тут вже були. Про курорт вони дізнались від друзів.

Місце розташування споживача важливо для того, щоб дізнатися, де вигідніше розмістити рекламу, щоб зрозуміти, чи зможуть потенційні клієнти відвідати наш захід, фестиваль чи провести вихідні або відпустку на даному курорті. Яскравою характеристикою “Мигово” є те, що на даний час його можна вважати як регіональним, оскільки трохи більше половини всіх опитаних є жителями місцевих сіл або міста Чернівці та Чернівецької області. Зазвичай відпочиваючі приїжджають у компанії друзів, а організатором їхнього

відпочинку були вони самі, або їхні друзі, з якими вони приїхали. В основному вони використовують власний транспорт як спосіб приїзду.

Через те, що багато відпочиваючих є місцевими, тому на території курорту вони здебільшого проводять 1-3 дні. З цим питанням пов'язано і наступне, що лише третина опитаних проживає на території курорту. Найпопулярнішим серед проживаючих є готельний комплекс "Гетьман".

Наступним є оцінка якості отриманих послуг по 5-бальній шкалі, де 5 – повністю задоволені, 1 – зовсім не задоволені та 0 – ставили ті клієнти, які не знають якість певної послуги, оскільки її не отримували.

Найважливішим критерієм вибору готелю є місце його розташування та звісно ціна. Другорядним показником є відгуки про готель, або поради знайомих чи друзів, які вже тут відпочивали. Для гостей також важливим є комфорт та укомплектованість кімнати в готелі.

За оцінкою загальною задоволеністю комплексом лідирує критерій якості трас, пристосованості ГТК до погодних змін та заклади харчування. Загалом, якщо повністю оцінювати відпочинок, то найкраще оцінені Wellness-послуги, нічліг (тим хто його використовував), а також інфраструктура курорту.

### **3.3 Власні рекомендації щодо вдосконалення роботи курорту**

Туристичний бізнес посідає у світовій економіці чільне місце і вважається найменш затратною галузь національного господарства, що має значні прибутки за рахунок швидкого обороту капіталу. Україна має потужний потенціал для розвитку туристичної індустрії на базі правильного та ефективного використання наявних рекреаційних ресурсів.

Завданням та метою власних рекомендацій роботі курорту є визначення правильної концепції розвитку ГТК «Мигово», з наявними ресурсами в межах власних можливостей. Рекомендації містять аналіз ситуації, який враховує можливості, які є основою для розвитку курорту, також рекомендації містять

довгострокові та короткострокові оперативні рішення, які повинні сприяти розвитку ГТК «Мигово».

Таблиця 1

Рекомендація	Шляхи досягнення рекомендації	Показник ефективності
1. Створення якісної сфери обслуговування	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Набір кваліфікованого персоналу.</li> <li>• Розвиток інфраструктури та засобів праці, застосування передових технологій в підприємствах розміщення та харчування.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Збільшення прибутку.</li> <li>• Збільшення кількості проведених діб на курорті.</li> </ul>
2. Збільшення продуктивності рекламної політики на не регіональному ринку.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Залучення до роботи якісних маркетологів, які будуть працювати на поза обласному ринку.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Збільшення кількості відпочиваючих не з Чернівецької області.</li> <li>• Збільшення тривалості перебування гостей на території курорту.</li> </ul>
3. Доповнення та урізноманітнення туристичних послуг в період літнього сезону.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Створення та просування послуг, орієнтованих на літній сезон: мотузковий парк, велосипедні та</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Збільшення кількості туристів в літній сезон.</li> <li>• Утримання стійких лідируючих позицій серед конкурентів, шляхом організації та</li> </ul>

	<p>пішохідні маршрути, кемпінгова зона.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Забезпечення матеріально-технічною базою для створення нових послуг.</li> <li>• Послуги орієнтовані на цільову аудиторію (молодь).</li> <li>• Організація тематичних літніх фестивалів</li> </ul>	<p>проведення відомих фестивалів.</p>
<p>4. Усунення недоліків та розвиток основної інфраструктури</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Залучення місцевої влади до питань з владнання транспортної та комунальної інфраструктури.</li> <li>• Ремонт дороги з м. Чернівці до с. Мигово.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Полегшення приїзду до курорту.</li> <li>• Збільшення чисельності приїжджих, не місцевих, туристів.</li> </ul>

