

Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

ДО ЗАХИСТУ
завідувачка кафедри міжнародної
електронної комерції та готельно-
ресторанної справи
доц. Данько Н.І.

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему: «Удосконалення діяльності готельних підприємств на основі
впровадження wellness-концепції»

Виконав:
студент 4 курсу, групи УГР-41
спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
ОПП «Готельно-ресторанна справа»
Ріц Микита Романович

Керівник:
к.пед.н., доц. Парфіненко Т.О.

Рецензент:
к.геогр.н., доц. Покоłodна В.В.

Підсумкова оцінка:
за шкалою ЗВО: _____
кількість балів: _____
Голова Екзаменаційної комісії

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Харків – 2024 року

Міністерство освіти і науки України
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В.Н. КАРАЗІНА

Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної
справи

ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

Студента Ріц Микити Романовича

Курсу IV групи УГР-41

Тема дипломної роботи «Удосконалення діяльності готельних підприємств на основі впровадження wellness-концепції»

затверджена наказом від 12.04.2024 року № 4002-5/809

1. Графік виконання робіт:

Назва розділів роботи	Дата закінчення	Відмітка про виконання (підпис керівника)
Теоретичні основи дослідження діяльності підприємств готельної індустрії	05.05.2024	
Аналіз виробничої діяльності готельного комплексу «Лісова Казка»	10.05.2024	
Економічна оцінка ефективності впровадження wellness концепції у діяльність готельного комплексу «Лісова Казка»	15.05.2024	

2. Термін подання дипломної роботи на кафедру 15.05.2024 р.

3. Термін та результати попереднього захисту (допуск/ недопуск до захисту, ступінь готовності роботи у відсотках) 17-20.05.2024 р.

КЕРІВНИК РОБОТИ:

к.пед.н., доцент Тетяна ПАРФІНЕНКО

Дата видачі завдання 01.12.2023 р.

Завдання прийняте до виконання

Микитою РІЦ

Завідувачка кафедри
міжнародної електронної комерції та
готельно-ресторанної справи, доцент,

к.е.н., доцент Наталія ДАНЬКО

АНОТАЦІЯ

Ріц М. Р. Удосконалення діяльності готельних підприємств на основі впровадження wellness-концепції.

Роботу присвячено дослідженню ефективності впровадження wellness-концепції у діяльність готельного комплексу «Лісова Казка». Висвітлено теоретичні аспекти дослідження діяльності підприємств готельної індустрії. Проаналізовано виробничу діяльність готельного комплексу «Лісова Казка» та зроблено оцінку економічної ефективності щодо впровадження wellness-концепції у діяльність готельного комплексу «Лісова Казка».

ANNOTATION

Ritz M. R. Improvement of the activity of hotel enterprises based on the implementation of the wellness concept.

The work is devoted to the study of the effectiveness of the implementation of the wellness concept in the activities of the "Lisova Kazka" hotel complex. The theoretical aspects of the study of the activities of the hotel industry enterprises are highlighted. The production activity of the "Lisova Kazka" hotel complex was analyzed and an economic efficiency assessment was made regarding the introduction of the wellness concept into the activities of the "Lisova Kazka" hotel complex.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІИ	6
1.1. Типологія та класифікація готельних підприємств.....	6
1.2. Особливості діяльності концептуальних готельних підприємств...10	10
1.3. Тенденції розвитку Wellness концепції у сфері гостинності.....14	14
Висновки до розділу 1	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ «ЛІСОВА КАЗКА».....	21
2.1. Аналіз ринку Wellness індустрії в Україні та світі.....	21
2.2. Загальна характеристика готелю Лісова Казка.....	24
2.3. Вивчення контингенту потенційних споживачів підприємства.....	32
2.4. Обґрунтування впровадження Wellness-концепції у діяльність готельного комплексу «Лісова Казка».....	37
Висновки до розділу 2	43
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ WELLNESS КОНЦЕПЦІЇ У ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ «ЛІСОВА КАЗКА».....	45
3.1. Обґрунтування операційних доходів від надання додаткових інноваційних послуг	45
3.2. Планування операційних активів (ресурсів) Wellness центру.....	49
3.3. Розробка штатного розпису для працівників Wellness центру.....	51
3.4. Планування поточних витрат Wellness центру.....	53
3.5. Планування прибутку від реалізації Wellness послуг та визначення їх економічної ефективності.....	54
Висновки до розділу 3	57
Висновки.....	58
Література	61
Додатки	66

ВСТУП

Готельна індустрію є галуззю економіки, яка швидко реагує на мінливі потреби та запити суспільства. Сьогодні українці переживають складні часи, які пов'язані з російською агресією проти України. Наслідком цього є загострення хронічних хвороб, погіршення здоров'я та виникнення різних порушень психоемоційного стану людини. Все це обумовлює зростання потреби у Wellness-послугах. Метою Wellness-послуг є не розваги та задоволення потреб у розкоші, а підтримка здоров'я та відновлення життєвих сил особистості.

В цілому Wellness розглядається як, концепція здорового способу життя, спрямована на фізичне та ментальне удосконалення, правильне харчування, релаксацію, відмову від шкідливих звичок. Саме тому, пропонуємо з метою вдосконалення готельного комплексу «Лісова Казка», який розташований на Закарпатті, впровадити wellness-концепцію, де будуть реалізовані наступні принципи:

- фізична активність,
- збалансоване харчування,
- якісне відновлення та розслаблення,
- ментальне вдосконалення.

Впровадження wellness-концепції допоможе готельному комплексу «Лісова Казка» підвищити конкурентоспроможність, завантаженість, імідж, прибутковість і бути більш привабливими для споживачів на ринку готельних послуг.

Предмет дослідження – вдосконалення діяльності готельних підприємств за рахунок впровадження wellness-концепції.

Об'єкт дослідження – готельний комплекс «Лісова Казка».

Поняття «wellness» увійшло в науковий обіг відносно недавно. Теоретичні дослідження українських вчених, пов'язані з вивченням ключових понять wellness-концепції є нечисленними. Різні аспекти розвитку wellness-готелів у країнах Європи та України були розглянуті у роботах І Дітріх, Т.

Іщенко, І. Марченко, Т. Парфіненко, Стоян, О. Шидловської та ін. У своїх роботах дослідники акцентують увагу на сутності wellness-концепції, термінології, різних підходи до класифікації, тенденції та нові напрямки wellness-індустрії.

Мета дослідження – інтеграція wellness концепції та обґрунтування її економічної ефективності у функціонуванні готельного комплексу «Лісова Казка».

Для досягнення поставленої мети було визначено наступні завдання дослідження:

- розглянути типологію та класифікацію готельних підприємств;
- визначити особливості діяльності концептуальних готельних підприємств
- з'ясувати тенденції розвитку Wellness концепції у сфері гостинності
- проаналізувати ринку Wellness індустрії в Україні та світі
- встановити загальні характеристики готелю Лісова Казка
- вивчити контингент потенційних споживачів підприємства
- обґрунтувати доцільність впровадження Wellness-концепції у діяльність готельного комплексу «Лісова Казка»
- визначити економічну ефективність впровадження Wellness-концепції

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань було використано наступні методи наукових досліджень, а саме: *аналізу і синтезу* – для уточнення понятійного-категоріального апарату дослідження; *узагальнення і наукової абстракції* застосовано для визначення сутності «wellness» як складової індустрії гостинності; *метод опитування* – для з'ясування пріоритетів гостей готельного комплексу «Лісова казка» під час відпочинку, *метод прогнозування* застосовано щодо пропозицій

удосконалення діяльності готельного комплексу «Лісова Казка» за рахунок впровадження wellness-концепції.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків; містить 70 сторінок тексту, 7 рисунків, 23 таблиці, 5 додатків. Список джерел включає 39 найменувань літератури.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

1.1. Типологія та класифікація готельних підприємств

Бурхливий розвиток туристичної галузі сприяв зростанню попиту на додаткові послуги у готелях та їх диверсифікації залежно від рівня комфортності. Це призвело до виникнення потреби у класифікації готельних підприємств. Класифікація готельних підприємств необхідна для повного розуміння споживачем якого рівня товари та послуги йому пропонує установа і чи співпадають вони з його уявленнями і можливостями.

Готелі класифікуються за типом і послугами, які вони пропонують. Різні *типи готелів* включають: Luxury готелі, бутик-готелі, апарт-готелі, курортні готелі, бюджетні готелі та багато інших. Luxury готелі відомі своїми розкішними зручностями та високим рівнем обслуговування, тоді як бутик-готелі менші та пропонують більш стриманий комфорт [10].

Інша класифікація готелів базується на їх цільовому ринку. Деякі готелі обслуговують бізнес-мандрівників, сімейні пари і індивідуальних мандрівників. Бізнес-готелі зазвичай розташовані в центрі міста та пропонують такі зручності, як кімнати для переговорів, конференц-зали та високошвидкісний доступ до Інтернету.

1. Класифікація готелів: розмір – або кількість кімнат

Менше 200 номерів

Від 200 до 399 кімнат

Від 400 до 700 кімнат

Більше 700 номерів

Наведені вище категорії дозволяють готелям подібного розміру порівнювати робочі процедури та статистичні результати.

2. Класифікація готелів: цільові ринки

Готель орієнтований на багато ринків і може бути класифікований відповідно до ринків, на які вони намагаються залучити своїх гостей. Поширені типи ринків включають бізнес, аеропорти, люкси, житлові будинки, курорти, таймшер, казино, конференц-готелі та конференц-готелі.

Бізнес-готелі: ці готелі є найбільшою групою типів готелів, і вони в основному обслуговують бізнес-мандрівників і зазвичай розташовані в центрі міста або ділових районах. Хоча бізнес-готелі в основному обслуговують бізнес-мандрівників, багато туристичних груп, індивідуальних туристів і невеликих конференц-груп вважають ці готелі привабливими. Зручності для гостей у бізнес-готелях можуть включати безкоштовні газети, ранкову каву, безкоштовні місцеві телефонні дзвінки, сніданок тощо.

Готелі класу люкс: такі готелі є останнім трендом і сегментом готельної індустрії, який найшвидше розвивається. У таких готелях є вітальня і окрема спальня. Такі професіонали, як бухгалтери, юристи, бізнесмени та керівники, вважають готелі-люкс особливо привабливими, оскільки вони можуть працювати та розважатися в зоні біля спальні.

Готелі тривалого перебування: Готелі тривалого перебування дещо схожі на готелі люкс, але зазвичай пропонують кухонні зручності в номері. Такі готелі призначені для тих, хто зупиняється на тривалий час і хоче залишитися більше ніж на тиждень і не хоче витратитися на готельні зручності.

Квартири з обслуговуванням: квартири з обслуговуванням/житлові готелі надають гостям довгострокове або постійне проживання. Зазвичай гість укладає договір оренди з готелем мінімум на місяць до року. Зазвичай номери включають вітальню, спальню, кухню, приватний балкон, пральні машини, кухонне приладдя тощо. На відміну від звичайних готелів, в апартаментах з обслуговуванням прибирання здійснюється лише щотижня.

Курортні готелі: курортні готелі зазвичай розташовані в горах, на острові чи в інших місцях далеко від міст. У цих готелях є об'єкти для відпочинку, пейзажі, гольф, теніс, вітрильний спорт, катання на лижах і

плавання. Курортні готелі пропонують гостям приємні та незабутні враження, які заохочують відвідати курорт ще раз.

Ночівля та сніданок/проживання в сім'ї: це будинки з кімнатами, переобладнаними під ночівлі, які можуть вміщати від 1 до 10 кімнат. Вони також відомі як «Home Stay's». Власник готелю типу "ліжко та сніданок" зазвичай залишається на території та відповідає за подачу сніданку гостям.

Таймшер / Оренда під час відпустки: ще один новий тип або сегмент індустрії гостинності – готелі з таймшером. Їх іноді називають готелями з інтервалом у відпустку. Таймшерні готелі – це те, де гості купують житло у власність на певний період. Ці власники також можуть орендувати приміщення керуючою компанією, яка керує готелем.

Готелі-казино: готелі з азартними іграми називаються готелями-казино. Незважаючи на те, що їжа та напої в казино є розкішними, їх функції є вторинними та допоміжними для роботи казино.

Конференц-центри та конференц-центри: ці типи готелів зосереджені на зустрічах і конференціях, а також ночівлі для учасників зустрічей. Вони також надають засоби відеоконференцій, аудіовізуальне обладнання, бізнес-послуги, гнучку розсадку місць, фліпчарти тощо. Ці готелі здебільшого розташовані за межами мегаполісів і мають такі об'єкти, як гольф, басейни, тенісні корти, фітнес-центри, Spa тощо.

Пансіонат або пансіонат: вони дуже популярні серед туристів, які не хочуть великого готелю з багатьма зручностями, якими вони, можливо, ніколи не користуються, а шукають більш особисте місце для проживання, яке коштуватиме дешевше та матиме відчуття « вдома поза домом ».

City Hotel: міські готелі використовуються як бізнес-мандрівниками, так і туристами. Часто туристам потрібен готель у центрі міста, зручний для огляду визначних пам'яток, і не обов'язково дорогий, тоді як діловим мандрівникам також знадобиться зручне розташування, але може знадобитися готель із відповідними зручностями.

Мотелі: за останні роки бізнес мотелів зріс, оскільки збільшилася кількість власників приватних автомобілів. Мотель – це готель, призначений переважно для автомобілістів і зручно розташований поблизу великої автомагістралі.

Класифікація готелів: рівні обслуговування

Обслуговування світового класу: ці готелі також називають Luxury готелями «П'ять зірок», вони орієнтовані на топ-менеджерів бізнесу, знаменитостей індустрії розваг, високопоставлених політичних діячів і заможну клієнтуру в якості основного ринку. Вони пропонують висококласні ресторани та лаунжі, послуги камердинера, послуги консьєржа та приватні заклади харчування.

