

Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів
Факультет інноваційних технологій

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня бакалавра
за освітньо–професійною програмою «Готельно–ресторанна справа»
на тему «Wellness-послуги як інструмент формування позитивного іміджу
готельно-ресторанного комплексу»

Виконав:
здобувач IV курсу, групи ГРС 21 – 2
спеціальності 241
«Готельно-ресторанна справа»
Жук К.О.

Керівник:
к.т.н., доцент Сабіров О.В.

Дніпро – 2025

АНОТАЦІЯ

Жук К.О. Wellness-послуги як інструмент формування позитивного іміджу готельно-ресторанного комплексу. Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр» за спеціальністю 241 Готельно-ресторанна справа. – Університет митної справи та фінансів, Дніпро.

Метою кваліфікаційної роботи є аналіз рівня організації, інфраструктури та якості надання wellness-послуг у готельно-ресторанному комплексі, а також розробка рекомендацій щодо їх удосконалення з метою формування його позитивного іміджу.

Об'єктом дослідження є готельно-ресторанний комплекс «Edburg» як суб'єкт готельного господарства, що надає wellness-послуги.

Предметом дослідження виступають організаційні, інфраструктурні та якісні аспекти надання wellness-послуг у готельно-ресторанному комплексі та їх вплив на формування іміджу закладу.

У першому розділі кваліфікаційної роботи досліджено сутність та еволюцію поняття «wellness», визначено специфіку організації таких послуг у готельному бізнесі, а також проаналізовано міжнародний досвід впровадження wellness-практик у готельному господарстві. У другому розділі проведено характеристику ГРК «Edburg», проаналізовано його wellness-інфраструктуру, визначено конкурентні переваги та вивчено вплив на формування іміджу закладу в очах клієнтів. У третьому розділі запропоновано конкретні шляхи вдосконалення, зокрема впровадження спеціалізованої wellness-програми для військовослужбовців з родинами. Проведено оцінку економічної ефективності такої програми, виявлено її позитивний вплив як на фінансові показники, так і на іміджеву привабливість закладу.

Для вирішення поставлених у роботі завдань було використано такі методи дослідження: аналіз, синтез, порівняльний аналіз, анкетування, економічний аналіз, SWOT-аналіз, рафічний метод. Для візуалізації результатів порівняльного аналізу конкурентоспроможності wellness-послуг використано багатокутник конкурентоспроможності.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані адміністрацією готельно-ресторанного комплексу «Edburg» для підвищення якості wellness-послуг, удосконалення сервісної моделі, зміцнення позитивного іміджу закладу, а також для розробки ефективних стратегій позиціонування на ринку гостинності.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків; містить 51 сторінку тексту, 15 рисунків, 19 таблиць. Список джерел включає 38 найменувань.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: WELLNESS-ПОСЛУГИ, ГОТЕЛЬ, ІМІДЖ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ

ABSTRACT

Zhuk K.O. Wellness services as a tool for forming a positive image of a hotel and restaurant complex. Qualification work for obtaining a higher education degree "bachelor" in specialty 241 Hotel and restaurant business. – University of Customs and Finance, Dnipro.

The purpose of the qualification work is to analyze the level of organization, infrastructure, and quality of wellness services in the hotel and restaurant complex, as well as develop recommendations for their improvement in order to form its positive image.

The object of the study is the Edburg hotel and restaurant complex as a hotel business entity that provides wellness services.

The subject of the study is the organizational, infrastructural and qualitative aspects of providing wellness services in a hotel and restaurant complex and their influence on the formation of the image of the institution.

The first section of the qualification work examines the essence and evolution of the concept of "wellness", identifies the specifics of the organization of such services in the hotel business, and analyzes international experience in implementing wellness practices in the hotel industry. The second section describes the Edburg HRC, analyzes its wellness infrastructure, identifies competitive advantages, and studies the impact on the formation of the institution's image in the eyes of customers. The third section proposes specific ways to improve, in particular, the implementation of a specialized wellness program for military personnel with families. The economic efficiency of such a program is assessed, and its positive impact on both financial indicators and the image attractiveness of the institution is revealed.

To solve the tasks set in the work, the following research methods were used: analysis, synthesis, comparative analysis, questionnaire, economic analysis, SWOT analysis, and graphical method. To visualize the results of the comparative analysis of the competitiveness of wellness services, a competitiveness polygon was used.

The practical significance of the results obtained is that they can be used by the administration of the Edburg hotel and restaurant complex to improve the quality of wellness services, improve the service model, strengthen the positive image of the institution, and also to develop effective positioning strategies in the hospitality market.

Structure of the work. The work consists of an introduction, 3 sections, conclusions; contains 51 pages of text, 15 figures, 19 tables. The list of sources includes 38 names.

KEYWORDS: WELLNESS SERVICES, HOTEL, IMAGE, COMPETITIVENESS

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ WELLNESS-ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ	7
1.1 Сутність та еволюція поняття «wellness»	7
1.2 Організація wellness-послуг у готельному бізнесі як чинник формування позитивного іміджу	11
1.3 Міжнародний досвід впровадження wellness-послуг у готельному господарстві	16
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	20
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ WELLNESS-ПОСЛУГ У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ	21
2.1 Загальна характеристика готельно-ресторанного комплексу «Edburg»	21
2.2 Дослідження інфраструктури та конкурентоспроможності wellness- послуг	28
2.3 Аналіз впливу wellness-послуг на сприйняття іміджу закладу клієнтами.	35
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	40
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ WELLNESS- ПОСЛУГ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ	42
3.1 Впровадження спеціалізованої wellness-програми для військовослужбовців з родинами	42
3.2 Оцінка економічного ефекту впровадження wellness-програми для військовослужбовців з родинами	46
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3	48
ВИСНОВКИ.....	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	53
ДОДАТКИ.....	56

ВСТУП

У сучасних умовах стрімкого розвитку індустрії гостинності важливим трендом стає інтеграція wellness-послуг у готельний сервіс. Попит на послуги, що спрямовані на збереження здоров'я, зниження рівня стресу та забезпечення фізичного й емоційного комфорту, зростає як серед туристів, так і серед ділових мандрівників. Це обумовлює потребу у впровадженні якісних wellness-рішень у діяльність готельних підприємств.

Wellness-напрямок дозволяє не лише підвищити якість обслуговування гостей, але й сформуванню унікальну ринкову пропозицію, що забезпечує додаткову конкурентну перевагу. У зв'язку з цим особливої ваги набуває дослідження рівня організації та якості надання wellness-послуг у конкретних готельно-ресторанних комплексах.

Значну увагу питанням організації wellness-послуг у готельних підприємств було приділено у роботах як вітчизняних так зарубіжних вчених: І. В. Дітріх, Т. І. Іщенко, А. М. Лубцов, М. П. Мальська, Л. А. Малюга, Т. Парфінченко, І. Соверда, Т. А. Сильчук, Г. М. Тарасюк, І. О. Соколовська, Л. Устименко, Г. Яворська тощо.

Метою кваліфікаційної роботи є аналіз рівня організації, інфраструктури та якості надання wellness-послуг у готельно-ресторанному комплексі, а також розробка рекомендацій щодо їх удосконалення з метою формування його позитивного іміджу.

Для досягнення цієї мети були визначені та вирішені наступні завдання:

- дослідити сутність та еволюція поняття «wellness»;
- розглянути організацію wellness-послуг у готельному бізнесі як чинник формування позитивного іміджу;
- розглянути міжнародний досвід впровадження wellness-послуг у готельному господарстві;
- надати загальну характеристику готельно-ресторанного комплексу

«Edburg»;

- дослідити інфраструктуру та конкурентоспроможність wellness-послуг;
- проаналізувати вплив wellness-послуг на сприйняття іміджу закладу клієнтами;
- окреслити заходи щодо впровадження спеціалізованої wellness-програми для військовослужбовців з родинами;
- провести оцінку економічного ефекту впровадження wellness-програми для військовослужбовців з родинами.

Об'єктом дослідження є готельно-ресторанний комплекс «Edburg» як суб'єкт готельного господарства, що надає wellness-послуги.

Предметом дослідження виступають організаційні, інфраструктурні та якісні аспекти надання wellness-послуг у готельно-ресторанному комплексі та їх вплив на формування іміджу закладу.

Для вирішення поставлених у роботі завдань було використано такі методи дослідження: аналіз, синтез, порівняльний аналіз, анкетування, економічний аналіз, SWOT-аналіз, рафічний метод. Для візуалізації результатів порівняльного аналізу конкурентоспроможності wellness-послуг використано багатокутник конкурентоспроможності.

Інформаційною базою дослідження є наукові статті, монографії, ресурси інформаційної мережі Інтернет, результати власних досліджень.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості застосування розроблених рекомендацій щодо удосконалення wellness-послуг для підвищення іміджу готельно-ресторанного комплексу «Edburg». Запропонована спеціалізована програма для військовослужбовців з родинами може бути реалізована як приклад соціально відповідального сервісу, що поєднує оздоровлення, психологічну підтримку та сімейну інтеграцію.

Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків; містить 51 сторінку тексту, 15 рисунків, 19 таблиць. Список джерел включає 38 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ WELLNESS-ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

1.1 Сутність та еволюція поняття «wellness»

Сьогодні в нашій країні wellness-послуги набувають дедалі більшої популярності, розвиваються стрімкими темпами та стають важливим елементом сучасної індустрії краси, здоров'я та рекреації. Їх популярність зростає завдяки індивідуальному підходу, інноваційним технологіям та інтеграції різних сфер, таких як медицина, туризм, спорт і психологія.

Термін «Wellness» має давнє походження і виник у англійській мові. Він складається з двох слів:

«Well» – що в перекладі з англійської означає «добре», «задоволений», «в хорошому стані»;

«Ness» – суфікс, який використовується для утворення іменників і вказує на стан чи якість (наприклад, «happiness» — щастя, «sadness» — смуток).

Точний еквівалент терміну «wellness» в українській мові відсутній, тому використовується запозичений, у тому числі через написання кирилицею – велнес [27].

Wellness можна перекласти як «стан добробуту», «благополуччя» або «здоров'я». Водночас, цей термін на сьогодні має більш широкий зміст, який включає не лише фізичне здоров'я, але й емоційне, психологічне та соціальне благополуччя людини.

У XVII столітті слово «Wellness» мало швидше філософський характер, пов'язаний із гармонією тіла і душі, аніж із сучасними підходами до оздоровлення. Воно втілювало ідею про те, що здоров'я – це не лише відсутність хвороб, але й активне прагнення до покращення свого фізичного, ментального та емоційного стану [17].

У 1950-х роках американський лікар Хелберт Л. Данн зробив значний внесок у популяризацію концепції Wellness. Він уперше окреслив цей термін як прагнення до збалансованого здоров'я, що включає не лише фізичний стан, а й емоційне та соціальне благополуччя. Данн підкреслював, що здоров'я — це не лише відсутність хвороб, а й активне формування гармонії у всіх аспектах життя. Його підхід передбачав інтеграцію профілактичних заходів і здорового способу життя як основи для досягнення оптимального стану [23].

У наш час Wellness сприймається як комплексна система, яка охоплює фізичний, ментальний, емоційний, соціальний і навіть екологічний аспекти життя людини. Дослідник Лубцов А.М. зазначає, що Wellness – це стан оптимального життя, спрямований на максимальне використання потенціалу людини. Концепція wellness була розроблена як особливе самопочуття, що включає загальне почуття добробуту, яке сприймає людину як те, що складається з тіла, духу і розуму, будучи залежними від свого оточення [7].

Центр досліджень та навчання реабілітації (RRTC) при Бостонському університеті пропонує 8 вимірів wellness стану:

- емоційна (ефективно справлятися з життям і створювати позитивні стосунки), духовна (розширення почуття мети та сенсу в житті);
- соціальна (розвиток почуття зв'язку, належності та системи підтримки), фізична (фізичні вправи, здорова їжа і сон);
- професійна діяльність (задоволення і збагачення від роботи);
- інтелектуальна (визнання творчих здібностей та пошук розширення знань та вмінь);
- фінансова (задоволеність поточним і майбутнім фінансовим станом);
- навколишнє (середовище приємне, стимулююче оточення) [34].

Сучасне поняття «wellness» є комплексним і включає складники, що взаємопов'язані між собою і сприяють досягненню загального благополуччя та гармонії в житті (рис. 1.1).

Фізичне навантаження

- Помірні та комфортні тренування, адаптовані до можливостей людини.
- Популяризація таких активностей, як йога, пілатес, плавання, кардіотренування.

Здорове харчування

- Вибір натуральних і збалансованих продуктів.
- Включення в раціон суперфудів, детокс-програм та вітамінних комплексів.

Комплексний догляд за шкірою

- Використання косметичних засобів для підтримки здоров'я шкіри.
- Процедури SPA, масажі, омолоджувальні програми.

Хороший відпочинок

- Регулярний повноцінний сон, релаксаційні техніки, створення комфортних умов для відновлення.

Оптимізм і позитивне мислення

- Практика mindfulness, медитація та емоційний контроль.
- Навчання приймати позитивний погляд на життя.

Рисунок 1.1 – Основні складники сучасного Wellness

Джерело: складено автором за [26]

Дослідивши наукові роботи вітчизняних та зарубіжних вчених, зазначимо, що Wellness-послуги – це комплекс оздоровчих, релаксаційних і профілактичних заходів, спрямованих на підтримку фізичного, ментального та емоційного здоров'я людини, а також на досягнення гармонії у житті. Термін «wellness-послуга» пов'язаний з комплексним підходом до фізичного, емоційного та психічного здоров'я людини. Вони орієнтовані на превентивний підхід до здоров'я, гармонізацію тіла й душі, а також створення умов для відновлення сил та енергії та поєднують аспекти фізичного, емоційного, соціального та духовного благополуччя. Вони орієнтовані на підтримку та покращення загального стану здоров'я, запобігання хворобам та досягнення гармонії в житті.