*Табл. 1 Власні рекомендації щодо вдосконалення роботи курорту*

*Джерело: Власна редакція*

## ВИСНОВКИ

Для ГТК «Мигово» характерний одно сезонний тип туризму – в зимовий період. Від фактору сезонності страждають курортні готелі. Незалежно від завантаження готелю, готельєр зобов'язаний підтримувати громадські приміщення в чистоті, платити за обігрів всього приміщення. З цієї причини багато курортних готелів в низький сезон закриваються. А вже з таких сезонних коливань випливає наступна проблема – це найм і збереження кваліфікованих працівників. Нестача кваліфікованих фахівців впливає на якість надання послуг туристам. Для збереження на робочому місці кваліфікованих фахівців їм потрібно надати постійну роботу, натомість зараз в «Мигово» працюють тільки в пік сезону.

Туристична індустрія є однією з найбільш постраждалих у світі від спалаху COVID-19, який впливає як на попит, так і на пропозицію туристичних послуг. Це спричиняє анти розвиток туристичного сектору в державах, уряд яких не впливає на збереження туристичного бізнесу. Світова криза внаслідок пандемії COVID-19 в секторі туризму не оминула й Україну, зараз важко підрахувати конкретні цифри збитків, нанесених коронавірусом і карантинном.

Метою моєї бакалаврської роботи було аналізувати вплив пандемії COVID-19 на порівнянні двох зимових сезонів до та під час пандемії COVID-19 відповідно, які є профільними гірськолижного курорту «Мигово», використовуючи метод анкетного опитування. В обох випадках використовувались анкети з однаковим переліком питань, для одержання більш достовірних даних та для більш якісного та структурованого порівняння.

На сьогоднішній день існує важлива перепона в'їзду туристів з-за кордону та з інших областей через недосконалість базової інфраструктури на Буковині, тобто поганий стан доріг. Туризм не може функціонувати без транспорту, тому він перебуває в сильній залежності від гарного стану і функціонування транспортної системи. Поганий стан доріг в Чернівецькій області є перепорою

в'їзду для туристів через те, що така подорож займає досить довгий проміжок часу та є некомфортною.

У першому розділі бакалаврської роботи на основі літературних та електронних джерел було визначено теоретичне підґрунтя всієї роботи. Досліджено основні поняття та положення щодо класифікації курортів в Україні. Поділ за складністю спускних треків в світі по кольорам. Визначено поняття гірськолижних курортів. Досліджено питання про загальний вплив пандемії COVID-19 на туристичну індустрію і гірськолижний туризм. Також описано та дано загальну характеристику ГТК «Мигово».

У другому розділі описується профільний зимовий сезон курорту, ще до впливу COVID-19 (2019/20 р.) Визначено портрет споживача зимового сезону 2019/20.

У третьому розділі висвітлено короткий аналіз літнього не профільного сезону (2020 року). Досліджено детально зимовий сезон 2021/22 під впливом COVID-19 та визначено детальний портрет споживача цього сезону. Спираючись на власний досвід дослідження роботи курорту та на всі зібрані і опрацьовані дані було дано власні рекомендації щодо удосконалення роботи курорту.

В результаті написання роботи було виконано всі поставлені завдання. Аналізовано і досліджено зимові профільні сезони, зібрано статистичні дані про коло відвідувачів на гірськолижному курорті «Мигово». Відповідно до поставленої мети бакалаврської роботи було досягнуто всі цілі. Також виправивши проблеми транспортної інфраструктури, додавши кваліфікованих фахівців, раціонально та правильно використавши можливості гірськолижно-туристичного курорту «Мигово», можна модифікувати курорт з більш регіонального ринку на повноцінний національний.