Обслуговування середнього класу: Готелі, які пропонують готельні послуги середнього класу або інші 3-4-зіркові готельні послуги, приваблюють найбільшу частину подорожуючих. Цей тип готелю не надає складних послуг і має відповідний персонал. Вони також забезпечують рівномірне обслуговування, доставку їжі та напоїв у номер, розважальні програми в номері, а також Wi-Fi тощо.

Бюджет/обмежене обслуговування: ці готелі пропонують чисті, зручні, безпечні та недорогі номери та відповідають основним потребам гостей. Бюджетні готелі привабливі в першу чергу для бюджетних мандрівників, які хочуть мати номер з мінімальними послугами та зручностями, необхідними для комфортного проживання, без зайвих витрат на дорогі послуги.

Класифікація готелів: форма власності та афілійованість

Незалежні готелі/готелі з одним власником: вони не мають ідентифікаційної власності чи зв'язку з іншими об'єктами управління. Прикладом цього може бути сімейний готель, який не дотримується жодної корпоративної політики чи процедур.

Мережа готелів: Готелі, які входять до мережі готелів і такі види власності, як правило, накладають певні мінімальні стандарти, правила, політику та процедури для обмеження діяльності філій. Загалом, чим більш

централізована організація, тим сильніший контроль над індивідуальною власністю.

Таким чином, класифікація готелів базується на їх типі та цільовому ринку. Кожен тип готелю пропонує унікальний досвід і задовольняє різні потреби та вподобання. Вибираючи готель, важливо враховувати тип готелю, який найкраще відповідатиме вашим потребам і бюджету.

Також слід зазначити, що у готельно-ресторанній сфері використовуються стандарти ISO, які стосуються управління харчовими продуктами та безпекою, управління якістю, гігієни та безпеки праці та інших сфер. Існує багато стандартів ISO для брендів в індустрії гостинності. Однак найпоширенішими є ISO 9001, ISO45001 і ISO22000. ISO безпосередньо не сертифікує готелі.

1.2. Особливості діяльності концептуальних готельних підприємств

Готельна індустрія гостро реагує на зовнішні чинники, тому має тенденцію до постійних змін. Щоб протистояти конкурентам необхідно повсякчас привертати увагу мандрівників, мотивувати їх до бронювання та викликати азіотаж. Готельєри мають пропонувати більше, ніж винятковий досвід для гостей, комфортабельні номери та теплу гостинність. Певним чином, для цього потрібна оригінальна та унікальна концепція, яка буде створювати певний настрій і налаштовувати на позитивне перебування.

Концепція готелю – це його історія, яку він хоче розповісти своїм гостям. Концепція є сукупністю всіх аспектів готелю. Вона включає декор, враження гостей, номери, зручності та розташування. Навіть різні дрібниці, як мистецтво на стінах і маленькі пляшечки шампуню в душі, підкреслюють загальну концепцію готелю.

Концепція готелю має бути чіткою та легкою для розуміння всіх гостей, від вестибюля до готельних номерів. Так, наприклад готель, орієнтований на звичайних туристів, матиме зовсім іншу атмосферу, ніж бутик-готель.

Японський готель може запропонувати абсолютно унікальні концепції, такі як капсульні номери, які дуже рідко зустрічаються в інших країнах світу.

Готелі, які мають сильну концепцію отримують більше переваг. Звичайні готелі, бутик-готелі та навіть великі готельні мережі повинні мати основну тему та місію, щоб суттєво відрізнитися від інших.

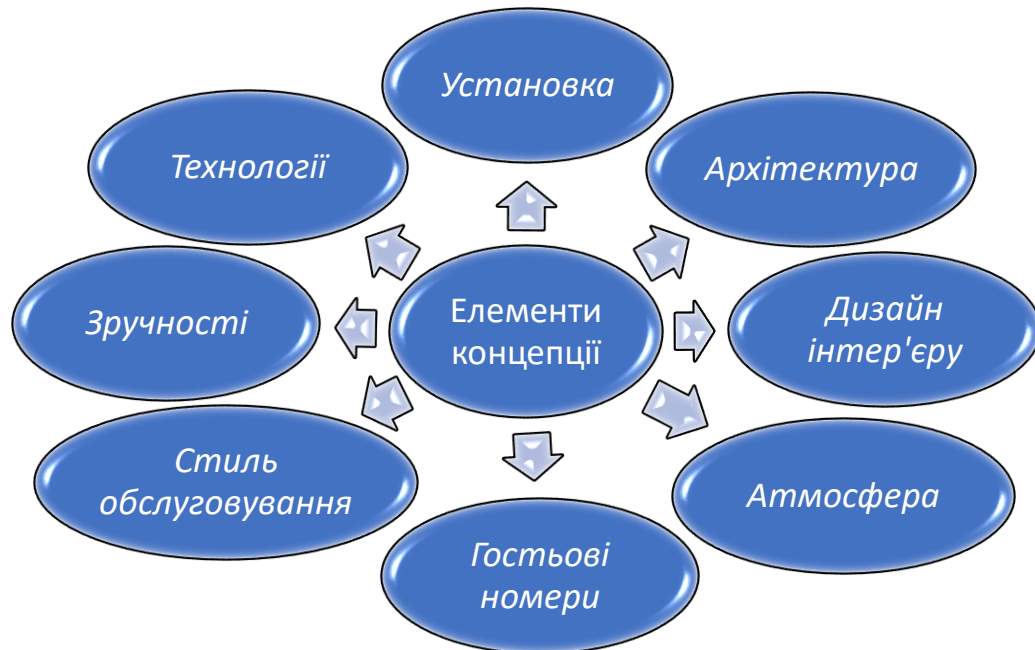


Рис. 1.1 – Елементи концепції [26]

Концепція готелю – це широкий термін, що описує зовнішній вигляд готелю, відчуття та враження від нього. Концепція включає:

Установка. Розташування готелю має важливе значення для гостя. Подумки він уявляє себе у конкретній місцевості, наприклад, у зеленій долині з приголомшливим краєвидом на гори чи серед гамірного центру міста, оточеного блискучими багатоповерхівками і це налаштовує гостя на певні емоції та відчуття.

Архітектура. Планування будівлі та території готелю визначається багатьма чинниками, а саме: історичним типом будівлі, її розташуванням в міській забудові, характером природного ландшафту, категорією готелю, а також економічними та етнічними особливостями регіону [16].

Дизайн інтер'єру. Дизайн інтер'єру – демонструє цінності, установки та пріоритети готелю. Використання в оформленні приміщень різних матеріалів, фактур, візерунків дає можливість підкреслити концепцію готелю [9].

Атмосфера. Будь-який готель має свою власну атмосфера, що створюється у всередині готелю. Атмосфера є «душею» готелю, вона може бути клубною, тобто з гучною техно-музикою або «дзен» із характерним земляним ароматом.

Гостьові номери. Розмір номеру здебільшого визначається категорією готелю. В залежності від цього номери поділяються на великі з дорогими меблями і на середні зі всіма необхідними зручностями. Кімнати відповідно до концепції готелю можуть бути облаштовані найновішими технічними гаджетами або навпаки не мати Wi-Fi та технологій, щоб спонукати гостей до цифрової детоксикації.

Стиль обслуговування. Стиль обслуговування – це сукупність певних правил і норм поведінки персоналу при обслуговуванні гостей готелю [8]. Крім того під стилем розуміють різні форми обслуговування, такі як: обмежене обслуговування, самообслуговування або повний набір послуг.

Зручності. Зручності додають готелю певні переваги. Свійка реєстрації, консьєрж, обслуговування номерів, басейн, Спа, конференц-зал, розмір номерів: невелике або з мінімальними зручностями – все це підкреслює концепцію готелю і впливає на вибір споживачів. Наявність ресторану чи бару безумовно доповнюють загальну концепцію готелю.

Технології. Комп'ютеризація, систематизація, а зараз і роботизація, робить готель більш сучасним і спрощує менеджмент готелю. Технології, які знаходяться на передньому плані, тобто на стійці реєстрації або оснащеність персоналу найновішими технологіями відіграють, що допомагає надавати персональні послуги відіграють дискретну роль у готельному бізнесі.

Концепція, у деякій мірі, ідентифікує бренд готелю і дозволяє вести бізнес відповідно до точних стандартів. Крім того, концепція допомагає обґрунтувати ціну за номер, який рекламує готель, ціну за послуги, які він

надає, незалежно від того, чи пропонує готель додаткові зручності, такі як Спа-центр чи щось інше.

Найбільш інноваційні концепції готелів можуть захоплювати та залучити гостей з усього світу. По-справжньому інноваційні готелі і мова про їх унікальність передається від одного до другого. Відвідування таких готелів вже само по собі може бути відпусткою. Так, чудовим прикладом цього є знаменитий крижаний готель у Юккасьярві, Швеція, де гості можуть зупинитися в номерах, повністю побудованих з льоду [26].

Вдало обґрунтована концепція гостинності має десять очевидних переваг як на етапі розробки, так і на етапі експлуатації (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Переваги концепції

<p>1 Єдине бачення</p> <p>Об'єднує власників, керівництво, персонал і зовнішніх партнерів під спільним баченням і оптимізує завдання для досягнення цієї мети</p>	<p>6 Дружній підхід до інвестора</p> <p>Залучає як інвесторів, так і партнерів, оскільки концепція допомагає створити уявлення про готель</p>
<p>2 Вища сприймана цінність</p> <p>Надає пропозиції більш чітку видиму цінність, що збільшує продажі за встановленою ціною</p>	<p>7 Емоційне звернення</p> <p>Залишає незабутнє враження, пов'язане з емоціями, бажаннями та прагненнями людей</p>
<p>3 Постійний досвід відвідувачів</p> <p>Надає цілісне уявлення про досвід відвідувачів, можливість залучати відвідувачів при кожній взаємодії та перетворити одноразових відвідувачів на постійних</p>	<p>8 Диференціація</p> <p>Контекстуалізує пропозицію, щоб допомогти виділитися серед конкурентів</p>

Продовження таблиці 1.1

<p>4 Зниження витрат на маркетинг</p> <p>Виділяє готель сам по собі, тим самим знижує витрати на комунікацію та маркетинг</p>	<p>9 Вічна історія</p> <p>Переживає модні тенденції завдяки розповідям, які постійно розповсюджуються</p>
<p>5 Допомагає утримувати найкращих працівників</p> <p>Приваблює та утримує найкращих працівник для бізнесу, просто та чітко описуючи переваги готелю</p>	<p>10 Неповторне виділення</p> <p>Неможливість відтворення ідеї, що запобігти копіюванням</p>

Етап розробки концепції готелю є дуже важливим. На цьому етапі доступність бюджету та нестандартне мислення відграють значну роль. Однак не слід думати, що концепції готелю має бути складною заради самої унікальності. Готельна індустрія сповнена простих, але ефективних концепцій, які роблять унікальні речі не витрачаючи багато зусиль.

1.3. Тенденції розвитку Wellness концепції у сфері гостинності

Концепція Wellness вперше була представлена в 70-х роках 20-го століття, але за останні 10-15 років ця концепція набула популярності. В основному вона базується на тому, що її сутність полягає в усвідомленні індивідом здорового способу життя та особистому виборі (рішенні) досягти оптимального рівня добробуту. Сучасна концепція Wellness походить від традицій США та Західної Європи, однак її принципи походять від стародавніх цивілізацій Азії, Єгипту, Греції та Риму.

Незважаючи на популярність концепції Wellness і всебічну поінформованість, все ж таки багато хто не розуміє, що саме стоїть за даною дефініцією. Проте, Wellness – це поняття, якому не легко дати визначення, оскільки деякі вчені визнають сумнівний зміст терміну Wellness [21; 36].

В цілому, концепція Wellness є динамічним процесом повного фізичного, психічного та соціального здоров'я. Реалізація концепції Wellness можлива за наявності проактивного підходу до внутрішньої мотивації, установок та імпульсів щодо:

- запобігання захворюванням;
- зміцнення здоров'я;
- підвищення якості життя;
- доведення до оптимального бажаного рівня фізичного, емоційного, духовного стану особистості.

Здоров'я – це не статичний стан людей, воно розширює визначення сучасної охорони здоров'я, яка включає процес інтеграції, що включає обізнаність, освіту та зростання.

Засновником Wellness руху був Халберт Данн, він вперше визначив Wellness як «інтегрований метод функціонування, орієнтований на максимізацію потенціалу особистості у середовищі, де він функціонує» [22]. Послідовники Х. Дана перевизначили Wellness як комбінацію «благополуччя» та «фітнесу» [29; 33]. Визначення концепції Wellness відповідно еволюціонувало. Сучасне визначення концепції Wellness стверджує, що воно виходить за рамки свободи від хвороби чи фізичних недоліків і наголошує на проактивній підтримці та покращенні здоров'я та добробуту [20, с. 370]. Слід зазначити, що попередні визначення Wellness враховували лікувальні практики та медичні традиції для підтримки здоров'я, проте, як останнє, акцентує увагу на дотриманні балансу між усіма сферами життєдіяльності особистості.

З еволюцією концепції Wellness модерністи мають різноманітне його розуміння. Більшість із них при тлумаченні зазначеного поняття відзначають самовідповідальність за своє здоров'я та благополуччя, зокрема такий підхід зустрічається у роботах, які роблять акцент на психологічних, соціальних, фізичних, духовних, інтелектуальних та емоційних аспектах [25]. Сучасне суспільство є суспільством конкурентоспроможності, де більшість прагне

якомога довше залишатися активними та енергійними, тому оздоровчі послуги та продукти для кращого догляду за собою стали дуже популярними та актуальними.

Оскільки все більше і більше людей усвідомлюють значення свого здоров'я, Wellness туризм став процвітаючою галуззю (табл.1.2.) За словами С. Фойгта, на розвиток Wellness індустрії вплинув широкий спектр факторів, у тому числі прогресивно швидкий темп повсякденного життя, високий рівень стресу в трудовому колективі та зростаючі витрати на охорону здоров'я [38]. Інноваційний погляд на зміцнення здоров'я, профілактику захворювань став рушійною силою концепції Wellness як індустрії.