Wellness як філософія здорового способу життя міцно увійшли в готельний бізнес і поступово займають там провідні місця в переліку додаткових послуг, які підвищують рентабельність і конкурентоспроможність готелю. Wellness-послуги в готелях різної категорії сприяють поліпшенню якості обслуговування відвідувачів, внесенню в

роботу елементів нестандартного сервісу, залученню нових клієнтів і збільшенню кількості постійних, а також створенню індивідуального іміджу готелю. Wellness-послуги надаються спеціалізованими SPA-готелями і wellness-готелями як у місті, так і за його межами і не прив'язані до лікувальних джерел [9].

Сьогодні зростаюча популярність Wellness-послуг пов'язана зі зростаючою увагою до:

- психічної рівноваги: збереження гармонії між емоційним благополуччям і стресами повсякденного життя;
- балансу між роботою та особистим життям: усвідомлене управління часом, щоб уникнути вигоряння;
- соціальної справедливості та сталого розвитку: включає екологічну відповідальність, захист довкілля, створення сталих умов для життя;
- громадської охорони здоров'я: профілактичні заходи для збереження здоров'я населення [9].

Отже, wellness сьогодні – це не лише стан здоров'я, а й індустрія, яка об'єднує традиційні методи з новітніми технологіями, спрямованими на досягнення гармонії людини з собою та навколишнім світом. Wellness-послуги – це синергія фізичної активності, догляду за тілом і відновлення психоемоційного стану. Система wellness-послуг сприяє досягненню балансу у всіх аспектах життя. Вона відповідає на запит сучасного суспільства, яке шукає шляхи боротьби зі стресами, хронічною втомою та екологічними викликами.

1.2 Організація wellness-послуг у готельному бізнесі як чинник формування позитивного іміджу

Wellness-послуги в готелях є однією з важливих складових сучасного гостинного бізнесу. Їх мета – не лише забезпечити відпочинок і релаксацію, але й створити для гостей умови для оздоровлення, відновлення фізичного і психічного стану. Особливості організації таких послуг залежать від концепції готелю, його місцезнаходження та потреб цільової аудиторії.

Wellness-послуги охоплюють широкий спектр заходів, спрямованих на оздоровлення, відпочинок і підвищення якості життя. В табл. 1.1 представлено основні види wellness-послуг, їх специфіку та переваги, що сприяють фізичному, психічному та соціальному благополуччю клієнтів.

Таблиця 1.1 – Основні види wellness-послуги в індустрії гостинності

Види послуг	Опис
Гідротерапія, обгортання пілінг, термальні процедури, догляд за обличчям	Водні процедури, грязьові й водоростеві обгортання, очищення шкіри, використання саун і хамамів, омолоджувальні програми для обличчя.
Релаксаційний, лікувальний спортивний, аромамасаж, тайський масаж	Зняття стресу, м'язової напруги, реабілітація після травм, використання ефірних олій, поєднання масажу з елементами йоги.
Групові тренування, індивідуальні заняття, кардіо-заняття, водний фітнес, функціональний тренінг	Йога, пілатес, аеробіка, персональні тренування, заняття на велотренажерах, плавання та аквааеробіка, вправи для розвитку сили й витривалості.
Консультації лікарів, фізіотерапія, аналізи та діагностика, розробка дієт	Поради терапевтів і дієтологів, процедури магнітотерапії та електрофорезу, оцінка стану здоров'я, створення індивідуальних дієтичних програм.
Зали медитації, зони відпочинку, соляні кімнати, тепідаріуми, альтанки чи відкриті зони	Простори для розслаблення із заспокійливою музикою, аромотерапією, комфортним інтер'єром, кімнати для дихальних процедур, релакс-зони на свіжому повітрі.
Індивідуалізація, еко-підхід, технології, поєднання з психологією	Персональні програми, використання натуральних матеріалів і косметики, впровадження смарт-тренажерів, онлайн-консультацій і занять з елементами mindfulness та арт-терапії.

Джерело: складено автором за [7]

Обслуговування в сфері Wellness базується на забезпеченні високоякісного сервісу, орієнтованого на індивідуальні потреби клієнтів. Для формування позитивного іміджу готельного підприємства та забезпечення гармонії фізичного, психічного й емоційного стану гостя при наданні wellness-послуг застосовуються спеціальні принципи та стандарти якості обслуговування. На рис. 1.2 представлено принципи обслуговування Wellness-послуг.

Клієнтоорієнтованість	• Увага до індивідуальних потреб клієнта, гнучкий підхід до вибору послуг, забезпечення комфортної атмосфери.
Професіоналізм	• Використання кваліфікованого персоналу, регулярне підвищення їхньої кваліфікації.
Індивідуальний підхід	• Розробка персоналізованих програм (антистрес, детокс, відновлення), враховуючи стан здоров'я та побажання клієнта.
Гігієна та безпека	• Дотримання санітарно-гігієнічних норм, забезпечення чистоти та безпеки всіх зон.
Конфіденційність	• Захист персональних даних клієнтів, а також конфіденційність під час процедур.
Естетика і комфорт	• Забезпечення приємної атмосфери: інтер'єр, музика, аромати, освітлення, температурний режим.
Доступність	• Зручний графік роботи, зрозумілі процедури бронювання та доступні ціни для різних категорій клієнтів.
Екологічність	• Використання натуральних продуктів, енергоефективних технологій та сталого підходу у веденні бізнесу.

Рисунок 1.2 – Принципи обслуговування Wellness-послуг

Джерело: складено автором за [8]

Серед міжнародних стандартів, що регламентують якість wellness-послуг, варто відзначити:

– ISO 17679:2016 – Tourism and related services – Wellness spa – Service requirements, що визначає вимоги до якості обслуговування у wellness-спа;

- ISO 9001 – Система управління якістю, яка охоплює організаційні процеси в індустрії гостинності;
- стандарти SPA & Wellness від European Spas Association (ESPA), які регламентують етичні та процедурні вимоги в галузі;
- стандарти професійної асоціації масажистів, косметологів та wellness-практиків, які визначають кваліфікаційні вимоги до персоналу [10].

Дотримання зазначених принципів і стандартів сприяє підвищенню довіри з боку клієнтів, зміцненню репутації закладу та забезпеченню високого рівня лояльності гостей.

Сьогодні елементи індустрії wellness активно інтегруються в концепції готельних підприємств, сприяючи не лише розвитку туристичного ринку, а й формуванню позитивного іміджу закладів через асоціацію з турботою про здоров'я, комфорт і якість життя гостей. Зростаюча вибагливість клієнтів спонукає готелі постійно оновлювати wellness-послуги, впроваджуючи інновації, що відповідають актуальним очікуванням та підсилюють репутацію сучасного й клієнтоорієнтованого сервісу. На рис. 1.3 представлено елементи інфраструктури Wellness-послуг, які користуються попитом як на туристичному ринку так і в повсякденному житті та спрямовані на поліпшення фізичного, емоційного, психологічного та соціального благополуччя, а в додатку А їх характеристика.

Інфраструктура Wellness-послуг охоплює всі матеріальні, технологічні та організаційні ресурси, необхідні для надання якісних оздоровчих і релаксаційних послуг. Вона забезпечує комфортне обслуговування гостей та відповідає сучасним стандартам індустрії. Вона має відповідати сучасним потребам клієнтів, поєднуючи зручність, комфорт, технологічність та екологічну відповідальність. Якісна інфраструктура є основою для створення позитивного досвіду та формування лояльності клієнтів.

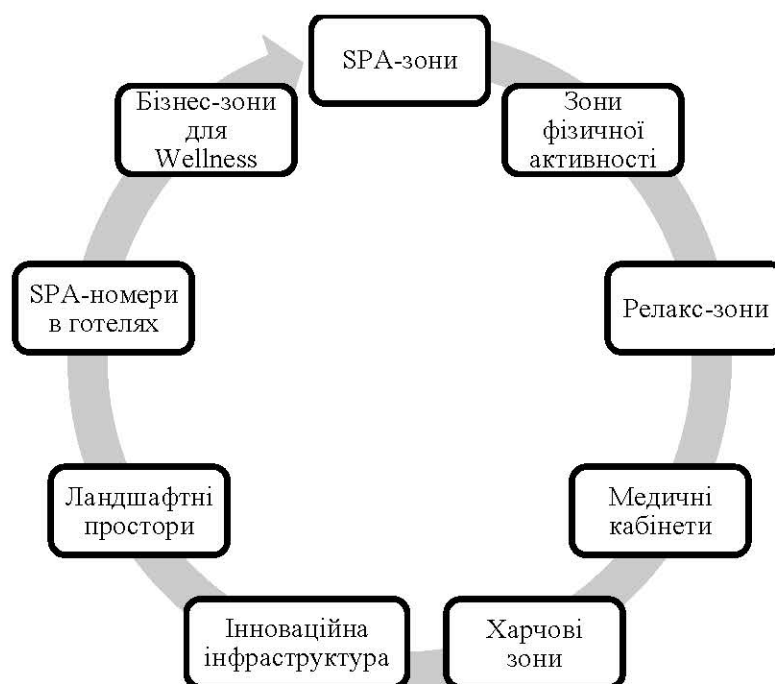


Рисунок 1.3 – Інфраструктура Wellness-послуг у готелях

Джерело: складено автором за [28]

До сучасних тенденцій в інфраструктурі Wellness-послуг можна віднести:

- еко-орієнтованість: використання натуральних матеріалів у дизайні (дерево, камінь), сонячні батареї та системи водозбереження;
- індивідуалізація простору: зони з регульованою температурою, освітленням і звуком для кожного клієнта;
- технологічна інтеграція: додатки для навігації у Wellness-центрі, бездротові зарядки, інтерактивні екрани;
- інклюзивність: простори для людей з обмеженими можливостями (пандуси, підйомники, спеціальні тренажери).

Кваліфікований персонал є основою для успішного надання wellness-послуг, оскільки він не тільки забезпечує безпеку та ефективність процедур, але й підтримує психоемоційне здоров'я клієнтів, допомагаючи їм досягати бажаних результатів у збереженні здоров'я та благополуччя (рис. 1.4).

Забезпечення якості послуг

- Фахова компетентність гарантує високий рівень надання послуг.
- Індивідуальний підхід до кожного клієнта, адаптація програм.

Підвищення безпеки

- Медичний контроль за станом здоров'я клієнтів.
- Безпека виконання процедур, використання правильних технік.

Розвиток інновацій та нових послуг

- Інтеграція новітніх методів wellness, таких як кріотерапія, флоатинг.
- Адаптація послуг під нові потреби клієнтів.

Психологічна підтримка

- Психологічна підтримка через консультації, терапевтичні методи.
- Проведення медитацій, тренінгів для покращення емоційного стану.

Підвищення лояльності клієнтів

- Створення довірливих стосунків із клієнтами, допомога у досягненні цілей wellness.
- Надання корисних порад щодо здорового способу життя.

Інтеграція різних напрямків wellness

- Співпраця фахівців різних напрямків: фізіотерапевтів, психологів, масажистів для комплексного підходу.
- Створення індивідуальних комплексних програм wellness.

Освіта та тренінги для персоналу

- Постійне вдосконалення знань і навичок через курси та сертифікації.
- Адаптація до нових тенденцій і технологій у wellness.

Рисунок 1.4 – Роль персоналу в наданні wellness-послуг

Джерело: складено автором за [13]

Отже, wellness-послуги є стратегічно важливим інструментом формування позитивного іміджу готельного підприємства, оскільки забезпечують високий рівень турботи про фізичне, психічне та емоційне благополуччя гостей. Їх організація вимагає поєднання якісної інфраструктури, професійного персоналу, дотримання міжнародних стандартів та принципів клієнтоорієнтованості. Інтеграція інноваційних рішень і персоналізованого підходу сприяє підвищенню задоволеності клієнтів і конкурентоспроможності закладу. Таким чином, wellness-напрямок виступає не лише послугою, а складовою цілісного бренду та репутації готелю.

1.3 Міжнародний досвід впровадження wellness-послуг у готельному господарстві

Світові тенденції у сфері wellness (здоров'я та благополуччя) зосереджені на різноманітних аспектах фізичного, емоційного та ментального здоров'я. Процесні інновації, які активно застосовуються у wellness-індустрії представлено у табл. 1.2.

Таблиця 1.2 – Інновації, які активно застосовуються у wellness-індустрії

Інновація	Опис	Вигоди для клієнтів та бізнесу
Цифрові програми для оздоровлення	Використання мобільних додатків, онлайн-платформ та носимих гаджетів для моніторингу фізичного стану та прогресу. Інтерактивні тренування, програми для медитації, йоги тощо.	Доступ до wellness-програм у будь-який час та в будь-якому місці. Можливість персоналізації програм під індивідуальні потреби.
Стандартизація надання послуг	Встановлення чітких стандартів для надання wellness-послуг (наприклад, для масажистів, інструкторів йоги). Впровадження сертифікаційних програм для спеціалістів.	Покращення якості послуг і безпеки для клієнтів. Підвищення довіри до компанії та її репутації.
Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR)	Використання VR та AR для створення immersive wellness-досвіду: медитації, релаксації, віртуальні тренування. Віртуальні тури по спа-послугах, програми для зниження стресу через візуалізацію.	Глибокий релакс та відновлення в умовах віртуального середовища. Інноваційний підхід до wellness-програм для молодшої аудиторії.
Інтеграція біометричних технологій	Використання біометричних пристроїв (наприклад, фітнес-браслетів, розумних годинників) для аналізу фізіологічних показників клієнтів під час wellness-процедур. Адаптація програм на основі реальних даних про стан здоров'я.	Персоналізовані програми для покращення здоров'я. Постійний моніторинг і коригування тренувань та відпочинку для максимального ефекту.
Персоналізовані дієти на основі ДНК	Використання генетичних тестів для розробки індивідуальних дієт, які оптимізують здоров'я, енергетичний рівень і фітнес. Програми харчування, засновані на результатах аналізів ДНК для корекції обміну речовин.	Дієти, які найкраще підходять для конкретного організму. Покращення загального здоров'я завдяки персоналізованому підходу.
Персоналізовані тренажери та фітнес-пристрої	Використання смарт-тренажерів, які автоматично адаптуються до фізичної форми клієнта та його прогресу. Інтерактивні фітнес-платформи, що враховують фізіологічні характеристики клієнта.	Індивідуальні тренування, що враховують фізичний рівень і цілі. Покращення результативності тренувань через інтеграцію з персональними даними.

