

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА
ІМЕНІ О.М. БЕКЕТОВА

Навчально-науковий інститут економіки і менеджменту

Кафедра туризму і готельного господарства

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до кваліфікаційної роботи
бакалавра

на тему: «Напрямки вдосконалення надання додаткових послуг в закладах
готельної сфери»

Виконав: здобувач 4 курсу
групи ГРС 2022 -1
спеціальності 241 «Готельно-ресторанна
справа»
Михайлик Святослав Олександрович

Керівник: Покоloodна М. М.
(прізвище та ініціали)

Рецензент: Сущенко О.А.
(прізвище та ініціали)

Харків – 2026 р.

Керівник роботи _____
(підпис)

«19» червня 2026 року

Висновок кафедри про кваліфікаційну роботу
Кваліфікаційна робота розглянута. Здобувач Михайлик С. О.

допускається до захисту даної роботи в екзаменаційній комісії.

Зав. кафедри ТiГГ
(назва)

(підпис)

доц., к. е. н. Писарева І.В.
(прізвище, ініціали)

«19»

«червня» 2026 р.

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО
ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ О. М. БЕКЕТОВА**

Навчально-науковий інститут економіки і менеджменту
Кафедра туризму і готельного господарства
Кваліфікаційний рівень бакалавр
Спеціальність 241 – «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Зав. кафедри ТiГГ
доц., к-т екон. наук Писарева І.В.

«1» «червня» 2026 р.

**З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА**

Михайлик Святослав Олександрович

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Напрямки вдосконалення надання додаткових послуг в закладах готельної сфери» керівник роботи к. геогр. н., доц. Покологна М. М. затверджені наказом вищого навчального закладу № 428-03 від «19» травня 2026 р.
2. Строк подання студентом роботи 19.06.2026 р.
3. Вихідні дані до роботи: чинне законодавство, державні норми та стандарти, науково-технічна література, статистичні та інтерактивні джерела.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити: 1. Надання додаткових послуг в закладах готельної сфери. 2. Аналіз діяльності закладу готельної сфери «N». 3. Розробка пропозиції по вдосконаленню надання додаткових послуг в закладі готельної сфери «N».
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): 1. Об'єкт, предмет мета та завдання кваліфікаційної роботи. 2. Сучасні підходи до класифікації готельних послуг. 3. Класифікація додаткових послуг у готельній сфері. 4. Організація надання додаткових послуг у закладах готельної сфери. 5. Циклічність технологічних процесів надання додаткових послуг в закладах готельної сфери. 6. Загальна характеристика закладу готельної сфери «N». 7. Мотивація та основні характеристики гостей закладу. 8. Аналіз основних показників діяльності закладу готельної сфери. 9. Обґрунтування вибору напряму розробки заходів

по вдосконаленню надання додаткових послуг.10. Терапевтичні ефекти від перебування в кріосауні та контингент споживачів послуги. 11. Основні характеристики, план та прогнозні показники організації кріосауни.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультантів	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Основна частина	к.геогр.н., доц. Покологна М. М.		
Нормоконтроль	к.екон.н., ст. викладач Кравцова С.В.		

7. Дата видачі завдання 01.06.2026 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Збір і обробка первинної інформації	11.05. – 18.05	
2.	Робота над теоретичною частиною	19.05 – 23.05	
3.	Робота над аналітичною частиною	01.06 – 04.06	
4.	Робота над рекомендаційною частиною	05.06 – 09.06	
5.	Розробка і оформлення графічного матеріалу	10.06 – 12.06	
6.	Оформлення пояснювальної записки.	13.06 – 14.06	
7.	Перевірка на плагіат. Передзахист.	15.06 – 20.06	

Здобувач

Михайлик С.О.
(підпис, прізвище, ініціали)

Керівник роботи

Покологна М.М.
(підпис, прізвище, ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ.....	6
1.1. Готельні послуги: характеристика та особливості.....	6
1.2. Різновиди додаткових готельних послуг.....	11
1.3. Організація надання додаткових послуг у закладах готельної сфери.	20
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ «N»	27
2.1. Опис закладу готельної сфери «N».....	27
2.2. Аналіз програми виробництва закладу готельної сфери «N».....	30
2.3. Аналіз обсягів діяльності та фінансових результатів	38
РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЇ ПО ВДОСКОНАЛЕННЮ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ЗАКЛАДІ ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ «N».....	47
3.1. Обґрунтування вибору напрямку вдосконалення надання додаткових послуг в закладі готельної сфери.....	50
3.2. Характеристика запровадження додаткової готельної послуги - кріосауна.....	50
3.3. Розробка та обчислення прогнозних економічних показників від додаткової готельної послуги - кріосауна.....	60
ВИСНОВКИ	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ.....	71
ДОДАТКИ.....	75

ВСТУП

Сучасний розвиток готельної сфери характеризується посиленням конкуренції, зростанням вимог споживачів до якості обслуговування та необхідністю постійного оновлення сервісної пропозиції. У таких умовах заклади готельного господарства вже не можуть обмежуватися лише базовою послугою тимчасового розміщення, оскільки сучасний гість очікує комплексного сервісу, індивідуального підходу, комфортного середовища, можливостей для відпочинку, оздоровлення, дозвілля та отримання нових вражень. Саме тому додаткові послуги набувають особливого значення як важливий чинник підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства. Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що додаткові послуги є одним із ключових інструментів формування привабливого готельного продукту. Особливо важливим це є для готелів курортного типу, де гості орієнтовані не лише на проживання, а й на рекреацію, оздоровлення, активний відпочинок та якісне дозвілля.

Об'єкт дослідження в кваліфікаційній роботі це діяльність закладу готельної сфери «N».

Предметом дослідження - напрямки вдосконалення надання додаткових послуг в закладах готельної сфери.

Метою кваліфікаційної роботи є обґрунтування напряму вдосконалення надання додаткових послуг у закладі готельної сфери на прикладі готелю «N» та розроблення пропозиції щодо впровадження нової додаткової послуги.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішуються такі завдання:

1. Розкрити сутність готельних послуг, їх особливості та значення в діяльності закладів готельної сфери.
2. Охарактеризувати різновиди додаткових готельних послуг і сучасні підходи до їх класифікації.
3. Дослідити особливості організації надання додаткових послуг у готельних підприємствах.

4. Проаналізувати виробничу програму та обсяги діяльності та фінансові результати закладу готельної сфери «N».

5. Обґрунтувати вибір напрямку вдосконалення надання додаткових послуг.

6. Розробити пропозицію та здійснити розрахунок прогнозних економічних показників щодо впровадження нової додаткової послуги.

У процесі виконання кваліфікаційної роботи використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів дослідження. Метод аналізу та синтезу застосовано для вивчення сутності готельних і додаткових послуг. Метод узагальнення використано для систематизації різновидів додаткового сервісу. Порівняльний метод дав змогу зіставити наявний перелік послуг готелю з сучасними вимогами споживачів. Економічний аналіз застосовано для оцінки показників діяльності готелю «N». Розрахунковий метод використано під час визначення прогнозних економічних результатів від упровадження запропонованої додаткової послуги. Також у роботі застосовано графічний і табличний методи для наочного подання результатів дослідження.