Ми намагались показати цілісну картину про відвідувачів і рівень їх задоволення, та в цілому діяльність курорту, і сподіваємось, що дане дослідження зможе бути основою інших схожих досліджень.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гірські курорти (розділ з книги "Курорти") Роберт Крісті Мілл. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://tourlib.net/books\\_ukr/resort.htm](http://tourlib.net/books_ukr/resort.htm), / – Назва з екрана 20.09.21
2. Вплив пандемії COVID-19 на стан туристичного та рекреаційного бізнесу в Україні. Погребняк Л., Дудяк Р., Бугіль С. [Електронний ресурс]. - <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1180809.pdf> – Назва з екрана 13.11.21
3. Закон України про курорти, Розділ 1 «Загальні положення», стаття 4 [Електронний ресурс]. - <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2026-14#Text> – Назва з екрана 13.11.21
4. «Класифікація курортів України» [Електронний ресурс]. - [https://pidruchniki.com/1424062041946/turizm/klasifikatsiya\\_kurortiv\\_ukrayini](https://pidruchniki.com/1424062041946/turizm/klasifikatsiya_kurortiv_ukrayini), – Назва з екрана 13.11.21
5. Інформаційний збірник Міністерства освіти і науки України, 2003. 18.11.21
6. [Електронний ресурс] - [https://en.wikipedia.org/wiki/Ski\\_resort\\_](https://en.wikipedia.org/wiki/Ski_resort_) - Назва з екрана 12.10.20
7. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.skiurlaub-infos.com/168/ski-trassien.html>, - Назва з екрана 07.03.21
8. Вплив пандемії коронавірусу COVID-19 на туристичну галузь. Стрижак О.О [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/200511%20-%20Travel%20Restrictions%20EN\\_0.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/200511%20-%20Travel%20Restrictions%20EN_0.pdf) - Назва з екрана 13.11.21
9. Наукове видання “Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі” 25.03.21
10. Постанова кабінету міністрів № 21 "Про затвердження протиепідемічних заходів під час роботи гірськолижних курортів на період карантину у зв'язку поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19)"
11. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.booking.com/hotel/ua/karpaty-migovo.uk.html> - Назва з екрана 02.03.20
12. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://hotels24.ua/uk/Myhove/> - Назва з екрана 02.03.20
13. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/>, - Назва з екрана 02.03.20
14. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.booking.com/hotel/ua/karpaty-migovo.uk.html> - Назва з екрана 03.03.20
15. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/accomodation/hotel-satori/> - Назва з екрана 03.03.20
16. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.booking.com/hotel/ua/karpatyska->



- vezha.uk.html, - Назва з екрана 07.03.20
17. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://karpaty.rocks/region/chernivecka-oblast/vizhnickiy-rayon/migove/gotel-karpatska-vezha-v-seli-migove> - Назва з екрана 07.03.20
  18. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/accomodation/hotel-complex-girskii-svitanok/> - Назва з екрана 07.03.20
  19. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.booking.com/hotel/ua/hirskyy-svitanok.uk.html>, Назва з екрана 07.03.20
  20. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/accomodation/hotel-complex-noris/> - Назва з екрана 07.03.20
  21. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.booking.com/hotel/ua/noris.uk.html>, - Назва з екрана 07.03.20
  22. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.crimee.com/noris.html> - Назва з екрана 07.03.20
  23. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/meals/hetman/> - Назва з екрана 07.03.20
  24. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/meals/restaurant-karpatsika-veja/>, - Назва з екрана 10.03.20
  25. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://ua.dorogovkaz.com/kolyba-migovo.php>, - Назва з екрана 10.03.20
  26. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/meals/shashlychna-hata/> - Назва з екрана 10.03.20
  27. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://migovo.com.ua/spa/> - Назва з екрана 10.03.20
  28. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://linnikov.agency/ua/blog/client-portrait/> - Назва з екрана 10.03.20

## ДОДАТКИ

### Додаток 1

1. Стать:  чоловіча  жіноча
2. Вік: \_\_\_\_\_
3. Освіта:
  - a) середня освіта
  - e) інститут / університет
  - b) училище / технікум / коледж
  - f) інше
4. Сімейний стан:
  - a) одружений / заміжня
  - c) розлучений / розлучена e) інше
  - b) не одружений / не заміжня
  - d) вдова/вдівець
5. Яка Ваша професія:  
\_\_\_\_\_
6. Чи були Ви вже на ГТК «Мигово» так  ні
7. Звідки Ви дізналися про ГТК «Мигово»
  - a) друзі
  - d) турфірма
  - b) родичі
  - e) Інтернет
  - c) рекламні буклети
  - f) інше
8. З якої країни / області України Ви приїхали ?  
\_\_\_\_\_
9. З якого населеного пункту приїхали?  
\_\_\_\_\_
10. З ким Ви приїхали ?
  - a) друзі
  - b) другою половинкою
  - c) група (туристична)
  - d) сам / сама
  - e) родичі
  - f) інше
11. Хто був організатором подорожі?
  - a) сам / сама
  - b) друзі
  - c) роботодавець
  - d) родичі
  - e) тур фірма
  - f) інше
12. Який тип транспорту Ви використали?
  - a) автомобіль
  - c) автобус
  - b) залізничний транспорт
  - d) інше
13. Скільки днів Ви плануєте провести на курорті ?  
\_\_\_\_\_

14. Чи використовуєте Ви нічліг на території комплексу?