Джерело: складено автором за [7]

Країни з розвиненими wellness-послугами часто поєднують високий рівень медичних і спа-послуг з культурними традиціями, природними ресурсами та інноваційними методиками оздоровлення. Розглянемо кілька країн, які є лідерами в цій галузі.

1. Швейцарія славиться своїми розкішними курортами та медичними спа-центрами, які пропонують лікування для оздоровлення, антистаріння, стрес-менеджменту та детоксикації. Курорти в Альпах забезпечують не лише фізичний, але й психологічний відпочинок. Відомі курорти: Badrutt's Palace в Сент-Моріці, The Dolder Grand у Цюриху.

2. Таїланд відомий своїми традиційними спа-послугами, включаючи тайський масаж, а також центрами детоксикації та відновлення. Країна поєднує автентичні методи лікування з сучасними wellness-програмами. Відомі курорти: Chiva-Som, Banyan Tree Phuket, Amanpuri.

3. Індонезія, зокрема Балі, є одним з найбільш популярних місць для wellness-туризму, з великою кількістю курортів, що спеціалізуються на йозі, медитації, здоровому харчуванні та природних процедурах. Відомі курорти: Como Shambhala Estate, Fivelements, Bali Spirit Hotel.

4. Японія має багатовікову традицію лікування через гарячі джерела (онсен), а також особливі методи омолодження та релаксації, такі як японський масаж шіацу. Японські спа та оздоровчі курорти інтегрують сучасні та традиційні методи. Відомі курорти: Gora Kadan, Nakone Kowakien Yunessun.

5. Італія поєднує медичні спа та wellness-послуги з культурною спадщиною та природною красою. Відомі курорти пропонують косметичні процедури, оздоровлення через дієти та фізичні навантаження. Відомі курорти: Terme di Saturnia, Lefay Resort & SPA.

6. Австрія має давні традиції в наданні медичних послуг та wellness-послуг, зокрема через термальні води та детоксикаційні програми. Гірськолижні курорти також пропонують wellness-послуги для відновлення сил після фізичних навантажень. Відомі курорти: Aqua Dome, Schloss Fuschl.

7. Мексика відома своїми спа-курортами, що пропонують традиційні методи оздоровлення та детоксикації, включаючи масажі та процедури, які використовують місцеві природні інгредієнти. Крім того, курорти часто організовують йогу та медитаційні практики. Відомі курорти: Como Parrot Cay, The Four Seasons Resort Punta Mita.

8. Іспанія, зокрема на Балеарських та Канарських островах, має великий вибір wellness-курортів, що пропонують процедури по оздоровленню тіла та розуму, а також корисні дієти та медитацію. Відомі курорти: SHA Wellness Clinic, Barceló Asia Gardens.

Ці країни не тільки мають високий рівень wellness-послуг, але й забезпечують неперевершену атмосферу для відпочинку, відновлення та самовдосконалення [8].

В табл. 1.3 представлено загальний огляд wellness-послуг, які пропонують відомі готелі світу, акцентуючи на їхніх унікальних особливостях та підходах до покращення здоров'я та благополуччя гостей.

Таблиця 1.3 – Wellness-послуги відомих світових готелів

Готель	Місце знаходження	Концепція wellness	Особливості
Aman Resorts	Таїланд, Греція	Розкішні спа-послуги, йога, медитація, детоксикація, індивідуальні wellness-програми	Персоналізовані програми, включаючи місцеві традиції та ресурси (наприклад, тайський масаж у Amapuri, Греція — омолоджуючі процедури в Amanzoe).
Six Senses	Оман, Балі	Цілісний підхід до wellness: йога, детоксикація, фізичні тренування, психологічна підтримка, здорове харчування	Ексклюзивні програми з використанням місцевих інгредієнтів та природних ресурсів, таких як Six Senses Zighy Bay в Омані.
Chiva-Som	Хуа Хін, Таїланд	Програми детоксикації, відновлення енергії, дієти, йога, медитація, масажі, психологічні консультації	Індивідуальний підхід до кожного гостя, програми для фізичного та емоційного здоров'я, медичні процедури та психологічна підтримка.
Badrutt's Palace Hotel	Сент-Моріц, Швейцарія	Спеціалізовані спа-послуги, фітнес, дієтичне харчування, відновлення після активних видів спорту (гірськолижні курорти)	Підтримка відновлення після зимових видів спорту, розкішні спа-послуги з використанням швейцарських гірських трав та грязей.

Продовження табл. 1.3

Como Shambhala Estate	Балі, Індонезія	Повне занурення у wellness: йога, медитація, терапевтичні масажі, дієти для детоксикації	Індивідуальні wellness-програми, що поєднують фізичні тренування та природні процедури.
One&Only Resorts	Глобально Мексика, Мальдіви	Йога, спа-послуги, фітнес, оздоровчі дієти, детокс-програми	Розкішні спа-послуги з видом на океан, програми для фізичного та емоційного відновлення, включаючи One&Only Palmilla в Мексиці.

Джерело: складено автором за [29, 30, 32, 33, 37]

Відомі світові готелі не лише пропонують стандартні спа-послуги. Вони активно впроваджують wellness-послуги, поєднуючи розкіш із програмами для покращення фізичного, емоційного та ментального здоров'я, що відповідає потребам кожного гостя, сприяючи досягненню гармонії між тілом і розумом.

Отже, світові тенденції у сфері wellness відзначаються інтеграцією фізичного, емоційного та ментального здоров'я, що включає не тільки традиційні спа-послуги, але й інноваційні підходи, такі як персоналізовані програми на основі даних про здоров'я. Зростає популярність детоксикації, медитації, йоги та сталого розвитку, а також використання новітніх технологій для моніторингу здоров'я, таких як носимі пристрої і мобільні додатки. Велика увага приділяється екологічним аспектам wellness, зокрема у вигляді органічних продуктів та послуг, що підтримують здоровий спосіб життя.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 1

1. Встановлено, що wellness сьогодні – це не лише стан здоров'я, а й індустрія, яка об'єднує традиційні методи з новітніми технологіями, спрямованими на досягнення гармонії людини з собою та навколишнім світом. Wellness-послуги – це синергія фізичної активності, догляду за тілом і відновлення психоемоційного стану. Система wellness-послуг сприяє досягненню балансу у всіх аспектах життя. Вона відповідає на запит сучасного суспільства, яке шукає шляхи боротьби зі стресами, хронічною втомою та екологічними викликами.

2. З'ясовано, що wellness-послуги є стратегічно важливим інструментом формування позитивного іміджу готельного підприємства, оскільки забезпечують високий рівень турботи про фізичне, психічне та емоційне благополуччя гостей. Їх організація вимагає поєднання якісної інфраструктури, професійного персоналу, дотримання міжнародних стандартів та принципів клієнтоорієнтованості. Інтеграція інноваційних рішень і персоналізованого підходу сприяє підвищенню задоволеності клієнтів і конкурентоспроможності закладу. Таким чином, wellness-напрямок виступає не лише послугою, а складовою цілісного бренду та репутації готелю.

3. Доведено, що світові тенденції у сфері wellness відзначаються інтеграцією фізичного, емоційного та ментального здоров'я, що включає не тільки традиційні спа-послуги, але й інноваційні підходи, такі як персоналізовані програми на основі даних про здоров'я. Зростає популярність детоксикації, медитації, йоги та сталого розвитку, а також використання новітніх технологій для моніторингу здоров'я, таких як носимі пристрої і мобільні додатки. Велика увага приділяється екологічним аспектам wellness, зокрема у вигляді органічних продуктів та послуг, що підтримують здоровий спосіб життя.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ WELLNESS-ПОСЛУГ У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ

2.1 Загальна характеристика готельно-ресторанного комплексу «Edburg»

Готельно-ресторанний комплекс «Edburg» (ГРК «Edburg») – це сучасний заклад індустрії гостинності, що поєднує комфортне проживання, якісне харчування та умови для релаксу і оздоровлення. Комплекс розташований у місті Дніпро, на лівому березі Дніпра, неподалік від центру міста, що робить його зручним як для туристів, так і для місцевих мешканців.

ГРК «Edburg» функціонує під управлінням ПП «Шнейдер». Основна концепція комплексу – поєднання вишуканого середньовічного стилю (архітектура у вигляді замку) з сучасним рівнем комфорту.

Метою діяльності готельно-ресторанного комплексу є:

- забезпечення високого рівня сервісу та задоволення потреб гостей у проживанні, харчуванні та відпочинку;
- раціональне використання ресурсів та майна;
- досягнення стабільних фінансово-господарських результатів;
- підвищення конкурентоспроможності на ринку готельно-ресторанних послуг.

Міні-готель «Edburg» має категорію 3 зірки, що передбачає:

- щоденне прибирання;
- зміну білизни;
- індивідуальні санвузли в кожному номері;
- наявність кондиціонера, телевізора, холодильника;
- сніданок «шведський стіл», включений у вартість;
- закриту парковку та Wi-Fi.

Номерний фонд міні-готелю «Edburg» охоплює різноманітні категорії номерів в середньовічному стилі – від одномісних міністандартів до просторих апартаментів, що дозволяє задовольнити потреби різних категорій клієнтів. Найдорожчими та найпросторішими є апартаменти (50 м²), розраховані на 4 особи, тоді як найбільш компактними та бюджетними є міністандарт. Помітно, що вартість номерів прямо корелює з їх площею та місткістю. Загалом готель забезпечує баланс між комфортом і ціною для різних груп гостей. Структура номерного фонду міні-готелю «Edburg» та цінова категорія представлено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1 – Номерний фонд міні-готелю «Edburg»

Тип номера	Кількість номерів	Кількість місць, осіб	Площа, м ²	Вартість за добу, грн
Апартаменти	1	4	50	2600
Люкс	1	4	35	1600
Напівлюкс	1	2	30	1500
Стандарт	2	2	20	1300
Одномісний міністандарт	2	1	15	1000

Джерело: складено автором за даними внутрішньої інформації

Коефіцієнт завантаженості номерного фонду міні-готелю «Edburg» протягом останніх 5 років представлено на рис. 2.1.

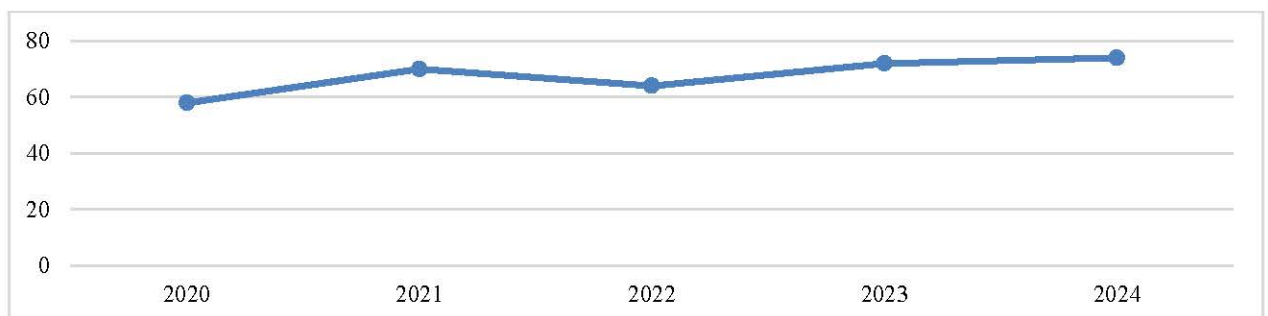


Рисунок 2.1 – Динаміка коефіцієнта завантаженості номерного фонду міні-готелю «Edburg», %

Джерело: складено автором за даними внутрішньої інформації

Коефіцієнт завантаженості номерного фонду міні-готелю «Edburg» загалом демонструє позитивну динаміку, підвищившись із 58% у 2020 році до 74% у 2024 році. Це свідчить про поступове зростання попиту на послуги готелю.

Ресторан «Edburg» – це сучасний заклад харчування, який вирізняється вишуканою атмосферою та стравами, що припадуть до смаку справжнім поціновувачам м'ясної кухні. У закладі функціонує один зал, розрахований на 25 гостей. Основний персонал ресторану складається з чотирьох осіб: двох кухарів (гарячого й холодного цехів) та двох офіціантів. Ресторан обслуговує як клієнтів міні-готелю «Edburg», так і надає послуги з організації та проведення банкетів.

До складу ресторану входять приміщення для відвідувачів, виробничі зони, адміністративно-побутові кімнати та посудомийне відділення, розташоване в окремому приміщенні. Кухня закладу спроектована з урахуванням максимальної завантаженості залу, що забезпечує ефективне обслуговування до 25 осіб одночасно.



Рисунок 2.2 – Організаційна структура ГРК «Edburg»

Джерело: складено автором за даними внутрішньої інформації

Організаційна структура ГРК «Edburg» представлена на рис. 2.2, яка має лінійно-функціональну структуру управління. Кожен працівник виконує свої обов'язки, керуючись посадовими інструкціями.