Інформаційною базою дослідження є наукові праці з питань розвитку готельного господарства, матеріали фахових інтернет-джерел, нормативні документи, аналітичні матеріали, а також дані, що характеризують діяльність готельного закладу «N».

Практична значимість результатів даної роботи міститься в тому, що розроблена пропозиція додаткової готельної послуги – кріосауна може бути реально використана для запровадження в діяльність готельних підприємств.

Обсяг і структура кваліфікаційної роботи. Повний обсяг роботи – 87 сторінки, у тому числі основного тексту – 75 сторінки. Робота містить: 8 таблиць, 20 рисунків, 2 формули, список використаних посилань (63 найменувань, викладених на 8 сторінках).

РОЗДІЛ 1

НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ

1.1. Готельні послуги: характеристика та особливості

Готельна послуга - це дії або операції підприємства щодо розміщення споживача шляхом надання номера чи місця для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням і тимчасовим перебуванням клієнта [3, 6, 7, 8, 12, 13, 18].

У кожному готельному підприємстві, залежно від його категорії, встановлюються диференційовані вимоги до кількості та видів послуг, що надаються клієнтам. Особливо це стосується обов'язкових і додаткових послуг, які відрізняються для різних типів підприємств готельного господарства та для окремих класів готелів одного типу.

Суттєвою особливістю більшості готельних послуг є їх невлівимість і нематеріальний характер. Як зазначають Мальська М.П., Пандяк І.Г., «коли ми купуємо використання номера в готелі, ми нічого не беремо з собою, крім пам'яті про проживання» [14]. Відсутність конкретного матеріального результату обмежує можливість попередньої оцінки якості готельної послуги потенційним споживачем.

Характерною рисою готельних послуг є неможливість їх акумулювання та зберігання. У виробничій сфері підприємство протягом певного часу може виготовляти товари, які за відсутності попиту або не вигідності реалізації в конкретний період зберігаються на складі. Це дозволяє частково усунути проблеми, пов'язані з дисбалансом між попитом на продукцію та обсягами її виробництва. Для готельних послуг така можливість відсутня, оскільки момент їх надання збігається з моментом споживання. Нерівномірний попит на готельний сервіс завжди потребує відповідної нерівномірної роботи персоналу та змін у масштабах надання послуг [3, 6, 7, 12].

З метою зменшення диспропорцій між попитом і пропозицією готелі можуть використовувати різні маркетингові стратегії. Однією з них є синхронізований маркетинг, який передбачає диференціацію цін залежно від рівня попиту: підвищення вартості послуг у періоди високого попиту та її зниження в менш активні сезони, тобто встановлення сезонних цін. Ефективним інструментом регулювання співвідношення попиту та пропозиції також виступає система попереднього бронювання.

Із неможливості зберігання готельної послуги впливає ще одна важлива особливість - неможливість її відокремлення від джерела надання, тобто від конкретного готелю. На відміну від багатьох інших видів сервісу, готелі не мають можливості суттєво розширювати коло клієнтів шляхом прискорення процесу обслуговування [8, 12].

Якщо певний готель здобув високу репутацію та прагне збільшити масштаби діяльності, ефективним рішенням може бути відкриття філій або нових підприємств під уже відомою торговою маркою. Саме прагнення реалізувати таку маркетингову політику стало одним із чинників створення готельних ланцюгів. Якщо клієнт переконався у високій якості обслуговування в одному готелі певного ланцюга, він заздалегідь очікує, що рівень сервісу в інших закладах цієї мережі буде щонайменше не нижчим.

Ще однією характерною особливістю готельних послуг є складність забезпечення стабільної якості обслуговування протягом тривалого часу навіть у межах одного готелю. Якість готельного обслуговування, порівняно з іншими видами послуг, переважно проявляється відкрито та безпосередньо під час надання послуги. У готельному сервісі практично відсутні приховані дефекти, характерні для інших сфер діяльності, а також можливість виправлення помилок після завершення обслуговування [8,17].

Для досягнення стабільної якості готельних послуг необхідно комплексно застосовувати низку методів. До них належать: навчання персоналу та контроль за його роботою; опрацювання скарг, аналіз і врахування відгуків та пропозицій клієнтів; розробка інструкцій і протоколів

поведінки у конкретних ситуаціях; створення заходів на випадок виникнення непередбачуваних обставин, зокрема автономного забезпечення водою та електроенергією, а також цілодобового обслуговування ремонтно-технічним персоналом.

Ще одним ефективним інструментом підтримання стабільного рівня якості послуг у готелях є розробка та детальне впровадження внутрішньофірмових стандартів обслуговування. Вони являють собою систему норм і правил, дотримання яких є обов'язковим для всього персоналу.

Готельні послуги характеризуються тим, що, окрім основної послуги - забезпечення проживання - вони включають систему додаткових і периферійних послуг. Додаткові послуги надаються безпосередньо гостям на основі їхнього замовлення та за окрему плату. Периферійні послуги, своєю чергою, пов'язані з підтриманням належного функціонування та охороною будівлі готельного закладу. Вони не замовляються і не оплачуються окремо клієнтами, а також зазвичай не сприймаються гостями як самостійний елемент сервісу, хоча фактично забезпечують нормальну роботу підприємства [7, 13].

За наведеними характеристиками готельні послуги можна класифікувати за кількома ознаками, які наведені на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Класифікація готельних послуг

Поділ послуг на основні, додаткові та периферійні підтверджується державним стандартом України [9], який визначає послугу як результат:

- а) безпосередньої взаємодії постачальника (виконавця) і споживача;
- б) внутрішньої діяльності виконавця щодо задоволення потреб споживача.

З цього випливає необхідність поділу всіх зусиль готельних підприємств на дві категорії: пов'язані та не пов'язані з безпосереднім обслуговуванням клієнта. Водночас широкий спектр послуг, які не мають прямого зв'язку з процесом обслуговування гостей, створює можливість різноманітного впливу на потенційного споживача та спонукає керівництво готелів використовувати широкий набір інструментів для дослідження поведінки й купівельної спроможності клієнтів.

На відміну від багатьох інших видів сервісу, готельні послуги потребують значних капітальних інвестицій, що підвищує ризики інвестування та передбачає повернення вкладених коштів лише після кількох десятків років прибуткової експлуатації. Це підкреслює важливість проведення детального аналізу, діагностики та оцінки можливостей майбутніх готельних підприємств.

Зазначена особливість продовжує впливати на діяльність готелів навіть після повернення початкових інвестицій. Отже, для забезпечення беззбиткової діяльності готелів рівень завантаженості повинен залишатися високим, адже отримані прибутки мають покривати не лише витрати, безпосередньо пов'язані з проживанням гостей, а й значні постійні витрати, що існують навіть за відсутності клієнтів. Таким чином, організація надання готельних послуг передбачає не тільки залучення певної кількості споживачів, але й необхідність підтримання високого рівня завантаженості, який має розраховуватися для кожного конкретного готелю [17].

Діяльність готелів значною мірою залежить від сезонності попиту на готельні послуги. Із посиленням сезонності зростає необхідність використання заходів щодо розширення обсягів надання послуг у період високого сезону, а

також стимулювання попиту й одночасного «заморожування» надмірних потужностей під час міжсезоння.

Схематично особливості готельних послуг представлені на рис. 1.2.