Таблиця 1.2

Концепція Wellness туризму

WELLNESS		MEDICAL		
Цілісний	Дозвілля та відпочинок	Медичний Wellness	Терапевтичний	Хірургічний
Духовний	Косметичні процедури	Лікувальний відпочинок	Реабілітація після хвороби	Косметична хірургія
Йога і медитація	Спорт і фітнес	Реабілітація, пов'язана зі способом життя	Зцілення та одужання	Стоматологія
Омолодження	Насолода	Професійне оздоровлення	Таласотерапія, програми харчування та детоксикації	Операції та трансплантація
ВИДИ УСТАНВ ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ				
<i>Ретрити</i>		<i>Spas</i>		<i>Клініки та лікарні</i>
Ашрам		Курортні готелі		
Фестивалі		Центри дозвілля		Круїзи

Джерело: [28]

Визначення Wellness туризму є доволі неоднозначним. У деяких випадках акцент робиться на пропозиції, тоді як у інших підкреслюється саме

попит [30]. Також зустрічаються трактування Wellness туризму, які включають як пропозицію, так і попит. У цьому випадку під Wellness туризмом розуміють суму всіх відносин, що виникають у результаті подорожей людей, мотивом яких повністю або часткове є збереження або зміцнення здоров'я та добробуту, і які залишаються принаймні на одну ніч у закладі, який спеціально розроблений для забезпечення та покращення фізичного, психологічного, духовного та/або соціального благополуччя людей [38, с. 25]. Отже, основною метою Wellness туризму є подорожі, пов'язані з прагненням зберегти та покращити фізичні, психологічні, соціальні та духовні аспекти здоров'я та благополуччя. Також слід зазначити, що важливим чинником у Wellness туризмі є харчування та дієтичне харчування. Відповідно вишукане харчування стає все більш затребуваним і споживачі частіше віддають перевагу поживним, делікатесним та унікальним харчовим продуктам у повсякденному житті. Враховуючи тенденцію споживчих цінностей, провайдери Wellness туризму швидко заробляють на процвітанні концепцій Wellness та створюють палітру оздоровчих послуг.

Концепція Wellness ґрунтується на відповідних, інтегративних показниках, які впливають виключно на численні виміри протягом усього життя. Ці виміри означають цілісну сутність людини, включаючи її фізичну, соціальну, емоційну, інтелектуальну, психологічну та духовну складови [25]. Визначення кожного аспекту Wellness наведено.

Індустрія гостинності надає більшого значення психографічним характеристикам, таким як спосіб життя, цінності, індивідуальність і хобі, вік, стать, національність, життєвий цикл, які відіграють важливу роль у сегментації Wellness туристів [37]. Така сегментація, заснована на стилі життя, частіше розглядається в дослідженнях, пов'язаних з туризмом.

Популяризація здорового способу життя під час подорожі призвела до зростання попиту на послуги індустрії гостинності, тому готелі почали активно впроваджувати концепцію Wellness у свій бізнес [35]. Вони стали докладати більше зусиль для модернізації фітнес-зали, щоб залишатися

конкурентоспроможними у галузі розміщення. Так, наприклад, Hilton запускає нові революційні номери, які містять більше одинадцяти різних варіантів фітнес-обладнання та аксесуарів. Гранд-готель і казино MGM у Лас-Вегасі має 171 номер «Stay Well», у яких надається вітамінна вода для душу, затемнені штори та захист від електромагнітних полів за додаткову плату 30 доларів за ніч. У свою чергу мережа готелів Westin запропонувала нову програму «run WESTIN», яка пропонує можливість взяти участь у ранкових групових пробіжках або самостійно зайнятися бігом на 3-5 миль чи ходьбою. Вони навіть співпрацюють з New Balance, де гості можуть позичити одяг для тренувань на місці. Крім того мережа готелів Westin пропонує своїм гостям бігові доріжки та стаціонарні велотренажери у номерах та «меню Westin's SuperFoodsRX», яке має широкий вибір їжі. Готелі EVEN також підхопили цю тенденцію. Вони пропонують м'яч для тренувань, резисторні стрічки, килимки для йоги та поролонові валики в номерах, а в ресторані Cork & Kale готелю подають здорові, органічні страви на будь-який смак.

Готельєри значною мірою сприйняли розвиток оздоровчих послуг. Немає сумніву, що важливість Wellness-послуг є не лише цінним доповненням до готельних зручностей, але й фундаментальною характеристикою, яка суттєво впливає на конкурентоспроможність готелів. Поточна пропозиція Wellness-послуг є компетентним ринковим потенціалом, який здатний задовольнити значний попит. Таким чином, вже сьогодні можна спостерігати зміну парадигми у сфері гостинності. Готельні підприємства стали особливою увагу приділяти здоров'ю, сталому розвитку та якості обслуговування гостей. Інноваційні стратегії переосмислюють Wellness, виходячи за рамки традиційних Spa та тренажерного залу, інтегруючи Wellness у кожен взаємодію з гостем.

Висновки до розділу 1

У першому розділі кваліфікаційної роботи було розглянуто типи та класифікації готельних підприємств. Аналіз літературних джерел засвідчив, що універсального класифікаційного рейтингу не існує. Готелі класифікуються відповідно до розміру, розташування, цільових ринків, рівня обслуговування, наданих зручностей, кількості номерів, власності, приналежності тощо. Окрім цих класифікацій, готелі часто класифікуються за системою зірок, діамантів або корон залежно від географічного розташування.

Класифікації готелів допомагає споживачам визначити стандарти та рівень обслуговування. Категоризація базується за шкалою від 1 до 5, де один означає найнижчий, а п'ять – найвищий стандарт. Систему класифікації можна використовувати для різних типів готелів включаючи butik-готелі, курорти, пансіонати та апарт-готелі.

В умовах жорсткої конкуренції, готельним підприємствам доводиться виділятися, бути привабливими, щоб споживачі обирали саме їх на ринку готельних послуг. До такого напрямку належить відпочинок гостей у концептуальних готелях, попит на які сьогодні на 30–40 % вищий у порівнянні з готелями, що пропонують стандартний набір послуг та сервісів. У кожному готелі, що формує свою концепцію, має бути все продумано, починаючи з архітектурно-планувального рішення будівлі, дизайну холів, коридорів, ліфтів та кожного номера до кольорової гами, освітлення, фактура оздоблювальних матеріалів, предмети меблів, звукового оформлення. Концептуальні готелі обираючи майбутній образ та його зміст орієнтуються перш за все на потреби гостей та задоволення їх попиту.

Серед сучасних концепцій готельного бізнесу найбільшої популярності набуває концепція Wellness. Причиною процвітаючого попиту на концепцію Wellness в готельній індустрії є те, що більшість людей бере на себе відповідальність за своє здоров'я та покращення матеріального та духовного благополуччя. Це передбачає надання зручностей, послуг і програм, які б

сприяли фізичному, психічному та емоційному благополуччю гостей під час їх перебування у готелю.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ «ЛІСОВА КАЗКА»

2.1. Аналіз ринку Wellness індустрії в Україні та світі

Останнім часом Wellness індустрія стає все більш популярною у світі. За даними Global Wellness Institute [24], економіка Wellness швидко оговталася після величезної економічної кризи 2020 року. Більшість (але не всі) з одинадцяти секторів Wellness економіки (наведені на рис.2.1.) відновилися й тепер перевершують свої рівні до пандемії.

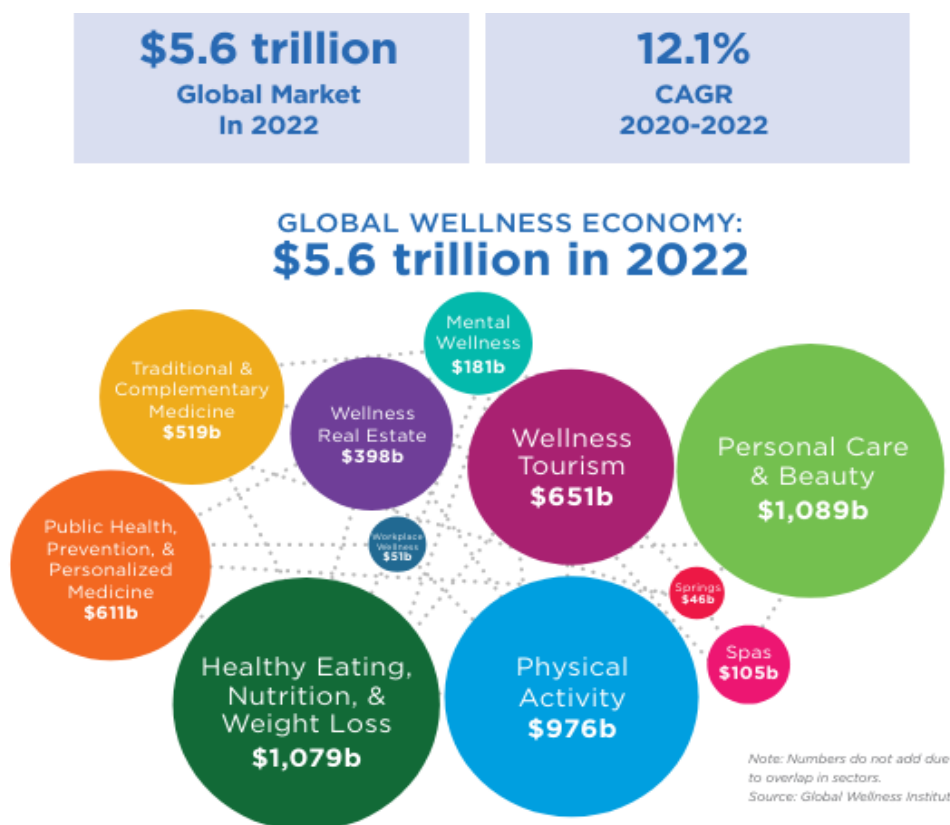


Рис. 2.1. – Ринок Wellness індустрії [24]

У 2022 р. світова Wellness економіка становила 5,6 трилн. дол. США, що майже на 14% більше, ніж у 2019 році. У 2021 р. Wellness економіка значно зросла на 16,5%, а потім у 2022 році зростання скоротилося до 8,1%. Для порівняння, глобальний ВВП зріс на 13,5% у 2021 р. та на 4,1% у 2022 р.

Глобальна Wellness економіка та всі її сектори готові до відновлення та зростання в найближчі роки, що сприятиме довгостроковій перспективі тенденціям зростання інтересу споживачів до оздоровлення та потреби в оздоровленні, яка лише прискорилася після пандемії.

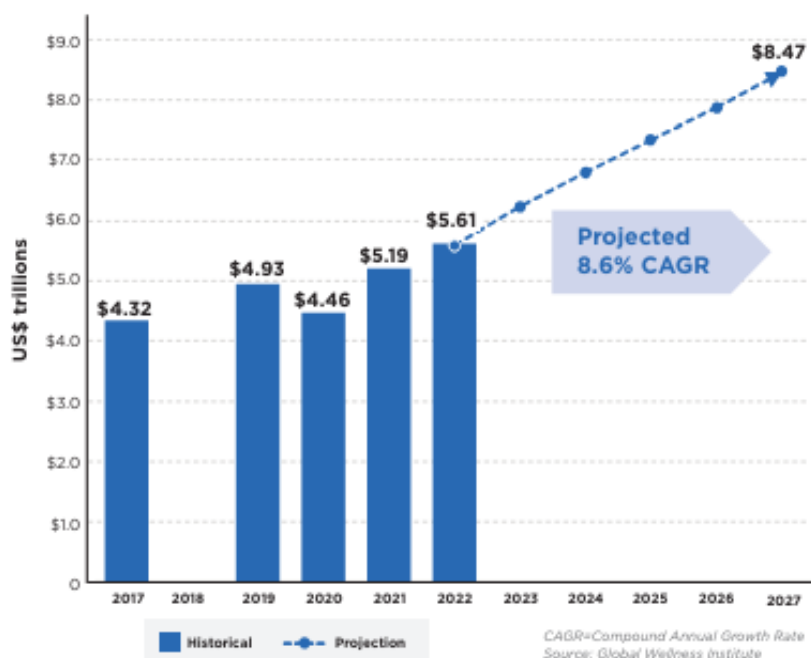


Рис.2.2. Розмір та прогнози зростання ринку глобальної Wellness економіки, 2017-2027 рр. [24]

Світові тенденції популяризації здорового способу життя призвели до зростання попиту на оздоровчі послуги. Наразі багато готельних підприємств активно пропонують своїм споживачам широкий спектр послуг та програм оздоровчого характеру, спрямованих на відновлення фізичного, психічного та духовного здоров'я.

В Україні потреба оздоровлення є дуже актуальною. По-перше, це пов'язано з пандемією COVID-19, а по-друге, з російським вторгненням в Україну, що загострило існуючі хвороби та спровокувало низку нових. На жаль, велика кількість поранених потребує фізичної та психічної реабілітації. Крім того, зростає кількість людей з інвалідністю. Тож потрібно враховувати ці особливості і продумувати інфраструктуру та зручності для цієї категорії населення. На окрему увагу заслуговують військові, люди, які у наслідок війни втратили своїх близьких, діти-сироти. Всі вони мають проблеми адаптації та

потребують спеціалізованої комплексної психічної допомоги. Наведені факти свідчать, що велика кількість людей потребує лікування та профілактика різних захворювань та станів.

Україна багата на природні рекреаційні ресурси – це сприятливий клімат для лікування і профілактики захворювань, зокрема, дихальної, нервової, серцево-судинної систем; мінеральні води, що призначаються як для внутрішнього так і зовнішнього використання: лікувальні грязі та водоймища. Наявність природно-рекреаційних ресурсів і визначають комфортність території для лікування та оздоровлення.

Сьогодні в Україні функціонують Wellness-готелі, які пропонують своїм відпочиваючим комплексні програми з оздоровлення та відновлення здоров'я. Серед найбільш популярніших Wellness-готелі можна виділити Verkhovyna Resort Medical & Wellness; Edem Resort Medical & SPA; Emily Resort - medical, sport, entertainment; Wellness-комплекс – VitaPark Карпати тощо.