Менеджер готелю здійснює загальне керівництво всіма службами комплексу, відповідає за фінансові питання, кадрове забезпечення, а також за дотримання норм охорони праці, техніки безпеки, пожежної та екологічної безпеки. У його підпорядкуванні знаходяться:

- адміністратор, який організовує процес бронювання, реєстрації та розміщення гостей у номерах. Він контролює якість обслуговування, вирішує конфліктні ситуації та забезпечує комфорт перебування клієнтів у готелі;
- покоївка та прибиральниця, які відповідають за чистоту номерів та інших приміщень. Вони виконують щоденне поточне прибирання та генеральне прибирання після виїзду гостей.

Адміністратор ресторану «Edburg» відповідає за організацію роботи ресторану: складання меню, закупівлю продуктів, розподіл персоналу, контроль якості страв і дотримання економічної доцільності при обслуговуванні.

Маркетолог займається просуванням послуг підприємства на ринку гостинності. До його обов'язків входять моніторинг фінансово-господарської діяльності, оперативне та стратегічне планування, а також розробка маркетингових заходів для зміцнення бренду.

Головний інженер забезпечує безперебійне функціонування інженерних систем готелю: кондиціонування, опалення, водопостачання, електропостачання, телебачення та зв'язку. Він також відповідає за ремонтно-будівельні роботи. У його підпорядкуванні перебуває інженер.

Охоронна організація залучена для забезпечення порядку та безпеки на території готельно-ресторанного комплексу, що є важливою складовою відповідальності перед клієнтами.

Кількісний та якісний склад ГРК «Edburg» протягом 2022 – 2024 років представлено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Кількісний та якісний склад ГРК «Edburg»

Показники			2022		2023		Відхилення 2024/2022	
							+, -	%
	осіб	%	осіб	%	осіб	%		
Кадровий склад персоналу								
Середньооблікова чисельність працівників, осіб, в тому числі:	10	100	15	100	17	100,0	+7	+70,0
адміністративно-управлінський персонал	3	30,0	4	26,7	5	29,4	+2	+66,7
фахівці	2	20,0	4	26,7	5	29,4	+3	+150,0
обслуговуючий персонал	5	50,0	7	46,6	7	41,2	+2	+40,0
Вікова категорія								
18-25 років	4	40,0	6	40,0	7	41,2	+3	+75,0
26-35 років	5	50,0	7	46,7	7	41,2	+2	+40,0
36-50 років	1	10,0	1	6,67	2	11,8	+1	+100,0
51-65 років	-	-	1	6,67	1	5,9	+1	-
За рівнем освіти								
середня спеціальна	4	40,0	5	33,4	5	29,4	+1	+25,0
вища освіта	4	40,0	7	46,6	8	47,1	+4	+100,0
друга вища освіта	2	20,0	3	10,0	4	23,5	+2	+100,0
За стажем роботи								
менше 2 років	1	10,0	4	26,7	3	17,6	+2	+200,0
від 2 років до 5 років	4	40,0	3	20,0	4	23,5	0	0,0
від 5 років до 10 років	4	40,0	6	40,0	6	35,3	+2	+50,0
більше 10 років	1	10,0	2	13,0	4	23,5	+3	+300,0
Гендерна структура персоналу								
жінки	8	80,0	11	73,3	12	70,6	+4	+50,0
чоловіки	2	20,0	4	26,7	5	29,4	+3	+150,0

Джерело: складено автором за даними внутрішньої інформації

Кадровий склад готельно-ресторанного комплексу «Edburg» демонструє стабільне зростання: середньооблікова чисельність персоналу збільшилася з 10 осіб у 2022 році до 17 у 2024-му, що свідчить про розширення діяльності. Найбільше зростання спостерігається серед фахівців (+150%) та працівників із досвідом понад 10 років (+300%), що вказує на укріплення професійного потенціалу. Спостерігається підвищення рівня освіченості персоналу, зокрема кількість працівників із вищою та другою вищою освітою зросла вдвічі. Гендерна структура залишається переважно жіночою, хоча частка чоловіків помітно збільшилась. Загалом динаміка показників відображає позитивні зміни в кадровому забезпеченні підприємства.

Фінансова діяльність ГРК «Edburg» демонструє позитивну динаміку (табл. 2.3): з 2021 по 2024 рік загальна валюта балансу зросла на 41,7%, а власний капітал – на 38,7%. Найбільше зростання спостерігається в оборотних активах (+61,2%) та поточних зобов'язаннях (+119,6%), що свідчить про активізацію господарської діяльності. Збільшення необоротних активів на 18,5% також вказує на поступовий розвиток інвестиційної складової підприємства.

Таблиця 2.3 – Основні показники фінансової діяльності ГРК «Edburg», тис грн

Показник	2021	2022	2023	2024	Відхилення 2024/2021	
					абсолютне	відносне
Необоротні активи	135,3	115,5	152	160,3	+25,0	+18,5
Оборотні активи	162,2	222,1	228,3	261,4	+99,2	+61,2
Власний капітал	286,3	318,4	360,2	397,1	+110,8	+38,7
Поточні зобов'язання	11,2	19,2	20,1	24,6	+13,4	+119,6
Валюта балансу	297,5	337,6	380,3	421,7	+124,2	+41,7

Джерело: складено автором за даними внутрішньої інформації

Таблиця 2.4 Аналіз динаміки показників господарського стану ГРК «Edburg», тис грн

Показник	2021	2022	2023	2024	Відхилення 2024/2021	
					абсолютне	відносне
Чистий дохід від реалізації продукції, робіт та послуг	605,5	626,6	855,4	980,3	+374,8	+61,9
Собівартість реалізованої продукції, робіт та послуг	583,9	600,6	849,3	982,0	+398,1	+68,2
Валовий прибуток (збиток)	21,6	26,0	6,1	-1,7	-23,3	-107,9
Інші операційні доходи	38,3	37,3	61,3	72,8	+34,5	+90,1
Інші операційні витрати	22,3	24,2	16,4	13,4	-8,9	-39,9
Чистий прибуток (збиток)	30,8	32,1	41,8	47,3	+16,5	+53,6

Джерело: складено автором за даними внутрішньої інформації

Аналіз динаміки показників господарського стану ГРК «Edburg» за період 2021 – 2024 років (таблиця 2.4) свідчить про значне зростання чистого доходу від реалізації продукції – на 61,9%, що свідчить про розширення обсягів діяльності. Водночас собівартість зросла навіть швидше – на 68,2%,

що призвело до зменшення валового прибутку та його негативного значення у 2024 році. Попри це, завдяки збільшенню інших операційних доходів та зниженню операційних витрат, чистий прибуток за цей період зріс на 53,6%, що вказує на ефективніше управління витратами та доходами поза основною діяльністю.

На рис. 2.3 представлена динаміка показників рентабельності ГРК «Edburg» протягом 2021 - 2024 років.

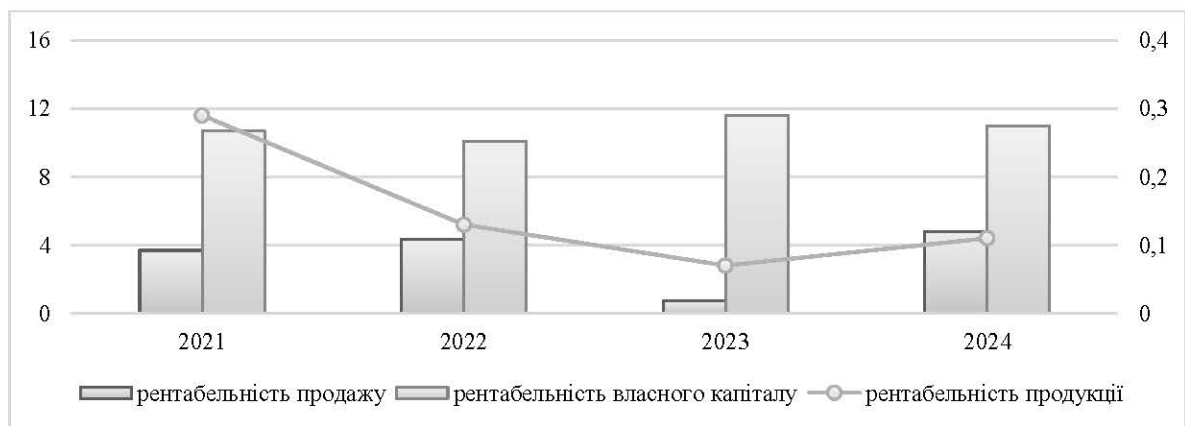


Рисунок 2.3 – Динаміки показників рентабельності ГРК «Edburg»

Джерело: складено автором за даними внутрішньої інформації

Рентабельність продажу у 2024 році зросла до 4,82%, що свідчить про покращення ефективності продажів порівняно з попередніми роками. Водночас рентабельність продукції залишилась низькою – 0,11%, але рентабельність власного капіталу стабільна на рівні близько 11%, що вказує на збереження прибутковості інвестицій у бізнес.

Отже, ГРК «Edburg» є сучасним закладом із середньовічною стилізацією, що поєднує комфортне проживання та якісне харчування. За останні роки комплекс демонструє позитивну динаміку розвитку: зростання попиту, розширення персоналу та покращення фінансових показників. Попри зниження валового прибутку, загальний чистий прибуток збільшився завдяки ефективному управлінню витратами. Таким чином, ГРК «Edburg» впевнено зміцнює свої позиції на ринку гостинності.

2.2 Дослідження інфраструктури та конкурентоспроможності wellness-послуг

У сучасному готельно-ресторанному бізнесі wellness-послуги набувають все більшого значення як інструмент підвищення привабливості закладу та задоволення потреб клієнтів у комплексному відпочинку. ГРК «Edburg» активно розвиває цей напрям, пропонуючи гостям поєднання релаксу, оздоровлення та комфортного сервісу в межах власної території.

Wellness-зона ГРК «Edburg» включає кілька ключових елементів для якісного оздоровчого та релаксаційного відпочинку (рис. 2.4). Основу становить закритий SPA-комплекс, до складу якого входять бані на дровах, гарячі SPA-чани та басейн просто неба – це індивідуальний простір, призначений для приватного відпочинку компанії гостей, який доступний лише за попереднім бронюванням. Додатково функціонує VIP-зона з басейном – це закрыта зелена територія з альтанками, доступна щоденно з 11:00 до 20:00, ідеально підходить для сімейного або групового відпочинку.

SPA-комплекс	• Баня на дровах, гарячий чан, масажна зона, релакс-зона
Басейн	• Відкритий, з підігрівом, зона з лежачками та парасолями
VIP-зона	• Альтанки, окрема територія з обслуговуванням, приватне використання
Парна	• Сухий тип сауни з душовими кімнатами
Зона релаксу	• М'які дивани, напої, спокійна атмосфера, музика

Рисунок 2.4 – Основні елементи wellness-зони ГРК «Edburg»

Джерело: складено автором за даними внутрішньої інформації

На території також є відкритий басейн із підігрівом, шезлонгами та парасолями, що працює цілий рік за додаткову плату. Також до послуг гостей – парна та SPA/оздоровча зона, яка включає класичні спа-процедури та лаунж-зону для відпочинку. Усі ці послуги доступні лише за попереднім бронюванням.

Wellness-послуги пропонуються з чіткими умовами бронювання та різною тривалістю, що дозволяє планувати відпочинок відповідно до індивідуальних потреб (табл. 2.5). Ціни на послуги прозорі і варіюються залежно від виду та тривалості, що робить їх доступними для різних категорій гостей. Завдяки цьому комплекс забезпечує комфорт, приватність та широкий вибір для ефективного оздоровлення і релаксації.

Таблиця 2.5 – Умови користування wellness-послугами

Послуга	Бронювання	Орієнтовна вартість	Тривалість	Кількість осіб
SPA-зона (баня+чан)	Так	від 1200 грн	2–3 години	2–6
Басейн	Ні	входить у проживання або 300–500 грн/день	Вільно	до 25
VIP-зона	Так	індивідуально	до 4 годин	до 10
Масаж	За запитом	500–800 грн	1 година	1

Джерело: складено автором за даними внутрішньої інформації

Для глибшої оцінки якості wellness-послуг у ГРК «Edburg» складено порівняльну характеристику з іншими популярними готельно-ресторанними закладами міста Дніпро, які надають оздоровчі та релаксаційні сервіси. Для аналізу обрано два готелі, які функціонують у схожому форматі та розташовані на території лівобережної частини міста – готель Barvy Dnipro та готель «Заграва». Такий підхід дозволить виявити конкурентні переваги кожного з об'єктів та сформувати більш об'єктивну картину рівня wellness-сервісу.

Порівняльна характеристика (табл. 2.6) засвідчує, що ГРК «Edburg» позиціонується як заклад преміального сегменту, орієнтований на гостей, які

цінують індивідуальність, комфорт і приватність. Комплекс має найбільш розгалужену wellness-інфраструктуру серед конкурентів: бані на дровах, SPA-чани, басейн з підігрівом, затишні альтанки та обслуговування в саунах створюють умови для сімейного або групового відпочинку високого рівня.