Рис. 1.2. Особливості готельних послуг

Особливості готельних послуг визначаються не лише станом і технічною базою готелів, рівнем рекламної діяльності, ціноутворенням та іншими чинниками, але й значною мірою залежать від людського фактора у взаємодії з клієнтами, уважності та професіоналізму персоналу, а також його прагнення підвищувати привабливість власного підприємства. Саме тому особливого значення набуває не лише процес підбору кваліфікованих працівників, а й формування внутрішньофірмової культури.

Виділення персоналу як ключового елемента системи надання послуг підкреслюється багатьма дослідниками, які акцентують увагу на важливості ролі працівників готелю у забезпеченні високої якості обслуговування.

Постійне зростання кількості та різноманітності готельних закладів зумовлює потребу у розширенні спектра готельних послуг, які повинні бути орієнтовані на задоволення потреб різних сегментів відпочиваючих та відповідати класу готелю і його місцезположення

1.2. Різновиди додаткових готельних послуг

У вітчизняній навчально-науковій літературі традиційно додаткові готельні послуги класифікують за метою задоволення потреб гостя, частотою попиту, економічною ознакою та формою організації надання. Такий підхід є важливим для методики обліку й організації роботи, однак він сформувався переважно в умовах, коли додатковий сервіс сприймався як набір опцій, що «додаються» до розміщення. Натомість сучасна практика показує, що гості дедалі частіше обирають готель саме через набір додаткових сервісів: цифрову зручність, wellness-інфраструктуру, pet-friendly політику, локальні враження, гнучкі бізнес-формати або інклюзивні рішення [3, 6, 7, 12, 13].

Економічний вимір цієї трансформації також є очевидним. SiteMinder визначає ancillary revenue як дохід від додаткових продуктів і послуг готелю - спа, трансферів, харчування, пральні, паркування, подій тощо, - підкреслюючи, що такі сервіси не лише підвищують виручку, а й формують більш запам'ятовуваний досвід проживання. Емпіричне дослідження показало наявність зв'язку між набором complementary services, оцінками гостей і готовністю рекомендувати готель, тобто додаткові послуги прямо впливають на репутаційний і конкурентний результат [16].

З огляду на це, у сучасному науково-прикладному аналізі доцільно трактувати додаткові послуги як керований пакет сервісних рішень, що виконує одразу кілька функцій: підвищує споживчу цінність проживання, забезпечує диференціацію бренду, дозволяє сегментувати аудиторію за стилем подорожі та водночас створює джерела додаткового доходу. Така інтерпретація краще відповідає актуальній логіці розвитку готельного бізнесу, ніж вузьке розуміння додаткових послуг як суто допоміжних або епізодичних [5, 7, 15].

Актуальна класифікація додаткових послуг неможлива без урахування того, що сама структура попиту в готельній сфері істотно змінилася. Згідно з SiteMinder's Changing Traveller Report 2026, використання AI для пошуку

засобів розміщення зросло майже в чотири рази за рік, а мандрівники дедалі більше очікують AI-персоналізації та допомоги під час планування проживання. Deloitte у своєму галузевому огляді також підкреслює, що AI сьогодні активно впроваджується в customer service, shopping and discovery та personalized hotel guest communications. Це означає, що сучасний гість є цифрово компетентним, цінує швидкість і очікує, що готель дозволить йому самостійно керувати значною частиною сервісного сценарію [26, 57].

Не менш помітною є переорієнтація попиту на відновлення фізичного та психоемоційного ресурсу. Hilton у Trends Report 2026 зафіксував, що головною мотивацією leisure travel у 2026 році є «rest and recharge» для 56% опитаних; далі йдуть перебування на природі, поліпшення ментального здоров'я та персональний «me time». Booking.com, зі свого боку, у Travel Predictions 2025 зафіксував зростання інтересу до longevity-retreats, нічних форматів подорожей, а також до активностей, що допомагають уникати перегріву, шуму натовпу й сенсорного перевантаження. Отже, сучасний споживач дедалі частіше сприймає готель як простір відновлення, а не лише місце для ночівлі [40].

Ще одна важлива характеристика сучасного попиту - зростання вимог до інклюзивності, сімейної адаптивності та турботи про супутників подорожі. Hilton повідомляє, що 73% тих, хто подорожує з дітьми чи онуками, планують активно залучати дітей до створення сценарію сімейної відпустки, а 64% власників тварин при бронюванні орієнтуються передусім на потреби свого улюбленця. Booking.com у дослідженні про neurodivergent travelers встановив, що 76% таких мандрівників хотіли б бачити тихі простори у ключових точках подорожі, 74% очікують опцій для блокування шуму, а 69% - більш інклюзивних засобів розміщення, зокрема з floor plans in advance та contact-free check-in. Це означає, що готельні послуги мають проектуватися не навколо «середнього гостя», а навколо множини профілів користувачів [41].

Водночас сучасний гість залишається економічно раціональним, проте не обов'язково «дешево орієнтованим». SiteMinder фіксує, що фінансові

міркування стали для мандрівників ще важливішими, ніж самі маршрути та зростання уваги до того, як витрачені кошти працюють на місцеву громаду: 73% подорожуючих хочуть, щоб їхні витрати поверталися в локальну економіку, 77% шукають автентичні культурні враження, а 69% прагнуть залишити місце кращим, ніж воно було до їхнього візиту. Звідси випливає, що додаткові послуги мають бути не лише зручними, а й ціннісно осмисленими: локальними, прозорими, екологічно та соціально відповідальними [57].

З урахуванням названих змін доцільно перейти від вузької функціонально-операційної класифікації до споживацько-орієнтованого угруповання додаткових послуг. Його методологічна основа полягає в тому, що послуга оцінюється не лише за тим, «що саме» робить готель, а й за тим, «яку цінність» вона створює для конкретного типу гостя під час певного етапу гостьового шляху. Такий підхід логічно впливає з поєднання правового розуміння готельної послуги, традиційних класифікацій за метою задоволення потреб і сучасних даних про персоналізацію, цифровізацію, wellbeing, інклюзивність та локальну автентичність [41, 57].

У практичному сенсі сучасне угруповання додаткових послуг доцільно будувати за чотирма взаємопов'язаними вимірами (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Сучасне угруповання додаткових послуг

Перший - за домінантною споживчою цінністю: сервіси зручності й

автономії, логістики, продуктивності, відновлення, вражень, турботи та інклюзії. Другий - за етапом гостьового шляху: доприбуттєві, прибуттєві, під час перебування, передвиїзні та післявиїзні. Третій - за рівнем персоналізації: стандартні, сегментовані, індивідуалізовані та гіперперсоналізовані. Четвертий - за моделлю монетизації: включені у тариф, оплачені окремо, пакетні або доступні через loyalty/club-механізми. У сукупності такий підхід дозволяє не просто перелічувати послуги, а організовувати їх у керовану систему сервісного дизайну [33].

Для цілей цього підрозділу найбільш доцільним є групування додаткових послуг у вісім актуальних кластерів представлених на рисунку 1.4.



Рис. 1.4. Кластери додаткових готельних послуг (розроблено автором)

У межах зазначених кластерів нижче виокремлено сімнадцять найбільш релевантних різновидів додаткових послуг.