Більша кількість Wellness-готелів розташовано на Закарпатті, оскільки сприятливий клімат та природні лікувальні ресурси є основою для оздоровлення. У таблиці 2.1 за даними сайту Проживання.net наведено перелік Wellness-готелів за регіонами [15].

Таблиця 2.1

Розподіл Wellness-готелів за регіонами

Регіон	Район	Назва Wellness-готелів
Закарпаття	Хуст	Готель Лісова Казка
	Міжгір'я	Еко курорт Ізки
		Готель Жива вода
	Мукачево	Закарпатський оазис, Чинадійово
	Свалява	Готель Фантазія, Поляна
		Готель Катерина ***, Поляна
	Великий Березний	<u>Готель ЛіАн Ужок</u>
		<u>Туристично-оздоровчий комплекс Едельвейс, Сіль</u>
		<u>Спа-готель Зоряні Карпати, Вишка</u>
	Воловець	<u>Готель Вікторія</u>

Продовження таблиці 2.1

		<u>Готель Гранд</u>
	Виноградів	<u>Готель Сонячна гора</u>
		<u>Готель Сонячна гора</u>
Львівська область		<u>Готель Галант, Трускавець</u>
Прикарпатті	<u>Долина</u>	<u>Готель Ведмідь, Мислівка</u>
	<u>Яремче</u>	<u>Готель Велика Ведмедиця</u>
<u>Хмельницька область</u>		<u>Готель Клеопатра</u> <u>****, Кам'янець-Подільський</u> <u>- Старе місто</u>

2.2. Загальна характеристика готелю Лісова Казка

Закарпатські традиції гостинності та комфорт, продуманий до деталей, дає можливість відпочити, відновити здоров'я, зарядитися енергією та позитивом на тривалий час. Саме це робить цю місцевість унікальною та неповторною, що захоплює дух і дає нові враження.

Готельно-курортний комплекс Лісова Казка розташований у селі Кам'яниця за адресою: Закарпатська обл., Хустський район, с. Велятино, урочище Ігнатівське (6 км від. м. Хуст).

Клімат Закарпаття є найсприятливіший за кількістю днів комфортних для активного відпочинку. Закарпатська регіон відзначається краєвидами, різноманітними ландшафтами та орографічними особливостями, які створюють сприятливий фон для відпочинку та психофізичного розвантаження. Курортний готель розташований посеред гір, у екологічно чистій місцевості на околиці с. Велятино. Сприятливе місцезнаходження курортного готелю позитивно впливає на відновлення всіх систем організму і в першу чергу адаптаційної.

Готельний комплекс «Лісова Казка» має закриту територію серед лісового масиву на вершині гори і пропонує своїм гостям затишні номери та котеджи з послугами відпочинку та оздоровлення. На території готельного комплексу розташовані ресторан, що пропонує страви традиційної української

кухні та кухні Закарпаття; бювет з мінеральними водами: Шаянська-4, Шаянська-242 та Драгівська; відкритий басейн, для дорослих та дітей; волейбольний майданчик та лазню.

Готельний комплекс «Лісова Казка» пропонується своїм гостям розміщення у 17 номерах класу: суперіор, загалом 9 номерів (2-х спальні ліжка, балкон з гарним краєвидом, холодильник, телевізор з супутниковими каналами на вибір, санвузол з душовою кабіною та Wi-Fi інтернет); стандарт, 6 номерів (два окремі ліжка, телевізор, холодильник, санвузол з душовою кабіною та Wi-Fi інтернет); 2 дерев'яні котеджи – будинок на два поверхи, у приміщенні кімнати з номерами, холодильник, телевізор, душова кабіна та санвузол [3]. Вартість проживання у готелі Лісова Казка наведені у табл.2.2.

Таблиця 2.2

Офіційні ціни 2024 р. на проживання в готелі «Лісова Казка» с. Велятино

Категорія номерів	Проживання, грн.
2-місний Стандарт	950
2-місний Стандарт з кондиціонером	1000
2-місний Стандарт з кондиціонером та балконом	1100
3-місний Стандарт з кондиціонером	1300
Котедж	3000

Джерело: [5]

У вартість проживання входить користування бюветом з мінеральними водами, безкоштовний трансфер на процедури в оздоровчий комплекс «Трембіта» та на термальні басейни в туристичний комплекс «Теплі води».

Проживаючи в готелі Лісова Казка у відпочиваючих є можливість проходити процедури у санаторії «Трембіта». Кожного дня організовується безкоштовний трансфер на процедури в санаторій. Процедури оплачуються окремо по-прайсу.

На території комплексу працює ресторан. Гостям пропонується найрізноманітніше меню, починаючи від традиційної української та

закінчуючи колоритною закарпатською кухнею. Меню включає унікальні, вишукані страви та напої, які можна скуштувати тільки у ресторані готелю Лісова Казка. Харчування індивідуальне – по меню (оплата за кожну страву окремо).

Вивчення основного сегменту постояльців готелю «Лісова Казка» протягом року дозволяє стверджувати, що це, здебільшого, особи віком від 45 років (65%), які мають на меті оздоровитися за рахунок не дорогого проживання та отримати безкоштовний трансфер і лікувально-профілактичні послуги у санаторію «Трембіта», родини з дітьми – 30% та 5% – це молоді сімейні пари, які залишаються у готелю на 1–2 ночі.

Також слід зазначити, що завантаженість готелю «Лісова Казка» протягом року дуже коливається і залежить від сезону. А як відомо, коефіцієнт завантаження готелю, насамперед, відображує ефективність маркетингової діяльності. Коефіцієнт завантаження готельного комплексу «Лісова Казка» в середньому за рік становить 50%

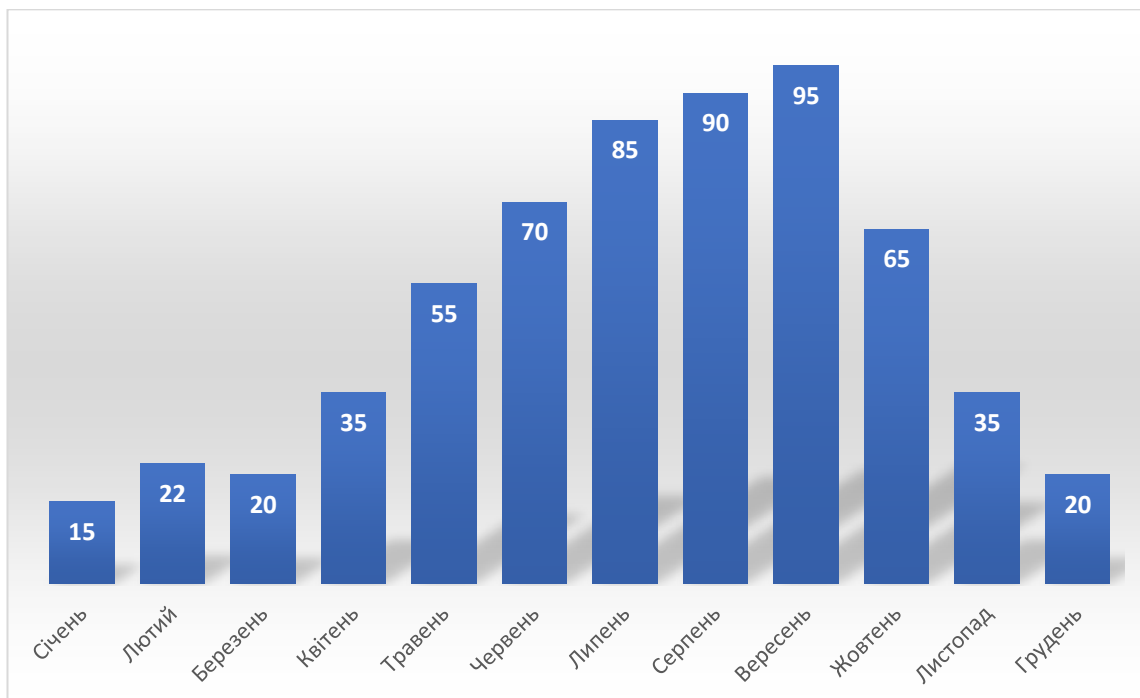


Рис. 2.3. Графічна схема динаміки завантаженості готельного комплексу «Лісова Казка» протягом 2022 р.

Джерело: складено автором за інформацією готелю «Лісова Казка» протягом 2022 р.

Аналіз загальних характеристик готелю «Лісова Казка» дає підставі стверджувати, що зазначений заклад, має сприятливе розташування, клімат, бальнеологічні ресурси, але він не має власної оздоровчої бази, яку можна було б використовувати для відпочинку у готелю. Реалізація концепції Wellness допоможе готелю «Лісова Казка» стати місцем, де можна відпочити не тільки тілом, але й душею. Впровадження духовних практик, таких як його сприятиме відновленню життєвих ресурсів та психічного здоров'я відвідувачів. Тож, за рахунок впровадження концепції Wellness, готель «Лісова Казка» зможе пропонувати своїм гостям не тільки послугу, здебільшого, розміщення та харчувати, а і створити певну атмосферу для них, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності, іміджу та збільшенню завантаженості.

Задля кращого виявлення сильних і слабких сторін готельного комплексу «Лісова Казка», доцільним буде скласти SWOT-аналіз. Завдяки такому інструменту аналізу характеристики готелю, можна передбачити можливі ризики, встановити ланцюги взаємодії між вибором стратегії та способами її досягнення (табл 2.3.)

Таблиця 2.3

SWOT-аналіз готельного комплексу «Лісова Казка»

Сильні сторони	Слабкі сторони	Можливості	Загрози
Сприятливе місцерозташування	Рекламна компанія	Збільшення попиту на ринку	Посилення конкуренції з боку більш оперативних та гнучких конкурентів
Доступна вартість проживання	Не сучасне обладнання номерів, застаріла побутова техніка	Охоплення більших груп потенційних клієнтів	Нестабільність соціально-економічної ситуації в країні

Продовження таблиці 2.3

Наявність басейну та бювета з мінеральною водою	Відсутність деяких секторів : спортзал, конференц-зали, оздоровчих послуг	Посилення лідируючих позицій серед конкурентів	Низький рівень доходів більшої частини населення
Приваблива територія	Відсутність концепції та брендваної продукції	Збільшення прибутковості	Часткове скорочення гостей через російське вторгнення в Україну
Наявність професійно оформленого сайту та наявність профілів у соц. мережах	Сезонність відпочинку (припадає на літній період)	Збільшення сезону відпочинку у готелі	Зростання плати на ресурси (енергія, трафік)

З огляду на результати SWOT-аналізу готельного комплексу «Лісова Казка», можна припустити, що цей заклад розміщення має великий потенціал для розвитку, але деякі додаткові послуги відсутні. Стає очевидним, що для збільшення завантаженості, прибутковості та зростання іміджу готелю, необхідно розробити концепції та додати перелік відповідних послуг. Враховуючи сприятливе місцезрештатування, доступність вартості за проживання, наявність басейну, бювета за мінеральною водою, сауни, дитячого майданчика, доцільно розробити та впровадити Wellness-концепцію. Дана концепція спрямована на комплексне оздоровлення та релаксацію (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Компоненти Wellness-концепції

Компоненти	Визначення та висновки
Фізичне здоров'я	Позитивне сприйняття та очікування фізичного здоров'я.
Духовне здоров'я	Віра в об'єднуючу силу між розумом і тілом або позитивне сприйняття сенсу та мети життя.

Продовження таблиці 2.4

Психічне здоров'я	Загальне уявлення про позитивні результати події та обставини життя.
Соціальне здоров'я	Відношення. Самоідентичність відноситься до внутрішнього образу людини про себе, в той час як
Емоційне здоров'я	Володіння надійною самоідентифікацією та позитивним почуттям самоповаги є цінністю самоідентичності (тобто того, наскільки людина цінує та любить себе).
Інтелектуальне здоров'я	Сприйняття внутрішньої енергії завдяки оптимальній кількості інтелектуально стимулюючої діяльності.

Сьогодні Wellness-концепція має прихильників, адже певні процедури значно покращують самопочуття та оздоровлюють. Існує великий спектр процедур, які не потребують особливих витрат для їх надання в готелі. На сучасному етапі розвитку ринку гостинності, підвищення конкурентоспроможності закладу розміщення стає можливим не тільки за умов розширення спектру розважальних послуг, але і за рахунок впровадження комплексу оздоровчих послуг. Досить популярним є поєднання готельного бізнесу та індустрії краси і здоров'я, результатом якого є поява Wellness -готелів. Особливістю цього типу готелів є широкий спектр послуг з оздоровлення та релаксації. Відвідувачам пропонуються сауна, ароматерапія, масаж, лікувальні грязі, йога, басейни, фітнес-зали та програми з відновлення і омолодження організму. Сьогодні Wellness-центр так само важливий для готелю, як комфортабельний номер і висококласний ресторан. Наявність Wellness-послуг має велике значення для розвитку всього готельного комплексу і виступає додатковою перевагою у конкурентоспроможності, що, в свою чергу, є плюсом для гостей і забезпечує збільшення доходу готелю.

Отже, Wellness-концепція допоможе збільшити прибутковість готелю «Лісова Казка», за рахунок гармонійного поєднання здорового і приємного відпочинку, вегетаріанської кухні, еко підходу до використання природних ресурсів, йоготерапію, медитацію, психологічно підтримку та оснащенням номерів спортивним інвентарем для заняття спортом.

Пропонуємо розглянути основні концептуальні рішення, які плануються інтегрувати під час реалізації wellness-концепції у готель «Лісова Казка».