Таблиця 2.5 – Порівняльна характеристика Wellness-зони ГРК «Edburg» з конкурентами

Критерій	ГРК «Edburg»	ГРК «Заграва»	Готель «Barvy Dnipra»
Інфраструктура	Басейн з підігрівом, SPA-чан, альтанки, дерев'яні будиночки з банями, ресторан	Тренажерна зала (кардіо-, зона вільних ваг, силові тренажери), сауна, більярдна, ресторан	Сауна з басейном (3x4 м), зал з дерев'яним столом і лавками для компаній
Робочий час	11:00–20:00	08:00 – 21:00 (тренажерна зала), 07:00 – 23:00 (сауна), 08:00 – 23:00 (більярдна)	07:00–23:00
Особливості зон відпочинку	Приватні лазні на дровах, зона відпочинку з плазмою, Wi-Fi, SPA-чан	Тренажерна зала, більярд (пул, снукер), ресторанне обслуговування	Сауна з сухим теплом для релаксу, невеликий басейн
Місткість	Баня – 6 або 10 осіб	Сауна – до 6 осіб	Сауна і зал – до 10 осіб
Ціни на послуги	Баня: 6 осіб – 3600 грн/3 год, 10 осіб – 6000 грн/3 год; SPA-чан – 2100 грн/3 год (з орендою бані)	Тренажерна зала: абонемент – 700 грн/міс., разове відвідування – 200 грн; сауна – 500 грн/год; більярд – 100 грн/год	Сауна з басейном – 1000 грн/год
Цільова аудиторія	Гості, які цінують приватність, зручності для сімей з дітьми	Клієнти, які шукають активний і оздоровчий відпочинок	Місцеві жителі та туристи, які шукають бюджетну сауну з басейном
Переваги	Приватність будиночків; басейн з підігрівом; зручності для відпочинку з дітьми; ресторанне обслуговування в саунах.	Розвинена інфраструктура для спорту, релаксу і дозвілля; ресторанне обслуговування в саунах; більярд	Наявність басейну та сауни; простий інтер'єр для дружніх компаній
Недоліки	Дорога оренда (баня – 3600 грн/3 год для 6 осіб)	Висока вартість сауни (500 грн/год, мінімум 3 год)	Невеликий басейн; відсутність додаткових послуг типу SPA чи тренажерної зали

Джерело: складено автором на основі [2, 3, 4]

У той же час ГРК «Заграва» робить акцент на поєднанні оздоровлення з активними видами дозвілля – тренажерною залою, сауною, більярдом, що приваблює молодь та відвідувачів, зацікавлених у спортивному способі

життя. Готель «Barvy Dnipro» пропонує мінімальний набір wellness-послуг за доступною ціною, що робить його привабливим для локальних клієнтів та туристів з обмеженим бюджетом.

Таким чином, ГРК «Edburg» вирізняється комплексністю підходу до wellness-відпочинку, проте вимагає вищих витрат, що робить його вибором для цільової аудиторії з вищими запитами до сервісу та умов.

ГРК «Edburg» активно використовує цифрові канали для просування своїх wellness-послуг, роблячи акцент на преміальний сервіс та ексклюзивність відпочинку. На офіційному сайті edburg.com.ua детально описані всі складові wellness-зони: бані на дровах, SPA-чани, басейн з підігрівом, VIP-зона з альтанками. Сайт оформлений у стильному дизайні, що підкреслює високий рівень комфорту та приватності. Присутні зручні форми для онлайн-бронювання та контактна інформація.

Профілі на Booking.com та Otdyh.pro містять яскраві фото, відгуки гостей та опис послуг, що формує позитивний імідж і довіру потенційних клієнтів. Особливий акцент робиться на унікальність послуг – поєднання релаксу, оздоровлення та індивідуального підходу.

В соціальних мережах (Facebook, Instagram) публікуються якісні фото і відео з зони відпочинку, акції та спеціальні пропозиції, які приваблюють як сімейну аудиторію, так і молоді компанії. Комунікація будується на створенні атмосфери затишку, комфорту та ексклюзивності.

Загалом маркетингова стратегія ГРК «Edburg» спрямована на підкреслення преміального статусу, приватності та комплексного wellness-відпочинку, що робить комплекс привабливим для клієнтів з високими вимогами до сервісу.

Оцінка за ключовими критеріями дозволяє візуалізувати конкурентні переваги wellness-послуг ГРК «Edburg» у порівнянні з іншими готельними комплексами міста. Для побудови багатокутника конкурентоспроможності наведемо основні параметри, що відображають якість сервісу, інфраструктуру, доступність та рівень комфорту послуг (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Порівняльна оцінка ключових характеристик wellness-зон ГРК «Edburg» з конкурентами

Критерій	ГРК «Edburg»	ГРК «Заграва»	Готель «Barvy Dnipro»
Інфраструктура	9	8	5
Робочий час	7	9	9
Особливості зон	9	8	5
Місткість зон	9	7	6
Ціни на послуги	6	7	8
Цільова аудиторія	8	9	6
Додаткові сервіси	8	8	4

Джерело: складено автором на основі [2, 3, 4]

Оцінка конкурентоспроможності wellness-послуг здійснюється за 10-бальною шкалою, де 1 бал означає найнижчий рівень відповідності критеріям, а 10 балів – максимальну якість і задоволення вимог за кожним із ключових параметрів. Для наочного порівняння та візуалізації рівня конкурентоспроможності wellness-послуг ГРК «Edburg» та інших готельних комплексів міста побудуємо багатокутник за основними критеріями оцінки (рис. 2.5).

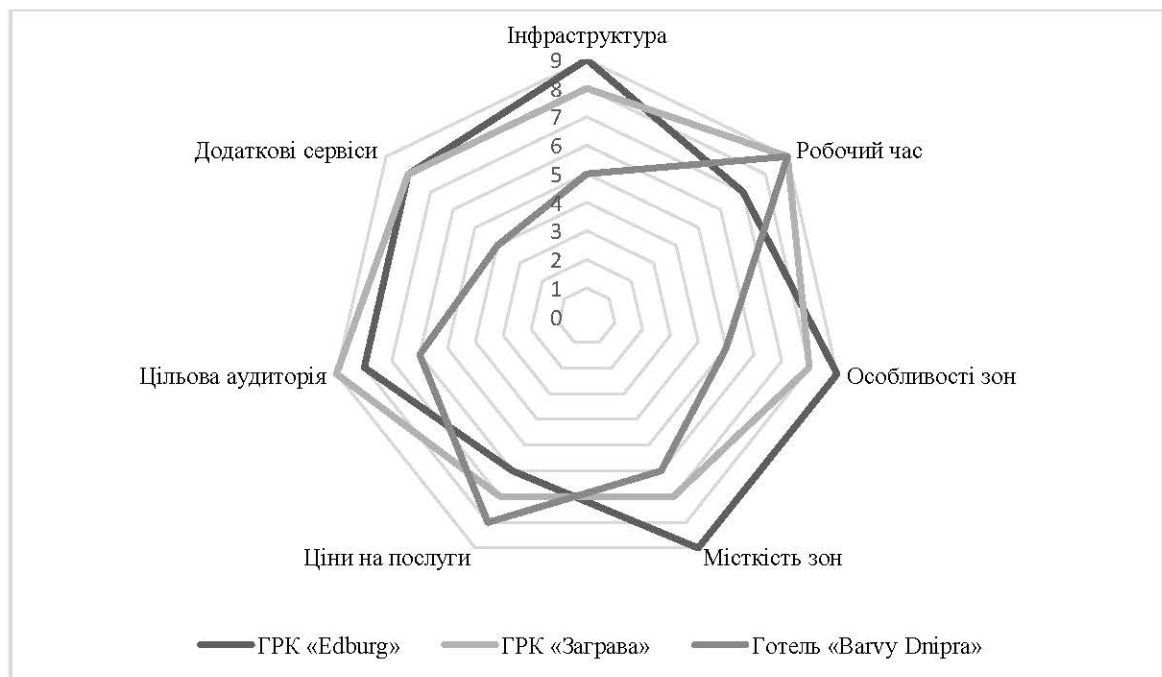


Рисунок 2.5 – Многокутник конкурентоспроможності wellness-зон ГРК «Edburg» з конкурентами

Джерело: складено автором на основі [2, 3, 4]

ГРК «Edburg» – найвища оцінка 9 балів завдяки широкому спектру послуг (басейн з підігрівом, SPA-чан, приватні лазні, дерев'яні будиночки, ресторан), що забезпечує комфорт і різноманіття. Має обмежений режим роботи wellness-зони (11:00 – 20:00, 7 балів). Ціни вищі за середні (6 балів). Орієнтований на клієнтів, які цінують приватність і готові платити за якість (8 балів). Загалом – комплексний відпочинок і оздоровлення.

ГРК «Заграва» – оцінка 8 балів за розвинену спортивну інфраструктуру (тренажерна зала, сауна, більярд, ресторан), довгий режим роботи wellness-зони (7:00–23:00, 9 балів), помірні ціни (7 балів). Орієнтований на активний спорт і оздоровлення (9 балів).

Готель «Barvy Dnipro» – найнижча оцінка 5 балів через обмежену інфраструктуру (сауна, басейн, зона відпочинку), але довгий режим роботи wellness-зони (9 балів) і демократичні ціни (8 балів). Орієнтований на бюджетний сегмент (6 балів), має мінімальний набір додаткових послуг (4 бали).

Ключові відмінності:

- «Edburg» — максимальний комфорт і різноманіття, але дорожче й із коротшим режимом роботи;
- «Заграва» — спорт і активний відпочинок із гнучким графіком і помірними цінами;
- «Barvy Dnipro» — бюджетний варіант із базовою інфраструктурою, але зручним графіком і доступними цінами.

На основі проведеного дослідження складемо SWOT-аналіз wellness-послуг ГРК «Edburg» (табл. 2.7). ГРК «Edburg» має потужні конкурентні переваги завдяки розвиненій wellness-інфраструктурі, високому рівню комфорту та орієнтації на преміальний сегмент. Проте висока вартість послуг і обмежений робочий час можуть знижувати доступність для певних груп клієнтів. Для подальшого зростання варто розширювати спектр послуг, впроваджувати нові програми та цифрові сервіси, одночасно враховуючи

конкуренцію з більш бюджетними пропозиціями та змінні вподобання споживачів.

Таблиця 2.7 – SWOT-аналіз wellness-послуг ГРК «Edburg»

Елементи	Пояснення
Сильні сторони (Strengths)	Комплексна інфраструктура: басейн з підігрівом, SPA-чани, дерев'яні будиночки з банями, VIP-зона, ресторан. Високий рівень комфорту та приватності. Гнучкі умови бронювання. Орієнтація на преміальний сегмент.
Слабкі сторони (Weaknesses)	Висока вартість послуг, що обмежує доступність для деяких клієнтів. Обмежений робочий час wellness-зони (11:00–20:00) у порівнянні з конкурентами.
Можливості (Opportunities)	Розширення спектру послуг, впровадження нових SPA-програм та спортивних активностей. Спеціальні пакети та акції для різних категорій гостей. Впровадження цифрових сервісів для зручного бронювання.
Загрози (Threats)	Конкуренція з бюджетнішими закладами, що пропонують спортивний відпочинок. Зростання витрат на утримання та модернізацію інфраструктури. Зміна споживчих вподобань на користь більш активного або бюджетного відпочинку.

Джерело: складено автором

Отже, проведена оцінка рівня надання wellness-послуг у ГРК «Edburg» показала, що комплекс має розвинену інфраструктуру та широкий спектр wellness-послуг, що забезпечує високий рівень комфорту і приватності для гостей. Порівняно з конкурентами, «Edburg» позиціонується як преміальний заклад, орієнтований на клієнтів з високими вимогами до сервісу, хоча й має вищі ціни та обмежений режим роботи. SWOT-аналіз вказує на сильні сторони комплексу, але також виділяє виклики, пов'язані з доступністю послуг та конкуренцією. Для подальшого розвитку рекомендується розширювати пропозиції та впроваджувати цифрові сервіси, щоб утримати позиції на ринку.

2.3 Аналіз впливу wellness-послуг на сприйняття іміджу закладу клієнтами

У сучасних умовах високої конкуренції у сфері послуг wellness-напряму набуває особливої актуальності як чинник формування привабливого іміджу закладу. Якість, доступність і різноманіття wellness-послуг суттєво впливають на рівень задоволеності клієнтів, а отже – і на їхнє загальне сприйняття бренду. Особлива увага приділяється з'ясуванню того, як wellness-послуги змінюють уявлення споживачів про заклад та формують емоційний зв'язок із ним.

З метою вивчення впливу якості надання wellness-послуг на формування іміджу закладу було здійснено контент-аналіз відгуків гостей готельно-ресторанного комплексу «Edburg», розміщених на платформах онлайн-бронювання такі як Booking.com, Hotels.com, Expedia. Вибір зазначених ресурсів обґрунтований їх високою популярністю серед користувачів, а також наявністю великої кількості достовірних і розгорнутих відгуків.

До вибірки увійшло 250 відгуків, що відповідали таким критеріям:

- залишені не раніше ніж за 2 роки до моменту дослідження;
- містили згадки про wellness-зону, SPA, басейн, масаж, бані або інші послуги, пов'язані з оздоровчим відпочинком;
- написані справжніми гостями, а не адміністрацією або ботами (фільтрація проводилась за достовірністю профілів та характером мови).

Розподіл відгуків за платформами:

- Booking.com – 120 відгуків (48%);
- Hotels.com – 75 відгуків (30%);
- Expedia – 55 відгуків (22%).

Кожен відгук було проаналізовано вручну з фокусом на виявлення позитивних та негативних згадувань щодо ключових параметрів якості wellness-послуг. Отримані дані були згруповані за тематичними категоріями

(сервіс, інфраструктура, чистота, режим роботи тощо), а частка згадувань кожного аспекту розрахована у відсотках від загальної кількості відгуків ($n = 250$). Результати аналізу відображено в табл. 2.8.