Цифрове доприбуттєве обслуговування. До цього різновиду належать сервіси, що дозволяють гостю підготувати проживання ще до фактичного прибуття: керування бронюванням, вибір часу заїзду, попереднє налаштування індивідуальних параметрів перебування, отримання автоматизованих рекомендацій. Їхня актуальність пов'язана з тим, що AI використовується для пошуку розміщення дедалі частіше, а мандрівники очікують персоналізованої допомоги ще на стадії планування. Практичним прикладом є Marriott Bonvoy App, де гість може повідомити час прибуття й

отримати сповіщення, коли номер готовий. Таким чином, додаткова послуга починає працювати не з моменту check-in, а з моменту цифрового контакту зі споживачем [47]. Прибуття: керування бронюванням, вибір часу заїзду, попереднє налаштування індивідуальних параметрів перебування, отримання автоматизованих рекомендацій. Їхня актуальність пов'язана з тим, що AI використовується для пошуку розміщення дедалі частіше, а мандрівники очікують персоналізованої допомоги ще на стадії планування. Практичним прикладом є Marriott Bonvoy App, де гість може повідомити час прибуття й отримати сповіщення, коли номер готовий. Таким чином, додаткова послуга починає працювати не з моменту check-in, а з моменту цифрового контакту зі споживачем [47].

Контактно-мінімізоване прибуття та вибуття. Ідеться про mobile check-in, digital key, online check-out та інші сервіси, які зменшують часові витрати гостя і підвищують автономність споживання. Hilton повідомляє, що 73% мандрівників цінують цифровий check-in, а в застосунку Hilton Honors гість може відкрити номер через Digital Key та виїхати онлайн. Marriott у своїх мобільних рішеннях також пропонує contactless check-in, Mobile Key і Mobile Chat. Такий сервіс особливо важливий для споживачів, які цінують швидкість, тишу, безконтактність і контроль над власним маршрутом у готелі [42].

Мобільна комунікація та персоналізований супровід. Сучасний гість очікує не лише цифрового доступу до номера, а й постійного, швидкого, адресного зв'язку з готелем. Саме тому до окремого різновиду варто віднести mobile chat, in-app requests, dedicated concierge та клубні формати обслуговування. На прикладі Berlin Marriott Hotel видно, що додаток дає доступ до Mobile Chat та інших сервісів під час перебування. Водночас Fairmont Gold пропонує персоналізований premium-супровід із dedicated concierge, приватною lounge-зоною, complimentary breakfast і evening canapes. У цьому випадку персоналізація реалізується не лише через технологію, а й через клубний сервіс високого рівня [20].

Трансферні та shuttle-послуги. Для значної частини гостей логістична

безшовність є складником якості проживання, особливо коли йдеться про аеропорти, вокзали, курортні або гірські локації. Саме тому трансфер слід розглядати як окремий стратегічно значущий різновид додаткових послуг. В Україні показовим є RESPECT Hotel & SPA у Східниці, який пропонує індивідуальні трансфери, публікуючи маршрути й тарифи. Зарубіжний приклад - Hilton Madrid Airport, де для гостей діє безкоштовний shuttle до аеропорту. Такі сервіси знижують транзакційні витрати, підвищують передбачуваність подорожі й позитивно впливають на загальне сприйняття сервісу [44, 53].

Паркування. Сучасний споживач дедалі частіше оцінює готель через зручність усієї мобільної екосистеми, а не лише номера. Для автомобільних мандрівників важливими стають не просто parking slots, а наявність secure parking, in/out privileges, valet або зарядних станцій для електромобілів. Hilton у Travel with Purpose радить гостям відбирати готелі за наявністю sustainable amenities, зокрема EV charging і Digital Key. Практичні приклади - ibis Styles Lyon Gorge de Loup Saphir із Green Key-сертифікацією та гаражем із EV charging stations, а також низка об'єктів Hyatt і Radisson, де EV charging прямо зазначене як частина паркінгової та sustainability-інфраструктури [37, 46].

Велопрокат і мікромобільність. Із посиленням попиту на екологічну мобільність, короткі міські маршрути та локальне дослідження дестинації велосипеди й інші форми легкого пересування стають самостійним видом додаткових послуг. Hyatt Place Amsterdam Airport прямо пропонує Bicycle Rental як одну з ключових on-property options. Цей тип сервісу відповідає одразу кільком сучасним запитам: мобільності без перевантаження міської інфраструктури, екологічності, індивідуальному темпу подорожі та бажанню «прожити» локацію, а не лише «відвідати» її. Для міських готелів це особливо цінно, оскільки поєднує логістику, leisure і sustainability в одному сервісі [39].

Коворкінг, business-day та office-for-the-day сервіси. Гібридизація праці зробила роботу поза традиційним офісом звичною практикою, а отже, готелі перетворилися на майданчики не лише для проживання, а й для

короткострокової продуктивної діяльності. Hyatt у програмі Office for the Day пропонує приватний номер для роботи з 7:00 до 19:00, premium Wi-Fi, доступ до фітнесу, до офісної техніки. Accor через Workspaces/Worklib дає змогу бронювати meeting rooms та open workspaces по годинах або на день. Це доводить, що сучасне коворкінг-рішення в готелі доцільно трактувати як повноцінний різновид додаткової послуги, орієнтований на bleisure-, remote- та short-stay business travelers [38].

Конференц-сервіси та гібридні події. Додаткові послуги сучасного готелю дедалі частіше охоплюють не лише надання зали, а повний event-product: технічне оснащення, catering, teleconference equipment, hybrid format, банкетні сценарії та простір під різні типи посадки. У Києві Cityhotel позиціонує meetings & events як окремий напрям діяльності, акцентуючи на конференц-залах і meeting rooms у центрі міста. Respect Hotel & SPA пропонує конференц-залу, технічне обладнання, телекомунікаційні рішення, coffee breaks і бенкети. Зарубіжним прикладом є Blau Hotel Las Caldas Radisson Individuals, де hybrid conference та hybrid meeting прямо позначені серед featured services. Отже, подієві сервіси трансформувалися з допоміжної функції у важливий продукт B2B- та MICE-сегмента [22, 55].

Сервіси для тривалого проживання. Для гостей, які поєднують подорож із роботою, релокацією або сімейними обставинами, вирішальне значення мають сервіси, що наближають готель до «керованого дому»: кухня, окремі зони для життя і праці, grocery delivery, пральня, складські та побутові опції. Residence Inn by Marriott подає свої suites як простір із full kitchens, separate areas for living, working and sleeping, а також пропонує grocery delivery. Саме ці елементи дають підстави виділяти extended-stay service package в самостійний тип додаткових послуг. Його функція полягає не стільки в розширенні комфорту, скільки в забезпеченні життєвої сталості тривалого перебування [47].

SPA -, фітнес- та aqua-послуги. У сучасному готелі wellness-послуги вже не можна розглядати як суто luxury-додаток. Вони дедалі більше виконують

роль базового інструменту відновлення і стають важливою причиною вибору об'єкта розміщення. Fairmont Grand Hotel Kyiv позиціонує Elixir SPA Deluxe та dining/experiences як ключові елементи ціннісної пропозиції. Edem Resort Medical & SPA об'єднує SPA Center, Medical Center, golf club, спортивні й рекреаційні компоненти в одному готельному продукті. Тому спа-фітнес-aqua-сервіси доцільно виокремлювати як окремий різновид додаткових послуг, зорієнтований на фізичне відновлення, антистресовий ефект і рекреаційну диференціацію готелю [29, 30].