так  (якщо так де саме (назва закладу))

ні  (якщо ні переходите на питання №17.)

15. На основі чого Ви обрали саме цей тип ночівлі? (оцінка критеріїв за 5-бальною шкалою) (де 1 – зовсім погано , 5 – повністю задоволений)

назва критерію	Оцінка (1-5)
ціна	
якість надання послуг	
кількість місць розташування	
укомплектованість кімнати	
різноманітність послуг	
поради знайомих оголошення в Інтернеті	
порада тур оператора	

16. Оцініть будь ласка кімнати (оцінка критеріїв за 5-бальною шкалою) (де 1 – зовсім погано , 5 – повністю задоволений)

назва критерію	Оцінка
ціна	
укомплектованість кімнати	
розташування	

17. Оцініть якість наданих вам послуг (оцінка критеріїв за 5-бальною шкалою) (де 1 – зовсім погано , 5 – повністю задоволений)

назва критерію	оцінка
нічліг	
ціна	
якість трас	
інфраструктура	
харчування	
розташування	
пристосованість ГТК до змін погодних умов	

18. На скільки задоволені відпочинком?

назва критерію	оцінка (1-5)	не знаю / не використовував
готель / хостел		
ціни		
wellness (сауни/ басейни)		
інфраструктура		

## СПИСОК РИСУНКІВ

1	Готельний комплекс «Карпати»
2	Готель «Саторі»
3	Готель «Карпатська вежа»
4	Готель «Гірський світанок»
5	Готель «Норіс»
6	Ресторан «Геттьман»
7	Ресторан «Карпатська вежа»
8	Ресторан «Колиба»
9	Кафе-бар «Шашлична хата»
10	SPA центр на території
11	Статеві-вікова піраміда
12	Рівень освіти опитаних
13	Сімейний стан опитаних респондентів
14	Типи зайнятості опитаних респондентів
15	Відвідуваність ГТК
16	Звідки отримали відомості про ГТК
17	Країна / область / населений пункт звідки приїхали туристи
18	З ким приїхали відпочиваючі
19	Хто був організатором подорожі
20	Тип використаного транспорту опитаних респондентів
21	Кількість проведених днів опитаних клієнтів в «Мигово»
22	Чи проживають опитані респонденти на території ГТК «Мигово»
23	Назва закладу розміщення, в якому проживають опитані респонденти
24	На основі яких критеріїв був обраний даний заклад розміщення
25	Оцінка кімнати в номері закладу
26	Оцінка наданих послуг опитаних клієнтів ГТК «Мигово»
27	Оцінка опитаних респондентів загальною задоволеністю комплексом

Ім'я користувача:  
Моца Андрій Андрійович

ID перевірки:  
1011182990

Дата перевірки:  
14.05.2022 16:01:47 EEST

Тип перевірки:  
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:  
14.05.2022 17:14:59 EEST

ID користувача:  
100006701

Назва документа: 04\_Іпатій Андрій Володимирович

Кількість сторінок: 60 Кількість слів: 11343 Кількість символів: 88147 Розмір файлу: 3.05 MB ID файлу: 1011077083

## 18.1% Схожість

Найбільша схожість: 2.42% з Інтернет-джерелом ([https://tourlib.net/statti\\_ukr/stryzhak.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/stryzhak.htm))

17.2% Джерела з Інтернету

241

Сторінка 62

1.82% Джерела з Бібліотеки

90

Сторінка 64

## 0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

## 79.3% Вилучень

Деякі джерела вилучено автоматично (фільтри вилучення: кількість знайдених слів є меншою за 8 слів та 0%)

Немає вилучених Інтернет-джерел

79.3% Вилученого тексту з Бібліотеки

1

Сторінка 64

## Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

9