Таблиця 2.5

Характеристика концептуальних впроваджень у готель «Лісова Казка»

№ з/п	Складові wellness-концепції	Опис
Активність		
	<i>Йога-терапія</i>	Метод, який спрямований на збалансування тіла та розуму за допомогою рухів, уважності, медитації, релаксації та дихальних вправ. Йога-терапія – це стародавня практика, яка допомагає досягненню особистих цілей, бути більш розслабленим та знайти полегшення, якщо є основні захворювання.
	<i>Фізичні навантаження</i>	Фізична активність допомагає зменшити ризик захворювань, зміцнити кістки та м'язи, покращити здатність виконувати повсякденні справи, поліпшити здоров'я мозку та контролювати вагу.
Розслаблення		
	<i>Дихальні практики</i>	Робота з диханням, що є основою для боротьби зі стресом. Глибоке діафрагмальне дихання або дихання животом викликає реакцію релаксації в організмі. Дихальна робота охоплює ряд дихальних вправ, призначених для зміцнення фізичного, духовного та психічного здоров'я.
	<i>Медитація</i>	Спосіб, який допомагає стати більш сконцентрованим і зосередженим. Медитація тренує розум сповільнюватися, розслаблятися, контролювати емоції та допомагає залишатися позитивним, зосередженим і урівноваженим.

Продовження таблиці 2.5

	<i>Масаж</i>	Терапевтичний підхід, який широко використовується для лікування різних станів здоров'я та сприяння загальному самопочуттю. Масажна терапія спрямована на підвищення релаксації, гнучкості, стресостійкості; поліпшення роботи імунної системи; зменшення больових симптомів та напруження м'язів.
Харчування		
	<i>Вегетаріанське меню</i>	Вегетаріанська кухня пропонує повноцінні страви у повсякденному харчуванні. Свіжі корисні для здоров'я продукти допоможуть урізноманітнити меню. Вегетаріанське харчування має багато переваг для здоров'я. Це вживання великої кількості фруктів та овочів, які насичені вітамінами та мінералами, необхідними для довгого та здорового життя.
Події		
	<i>Зала для проведення семінарів, лекцій, майстер класів</i>	Великий просторий, призначений для проведення презентацій, лекцій, майстер-класів. Це місто у якому збираються для обговорення різних питань. Відповідно вона має бути оснащена всім необхідним технічним обладнанням, добре звукоізолювані та освітлена
Психологічна підтримка		
	<i>Консультація психолога</i>	Короткострокова допомога, частіше проблемно-орієнтована, і включає в себе аналіз, роз'яснення та спільний пошук рішення в рамках запиту клієнта.
Оснащення номерів спортивним інвентарем		

Продовження таблиці 2.5

	<i>Оснащення номерів спортивним інвентарем</i>	Дає можливість гостям самостійно тренуватися у будь який час, не дотримуватися роботи тренажерного залу. Також наявність спортивного інвентарю та каремату у номері дозволяє при гарній погоді тренуватися на свіжому повітрі.
--	--	--

2.3. Вивчення контингенту потенційних споживачів підприємства

Дослідження ринку споживачів туристських послуг, показало, що найбільшими мандрівниками є люди, які народились з 1981 року по 1996 рік. Представників цього покоління називають – покоління Y. У 2015 р. Бюро перепису населення Сполучених Штатів провело перепис і за їх оцінками 83,1 міль. – це покоління Y, яке стало найбільшим поколінням у Сполучених Штатах з 2016 року [27]. Таким чином, покоління Y є поточним і майбутнім ринком відвідувачів готельної індустрії. Покоління Y, вік якого коливається від 18 до 34 років, є найзначнішим поколінням туристичного ринку.

Розуміння покоління Y є особливо важливим у сфері гостинності, оскільки вони мають значний вплив на культуру і їх часто описуються як «культурний феномен» [19]. Численні дослідження засвідчили, що провідною групою мандрівників є саме покоління Y, на яку припадає 33% індустрії розміщення, і їх кількість лише зростає [31]. Соціально-економічні можливості, розвиток індустрії туризму та гостинності мають вплив на кожне покоління під час дорослішання. Більшість представників покоління Y є досвідченими мандрівниками в молодому віці, оскільки багато з них мав можливість подорожувати зі своїми батьками під час відпустки. Цей сегмент ринку є чітко обізнаним, тому і вимоги до якості послуг у них значно вище ніж у представників інших поколінь.

Також слід зазначити, що покоління Y схильне вести активний спосіб життя. Більшість із них є відокремленими та індивідуальними. Вони націлені

на пошук автентичного та справжнього досвіду, який є більш усвідомленим щодо навколишнього середовища. Для покоління Y характерна гнучкість, турбота про здоров'я та прагнення до співвідношення ціна та якості [23]. Мандрівники покоління Y більше піклуються про своє здоров'я та зосереджені на індивідуальному досвіді. Матеріальні блага не є для них пріоритетом, вони більше надають перевагу персоналізованому обслуговуванню та технологічним зручностям [32].

Індустрія розміщення, у тому числі Wellness центри та готелі, націлена на мандрівників покоління Y, які зосереджені навколо вимірів здоров'я і благополуччя через здорове харчування, навички соціалізації та фізичну активність [25]. Оскільки зазначена демографічна група є активною частиною населення, її цінності відображаються у поведінці, у тому числі і під час подорожей. Деякі представники покоління Y можуть не шукати заходів і напрямків, пов'язаних із оздоровчими концепціями, а інші можуть цілеспрямовано шукати та вимагати ці атрибути [25].

З метою вдосконалення діяльності готельного комплексу «Лісова Казка» було проведено опитування серед гостей готелю щодо доцільності впровадження Wellness послуг. Для реалізації поставленого завдання було розроблено анкету, яка розбита на 4 блоки і містила певні питання (Додаток А). Блок «Природні засоби» містить питання щодо ставлення гостей до фізичних вправ, природних ресурсів та здорового харчування. Блок «Wellness компетенції» визначає ставлення гостей до персоналу, Spa процедур, Wellness консультацій, індивідуального догляду та догляду за красою. Блок «Відновлення» включає питання щодо необхідності рекреації та відпочинку. Блок «Інші види діяльності» перевіряє ставлення гостей до різних оздоровчих практик. На кожне запитання потрібно відповісти наступним чином: «не важливо», «частково важливо», «важливо», «дуже важливо» і «надзвичайно важливо». Опитування проводилось у вересні 2023р.

Під час проведення дослідження у готелі відпочивало 38 осіб. 29 респондентів українського походження, 6 – поляків та 3 – румуни.

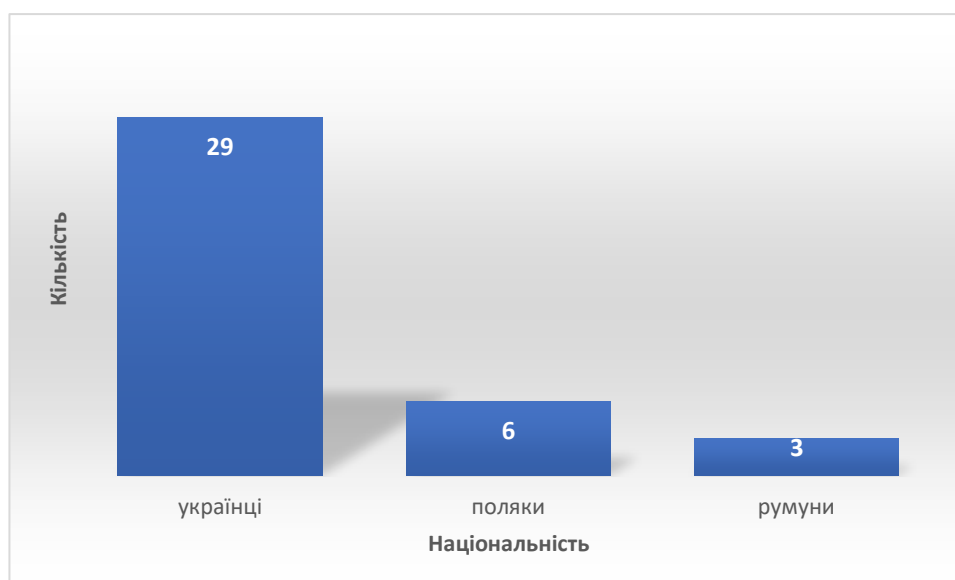


Рис. 2.4. – Розподіл респондентів за національністю

Опитування засвідчило, що протягом зазначеного періоду у готелі знаходилось 11 чоловіків серед них хлопчиків до 15 років – 3, від 16-22 років 2 і чоловіки від 56-75 років – 6 та 27 осіб жіночої статі: дівчата до 15 років – 3, жінки від 16-26 років – 2, жінки 27-43 років – 11, жінки 44-60 років – 7 та жінки 61-75 років – 3. Результати опитування наведені на рис.

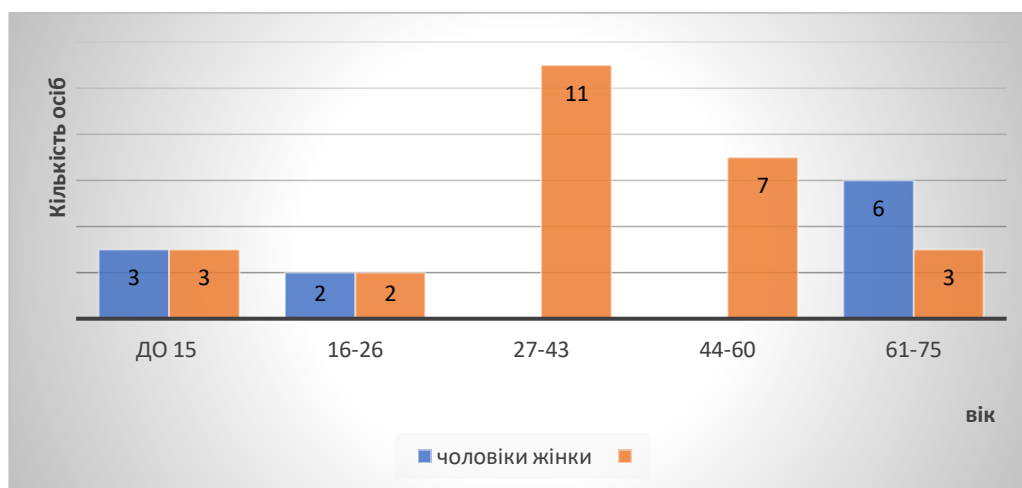


Рис. 2.5. – Розподіл респондентів за віком та статтю

Аналіз результатів показав, що більшу кількість складають жінки віком 27-43 роки. Це найбільш активний працездатний вік. Тому жінки приділяють більше уваги Wellness відпочинку, що тривалий час залишатися активними та працездатними. Найменша кількість відпочиваючих це молодь від 16 до 26 років. Дана групи населення не віддає переваг оздоровлення і, здебільшого, зайнята питаннями навчання.

У табл. 2.6 наведено розподіл за значущістю складових Wellness концепції для гостей готелю «Лісова Казка».

Таблиця 2.6

Розподіл за значущістю складових Wellness концепції для гостей готелю «Лісова Казка»

Wellness показники	Не важливо		Частково важливо		Важливо		Дуже важливо		Надзвичайно важливо	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%
Природні засоби										
Фізичні вправи	2	5,3	5	13,2	15	39,5	10	26,3	6	15,7
Природні ресурси	-	-	-	-	-	-	9	23	29	77
Дієта / Здорове харчування	2	5	8	21	13	35	10	26	5	13
Wellness компетенції										
Компетентний персонал	1	2,6	3	7,4	11	29	15	40	8	21
Спра процедури	2	5	5	13	14	37	9	24	8	21
Догляд за красою	3	8	7	18	5	13	9	24	14	37
Індивідуальний догляд	-	-	1	2	8	20	14	37	16	41
Оздоровчі консультації	2	5	1	3	9	24	12	32	14	36
Відновлення										
Релаксація	-	-	-	-	7	18	18	48	13	34
Відпочинок			6	16	13	34	8	21	11	29
Інші види діяльності										
Прагнення до кількох видів діяльності	-	-	4	10	19	50	9	24	6	16
Відчуття природи	-	-	9	23	15	40	6	16	8	21
Духовні релаксації	-	-	2	5	16	42	11	29	9	24

Для більшого розуміння значущості складових Wellness концепції для гостей готелю «Лісова Казка» зробимо розподіл за блоками.

Таблиця 2.7

Розподіл за значущістю складових Wellness концепції для гостей готелю «Лісова Казка» за блоками

Wellness показники	Не важливо		Частково важливо		Важливо		Дуже важливо		Надзвичайно важливо	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%
Природні засоби	1	4	4	11	10	25	10	25	13	35
Wellness компетенції	2	7	3	8	10	23	11	31	12	31
Відновлення			3	8	10	26	13	34	12	32
Інші види діяльності			5	12	16	44	9	23	8	21

Наведені дані у табл. 2. , свідчать, що більша частина респондентів вважає, що всі складові Wellness концепції є важливою частиною відпочинку, найбільшу важливість віддають послугам пов'язаних з оздоровчими практиками, такими як дихальні вправи, йога та медитація.

4% відпочиваючих вважають не важливими фізичні вправи, природні ресурси, здорове харчування, а також Spa-процедури, індивідуальний догляд та догляд за красою.

Частково важливими складовими Wellness-концепції є: природні ресурси для 11% респондентів, Wellness компетенції – для 8% респондентів, відновлення – для 8% респондентів та інші види діяльності для – 12% респондентів.

Надзвичайно важливими всі складові Wellness-концепції вважають 30% опитуваних. Що свідчить про необхідність і доцільність впровадження Wellness-концепції у діяльність готельного комплексу «Лісова Казка».