Медичні, detox- і longevity-послуги. Окремий сучасний різновид становлять послуги на стику hospitality і preventive/wellness medicine: check-up програми, body&mind detox, metabolic balance, anti-stress weekends, post-illness recovery та інші керовані recovery-сценарії. Booking.com зафіксував, що 60% мандрівників у travel predictions 2025 цікавляться longevity retreat, а серед пріоритетів зростають red light therapies, cryotherapy та інші форми глибокого відновлення. Це свідчить, що медичний та квазі-медичний сервіс став повноцінним сегментом додаткових послуг, особливо у resort- і premium-форматах [57].

Сервіси сну, тиші та сенсорного комфорту. Після посилення уваги до ментального здоров'я й нейрорізноманіття комфорт розуміється не лише як просторість номера, а як здатність готелю керувати рівнем шуму, сну й сенсорного навантаження. Hilton констатує, що «rest and recharge» стало головною мотивацією leisure travel, а Booking.com показує, що 76% neurodivergent travelers потребують quiet spaces, 74% - noise-blocking options. Практичний приклад з України демонструє GRAND HOTEL LVIV, де серед послуг прямо названо pillow menu, 24/7 room service, laundry та інші комфорт-опції. Отже, сервіси сну й тиші доцільно виділяти окремо, оскільки вони безпосередньо впливають на сприйняття якості проживання і добробут гостя [35, 43].

Гастрономічні та room-service послуги. Харчування в сучасному готелі вже не обмежується breakfast included. У структурі додаткових послуг воно

включає room service, авторські ресторани, локальну кухню, гастрономічні класи, diet-sensitive menus та інші форми food experience. У Fairmont Grand Hotel Kyiv ресторан Marigold позиціонує себе як простір нового прочитання української кухні, поєднуючи локальні традиції з європейськими підходами. GRAND HOTEL LVIV пропонує 24/7 room service. Park Hyatt Marrakech, зі свого боку, організовує Moroccan Cooking Class with Our Chefs як культурно-гастрономічний досвід. Таким чином, гастрономічний сервіс у готелі є не лише утилітарним, а й іміджево-досвідоутворювальним різновидом додаткової послуги [32, 49].

Консьєрж, культурні маршрути та локальний досвід. Сучасний гість дедалі частіше шукає не просто lists of sights, а curated experience, узгоджений з його інтересами, темпом подорожі та бажаним рівнем занурення в DESTINATION. Саме тому консьєрж-сервіс у XXI столітті доцільно тлумачити значно ширше, ніж бронювання таксі чи столика. Grand Hyatt Barcelona розробив Local Culture Guide, а його concierge team персоналізує культурні маршрути. Park Hyatt Marrakech просуває приватні тури, кулінарні майстер-класи та візити до берберських сіл. Отже, консьєрж є механізмом перетворення готелю на посередника між гостем і локальною культурою [49].

Сімейні та дитячі послуги. Розвиток multigenerational travel і зростання ролі дітей у плануванні відпочинку зумовили формування окремого блоку family-oriented additional services. Hilton повідомляє, що 73% тих, хто подорожує з дітьми або онуками, залучають їх до планування поїздки. На практиці це реалізується через kids' menus, cribs, high chairs, books and games, kids clubs та дитячі активності. Fairmont Grand Hotel Kyiv прямо зазначає наявність cribs, high chairs, kid's books and games для сімей. Hilton Diagonal Mar Barcelona пропонує Bespoke Family Experience і kids menu, а Sarena de Muro Resort Mallorca має професійно організований Kids Club. Це дозволяє розглядати сімейний сервіс як окремий різновид додаткових послуг, а не лише як «додаткову зручність» [31, 43].

Pet-friendly послуги. Зростання питомої ваги гостей, які подорожують із

тваринами, спричинило перехід від формули «pets allowed» до повноцінної регламентованих pet-friendly сервісів. Hilton відзначає, що 64% pet owners при бронюванні враховують передусім потреби свого улюбленця. RESPECT Hotel & SPA в Україні має детально прописану pet policy: допустимі параметри тварини, правила перебування та обмеження доступу до окремих зон. Thompson Madrid приймає dogs and cats, встановлює pet fee, вагові обмеження й вимоги до документів. Residence Inn by Marriott також позиціонує pet-friendly розміщення як одну зі своїх core benefits. Отже, pet-friendly сервіс доцільно класифікувати як самостійний різновид додаткових послуг, орієнтований на нову норму сімейної мобільності [54].

Безбар'єрні та нейроінклюзивні послуги. У сучасному сервісному дизайні готелю інклюзивність уже не може обмежуватися лише наявністю пандуса. Booking.com засвідчує, що neurodivergent travelers очікують quiet spaces, sensory rooms, floor plans in advance, contact-free check-in та інші інструменти зменшення тривоги й сенсорного перевантаження. Grand Hyatt Barcelona демонструє класичний приклад фізичної доступності: accessible guest rooms, closed-caption decoders, service animals welcome, accessible transportation, доступні spa-, restaurant- і meeting-areas. Novotel Madrid Center пішов далі й запровадив Autism Friendly підхід із pictograms та іншими спеціально адаптованими ресурсами для людей з аутизмом і їхніх родин. Отже, інклюзивні й нейроінклюзивні сервіси є одним із найважливіших сучасних різновидів додаткових послуг [36].

1.3. Організація надання додаткових послуг у закладах готельної сфери

Ключові завдання організації надання додаткових послуг у готельній сфері охоплюють такі напрями [12, 14, 17]:

1. Планування послуг:
 - визначення переліку та рівня якості сервісів, що пропонуються

гостям;

- вироблення планових показників стратегічних і тактичних щодо їх надання.

2. Нормування процесів:

- впровадження нормативних вимог до обслуговування для забезпечення належної якості;

- створення та документування процедур для різних етапів сервісу (інформування, рекламування, замовлення, надання/виконання послуги /обслуговування гостя, зворотній зв'язок).

3. Управління виконавцями (персоналом підприємства чи контрагентам):

- підбір, навчання та розвиток працівників, які забезпечують надання послуг;

- перевірка кваліфікації виконавців/контрагентів

- мотивація та контроль діяльності персоналу з метою підтримання високого рівня сервісу.

4. Постачання ресурсів:

- контролювання запасів, матеріалів, обладнання;

- поповнення ресурсної бази.

5. Координація виконавчих підрозділів:

- узгодження діяльності різних служб готелю;

- налагодження ефективної внутрішньої комунікації.

6. Контроль якості:

- систематичний моніторинг і оцінювання рівня наданих додаткових послуг;

- використання зворотного зв'язку від клієнтів для вдосконалення сервісу.

7. Вдосконалення операційних процесів:

- аналіз внутрішніх процедур надання додаткових послуг з метою зниження витрат та зростання ефективності;

- максимальна автоматизації процесів, безконтактних сервісів, цифровізація.

8. Реагування на пропозиції та недоліки:

- створення системи обробки звернень клієнтів;
- розробка протоколу заходів для ситуацій «незадоволений клієнт».