Таблиця 2.8 – Результати контент-аналізу відгуків гостей щодо якості wellness-послуг у ГРК «Edburg»

Категорія оцінки	Суть зауваження або переваги	Кількість згадувань	Частка відгуків, %
Позитивні аспекти			
Високий рівень сервісу	Привітний персонал, ввічливість, професійне ставлення	170	68
Комфорт та чистота	Чистота приміщень, приємна атмосфера, охайність	155	62
Інфраструктура wellness-зони	SPA-чани, приватні бані, підігрітий басейн	143	57
Приватність і зручність бронювання	Можливість заздалегідь зарезервувати, індивідуальний простір	108	43
Виявлені недоліки			
Висока вартість послуг	Послуги здаються дорогими порівняно з очікуваннями	60	24
Обмежений режим роботи	Wellness-зона працює лише до 20:00	53	21
Перевантаження у пікові години	Скарги на черги, нестачу місць у популярні години	48	19
Брак інформації	Відеутність інструкцій, неточна інформація про послуги при бронюванні	33	13

Джерело: складено автором на основі [31, 35, 36]

Контент-аналіз 250 відгуків гостей wellness-зони ГРК «Edburg» засвідчив переважно позитивне сприйняття сервісу: 68% респондентів відзначили професійність персоналу, а 62% – чистоту та комфорт. Високо оцінено й інфраструктуру комплексу та зручність бронювання. Водночас були виявлені і недоліки, зокрема висока вартість послуг (24%) та обмежений режим роботи (21%), що потенційно знижує доступність для частини клієнтів. Ці результати свідчать про потребу в коригуванні окремих аспектів обслуговування для зміцнення позитивного іміджу закладу.

Для більш глибокого аналізу якості wellness-послуг та виявлення очікувань клієнтів було проведено анкетне опитування гостей ГРК «Edburg».

Опитування дозволило зібрати безпосередні оцінки відвідувачів, а також з'ясувати рівень задоволеності, пріоритети та побажання щодо вдосконалення сервісу. Анкета, що використовувалась для опитування гостей ГРК «Edburg» стосовно якості wellness-послуг, представлена в додатку Б. В опитуванні взяли участь 50 респондентів (табл. 2.9), серед яких переважає вікова категорія 26 – 35 років (36%). Більшість опитаних – жінки (60%), а за статусом користування послугами більшість становлять постійні клієнти (56%).

Таблиця 2.9 – Соціально-демографічна характеристика опитаних гостей wellness-зони

Показник	Категорія	Кількість осіб	Частка, %
Вік	До 25 років	10	20%
	26–35 років	18	36%
	36–50 років	15	30%
	Понад 50 років	7	14%
Стать	Жіноча	30	60%
	Чоловіча	20	40%
Категорія клієнта	Постійний клієнт	28	56%
	Новий клієнт	22	44%

Джерело: складено автором

Більшість гостей (40%) користуються wellness-послугами час від часу, а 35% – завжди, що свідчить про стабільний попит (рис. 2.6).

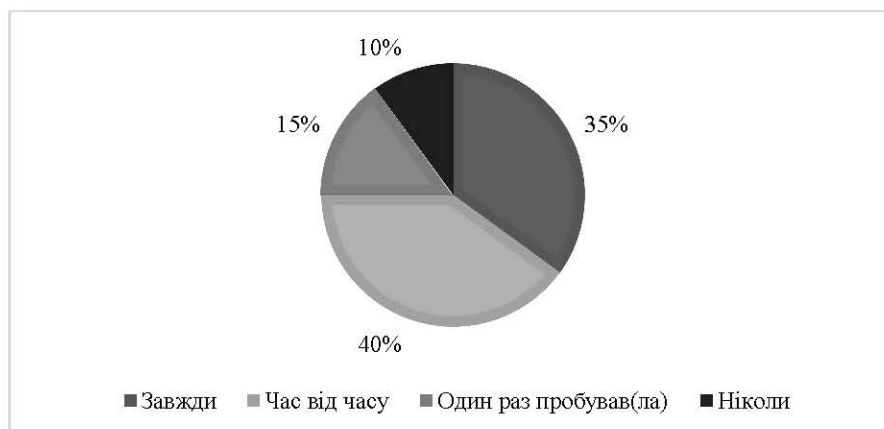


Рисунок 2.6 – Частота користування wellness-послугами гостями

Джерело: складено автором

Найчастіше останньою відвідуваною послугою була SPA-зона (30%) та басейн (25%), тоді як 10% гостей не скористалися жодною послугою (рис. 2.7).

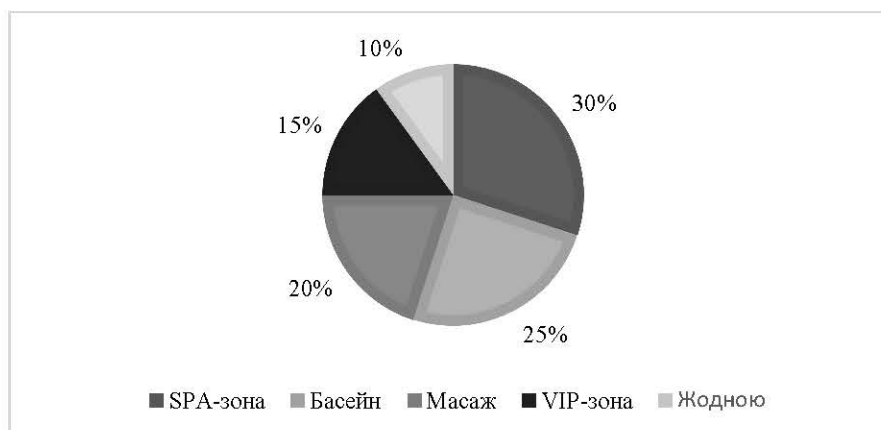


Рисунок 2.7 – Остання wellness-послуга, якою скористалися гості

Джерело: складено автором

78% гостей оцінили обслуговування на рівні 4 або 5, що свідчить про високий рівень задоволеності сервісом (рис. 2.8).

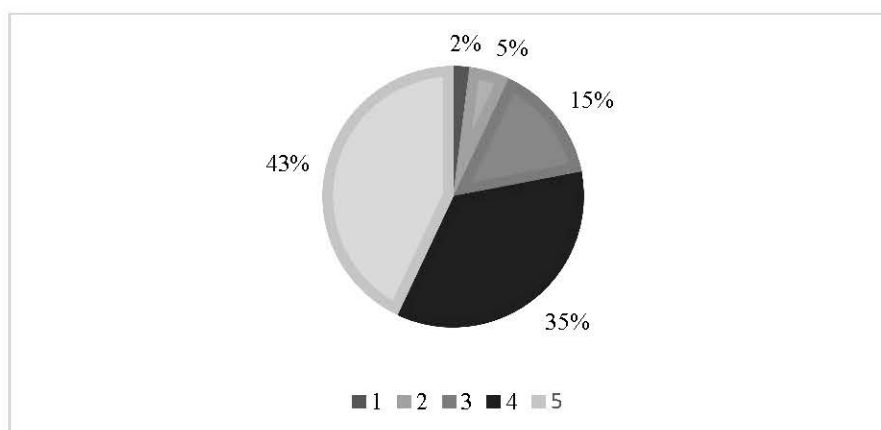


Рисунок 2.8 – Остання wellness-послуга, якою скористалися гості

Джерело: складено автором

82% респондентів вважають співвідношення ціни та якості задовільним або повністю задовільним, лише 18% залишилися незадоволені (2.9).

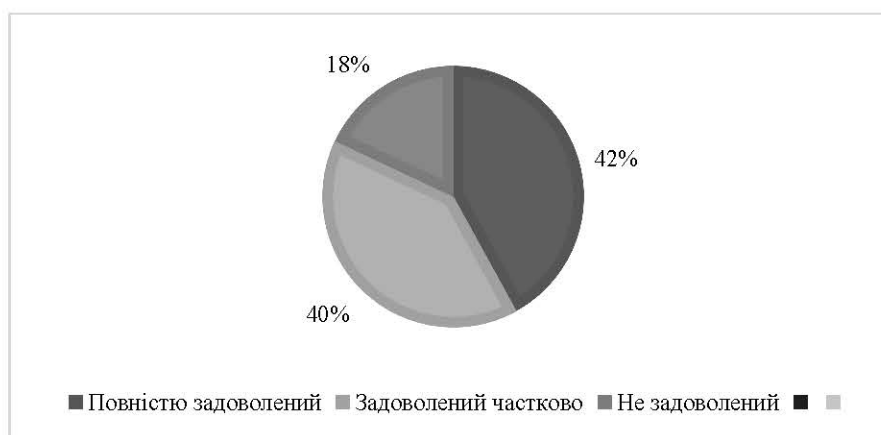


Рисунок 2.9 – Задоволеність співвідношенням ціни та якості wellness-послуг

Джерело: складено автором

60% гостей планують скористатися wellness-послугами знову, що демонструє лояльність клієнтів і позитивний досвід (рис. 2.10).

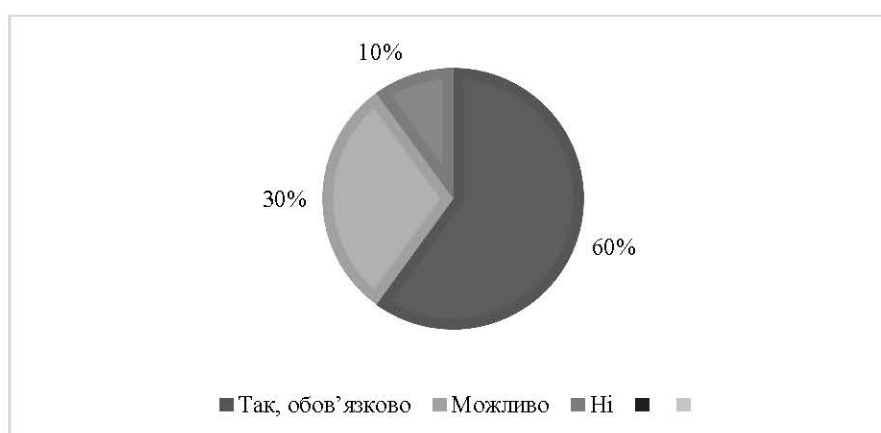


Рисунок 2.10 – Намір гостей повторно скористатися wellness-послугами

Джерело: складено автором

Таким чином, результати анкетного опитування гостей ГРК «Edburg» підтверджують високий рівень зацікавленості у wellness-послугах: 75% респондентів регулярно або періодично ними користуються. Найбільш популярними виявилися SPA-зона та басейн. Оцінка сервісу є переважно позитивною – 78% гостей поставили 4 або 5 балів. Більшість (82%) задоволені співвідношенням «ціна–якість», а 90% висловили готовність

скористатися послугами знову. Ці дані свідчать про високий рівень задоволеності клієнтів та потенціал подальшого розвитку wellness-напрямку в комплексі.

Отже, проведений контент-аналіз відгуків і результати анкетного опитування підтвердили, що якість wellness-послуг суттєво впливає на формування позитивного іміджу ГРК «Edburg». Гості особливо високо оцінили професійність персоналу, чистоту та комфорт, а також інфраструктуру оздоровчої зони. Попри окремі зауваження щодо вартості послуг і режиму роботи, загальний рівень задоволеності клієнтів є високим. Більшість респондентів висловили готовність знову скористатися послугами, що свідчить про сформовану довіру та лояльність. Таким чином, wellness-напрямок розглядається як важливий чинник конкурентоспроможності та позитивного сприйняття бренду.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 2

1. Визначено, що ГРК «Edburg» є сучасним закладом із середньовічною стилізацією, що поєднує комфортне проживання та якісне харчування. За останні роки комплекс демонструє позитивну динаміку розвитку: зростання попиту, розширення персоналу та покращення фінансових показників. Попри зниження валового прибутку, загальний чистий прибуток збільшився завдяки ефективному управлінню витратами. Таким чином, ГРК «Edburg» впевнено зміцнює свої позиції на ринку гостинності.

2. Проведена оцінка рівня надання wellness-послуг у ГРК «Edburg» показала, що комплекс має розвинену інфраструктуру та широкий спектр wellness-послуг, що забезпечує високий рівень комфорту і приватності для гостей. Порівняно з конкурентами, «Edburg» позиціонується як преміальний заклад, орієнтований на клієнтів з високими вимогами до сервісу, хоча й має вищі ціни та обмежений режим роботи. SWOT-аналіз вказує на сильні

сторони комплексу, але також виділяє виклики, пов'язані з доступністю послуг та конкуренцією. Для подальшого розвитку рекомендується розширювати пропозиції та впроваджувати цифрові сервіси, щоб утримати позиції на ринку.

3. Проведений контент-аналіз відгуків і результати анкетного опитування підтвердили, що якість wellness-послуг суттєво впливає на формування позитивного іміджу ГРК «Edburg». Гості особливо високо оцінили професійність персоналу, чистоту та комфорт, а також інфраструктуру оздоровчої зони. Попри окремі зауваження щодо вартості послуг і режиму роботи, загальний рівень задоволеності клієнтів є високим. Більшість респондентів висловили готовність знову скористатися послугами, що свідчить про сформовану довіру та лояльність. Таким чином, wellness-напрямок розглядається як важливий

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ WELLNESS-ПОСЛУГ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ

3.1. Впровадження спеціалізованої wellness-програми для військовослужбовців з родинами

У сучасних умовах соціальної відповідальності та патріотичного піднесення значно зростає роль бізнесу у підтримці захисників України та їхніх сімей. Одним із перспективних напрямів позиціонування бренду як соціально активного і людяного є запровадження спеціалізованих wellness-програм для військових.

Під час аналізу використання wellness-послуг у формуванні іміджу ГРК «Edburg», а також у процесі порівняння з основними конкурентами на ринку міста Дніпро, не було виявлено суттєвих недоліків, що могли б негативно вплинути на репутацію або конкурентоспроможність закладу. Тому у контексті дослідження іміджевої привабливості ГРК «Edburg» пропонується розробити та впровадити унікальний формат – оздоровчу програму психофізичної реабілітації для військовослужбовців ЗСУ разом із родинами.