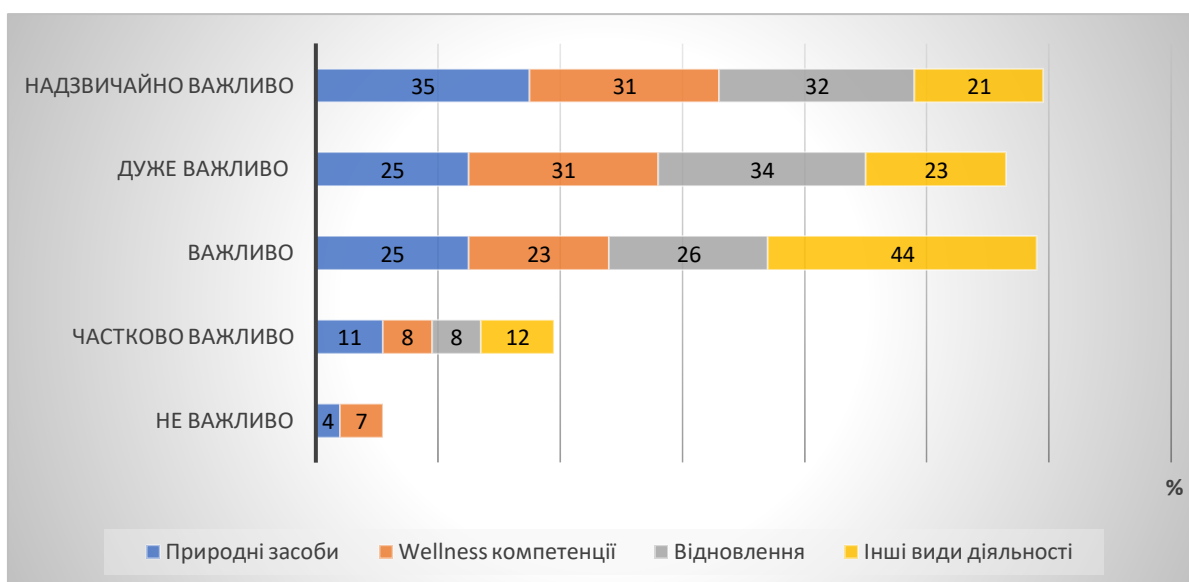


Рис. 2.6. – Розподіл за значущістю складових Wellness концепції для гостей готелю «Лісова Казка» за блоками

2.4. Обґрунтування впровадження Wellness-концепції у діяльність готельного комплексу «Лісова Казка»

Професійно розроблена wellness-концепція готелю повинна мати індивідуальний стиль та дизайн, що запам'ятовується, а також ретельно продумані деталі, є запорукою конкурентоспроможності, яка зменшує терміни окупності проекту.

Основні етапи реалізації wellness-концепція в готелі:

- визначення стилістичного спрямування (розробка концепції);
- планування і оформлення інтер'єру кабінетів і приміщень (дизайн проекту);
- ефективне та функціональне розміщення обладнання.

Важливим етап після реалізації проекту є підбір і навчання персоналу і консалтинговий супровід проекту. Важливим є те, що послуги, які будуть пропонуватися гостям, були кваліфікованими і, відповідно надавалися досвідченими фахівцями певних сфер. Тому головним є не лише правильне вдосконалення готелю, а й ведення бізнесу з дотриманням всіх правил та

спеціально підібраним та навченим персоналом, адже саме від рівня і якості сервісу залежить прибутковість справи.

План вдосконалення готелю Лісова Казка за рахунок реалізації wellness-концепція скрадатиметься з наступних етапів:

- ремонт приміщення та його оздоблення;
- інженерне та технологічне проектування, проведення необхідних комунікацій;
- придбання обладнання та матеріалів для роботи, установка обладнання;
- пошук персоналу.

При реалізації wellness-концепції слід враховувати, що площа приміщення не має бути менше 15м². Також всі кімнати мають бути оснащені необхідним інвентарем. Рівень шуму не має перевищувати 60дБА, оскільки у готелі відпочивають гості, у яких на меті відновитися та розслабитися. Також слід зазначити, що дотримання всіх санітарно-гігієнічних правил у готелі має бути обов'язковим. Працівники закладу повинні проходити щорічний медогляд та мати медичні книжки.

Прорахувавши первинні капітальні витрати слід розглянути більш детально об'єм роботи по кожному пункту. Найважливішим є виділення спеціальних приміщень та створення відповідної атмосфери, що надасть уявлення про вигляд і концепцію закладу. Враховуючи велику доглянуту територію, на якій розташований готель, доцільно спроектувати окрему будівлю з приміщеннями для проведення масажу, йоготерапії, психологічного розвантаження та медитації.

Дизайн та інтер'єр. Готель «Лісова Казка» виконано у стилі кантрі та теплих тонах, тому приміщення мають також відповідати таким стилістичним рішенням. В цілому, стиль кантрі, або його ще називають сільський стиль, підкреслює затишне й тепле оточення готелю. Зазвичай таке оформлення характерне для невеликих приміщень із низькою стелею. Філософією цього напрямку в інтер'єрі є прагнення до природньої краси у звичних речах.

Для декорації приміщень в стилі кантрі використовуються виключно екологічно чисті матеріали - натуральне дерево, натуральний камінь, текстиль переважно - бавовна, льон і шерсть. Кімнати доцільно буде створити у теплих відтінках, з меблями, що виготовлені тільки з натуральної деревини, правильної та чіткої форми. Родзинкою інтер'єру можуть бути такі аксесуари як: свічники, скатертини, дзеркала, старі настінні годинники, штори з бавовни, гасові лампи тощо.

Дизайн має поєднувати білий, бежевий, бірюзовий, жовтий, світло-зелений, світло-коричневий кольори, що підкреслює любов до традицій і прагнення до єднання з природою. Цей стиль інтер'єру приваблює гостей, які вибирають простоту, практичність і нехитрий сільський затишок. Проєкт приміщень оздоровчого призначення (табл 2.8.)

Таблиця 2.8

Проєкт приміщень оздоровчого призначення

№	Назва приміщення	Квадратура, м ²
1	Ресепшн, гардероб	10
2	Кімната для психологічного розвантаження	10
3	Тренажерна зала	50
4	Масажний кабінет	15
5	Кімната для йоготерапії та медитації	30
6	Кімната для інструкторів та персоналу	9
7	Кімната для проведення семінарів та майстер-класів	30
8	Санвузол	6
	Разом	160

Загальна характеристика приміщень. При проєктованні будівлі, пропонуємо враховувати наявність масажного кабінету, тренажерного залу та кімната для занять йогою. Контроль за спортивно-оздоровчим процесом будуть здійснювати йога-інструктори, фітнес-тренери та масажисти. Обслуговуючий персонал має забезпечувати якісне обслуговування відвідувачів. Адміністратор повинен виконувати організаційно-адміністративні функції та здійснювати нагляд за процесом обслуговування і гарантувати безперебійне обслуговування. Вузькоспеціалізовані фахівці

зосереджені на наданні висококваліфікованих послуг. Спортивні тренери консультуватимуть відвідувачів щодо правильного виконання вправ, а йога-тренери проведуть групові заняття для гостей готелю. Персонал сауни стежитиме за виконанням санітарно-гігієнічних норм, слідкуватиме за своєчасним прибиранням, відповідністю правилам перебування у сауні та дотриманням техніки безпеки. Масажний кабінет має бути добре провітрюваним, тобто мати гарну вентиляційну систему. Масажисти відповідають за частоту у кабінеті і роблять необхідні приготування до проведення сеансу масажу. Під час процедури масажист обов'язково повинен стежити за станом здоров'я відвідувача та вимірювати тиск. У разі необхідності вміти надати першу допомогу.

Для комфортної роботи тренажерного залу необхідне приміщення достатньої площі. Воно має бути просторим та обладнане сучасними системами вентиляції, кондиціонування і справними тренажерами.

Важливе значення у готелю буде мати конференц-зала для проведення семінарів, презентацій та майстер-класів, її площа складає 25 м². Приміщення матиме сучасний дизайн, стриману кольорову гамму, яка налаштуватиме на продуктивну роботу. Кімната буде обладнана проектором, сучасними моніторами, мікрофонами, а також оснащена ноутбуком та фліп-чартом.

Масажний кабінет. Одним із важливих напрямків роботи Wellness-центру готелю «Лісова Казка» є надання розслаблюючих процедур для всього тіла. Різноманітні методики масажу, обгортання, скрабування та інших процедур, не потребують особливих витрат, але для їх надання необхідно придбати професійні меблі. Враховуючи кількість масажистів всі матеріали купуються у розрахунок на двох фахівців (Додаток Б).

Вегетаріанське меню. Крім меню вільного вибору страв, які готель пропонує своїм гостям, реалізація Wellness-концепції передбачає розробку вегетаріанського меню. Вегетаріанське меню подано у таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

Вегетаріанське меню

№ рецептури	Назва страви	Вихід страви, г (мл)
1	2	3
Холодні страви, закуски та салати		
Згідно ТК	Хумус з в'яленими томатами, овочами та пітою	130/50/50
Згідно ТК	Сендвіч з авокадо, тофу, хумусом	220/40
Згідно ТК	Конвертики з кольрабі, крем-сиром та мангово-яблучним соусом	150/30
Згідно ТК	Олів'є з авокадо і бататом та соєвим майонезом	180
Згідно ТК	Маш з авокадо і томатами на міксі салату	220
Згідно ТК	Гриль-салат з бататом, авокадо, перцем та в'яленими томатами	250
Гарячі страви		
Згідно ТК	Вегетаріанський омлет із сирів з тостами й авокадо	250
Згідно ТК	Каша вівсяна на воді	120
Згідно ТК	Кіноа з насінням чіа на воді	200
Згідно ТК	Млинці зі шпинатом	100
Солодкі страви		
Згідно ТК	Сезонні фрукти та ягоди свіжі	25/25/25/25/25 /25
Згідно ТК	Сирники з бананом	215/40
	Горіхове асорті: <ul style="list-style-type: none"> ● арахіс ● кеш'ю ● фундук ● мигдаль ● грецький горіх 	10/10/10/10
	Гранола: <ul style="list-style-type: none"> ● чорнична ● шоколадна 	90
Напої		
Згідно ТК	Чай гречаний	200

Продовження таблиці 2.9

Згідно ТК	Чай зелений класичний	200
Згідно ТК	Чай зелений з жасмином	200
Згідно ТК	Чай чорний	200
Згідно ТК	Фреш: <ul style="list-style-type: none">● яблучний● селеровий	200

Для ефективного та якісного надання послуг у Wellness-центрі готельного комплексу «Лісова Казка» має бути штат з таких працівників: керуючий; адміністратор, прибиральниця, масажист, психолог, Wellness-консультант, йога-інструктор та інструктор у тренажерному залі.

Висновки за розділом 2

За оцінками Глобального інституту оздоровлення, Wellness- ринок є багатотрильйонним ринком, витрати якого перевищують 4 трильйони доларів США щороку. Зростання Wellness-ринку постійно випереджають темпи росту світового ВВП, демонструючи позитивні здобутки навіть у роки глобального економічного спаду.

На розвиток Wellness-індустрії в Україні, в першу чергу, вплинуло відкриття мережеских Wellness готелів та зростання усвідомлення населенням важливості зміцнення і збереження здоров'я. Люди стали більше піклуватися про своє самопочуття і дотримуватися здорового способу життя. Крім того, пандемія COVID-19 та російське вторгнення в країну призвели до загострення хвороб, появи нових захворювань, порушення психічних станів, що посилює увагу громадян до свого здоров'я.

Проведений аналіз літературних джерел засвідчив, що Україна багата на природно-лікувальні ресурси. Завдяки цьому в країні існує велика кількість засобів розміщення оздоровчого спрямування. Здебільшого рекреаційних установ розташовано на Закарпатті та півдні України.

Готельний комплекс «Лісова Казка» розташований у с. Валятино, Закарпатської області. Він має сприятливе місцезнаходження, кліматичні та бальнеологічні ресурси, проте, завантаженість протягом року складає лише 50%, що значно впливає на прибутковість готелю.

Проведений SWOT-аналізу показав, що готель «Лісова Казка» має великий не реалізований потенціал. І за рахунок впровадження додаткових Wellness-послуг, можна збільшити конкурентоспроможність і привабливість готелю. З цією метою для готельного комплексу «Лісова Казка». було розроблено Wellness-концепцію. Сутність зазначеної концепції полягає у покращенні фізичного, психічного, духовного, емоційного та інтелектуального здоров'я. Для реалізації поставлених задач були розроблені спеціальні послуги такі, як йоготерапія, масажні процедури, психологічне

консультування, медитація та дихальні вправи, фізичні вправи, вегетаріанське харчування та проведення лекцій і презентацій з оздоровчої тематики.

З метою вивчення пріоритетів в оздоровленні та відпочинку, серед гостей готелю «Лісова Казка» було проведення опитування. З'ясувалося, що більшість споживачів належить до покоління Y, для яких оздоровлення є важливою системою цінностей, яку вони використовують як у повсякденному житті так і при прийнятті будь-яких рішень.

У зв'язку з цим було прийнято рішення розробити Wellness-концепцію, яка має бути чітко обґрунтованою і враховувати сильні та слабкі сторони готелю. Таким чином, це дасть можливість підвищити конкурентоспроможність, імідж та бути привабливими для споживачів на рику готельних послуг.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ WELLNESS КОНЦЕПЦІЇ У ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ «ЛІСОВА КАЗКА»

3.1. Обґрунтування операційних доходів від надання додаткових інноваційних послуг

У сучасному динамічному економічному середовищі прагнення до отримання прибутку є життєво важливим компонентом фінансової стабільності та зростання. Основним джерелом грошових надходжень на підприємство є виручка від звичайної діяльності, яка залежить від галузі функціонування установи, її діяльності, науково-технічних розробок, що впливає на підвищення продуктивності праці, зниження собівартості та покращення якості продукції.

Дохід готельного підприємства – це економічний показник, який характеризує загальну суму виручки отриману підприємством від реалізації різних господарських операцій. Основну частину доходів підприємств готельного господарства забезпечують доходи від основної (операційної) діяльності.

Дохід від операційної діяльності складається з:

- дохід від основної діяльності (продаж номерів);
- дохід від реалізації ресторанної продукції;
- дохід від реалізації додаткових послуг (пральня, розваги, фітнес-зали, автостоянка тощо).

До доходу від операційної діяльності готельного підприємства відносять також і дохід від інноваційних послуг, якщо його можна відокремити від іншої діяльності готелю [6].

Збільшення прибутковості підприємства можливе за рахунок диверсифікації потоків доходу або реалізації інноваційних проєктів. Водночас,

це не простий, ризиковий шлях і тому збереження фінансової стійкості підприємства є першочерговим завданням.