9. Аналіз і звітність:

- регулярна оцінка діяльності щодо надання послуг і підготовка управлінської звітності;

- визначення та моніторинг ключових показників ефективності.

10. Впровадження інновацій:

- пошук і реалізація нових сервісів для підвищення конкурентоспроможності готелю;

- відстеження ринкових трендів і адаптація послуг до змін попиту.

З урахуванням специфіки технологічного процесу обслуговування в готельному господарстві, де одночасно поєднуються виробництво та споживання всіх видів послуг, а також їх реалізація і оплата, цей процес доцільно визначати як «надання послуг». У сучасних умовах процес обслуговування споживачів додаткових готельних послуг ускладнюється через значну різноманітність сервісів та їх різну спрямованість, що зумовлює постійне розширення і трансформацію їх змісту.

Водночас попит на додаткові готельні послуги часто проявляється у формі сезонності, що обумовлено низкою факторів. Насамперед це залежить від місця розташування готелю, його спеціалізація, а також склад і особливості контингенту гостей. Крім того потрібно враховувати і той факт, що часто додаткові послуги готелю розраховані на споживання не тільки власними гостями закладу але й так званими споживачами з вулиці, як туристами так і місцевими жителями [6].

У закладах готельної сфери перелік та рівень послуг визначаються відповідно до категорії закладу. Згідно зі стандартами, додаткові послуги надаються за окремим замовленням і оплачуються клієнтами додатково.

Виробництво додаткових послуг у підприємствах готельної сфери включає низку ключових компонентів, які подано на рис. 1.5.



Рис. 1.5. Компоненти виробництва послуг у підприємствах готельної сфери

Зазначені компоненти є базовими елементами, що забезпечують ефективне функціонування підприємств та надання послуг високого рівня якості у готельній сфері.

Поєднання цих складових формує виробничий процес надання додаткових послуг, який виступає об'єктом організації виробництва та однією з ключових функцій менеджменту в підприємствах готельної сфери. Технічні, організаційні та економічні характеристики такого процесу визначаються видом послуг, масштабом діяльності, рівнем застосовуваної техніки і технологій, а також ступенем спеціалізації закладу.

Процес вважається технологічним у випадку, коли вплив на предмет праці відбувається за участю людини. Якщо ж перетворення здійснюється без безпосередньої участі людини (наприклад, під впливом природних явищ - бродіння чи ферментації), такий процес визначається як природний [2].

Залежно від типу застосовуваного обладнання виробничі процеси

поділяються на апаратні та відкриті. У готельній сфері переважають відкриті процеси, однак водночас спостерігається активний розвиток механізації, яка реалізується на різних рівнях: ручному, машинно-ручному та машинному.

Сучасні тенденції свідчать про впровадження інноваційних технологій, зокрема використання роботизованих рішень: роботів-консьєржів, роботів-барменів, автоматизованих систем прибирання. Такі інновації сприяють підвищенню рівня механізації та ефективності процесу надання додаткових готельних послуг [4].

За обсягом наданих послуг підприємства готельної сфери поділяються на малі, середні, великі та дуже великі.

Крім того, виробничі процеси у цій сфері класифікуються за характером їх перебігу на безперервні та дискретні.

Організація виробничого процесу у підприємствах готельної сфери ґрунтується на дотриманні низки принципів, серед яких ключовими є: комплексність, спеціалізація, паралельність, безперервність, ритмічність, циклічність і пропорційність.

Спеціалізація передбачає чітке розмежування функцій у межах окремих служб, підрозділів або робочих місць. Вона зумовлена необхідністю володіння персоналом спеціальними знаннями щодо використання обладнання, технологій та стандартів взаємодії з клієнтами.

Пропорційність означає узгоджене функціонування структурних підрозділів, що забезпечує їх оптимальну пропускну спроможність.

Паралельність передбачає одночасне виконання різних процесів у часі та просторі. Наприклад, у готелі паралельно здійснюються послуги розміщення, харчування, прибирання, організації дозвілля тощо.

Прямоточність полягає у мінімізації часових інтервалів між етапами виробничого процесу. Для цього розміщення виробничих приміщень, зокрема кухонних цехів у ресторанах, організовується відповідно до логіки технологічного процесу [6].

Безперервність обумовлена специфікою готельних послуг, які не можуть

бути призупинені. Це визначає необхідність безперервної роботи закладу, як правило, у режимі 24/7.

Ритмічність означає рівномірність надання послуг у певні проміжки часу. Наприклад, приготування страв у ресторані готелю відбувається відповідно до графіка сніданків, обідів і вечерь.

У закладах готельної сфери всі основні технологічні процеси надання додаткових послуг також мають циклічний характер, тобто регулярно повторюються як завершена сукупність взаємопов'язаних операцій (рис. 1.6).



Рис. 1.6. Циклічний характер технологічних процесів надання додаткових послуг у закладах готельної сфери

Етап 1. Інформування та просування (Маркетинг)

- Суть: Гість дізнається про наявність послуги.
- Операції: Розміщення буклетів у номерах, QR-коди, інформація на сайті/в додатку, усне інформування на рецепції під час Check-in, внутрішня реклама (в ліфтах, холі).

Етап 2. Замовлення та бронювання послуги

- Суть: Фіксація наміру скористатися послугою на певний час.
- Операції: Дзвінок на внутрішній номер (рецепція/SPA), бронювання через мобільний додаток готелю, особисте звернення до адміністратора, узгодження часу, тривалості та особливих побажань

(наприклад, вибір майстра в SPA чи меню для банкету).

Етап 3. Підготовка до надання послуги

- Суть: Внутрішні процеси готелю до приходу гостя.
- Операції: Підготовка локації (прибирання, виставлення температури), підготовка персоналу (масажисти, тренери, офіціанти), перевірка обладнання, забезпечення розхідними матеріалами (рушники, вода, косметика, посуд).

Етап 4. Безпосереднє надання (Споживання) послуги

- Суть: Головна взаємодія з гостем.
- Операції: Зустріч гостя на локації, проведення інструктажу (якщо треба), надання самої послуги (сеанс масажу, тренування, оренда конференц-залу), поточний сервіс (complimentary-напої, допомога).

Етап 5. Розрахунок та зворотній зв'язок (Закриття циклу)

- Суть: Фінансова фіксація та аналіз задоволеності.
- Операції: Нарахування суми на номер гостя (закриття на кімнату) або оплата на місці (карта/готівка), отримання швидкого відгуку («Чи все вам сподобалось?»), прибирання локації та повернення її в початковий стан (готовність до нового циклу)

Організація виробничих процесів надання додаткових послуг та їх взаємодія повинні здійснюватися на основі комплексного підходу, який забезпечує їх узгодженість і цілісність. Саме комплексність є одним із ключових принципів організації виробництва та реалізації додаткових послуг у закладах готельної сфери.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ «N»

2.1. Опис закладу готельної сфери «N»

Будівля готелю «N», розташована в Івано-Франківській області на гірськолижному курорті Буковель. Відстань до найближчого витягу становить 800 м. Будівля готелю – це монолітний шестиповерховий будинок складається 215 року побудови. Будівля організована таким чином що перші п'ять поверхів - повноцінні повні, а останній шостий в одній частині мансардного типу в іншій - завершується панорамною терасою, яку використовують для проведення заходів, як аеросолярій та панорамний майданчик. Вікна будівлі мають значні розміри, що створює достатнє природне освітлення. На всіх поверхах номери мають тераси з надійною скляною огорожею. Фасад та бічні частини будівлі закладу виконані у бежевих тонах, який гармоніює і поєднується з темно-коричневими елементами металопластикових вікон оздоблення та сілуміновими металевими частинами огорожі терас. Під дахом фасадна частина готелю оздоблена підсвічуванням зі світлодіодних ламп, що надає вигідно вирізняє її на загальному фоні у вечірній час. Вестибюльна група оздоблена великими вікнами зі стелі до підлоги та великими скляними дверима в дві сторони. З вікон гарно проглядається зона рецепції та просторий хол оснащений шкіряними кріслами та диванами з окремими столиками.