ГРК «Edburg» має потужну wellness-інфраструктуру, що включає SPA-зону з чанами та банями на дровах, відкритий басейн із підігрівом, VIP-зону з альтанками та лаунж-простір. Комплекс із 7 номерів здатен вмістити до 12 учасників програми (військові та члени їхніх родин). Це створює оптимальні умови для реалізації камерної програми з фокусом на персоналізований сервіс та емоційне відновлення.

Назва програми «Сила в родині: wellness-відновлення для військових з близькими». Мета програми: сприяти відновленню фізичного та психоемоційного стану військових та формуванню позитивного іміджу ГРК «Edburg» як соціально відповідального бренду.

Цільова група: учасники бойових дій або поранені, які проходять реабілітацію.

Формат: 7-денна програма реабілітаційного типу для 4 – 5 військовослужбовців та їхніх близьких (до 12 осіб загалом).

До переваг родинного формату можна віднести:

- підтримка та близькість – критично важливі для ПТСР та емоційної реабілітації;
- родини отримують час разом після розлуки;
- формується довгострокова лояльність до бренду Edburg як місця, де «допомагають не лише солдатам, а й сім'ям».

Основні блоки програми представлено на рис. 3.1.



Рисунок 3.1 – Основні блоки програми «Сила в родині: wellness-відновлення для військових з близькими»

Джерело: складено автором

Таблиця 3.1 – Структура розміщення учасників програми

Тип номера	Кількість	Місткість	Призначення
Апартаменти	1	4	Військовий з дружиною і дітьми
Люкс	1	4	Військовий з дружиною
Напівлюкс	1	2	Військовий з супроводом
Стандарт	2	2	Окремі учасники програми
Міністандарт	2	1	Один військовий у кожному

Джерело: складено автором

У табл. 3.1 подано детальну структуру розміщення учасників програми за відповідними категоріями, що дозволяє проаналізувати особливості організації проживання та визначити рівень забезпечення потреб кожної

групи гостей, а у табл. 3.2 представлено орієнтовний план 7-денної програми з розподілом активностей за днями. Запропонована 7-денна програма (табл. 3.2) гармонійно поєднує фізичне, емоційне та соціальне відновлення учасників. Для військових передбачені індивідуальні wellness-активності, спрямовані на зниження напруги та підтримку здоров'я. Родини, зокрема діти, залучені до адаптованих заходів, що сприяють емоційній стабільності та сімейному єднанню. Завершення програми символізує церемонія подяки, що підкреслює важливість підтримки та визнання кожного учасника.

Таблиця 3.2 – Орієнтовна структура 7-денної програми

День	Назва	Активності для військових	Активності для родин
1	Знайомство	SPA, масаж, чай	Прогулянка, дитяча зона
2	Релакс	Баня, психолог	Жіноче коло, дитяче малювання
3	Фізичне відновлення	Йога, ЛФК	Легка йога або квест для дітей
4	День творчості	Арт-терапія	Спільна картина всією родиною
5	Психо-емоційний день	Музикотерапія	Фотосесія родин
6	Сімейна інтеграція	Пікнік з родинами	Спільна вечеря
7	Церемонія подяки	Вручення сертифікатів	Подарунки дітям, сімейне фото

Джерело: складено автором

Таблиця 3.3 – Бюджет на 1 курс програми (на 12 осіб)

Стаття витрат	Сума, грн	Примітки
Проживання (7 днів)	49 000	7 номерів по 1000 грн/день
Харчування	33 600	400 грн/день на особу
SPA-послуги	25 000	Баня, чан, масаж
Фахівці (психолог, йога, арт)	12 000	Послуги зовнішніх експертів
Матеріали, подарунки	6 000	Фарби, брендовані сувеніри
PR і медійне супроводження	5 000	Фото, відео, реклама
Разом	130 600 грн	можливе грантове покриття

Джерело: складено автором

Для реалізації програми важливо враховувати фінансову складову, зокрема витрати на забезпечення комфортного перебування учасників та

організацію запланованих заходів. У табл. 3.3 наведено орієнтовний бюджет одного курсу програми, розрахованого на 12 осіб, який становить 130,6 тис грн. Найбільшу частку бюджету складають витрати на проживання та харчування, що є критично важливими для забезпечення комфорту учасників. Значні кошти також спрямовані на wellness-активності та залучення фахівців.

З огляду на соціальний характер програми, фінансування може бути забезпечене через гранти від міжнародних організацій (UCBI, IREX, DOBRE), співпрацю з ветеранськими фондами, краудфандинг або часткове співфінансування з боку ГРК, зокрема покриття проживання.

Реалізація соціально орієнтованої програми дає ГРК «Edburg» можливість сформувати образ відповідального та залученого бренду. Така ініціатива сприятиме зростанню довіри з боку цільової аудиторії, створенню медійного резонансу та позитивного інформаційного фону навколо закладу. Участь у подібних проєктах відкриває перспективи партнерства з державними та волонтерськими програмами. Очікуваним результатом є підвищення емоційної цінності бренду, отримання позитивних відгуків, а також потенційна можливість масштабування ініціативи та її інтеграції у ширші соціальні формати.

Отже, запропонована wellness-програма для військовослужбовців з родинами є ефективним інструментом соціальної підтримки та реабілітації, що базується на унікальному форматі сімейного відновлення. Впровадження цієї програми сприятиме не лише покращенню фізичного та психоемоційного стану учасників, але й підвищенню іміджу ГРК «Edburg» як соціально відповідального та людяного бренду. Реалізація такого проєкту відкриває нові можливості для партнерств, медійного резонансу та формування лояльної аудиторії, що позитивно вплине на конкурентоспроможність комплексу.

3.2. Оцінка економічного ефекту впровадження wellness-програми для військовослужбовців з родинами

З метою оцінки економічної доцільності впровадження нової програми оздоровлення військових із сім'ями на базі ГРК «Edburg» було проведено аналіз витрат і потенційних доходів (як прямих, так і непрямих), а також розраховано загальний економічний ефект за пілотний період (1 заїзд – 7 днів).

У попередньому підрозділі в табл. 3.3 було наведено деталізовану калькуляцію витрат на реалізацію одного курсу програми для 12 осіб, що дозволяє оцінити фінансові ресурси, необхідні для забезпечення комфортного перебування та проведення всіх запланованих заходів. Загальні витрати проекту без урахування доходу склали 130,6 тис грн.

Для забезпечення повного фінансування програми пропонується використовувати різні джерела коштів, що включають благодійні фонди, гранти, краудфандинг та власні ресурси ГРК «Edburg». Нижче у табл. 3.4 наведено орієнтовний розподіл потенційних фінансових надходжень.

Таблиця 3.5 – Потенційні джерела фінансування програми

Джерело	Сума, грн	Примітка
Благодійні фонди/гранти	80 000	«Повернись живим», UCSI, DOBRE
Донати (краудфандинг)	30 000	через сайт/платформи
Власні ресурси комплексу	20 600	у рамках PR-бюджету
Разом	130 600	повне покриття витрат

Джерело: складено автором

Програма не має комерційної мети в пілотному етапі, однак після запуску у платному форматі (наприклад, 6 000 грн/особа) отримаємо:

- $12 \text{ осіб} \times 6000 \text{ грн} = 72\,000 \text{ грн}$ доходу з одного заїзду (часткове покриття витрат)
- при 50% зовнішньому фінансуванні $\rightarrow$ чистий прибуток = $72\,000 - 65\,300 = 6\,700 \text{ грн}$

У табл. 3.6 розглянуто основні категорії непрямого економічного ефекту, що очікуються в результаті впровадження wellness-програми, з урахуванням їхніх потенційних значень та впливу на розвиток бренду і бізнесу ГРК «Edburg».

Таблиця 3.6 – Оцінка непрямого економічного ефекту від реалізації програми

Категорія	Очікуване значення	Коментар
Зростання впізнаваності бренду	+15–20%	завдяки медіа, соцмережам
Нові цільові клієнти	+10–15 родин/рік	ветерани, волонтери, медики
Збільшення продажів у несезон	+20%	за рахунок зимових курсів
PR-ефект	неоцінений	можливе залучення спонсорів

Джерело: складено автором

Нижче у табл. 3.7 наведено розрахунки основних економічних показників реалізації wellness-програми на річній основі, що дають змогу оцінити дохідність, фінансове навантаження та терміни окупності проєкту.

Таблиця 3.7 – Оцінка економічного ефекту програми за рік

Показник	Значення
Кількість заїздів/рік	6 (раз на 2 місяці)
Очікуваний дохід (частковий)	$6 \times 72\,000 = 432\,000$ грн
Зовнішнє фінансування	360 000 грн (середнє 60 000 за курс)
Власні витрати	~130 000 грн на рік
Окупність	100% при 50% участі донорів
Період окупності	1 рік

Отже, реалізація wellness-програми для військовослужбовців з родинами є економічно виправданою завдяки можливості залучення зовнішніх джерел фінансування, потенційному прямому доходу у майбутньому, а також значному іміджевому й маркетинговому ефекту для ГРК «Edburg». За умов щорічного проведення 5 – 6 курсів комплекс може вийти на повну самоокупність уже в перший рік, при цьому отримуючи довготривалий лояльний попит і позитивний бренд-капітал.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 3

1. Запропонована wellness-програма для військовослужбовців з родинами є ефективним інструментом соціальної підтримки та реабілітації, що базується на унікальному форматі сімейного відновлення. Впровадження цієї програми сприятиме не лише покращенню фізичного та психоемоційного стану учасників, але й підвищенню іміджу ГРК «Edburg» як соціально відповідального та людяного бренду. Реалізація такого проєкту відкриває нові можливості для партнерств, медійного резонансу та формування лояльної аудиторії, що позитивно вплине на конкурентоспроможність комплексу.

2. Оцінка ефективності запропонованих заходів свідчить, що реалізація wellness-програми для військовослужбовців з родинами є економічно доцільною завдяки можливості залучення зовнішніх джерел фінансування, очікуваному прямому доходу та суттєвому іміджевому й маркетинговому ефекту для ГРК «Edburg». За умови проведення 5–6 курсів на рік комплекс може досягти повної самоокупності вже у перший рік роботи, водночас формуючи стабільний довготривалий попит і зміцнюючи позитивний бренд-капітал.

ВИСНОВКИ

У процесі виконання кваліфікаційної роботи бакалавра вирішено всі поставлені завдання та досягнуто встановленої мети. Результати проведеного дослідження дозволили сформулювати такі висновки та узагальнення.

1. Встановлено, що wellness сьогодні – це не лише стан здоров'я, а й індустрія, яка об'єднує традиційні методи з новітніми технологіями, спрямованими на досягнення гармонії людини з собою та навколишнім світом. Wellness-послуги – це синергія фізичної активності, догляду за тілом і відновлення психоемоційного стану. Система wellness-послуг сприяє досягненню балансу у всіх аспектах життя. Вона відповідає на запит сучасного суспільства, яке шукає шляхи боротьби зі стресами, хронічною втомою та екологічними викликами.

2. З'ясовано, що wellness-послуги є стратегічно важливим інструментом формування позитивного іміджу готельного підприємства, оскільки забезпечують високий рівень турботи про фізичне, психічне та емоційне благополуччя гостей. Їх організація вимагає поєднання якісної інфраструктури, професійного персоналу, дотримання міжнародних стандартів та принципів клієнтоорієнтованості. Інтеграція інноваційних рішень і персоналізованого підходу сприяє підвищенню задоволеності клієнтів і конкурентоспроможності закладу. Таким чином, wellness-напрямок виступає не лише послугою, а складовою цілісного бренду та репутації готелю.

3. Доведено, що світові тенденції у сфері wellness відзначаються інтеграцією фізичного, емоційного та ментального здоров'я, що включає не тільки традиційні спа-послуги, але й інноваційні підходи, такі як персоналізовані програми на основі даних про здоров'я. Зростає популярність детоксикації, медитації, йоги та сталого розвитку, а також використання новітніх технологій для моніторингу здоров'я, таких як носимі пристрої і мобільні додатки. Велика увага приділяється екологічним аспектам wellness,

зокрема у вигляді органічних продуктів та послуг, що підтримують здоровий спосіб життя.

4. Визначено, що ГРК «Edburg» є сучасним закладом із середньовічною стилізацією, що поєднує комфортне проживання та якісне харчування. За останні роки комплекс демонструє позитивну динаміку розвитку: зростання попиту, розширення персоналу та покращення фінансових показників. Попри зниження валового прибутку, загальний чистий прибуток збільшився завдяки ефективному управлінню витратами. Таким чином, ГРК «Edburg» впевнено зміцнює свої позиції на ринку гостинності.

5. Проведена оцінка рівня надання wellness-послуг у ГРК «Edburg» показала, що комплекс має розвинену інфраструктуру та широкий спектр wellness-послуг, що забезпечує високий рівень комфорту і приватності для гостей. Порівняно з конкурентами, «Edburg» позиціонується як преміальний заклад, орієнтований на клієнтів з високими вимогами до сервісу, хоча й має вищі ціни та обмежений режим роботи. SWOT-аналіз вказує на сильні сторони комплексу, але також виділяє виклики, пов'язані з доступністю послуг та конкуренцією. Для подальшого розвитку рекомендується розширювати пропозиції та впроваджувати цифрові сервіси, щоб утримати позиції на ринку.