Інноваційні проєкти розраховані на збільшення прибутку, тобто вони зумовлюють випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [14]. Розробка Wellness-концепції для готельного комплексу «Лісова Казка» та виробництво нових послуг включає всі технологічні, організаційні, фінансові та комерційні кроки, які фактично ведуть до реалізації інновацій.

Для планування прибутку від надання Wellness послуг, потрібно скласти виробничо-експлуатаційну програму, яка включаю інформацію щодо кількості місць, що надаються для проживання у плановому періоді. За одиницю виміру основних послуг готелю прийнято число місце-днів. Від запланованого обсягу послуг залежить їх собівартість, розмір прибутку, сума валових доходів, потреба в матеріальних ресурсах, обігових коштах та інші показники плану [11].

Впровадження Wellness концепції передбачає з'ясування пропускної спроможності готельного комплексу «Лісова Казка». Для цього потрібно розрахувати наступні показники: одночасна місткість, пропускна спроможність за рік, пропускна спроможність, планова пропускна спроможність, плановий коефіцієнт завантаження готелю [6].

Пропускна спроможність готелю розраховується за формулою:

$$ПС = \sum Ni \times Mi \times D \quad (3.1)$$

де $ПС$ – пропускна спроможність готелю, місце-днів;

Ni – кількість номерів i -ого типу і категорії в експлуатації у плановому році;

Mi – кількість місць у номері i -ого типу і категорії у плановому році, місць;

D – тривалість роботи готелю у плановому році, днів.

Розрахунок пропускної спроможності готелю, за 2023 рік представлено у вигляді табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Розрахунок пропускної спроможності готельного комплексу «Лісова Казка»
на 2024 рік

Категорія номерів	Кількість номерів	Кількість місць	Термін експлуатації номерів, діб	Річна пропускна спроможність готелю, людино-діб
A	1	2	3	4=2×3
Стандарт 2-місний	6	12	365	4380
Суперіор с балконом 2-місний + 1 додаткове місце	6	18	365	6570
Суперіор без балкону 2-місний + 1 додаткове місце	2	6	365	2190
3-х місний	1	3	365	1095
Котедж 2-місний + 2 додаткових місця	2	8	365	2920
Разом:	17	47		17155

Плановий дохід (виручку) від реалізації Wellness послуг надано у табл.

3.2.

Таблиця 3.2

Плановий дохід підрозділів готельного комплексу «Лісова Казка» від
реалізації Wellness послуг

Послуга	Загальний попит, осіб	Ціна, грн.	Дохід за плановий рік, тис. грн.
1	2	3	4=2×3
Послуги масажиста (+ароматерапія)	650	550	341000
Стоунтерапія	250	700	175000
Лімфодренажний масаж	180	650	117000
Медове обгортання	150	600	90000

Продовження таблиці 3.2

Водорослеве обгортання	250	700	175000
Послуги психолога	100	450	45000
Йоготерапії	450	500	225000
Дихальна гімнастика та медитація	350	300	105000
Тренажерний зал	450	120	54000
Кімната для переговорів	50	2500	125000
Разом		1 452,000	

Товарообіг закладів ресторанного господарства складається з двох основних компонентів: реалізації продукції власного виробництва та продажу закупних (закупівельних) товарів [18].

До продукції власного виробництва належать харчові продукти та напівфабрикати, які виготовив або обробив заклад ресторанного господарства з використанням власної або найманої робочої сили. Продукція власного виробництва – це страви, гарячі та холодні напої, кулінарні, кондитерські, мучні вироби, напівфабрикати тощо [18].

До закупівельних належать товари, які заклад ресторанного господарства купує для перепродажу споживачам без кулінарного оброблення в закладі. До складу закупних товарів входять хліб та хлібобулочні вироби, алкогольні та безалкогольні напої, пиво, морозиво, фрукти, овочі, кондитерські вироби та ін.

Плановий товарообіг вегетаріанської продукції потрібен для подальшого обґрунтування планової собівартості реалізованої продукції, поточних витрат закладу, операційних доходів і прибутків.

Планування обсягу реалізації продукції власного виробництва та закупних товарів для вегетаріанського меню узагальнено у табл. 3.3.

Таблиця 3.3

**Планування річного товарообороту продукції власного виробництва та
закупних товарів для вегетаріанського меню на 2024 рік**

№	Назва продукції та товарів	Товарооборот за місяць, тис. грн	Товарооборот за рік, тис. грн.
1	2	3	4
1	Продукція власного виробництва	90 000	1 080,000
2	Закупні товари	65 000	780000
	Плановий роздрібний товарооборот	155000	1 860,000

Узагальнення отриманих результатів розрахунку операційних доходів представлено у табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Планування доходу від реалізації Wellness послуг на 2024 рік

Дохід (виручка) готелю	Плановий дохід, тис. грн.
Вегетаріанського меню	1 860,000
Від реалізації Wellness послуг	1452000
Разом	3 312,000

3.2 Планування операційних активів (ресурсів) Wellness центру

На баланс готелю «Лісова Казка» основні засоби та інші необоротні матеріальні активи Wellness центру зараховують за первісною вартістю.

Первинні витрати складають основний відсоток фінансів, які треба вкласти для розробки та втілення wellness-концепція у готелі. Склад і первісна вартість основних засобів та інших необоротних матеріальних активів Wellness центру подано у табл. 3.5.

Таблиця 3.5

**Склад і первісна вартість основних засобів та інших необоротних
матеріальних активів Wellness центру на 2024 рік**

Вид основних засобів та необоротних матеріальних активів	Первісна вартість основних засобів та необоротних матеріальних активів, тис. грн.
---	--

Продовження таблиці 3.5

Будівля	1 900,000
Теплове обладнання	75000
Ремонт приміщень, оздоблення, покупка предметів декору	1100000
Меблі, інше офісне обладнання	130000
Обладнання для спортивної зали	253287
Ноутбуки	100000
Разом:	3 558,287

На підставі узагальнених планових капітальних витрат на реалізацію Wellness-концепції розраховуємо суму амортизації основних засобів. Розрахунок суми амортизації за кожному видом основних засобів доцільно здійснювати *прямолінійним методом*.

За *прямолінійним методом* річну суму амортизації (А) визначають діленням вартості, що амортизується, на строк корисного використання об'єкта основних засобів (Т). Вартість амортизації розраховують як первісну (ОЗп.в) мінус ліквідаційна вартість (ОЗл.в).

У практичній діяльності підприємств ліквідаційна вартість основних засобів становить 3–5% первісної вартості. Розрахунок суми амортизації за кожним видом основних засобів Wellness-центру наведено у табл. 3.6 з використанням даних табл. 3.5.

Таблиця 3.6

Розрахунок суми амортизації основних засобів Wellness-центру на 2024 рік

Вид основних засобів	Первісна вартість основних засобів, тис. грн.	Термін використання, роки	Сума амортизації основних засобів, тис. грн.
1	2	3	4(2/3)
Будівля	1 500,000	20	75000
Теплове обладнання	115000	5	23000
Меблі, інше офісне обладнання	130000	4	32500
Обладнання для спортивної зали	253287	5	50657

Продовження таблиці 3.6

Ноутбуки	100000	5	20000
Разом:	2 098,287		201157

Суму амортизації слід врахувати при розрахунку собівартості Wellness послуг, поточних витрат та визначенні ефективності капітальних вкладень підприємства.

3.3. Розробка штатного розпису для працівників Wellness центру

План з праці працівників складається з планування:

- чисельності персоналу та складання штатного розпису;
- фонду оплати праці.

За результатами розрахунку планової чисельності персоналу, який задіяний у наданні Wellness послуг складаємо штатний розпис у табл. 3.7.

Таблиця 3.7

Посадова структура штатного розпису для працівників Wellness центру

Посада	Кількість посадових одиниць
1	2
Адміністратор	1
Масажист	1
Інструктор з йоги	1
Інструктор тренажерного залу	1
Психолог	1
Прибиральниця	1
Разом:	6

Оплати праці персоналу, який задіяний у наданні Wellness послуг, встановлюється відповідно до загальної системи оплати праці працівникам готелю за наступним алгоритмом:

- вибір форми та системи оплати праці для кожної категорії працівників;
- обґрунтування планового фонду основної заробітної плати;
- формування системи додаткового стимулювання праці.

Плановий фонд основної заробітної плати складається з виплат за посадовими окладами, доплат та надбавок.

План з праці персоналу, який задіяний у наданні Wellness послуг розробляється з урахуванням кваліфікації працівників та характеру виконуваних ними робіт табл. 3.8.

Таблиця 3.8

Планування фонду основної заробітної персоналу, який задіяний у наданні Wellness послуг

Посада	Кількість посадових одиниць	Посадовий оклад, грн.	Сума тарифної частини, грн.	Доплати	Надбавки	Разом фонд оплати праці, грн.
1	2	3	4=3×2	5	6	7=4+5+6
Адміністратор	1	10 000	10 000	-	-	10 000
Масажист	1	12 000	12 000	-	-	12 000
Психолог	1	15 000	15 000			15 000
Викладач з йоги	1	12 000	12 000	-	-	12 000
Працівник тренажерного залу	1	10 000	10 000	-	-	10 000
Прибиральниця залу	1	6 500	6500	-	-	6500
Разом місячний фонд основної заробітної плати			65500			65500
Разом річний фонд основної заробітної плати			786000			786000

3.4 Планування поточних витрат Wellness центру

Витрати – це грошові затрати на купівлю ресурсів необхідних для організації виробництва та збуту продукції (заробітна плата працівників, витрати на сировину та матеріали, оренда, амортизація основного капіталу тощо).

Стаття витрат 1. Собівартість реалізованих товарів характеризує первісну вартість (вартість придбання) закуплених товарів, що були реалізовані. Порядок розрахунку собівартості продукції власного виробництва та закуплених товарів закладу ресторанного господарства наведено в таблиці 3.9.

Таблиця 3.9

Планування собівартості реалізованої вегетаріанської продукції ресторанного господарства

№	Назва продукції	Роздрібний товарооборот, за рік, тис. грн.	Середній відсоток торгівельної націнки	Коефіцієнт торгівельної націнки	Собівартість реалізованих товарів, тис.грн.
1	2	3	4	$5 = 4/100$	$6 = 3 / (\text{одиноця} + 5)$
1	Продукція власного виробництва	2300000	70	0,7	1352941
	Холодні страви та закуски	1 400, 000	70	0,7	823529
	Гарячі закуски	900000	70	0,7	529411
2	Закупні товари	360000	60	0,6	225000
	Десерти і кондитерські вироби	210000	60	0,6	131250
	Хліб та хлібобулочні вироби	150000	60	0,6	93750
	Разом за рік	2 660,000	62,120	$79,223,082$	1 577,941

Стаття витрат 2. Витрати на оплату праці – це запланований обсяг фонду оплати праці, що складається з основної заробітної плати та додаткових преміальних виплат.

Стаття витрат 3. Єдиний соціальний внесок (22%) визначають виходячи із запланованих витрат на оплату праці.

Стаття витрат 4. Витрати на амортизацію основних засобів визначають за розрахунками, здійсненими в табл. 3.6.

Стаття витрат 5. Вартість витрачених малоцінних, швидко зношувальних предметів. До швидко зношувальних малоцінних предметів у Wellness центрі належать матеріальні цінності, які використовують у господарській діяльності терміном до одного року. Вартість придбання таких матеріальних активів (без урахування ПДВ) списують на поточні витрати підприємства. Планування поточних витрат Wellness центру наведено у табл.3.10.

Таблиця 3.10

Планування поточних витрат Wellness центру

Калькуляційні статті витрат	Поточні витрати, тис. грн.
1	3
1. Собівартість продукції власного виробництва та закупнених товарів.	1 577,941
2. Витрати на оплату праці.	786000
3. Єдиний соціальний внесок.	172920
4. Амортизаційні відрахування.	201157
5. Вартість витрачених малоцінних, швидко зношувальних предметів	20000
Разом витрати Wellness центру	2 758,018

3.5. Планування прибутку від реалізації Wellness послуг та визначення їх економічної ефективності

Прибуток – це різниця між сукупними (валовими) доходами та сукупними (валовими) витратами підприємства за певний період. Розраховуємо цільовий та можливий прибуток.

Цільовий прибуток характеризує такий, що відповідає цільовим параметрам діяльності готелю. Цільовий прибуток, як правило, відповідає потребам підприємства в коштах на виробничий і соціальний розвиток і утворюється за рахунок чистого прибутку. Для спрощення розрахунків цільовий прибуток визначаємо, як прибуток, що відповідає середньогалузевим характеристикам (від 7 до 15%) (табл. 3.11).

Таблиця 3.11

Планування цільового прибутку Wellness центру на 2024 рік

№ п/п	Показник	Значення, тис. грн.
1	Операційні доходи готелю, тис.грн.	3312000
2	Середньогалузевий рівень рентабельності операційної діяльності, %	10
3	Цільовий необхідний прибуток, тис. грн.	331200

Запланований прибуток це такий, який потрібно розрахувати виходячи з обґрунтованих у попередніх частинах доходів від операційної діяльності та витрат. Розрахунок результативних показників діяльності Wellness-центру наведено в таблиці 3.12.

Таблиця 3.12

Оцінка економічної ефективності впровадження Wellness концепції у готельний комплекс «Лісова Казка»

№	Стаття	Разом за рік, тис.грн.
1	2	3
1	Доходи від операційної діяльності	3312000
2	Поточні витрати	2758018
3	Прибуток від операційної діяльності до оподаткування	553982
4	Податок на прибуток	99716
5	Чистий прибуток можливий	454266

Продовження таблиці 3.12

6	Рентабельність операційної діяльності,%	13,7
7	Цільовий необхідний прибуток	331200
8	Чистий прибуток плановий	425300
9	Термін окупності капітальних вкладень, років	8

Висновки за розділом 3

У третьому розділі кваліфікаційної роботи було проведено розрахунок ефективності впровадження Wellness-концепції у діяльність готельного комплексу «Лісова Казка»

Аналіз отриманих даних показав, що запланований прибуток перевищує цільовий. Цей факт свідчить про те, що розроблені економічні, параметри проєкту дають змогу отримати та перевищити цільові установки. У такому разі запланований прибуток приймають як остаточний плановий показник.