Автопарковка розміщується за фасадною частиною і крита від гостей, проте має достатньо місць для 1/3 номерів по одному автомобілю на номер. Справа від будівлі знаходиться споруда ресторану з літньою площадкою/терасою, яка оснащена стільцями і столиками для обслуговування на свіжому повітрі у ліній сезон (і на замовлення у зимовий).

Готель знаходиться в наймальовничішій частині регіону та вирізняється привабливими краєвидами, що відкриваються з номерів.

Поєднання природного оточення, панорамних видів і зручного розташування формує важливу конкурентну перевагу закладу на ринку готельних послуг.

Номерний фонд готелю представлений різними категоріями, кожна з яких обладнана сучасною технікою, функціональними меблями та необхідними зручностями для комфортного перебування гостей. Інтер'єр номерів виконаний у спокійній пастельній кольоровій гамі, що створює атмосферу затишку, гармонії та відпочинку. Приміщення є світлими й просторими, що позитивно впливає на загальне сприйняття рівня комфорту. З всіх номерів відкривається панорамний вид на гірські ландшафти. Наявність балконів зі спеціальними меблями дає змогу гостям насолоджуватися ранковою кавою, карпатським чаєм або вечірнім відпочинком на тлі природних пейзажів.

Ресторан готелю «N» орієнтований на приготування страв європейської кухні. Його діяльність забезпечує професійна команда кухарів, яка пропонує гостям якісне, смачне та поживне харчування. Окрім щоденного ресторанного обслуговування, заклад має можливість організовувати святкові банкети, що розширює функціональне призначення ресторану та підвищує його значення в загальній структурі готельного сервісу.

Персонал готелю спрямовує свою діяльність на забезпечення високого рівня гостинності та створення комфортних умов перебування для кожного гостя. Обслуговування починається із зустрічі відвідувачів і передбачає надання необхідної інформаційної, організаційної та побутової допомоги. Працівники готелю орієнтовані на оперативне вирішення запитів клієнтів, що є важливим чинником формування позитивного враження від перебування.

Служба прийому та розміщення функціонує цілодобово. Процедури поселення й виїзду організовані за принципом експрес-реєстрації, що дозволяє скоротити час очікування та підвищити зручність для гостей. За наявності вільних номерів адміністрація може надати можливість раннього

заїзду або пізнього виїзду, що свідчить про клієнтоорієнтований підхід у роботі закладу.

Асортимент додаткових послуг у готелі є відносно обмеженим, проте охоплює базові потреби гостей під час перебування.

Особливе значення в інфраструктурі готелю має відкритий басейн із облаштованою зоною для відпочинку. Цей об'єкт є особливо актуальним у літній період, оскільки розширює можливості рекреаційного дозвілля гостей. Користування басейном входить до вартості проживання та не потребує окремої оплати.

Реєстраційні години в готелі відповідають поширеній практиці готельного обслуговування: час виїзду встановлено до 12:00, а поселення здійснюється з 14:00. Такі часові межі дозволяють персоналу якісно підготувати номерний фонд до прийому нових гостей.

Умови анулювання бронювання передбачають можливість безкоштовного скасування за 21 добу до запланованої дати заїзду. У разі пізнішої відмови від бронювання або незаїзду гостя стягується штраф у розмірі вартості однієї доби проживання. Така політика дає змогу готелю зменшити фінансові ризики, пов'язані з раптовим скасуванням замовлень.

Готель також передбачає певні умови для розміщення гостей із дітьми. Діти віком до 5 років можуть проживати безкоштовно без надання окремого місця. За потреби до номера може бути доставлене дитяче ліжко, що підвищує зручність перебування сімейних туристів. Водночас розміщення з домашніми тваринами у номерах готелю не передбачено, що варто враховувати під час бронювання.

Готель «N» можна розглядати як привабливий варіант розміщення для туристів, які прагнуть поєднати комфортне проживання з можливістю активного відпочинку в Буковелі.

2.2. Аналіз програми виробництва закладу готельної сфери «N»

Основна діяльність готелю здійснюється за фінансово-експлуатаційним планом. Готель «N» номери різних категорії:

- Двомісний мансардного типу. Двомісний номер загальною площею до 24 кв.м компактний для комфортного проживання гостей, і також розрахований на перебування родин з дітьми до 6 років без розміщення на окремому спальному місці. Номер оснащений: двома односпальними ліжками, шафою, обладнаним робочим місцем. Ванна кімната з душовою кабінкою оснащена всім необхідним.

- Стандартний номер, площею 30 кв.м. Має терасу до 10 кв.м, з садовими меблями, також розрахований на перебування родин з дітьми до 6 років без розміщення на окремому спальному місці. Номер оснащений: двоспальним ліжком стандартного розміру або двома односпальними, шафою, обладнаним робочим місцем. Ванна кімната оснащена душовою кабінкою та всім необхідним.

- Номер Люкс з панорамним гірським видом. Просторий номер загальною площею 40 кв.м. призначений для підвищеного комфорту гостей. У номері: 2 односпальні або двоспальне ліжко збільшеного розміру, обладнане робоче місце з повноцінним письмовим столом, шафа для одягу, полиця для взуття. Ванна кімната оснащена ванною та душовою кабінкою та комплектом рушників.

- Панорамний люкс +. Прекрасний номер з панорамними вікнами та всіма зручностями. У номері є: двоспальне ліжко збільшеного розміру, обладнане робоче місце з повноцінним письмовим столом, шафа для одягу, полиця для взуття, холодильник, електрочайник. Ванна кімната має ванну та душову кабінку.

- Суперлюкс дворівневий номер загальною площею до 55 кв.м призначений для підвищеного комфорту гостей та великих родин. У номері є: розкладний диван, двоспальне ліжко, двоспальне ліжко збільшеного

розміру, обладнане робоче місце з повноцінним письмовим столом, шафа для одягу, полиця для взуття, холодильник, електрочайник. В номері два санвузла: туалет та ванна кімната оснащена душовою кабінкою. Вартість проживання на 1.01.2026 р. наведена в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Ціни на розміщення в готелі, грн.