6. Проведений контент-аналіз відгуків і результати анкетного опитування підтвердили, що якість wellness-послуг суттєво впливає на формування позитивного іміджу ГРК «Edburg». Гості особливо високо оцінили професійність персоналу, чистоту та комфорт, а також інфраструктуру оздоровчої зони. Попри окремі зауваження щодо вартості послуг і режиму роботи, загальний рівень задоволеності клієнтів є високим. Більшість респондентів висловили готовність знову скористатися послугами, що свідчить про сформовану довіру та лояльність. Таким чином, wellness-напрямок розглядається як важливий

7. Запропонована wellness-програма для військовослужбовців з родинами є ефективним інструментом соціальної підтримки та реабілітації,

що базується на унікальному форматі сімейного відновлення. Впровадження цієї програми сприятиме не лише покращенню фізичного та психоемоційного стану учасників, але й підвищенню іміджу ГРК «Edburg» як соціально відповідального та людяного бренду. Реалізація такого проекту відкриває нові можливості для партнерств, медійного резонансу та формування лояльної аудиторії, що позитивно вплине на конкурентоспроможність комплексу.

8. Оцінка ефективності запропонованих заходів свідчить, що реалізація wellness-програми для військовослужбовців з родинами є економічно доцільною завдяки можливості залучення зовнішніх джерел фінансування, очікуваному прямому доходу та суттєвому іміджевому й маркетинговому ефекту для ГРК «Edburg». За умови проведення 5–6 курсів на рік комплекс може досягти повної самоокупності вже у перший рік роботи, водночас формуючи стабільний довготривалий попит і зміцнюючи позитивний бренд-капітал.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк К. Г., Горбатюк Ю. О. Використання wellness-туризму як ефективної форми відновлення здоров'я // Інтеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності : збірник тез доповідей XII Всеукраїнської конференції студентів, аспірантів і молодих учених, м. Одеса, 17–18 травня 2023 р. – Одеса, 2023. – С. 178–179.
2. Готель Barvy Dnipra. URL: <https://barvydnipra.com.ua/ru/glavnaya/>
3. Готельний комплекс Edburg. URL: <https://www.edburg.com.ua/>
4. Готельно-ресторанний комплекс «Заграва». URL: <http://www.hotelzagrava.com.ua/>
5. Іщенко Т.І, Шидловська О.Б., Стоян І.М. Перспективи розвитку wellness-індустрії в готельному господарстві України. *Географія та туризм*. Вип. 26. 2013. С. 87 – 93. URL: <https://surl.lt/eooreq>
6. Корнеєв М.В., Кучер М.М., Погребняк А.В., Юдіна О.І., Стеблюк Н.Ф., Сабіров О.В. Методичні рекомендації щодо підготовки та захисту кваліфікаційної роботи здобувачами ступеня вищої освіти «бакалавр» галузі знань 24 Сфера обслуговування спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа». Дніпро. Університет митної справи та фінансів. 2024. 28 с.
7. Лубцов А.М., Примак Т.Ю. Інноваційні тенденції WELLNESS туризму. *Міжнародний мультидисциплінарний науковий журнал «ΛΟΓΟΣ. Мистецтво наукової думки»*. №10. 2020. С. 9 – 12 URL: <https://surl.li/tvccgu>
8. Мальська М. П., Малюга Л. А., Масюк Ю. О. Міжнародний курортний СПА-менеджмент: навчальний посібник Львів : ЛНУ імені Івана Франка. 2023. 272 с.
9. Марченко Н.І., Дітріх І.В. Перспективи застосування Wellness-інновацій в індустрії гостинності. *Вчені записки*. Том 31 (70). № 6 Ч. 2. 2020. С. 65 – 70 URL: <https://surli.cc/nydold>

10. Мельник А. В., Мельник Н. В. Імплементація міжнародного стандарту ISO 17679:2016 Tourism and Related Services. Wellness Spa – Service Requirements у туристичну практику України // Індустрія туризму і сфера гостинності в Україні та світі: сучасний стан, проблеми й перспективи розвитку : матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції, 16 травня 2024 р., м. Луцьк. С. 79 – 84. URL: <https://surl.li/qkmzeo>

11. Мельник Н., Мельник А. Курортні SPA: тренди найближчих років // Збірник науково-практичних матеріалів Міжнародного курортно-рекреаційного форуму, 29–30 червня 2023 р., м. Трускавець. С. 30 – 34.

12. Мочульська О. М., Шульгай А. Г., Ошлянська О. А., Бондарчук В. І., Завіднюк Ю. В., Чорномидз І. Б., Добровольська Л. І., Сверстюк А. С. Сучасні тенденції, детермінанти та перспективи розвитку медичного та лікувально-оздоровчого spa- та wellness-туризму в світі. *Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України*. № 3 (81). 2019. С. 56 – 61

13. Назаренко І.А. Сучасні тенденції розвитку SPA-готелів України та визначення їхньої ролі в структурі SPA-індустрії.. *Науковий журнал «Вісник Хмельницького національного університету»*. № 1 (5). 2018. С. 73 – 77.

14. Оленич І. Інноваційні напрями розвитку спа в індустрії гостинності // Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : тези доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції, 7–8 жовтня 2021 р., м. Львів. С. 263 – 266. URL: <https://surl.li/huhavb>

15. Олійник О. Тенденції діяльності закладів ресторанного господарства, орієнтованих на wellness-туризм. *Економіка та суспільство*. № 70. 2024. URL: <https://surl.li/pqfrku>

16. Паламарчук Л.В., Фурманова Ю.П. Wellness – інноваційний напрям в готельній індустрії // Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті : програма і матеріали 80-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 10 – 11 квітня 2014 р., м. Київ. Ч. 3. С. 427 – 428 URL: <https://surl.li/kfmccz>

17. Парфіненко Т. Концепція wellness як інноваційний напрямок організації роботи готельних підприємств. *Економіка та суспільство*. № 48. 2023. URL: <https://surl.li/ycspuf>
18. Парфіненко Т. О. Особливості та перспективи рекреаційного використання термальних мінеральних джерел курортними готелями. *Бізнес Інформ*. 2023. №2. С. 145 – 154. URL: <https://surl.lu/luiuhd>
19. Парфіненко Т. О. Шляхи підвищення ефективності роботи SPA готелів в умовах пандемії. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2022. № 15. С. 125 – 130. URL: <https://surl.lu/fakxmz>
20. Пересічна С. М. Тенденції розвитку СПА-індустрії в Україні // Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації : тези доповідей VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 9 – 10 квітня 2020 р., м. Київ. С. 50 – 53.
21. Сильчук Т.А., Кирпіченкова О.М., Друзь Т.П. Wellness-туризм як сервісна інновація індустрії гостинності. *Причорноморські економічні студії*. Випуск 79. 2023. С. 231 – 235 URL: <https://surl.lu/uqcxok>
22. Соверда І., Пасічняк Л., Ткачук В. Характеристика спектру надання «Spa» та «Wellness» послуг у фітнес-індустрії. *Вісник Прикарпатського університету*. № 31. 2019. С. 147 – 152
23. Тарасюк Г.М., Чагайда А.О., Соколовська І.О. Розвиток WELLNESS-індустрії в закладах гостинності на основі використання потенціалу інтелектуальних послуг. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Том 31 (70). № 5. 2020. С. 71 – 76 URL: <https://surl.li/qmlxkk>
24. Устименко Л., Булгакова Н. Розвиток wellness-туризму та його вплив на трансформацію туристичної індустрії України. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. 2019. № 2(1). С. 49 – 59
25. Шаповалова О., Сапа Ю. Сучасні тенденції розвитку «SPA» і «WELLNESS» туризму. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. № 1042. 2013. С. 154 – 158. URL: <https://surl.li/chcsvp>

26. Шаповалова О.О., Сапа Ю.А. Сучасні тенденції розвитку «SPA» і «WELLNESS» туризму. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна*. № 1042. 2013. С. 154 - 158. URL: <https://surl.li/wzdqij>

27. Щука Г.П., Сокол Т.Г., Безрученков Ю.В. Wellness-туризм як інноваційна форма оздоровчого туризму // Управління інноваційним процесом в Україні: напрями розвитку: тези доповідей IX Міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 19–21 травня 2022 р. — Львів: Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2022. С. 87 – 88. URL: <https://surli.cc/dbbqgl>

28. Яворська Г. Велнес концепція в готельній індустрії // Інновації розвитку харчових технологій та індустрії гостинності в контексті сучасних тенденцій готельно-ресторанного бізнесу: збірник тез доповідей I Всеукраїнської науково-практичної конференції, 13 травня 2020 р., м. Тернопіль. Тернопіль, 2020. С. 63.

29. Aman Resorts URL: <https://www.aman.com/>

30. Badrutt's Palace Hotel URL: <https://badruttspalace.com/>

31. Booking.com URL: <https://surl.li/zxzxgm>

32. Chiva-Som URL: <https://surl.li/irrele>

33. Como Shambhala Estate URL: <https://surl.li/unkzsw>

34. Diener, E., & Seligman, M. E. P. (2004). Beyond money: Toward an economy of well-being. *Psychological Science in the Public Interest*. 5: 1–31.

35. Expedia URL: <https://www.expedia.com/>

36. Hotels.com URL: <https://www.hotels.com/>

37. One&Only Resorts URL: <https://www.oneandonlyresorts.com/>

38. Six Senses URL: <https://www.sixsenses.com/ru/>

ДОДАТОК А

Таблиця А1 Основні елементи інфраструктури Wellness-послуг

Елемент інфраструктури	Опис	Приклади
SPA-зони	Простори для догляду за тілом і обличчям, орієнтовані на релаксацію, омолодження та відновлення.	Сауни (фінські, інфрачервоні, хамами), гідромасажні ванни, джакузі, солярії, косметичні кімнати.
Зони фізичної активності	Простори для спортивних і фітнес-занять, що сприяють підтримці фізичного здоров'я.	Тренажерні зали (кардіо, силові тренажери), студії для групових занять (йога, пілатес, танці), басейни.
Релакс-зони	Місця для психологічного розслаблення, зняття стресу і емоційного відновлення.	Зали медитації, соляні кімнати, тепідаріуми, лаунж-зони з м'якими меблями та приглушеним освітленням.
Медичні кабінети	Інфраструктура для діагностики та профілактичних медичних процедур.	Фізіотерапевтичні кабінети, кабінети дієтологів, генетичне тестування, лікувальні масажні зони.
Харчові зони	Простори, які пропонують здорове харчування, спеціалізовані меню або детокс-програми.	Ресторани з Wellness-меню, дієтичні кафе, бар з вітамінними коктейлями.
Інноваційна інфраструктура	Використання сучасних технологій для покращення обслуговування клієнтів.	Смарт-тренажери, VR-простори для медитації, онлайн-системи бронювання, відстеження активності гостей через мобільні додатки.
Ландшафтні простори	Відкриті території для оздоровлення, релаксації на свіжому повітрі та взаємодії з природою.	Сади для медитації, тераси з басейнами, доріжки для піших прогулянок або пробіжок.
SPA-номери в готелях	Спеціально облаштовані готельні номери для повного релаксу та оздоровлення без виходу з номера.	Приватні сауни або джакузі, ароматерапія в номері, мультифункціональні душові системи.
Бізнес-зони для Wellness	Простори, які поєднують ділову активність і оздоровчі програми для бізнес-клієнтів.	Конференц-зали з лаунж-зонами, корпоративні антистрес-програми, офісні SPA-програми.

Джерело: складено автором за [7]

ДОДАТОК Б

АНКЕТА ДЛЯ ГОСТЕЙ ГРК «EDBURG» ЩОДО WELLNESS-ПОСЛУГ

Шановний Гостю!

Ми цінуємо вашу думку про якість Wellness-послуг, які ви отримали у нашому готельно-ресторанному комплексі «Edburg». Просимо вас відповісти на кілька запитань. Заповнивши цю анкету, ви допоможете нам виявити аспекти, які потребують покращення.

Це займе не більше 5 хвилин.

Дякуємо за ваш час!

Вік: ____

Стать: ☐ Чоловіча ☐ Жіноча

Ви є: ☐ Постійний клієнт ☐ Новий клієнт

1. **Як часто ви користуєтесь wellness-послугами під час перебування в ГРК «Edburg»?**
 - ☐ Завжди
 - ☐ Час від часу
 - ☐ Один раз пробував(ла)
 - ☐ Ніколи
2. **Якою wellness-послугою ви користувались останнього разу?**
 - ☐ SPA-зона (баня, чан)
 - ☐ Басейн
 - ☐ Масаж
 - ☐ VIP-зона
 - ☐ Жодною
3. **Оцініть, будь ласка, рівень обслуговування у wellness-зоні (за 5-бальною шкалою):**
 - ☐ 1 – Дуже низький
 - ☐ 2 – Низький
 - ☐ 3 – Середній
 - ☐ 4 – Добрий
 - ☐ 5 – Відмінний
4. **Що вам найбільше сподобалось у wellness-зоні? (можна обрати кілька варіантів)**
 - ☐ Комфорт і чистота
 - ☐ Привітний персонал
 - ☐ SPA-послуги
 - ☐ Зручність бронювання
 - ☐ Атмосфера приватності
5. **Що, на вашу думку, потребує покращення? (можна обрати кілька варіантів)**
 - ☐ Зниження цін
 - ☐ Подовження годин роботи
 - ☐ Якість послуг
 - ☐ Звукоізоляція
 - ☐ Інформування про послуги

6. **Наскільки ви задоволені співвідношенням «ціна–якість» wellness-послуг?**
- ☐ Повністю задоволений
 - ☐ Задоволений частково
 - ☐ Не задоволений
7. **Чи плануєте скористатися wellness-послугами ГРК «Edburg» у майбутньому?**
- ☐ Так, обов'язково
 - ☐ Можливо
 - ☐ Ні

Дякуємо за ваш час!

Ваші відповіді допоможуть нам зробити ваш відпочинок ще комфортнішим.

Якщо ви бажаєте отримати спеціальні пропозиції або бути в курсі новин комплексу, залиште ваш email: _____.