Рівень рентабельності проєктованого Wellness-центру дорівнює 13,7%, що є достатньо хорошим показником для перших років діяльності.

Період окупності інвестиційного проєкту (капітальних вкладень) дорівнює 8 років означає, що при розробці Wellness-центру були зважені всі доходи та витрати. Якість Wellness-центру відповідає ціні за послуги. Термін окупності та рентабельність відповідають українським та європейським нормам. Розроблений проєкт Wellness-центру дасть можливість вдосконалити діяльність готельного комплексу «Лісова Казка» та посилити конкурентоспроможність підприємства на ринку готельних послуг.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було виконано основні завдання для досягнення поставлених цілей.

У першому розділі було розглянуто типи та класифікацію готельних підприємств. Класифікація готелю – це відповідність його конкретним розмірам, місту розташування, рівню обслуговування, певному цільовому ринку, наданню зручностей, кількості номерів, формі власності тощо. Для споживачів класифікація означає велику прозорість та інформованість, а також значну узгодженість в оцінці готелів.

Сучасні готелі є повноцінною частиною туристичного досвіду, джерелом не тільки комфорту, але й задоволення. Для цього чимало готельних підприємств впроваджують різні концептуальні рішення. При виборі певної концепції готельєри, в першу чергу, орієнтуються на потреби гостей та задоволення їх попиту.

Встановлено, що однією з найбільш затребуваних концепцій є Wellness концепція. Популяризація здорового способу життя під час подорожі призвела до зростання попиту на Wellness послуги в індустрії гостинності, тому готелі почали активно впроваджувати концепцію Wellness у свій бізнес. В цілому Wellness концепція орієнтована на підтримку життєвих сил та гармонізацію особистості.

У другому розділі проаналізовано ринок Wellness індустрії в Україні та світі. За оцінками Глобального інституту оздоровлення, Wellness- ринок є багатотрильйонним ринком, глобальні витрати якого перевищують 4 трильйони доларів США щороку.

За останні роки в Україні Wellness індустрія стала швидко розвиватися. Це свідчить, що населення стало більше піклуватися про своє здоров'я і дотримуватися здорового способу життя. Крім того, пандемія COVID-19 та загострення хвороб, поява нових захворювань, порушення психічних станів, пов'язаних з бойовими діями посилює увагу громадян до свого здоров'я.

Проведений аналіз літературних джерел засвідчив, що Україна багата на природно-лікувальні ресурси. Завдяки цьому в країні існує велика кількість засобів розміщення оздоровчого спрямування. Здебільшого рекреаційні установи розташовано на Закарпатті та півдні України.

Готельний комплекс «Лісова Казка» розташований у с. Валятино, Закарпатської області, має сприятливе місцезнаходження. Проте, завантаженість протягом року складає 50%, що значно впливає на прибутковість готелю. З метою вдосконалення готельного комплексу «Лісова Казка» було прийнято рішення щодо впровадження Wellness-концепції.

Проведений SWOT-аналіз показав, що готель «Лісова Казка» має великий не реалізований потенціал. І за рахунок впровадження додаткових Wellness-послуг, можна збільшити конкурентоспроможність і привабливість готелю. З цією метою для готельного комплексу «Лісова Казка». було розроблено Wellness-концепцію. Сутність зазначеної концепції полягає у покращенні фізичного, психічного, духовного, емоційного та інтелектуального здоров'я. Для реалізації поставлених задач були розроблені спеціальні послуги такі, як йогатерапія, масажні процедури, психологічне консультування, медитація та дихальні вправи, фізичні вправи, вегетаріанське харчування та проведення лекцій і презентацій з оздоровчої тематики.

З метою вивчення пріоритетів в оздоровленні та відпочинку, серед гостей готелю «Лісова Казка» було проведення опитування. З'ясувалося, що більшість споживачів належить до покоління Y, для яких оздоровлення є важливою системою цінностей, яку вони використовують як у повсякденному житті так і при прийнятті будь-яких рішень.

Розробка Wellness-концепції має бути чітко обґрунтованою і враховувати сильні та слабкі сторони готелю. Таким чином, це дасть можливість підвищити конкурентоспроможність, імідж та бути привабливими для споживачів на ринку готельних послуг.

У третьому розділі було розраховано економічні показники ефективності впровадження Wellness-концепції та зроблено висновки щодо

співвідношення можливого прибутку та цільового. Отримані результати свідчать, що розроблені економічні параметри Wellness-концепції дають змогу отримати та перевищити цільові установки.

Також зробили висновки щодо рентабельності операційної діяльності готелю. Рівень рентабельності проєктованого готелю дорівнює 13,7%, що є дуже гарним показником для перших років діяльності.

Важливим показником є і період окупності впровадження Wellness-концепції, який дорівнює 8 років означає, що у розробленій Wellness-концепції закладено зважені доходи і капітальні та поточні витрати. Ціна на послуги відповідає їх якості, що дає змогу успішно розвиватись на ринку готельних послуг. Рівень рентабельності діяльності та термін окупності Wellness-концепції відповідають середньогалузевим показникам по Україні та Європі в цілому. Розроблена Wellness-концепція дасть змогу підвищити конкурентоспроможність готельного комплексу «Лсова Казка» і може бути прийнятий до реалізації.

Отже, можемо зробити висновок, що вдале розміщення, запровадження Wellness-концепції, врахування побажань споживачів, створення комфортабельних умов для проживання допоможуть стати готелю одним із лідерів Закарпаття.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Билим О.С. Управління розвитком туризму сфери оздоровлення. – Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 Менеджмент. – Херсонський національний технічний університет, Херсон, 2021.
2. Будинки і споруди. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства): ДБН В.2.2-25:2009. – [Чинний від 2010-09-01]. – К. : Мінрегіонбуд України, 2010. – 83 с
3. Готель Лісова Казка URL: <https://tourinform.org.ua/listings/lisova-kazka-velyatyno>
4. Марченко, Н. І. Перспективи застосування wellness-інновацій в індустрії гостинності / Н. І. Марченко, І. В. Дітріх // Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Технічні науки. – 2020. – Т.31(70). – №6 – С. 65-69
5. Захід Курорт URL: <https://zahidkurort.com.ua/uk/gotel-lisova-kazka-velyatino/#ciny>
6. Круль Г. Я. Основи готельної справи. Навч. посіб.- К.: Центр учбової літератури, 2011. - 368 с.
7. Кваліфікаційна робота бакалавра: методичні рекомендації щодо підготовки та захисту здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа» / О. П. Миколенко, Н. І. Данько, С. І. Страпчук, О. Г. Терешкін, Д. В. Горелков, В. М. Червоний. Харків. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 82 с.
8. Мальська М.П., Пандяк І.Г., Занько Ю.С. Організація готельного обслуговування: Підручник / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк, Ю. С. Занько. — К. : Знання, 2011. — 366 с.
9. Організація готельного господарства : Навч. посібник для вузів / Головка О.М., Кампов Н.С., Махлинець С.С., Симочко Г.В.; За редакцією О.М. Головка.

10. Організація готельного господарства в схемах і таблицях: Навчально-наочний посібник / О. Є. Кашинська. – Старобільськ : Вид-во ДЗ „Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка», 2018. – Ч. 1. – 188 с.
11. Організація ресторанного господарства. Модуль 1 [Електронний ресурс]: конспект лекцій для студентів освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форм навчання / О.Б. Шидловська. – К.: НУХТ, 2018. – 121 с.
12. Парфіненко Т.О. Шляхи підвищення ефективності роботи SPA готелів у умовах пандемії. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. №15 (2022). С. 125-130.
13. Парфіненко Т.О. Концепція Wellness як інноваційний напрямок організації роботи готельних підприємств. Економіка та суспільства. 2023. №49. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2290>
14. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002 р. № 40-IV. Ст. 1. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>.
15. Проживання.net URL : <https://www.prozhyvannya.net/ukraina/hoteli/wellness/>
16. Риндюк С. В., Максименко М. А., Ліпковська К. А. Архітектурно-планувальна організація готельних споруд. Сучасні технології, матеріали і конструкції в будівництві, 2019. 27(2), 166-173
17. Сильчук Т. А., Кирпіченкова О. М., Друзь Т. П. Wellness-туризм як сервісна інновація індустрії гостинності. Причорноморські економічні студії. – 2023. – Вип. 79. – С. 231-235 URI <https://dspace.nuft.edu.ua/handle/123456789/40943>
18. Шумило, Г.І. Технологія приготування їжі: навч. посіб. / Г.І. Шумило. – К.: «Кондор», 2012. – 504 с
19. Benckendorff, P., Moscardo, G., Pendergast, D., Eds.. Getting to Know the Y Generation. In Tourism and Generation Y, CAB International, Cambridge, 85-97.

20. Chen, K. H., Chang, F. H., & Liu, F. Y. (2015). Wellness tourism among seniors in taiwan: Previous experience, service encounter expectations, organizational characteristics, employee characteristics, and customer satisfaction. *Sustainability*, 7(8), 10576-10601.
21. Corbin, C. B., & Pangrazi, R. P. (2001). Toward a Uniform Definition of Wellness: A Commentary. *Research Digest: President's Council on Physical Fitness and Sports*, 3(15), 1-8.
22. Dunn HL. Points of attack for raising the levels of wellness. *J Natl Med Assoc.* 1957 Jul;49(4):225
23. Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2013). *Tourism: Principles and Practice* (5th ed.). UK: Pearson Education Limited.
24. Global wellness economy monitor URL: <https://globalwellnessinstitute.org/the-2023-global-wellness-economy-monitor/>
25. Hritz N. M., Sidman C. L., D'Abundo, M. (2014). Segmenting the college educated Generation Y health and wellness traveler. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(1), 132-145.
26. Kalkandelen C., Beşer H. S. GThe relationship between organizational commitment and perceived organizational support: Case of a luxury concept hotel. *Contemporary Research in Economics and Social Sciences*,. (2019). 3(1), 115-152.
27. Kane, S. (2018 April 3). Learn About the Common Characteristics of Generation Y Professionals. Retrieved from <https://www.thebalance.com/common-characteristics-of-generation-yprofessionals-2164683>
28. Koncul, N. Wellness: A new mode of tourism. *Economic Research - Ekonomska istraživanja*, Vol. 25, 2012, p. 527.
29. Kulczycki, C., & Lück, M. (2009). Outdoor Adventure Tourism, Wellness, Place Attachment. In R. Bushell & P. J. Sheldon (Eds.), *Wellness and Tourism: Mind, Body, Spirit, Place* (pp. 165-176). New York: Cognizant Communication Corporation.

30. Lim, Y., Kim, H., & Lee, T. J. (2015). Visitor Motivational Factors and Level of Satisfaction in Wellness Tourism: Comparison Between First-Time Visitors and Repeat Visitors. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(2), 137-156.
31. Matin, M (2017). Have Millennials Killed Hotel Loyalty Programs. Retrieved from <https://www.socialtables.com/blog/hotel-sales/have-millennials-killed-hotelloyalty-programs/>
32. Mettler, L. (2016, April 20). 10 Hotels Targeting Millennials. Retrieved from <https://travel.usnews.com/features/10-hotels-targeting-millennials>
33. Minghetti, V., & Furlan, M. C. (2006). From Medical Holidays To Global Wellness Experiences: The New Age of Health Tourism. In K. Weiermair, H. Pechlaner & T. Bieger (Eds.), *Time Shift, Leisure and Tourism*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
34. Pollock, A. & Williams, P. (2000). Health Tourism Trends: Closing the Gap between Health Care and Tourism. In D. W. Lime & W. C. Gartner (Eds.), *Trends in Outdoor Recreation, Leisure and Tourism*. New York: CABI Pub
35. Power, J. (2017, July 25). As fitness and wellness become top priority for travelers, hotels embracing new trends. Retrieved from <http://www.traveltripper.com/blog/as-fitness-and-wellness-become-top-priorityfor-travelers-hotels-embracing-new-trends/>
36. Ringer, G. (2008). Healthy spaces, healing places: Sharing experiences of wellness tourism in Oregon, USA. *Selective Tourism: The Journal for Tourist Theory and Practice*, 1(1), 29–39.
37. Smith, M., Puczko, L. (2014). *Health, Tourism and Hospitality: Spas, wellness and medical travel*, Routhledge.
38. Voigt C. Understanding wellness tourism: An analysis of benefits sought, health-promoting behaviours and positive psychological well-being (Doctoral dissertation, University of South Australia). Retrieved from http://search.ror.unisa.edu.au/record/UNISA_ALMA51112407540001831/media/digital/open/9915960272201831/12146634460001831/13146630770001831/pdf

39. Voigt, C. (2008). Insights into wellness tourists: Segmentation by benefits (Doctoral dissertation, Lincoln University). Retrieved from <http://www.lincoln.ac.nz/PageFiles/7235/Voigt.pdf>

Додаток А

Опитувальник щодо значущістю складових Wellness концепції для
 гостей готелю «Лісова Казка»

Складові Wellness концепції	Не важливо	Частково важливо	Важливо	Дуже важливо	Надзвичайно важливо
Природні засоби					
Фізичні вправи					
Природні ресурси					
Дієта / Здорове харчування					
Wellness компетенції					
Компетентний персонал					
Спа процедури					
Догляд за красою					
Індивідуальний догляд					
Оздоровчі консультації					
Відновлення					
Релаксація					
Відпочинок					
Інші види діяльності					
Прагнення до кількох видів діяльності					
Відчуття природи					
Духовні релаксації					

Перелік послуг масажного кабінету

Послуга
Послуги масажиста (+ароматерапія)
Стоунтерапія
Лімфодренажний масаж
Медове обгортання
Водорослеве обгортання
Послуги психолога
Йоготерапії
Дихальна гімнастика та медитація
Тренажерний зал
Кімната для переговорів

Кабінет масажу



Кімната для йога-терапії



Конференц-зала