Категорія номерів	Вартість (2 особи в номері), ВВ - Сніданок включений у вартість, грн.	
	Термін	Ціна
1	2	3
Двомісний мансардного типу (максимально 3 місяця)	01 травня 2026 : П'ятниця, 31 травня 2026	1450.00
	01 червня 2026 : 13 червня 2026	1950.00
	14 червня 2026 : 30 червня 2026	2350.00
	01 липня 2026 :Середа, 31 липня 2026	2900.00
	01 серпня 2026 : 31 серпня 2026	3200.00
Стандартний номер (максимально 2 місяця)	01 травня 2026 : П'ятниця, 31 травня 2026	1450.00
	01 червня 2026 : 13 червня 2026	1950.00
	14 червня 2026 : 30 червня 2026	2350.00
	01 липня 2026 :Середа, 31 липня 2026	2900.00
	01 серпня 2026 : 31 серпня 2026	3400.00
Люкс з панорамним гірським видом (максимально 3 місяця)	01 травня 2026 : П'ятниця, 31 травня 2026	1850.00
	01 червня 2026 : 13 червня 2026	2450.00
	14 червня 2026 : 30 червня 2026	2900.00
	01 липня 2026 :Середа, 31 липня 2026	3800.00
	01 серпня 2026 : 31 серпня 2026	4000.00
Панорамний люкс + (максимально 3 місяця)	01 травня 2026 : П'ятниця, 31 травня 2026	2200.00
	01 червня 2026 : 13 червня 2026	3200.00
	14 червня 2026 : 30 червня 2026	3700.00
	01 липня 2026 :Середа, 31 липня 2026	4400.00
	01 серпня 2026 : 31 серпня 2026	4700.00

Продовження табл. 2.1

Суперлюкс дворівневий (максимально 4 міста)	01 травня 2026 : П'ятниця, 31 травня 2026	2200.00
	01 червня 2026 : 13 червня 2026	3100.00
	14 червня 2026 : 30 червня 2026	3600.00
	01 липня 2026 :Середа, 31 липня 2026	4200.0
	01 серпня 2026 : 31 серпня 2026	4500.00

Структура номерного фонду представлена на рис. 2.1. для обслуговування гостей в закладі є 32 номерами номера при одноразовій максимальній місткості 56 місць.

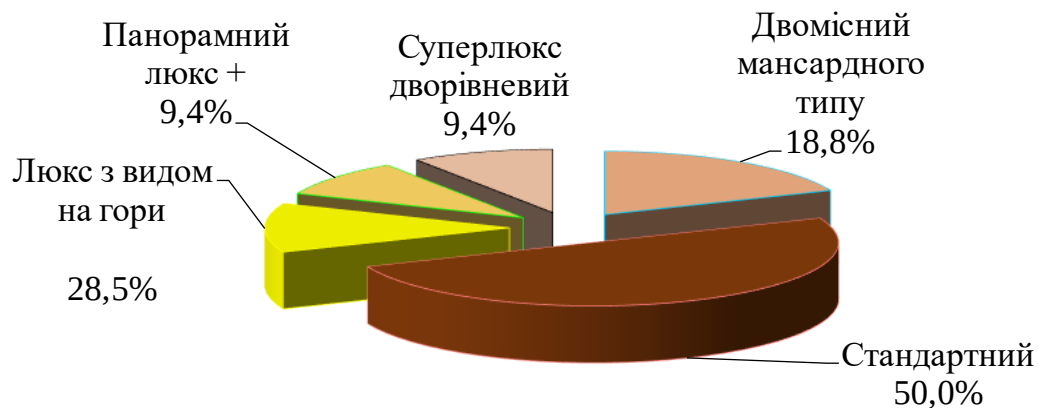


Рис. 2.1. Номерний фонд закладу

Провідним показником виконання програми обслуговування в готелі є облік наданих ліжок/діб. Виконання виробничої програми досліджуваного закладу готельної сфери «N» за трирічний період наведене в табл. 2.2.

Результати обчислень показників, наведених у таблиці 2.2 свідчить про сприятливу динаміку показників виконання програми обслуговування. Показник «кількість ліжок-діб в інвентарі» не змінюється, по причині новизни готелю та відсутності тривалих ремонтних робіт. Показник «кількість наданих ліжок/діб» має тенденцію до збільшення. Показник «Коефіцієнт використання номерного фонду» демонструє достатньо високі показники в порівнянні з середніми значеннями по країні і коливається має 61

Аналіз виробничої програми

Показники	Роки			Абсолютне відхилення		
	1-й	2-й	3-й	2-й/1-го	3-й/2-го	3-й/1-го
Кількість номерів	32	32	32	0	0	0
Одноразова місткість, місць	64	64	64	0	0	0
Ліжко/добы в інвентарі	23360	23360	23360	0	0	0
Ліжко/добы простою	1117	1015	1123	-102	108	6
Ліжко/добы в експлуатації	22243	22345	22237	102	-108	-6
Надано ліжко/діб	14051	15244	15828	1193	585	1777
Коефіцієнт завантаження, %	63,17	68,22	71,18	5,05	2,96	8,01
Коефіцієнт використання номерного фонду, %	60,15	65,26	67,76	5,11	2,50	7,61
Обслуговано приїжджих, осіб	3186	3395	3367	209	-27	182
Середній час перебування 1 приїжджого, днів	4,41	4,49	4,7	0,08	0,21	0,29

та 72 %, що свідчить про високу завантаженість закладу. Але кількість обслугованих гостей коливається від 3186 до 3367, що зумовлено збільшенням показника «середній час перебування гостей» який за три роки зріс з 4,41 до 4,7 днів.

Заклад приділяє значну увагу дослідженню власного контингенту гостей шляхом проведення анкетування. Для аналізу візьмемо його дані за три роки (табл. 2.2)

Таблиця 2.2

Аналіз переваг гостей для відпочинку в готелі

Показники	Роки			Відхилення					
	1-й	2-й	3-й	2-й/1-го		3-й/2-го		3-й/1-го	
	осіб	осіб	осіб	осіб	%	осіб	%	осіб	%
Кількість обслугованих гостей	3186	3395	3367	209	6,6	-28	-0,8	181	5,7
у т.ч.:									
Відпочинок на гірськолижному курорті	1418	1494	1455	76	5,4	-39	-2,6	37	2,6
Рекреаційний відпочинок та оздоровлення в природному оточенні	1249	1426	1451	177	14,2	25	1,8	202	16,2
Відпочинок на свята	245	251	229	6	2,4	-22	-8,9	-16	-6,7
Поєднання відпочинку з екскурсійною програмою	274	224	232	-50	-18,2	8	3,7	-42	-15,2

Аналіз даної таблиці дозволяє зробити такі висновки щодо контингенту споживачів закладу: найбільшими сегментами та мотивами для вибору закладу є два основних які протягом всіх років мали практично однакові значення. На першому місці знаходиться відпочинок на гірськолижному курорті який в усередненому значенні становить майже 44 %, що власно кажучи є очевидним враховуючи первинне цільове відкриття закладу який мав саме таку спеціалізацію. Зміна контингенту споживачів почалася в зв'язку з політичними подіями 2014 року, і тоді контингент став більш різноманітним за рахунок зростання кількості гостей в літні місяці. Тоді в 2019 році на території закладу побудували басейн, що значно підвищили

рівень завантаження в літні місяці. Тому на другій сходинці стоїть мотив-рекреаційний відпочинок та оздоровлення в природному оточенні. Який характерний саме для гостей в літній сезон роботи закладу. Повну структуру гостей можна побачити на рис. 2.2.

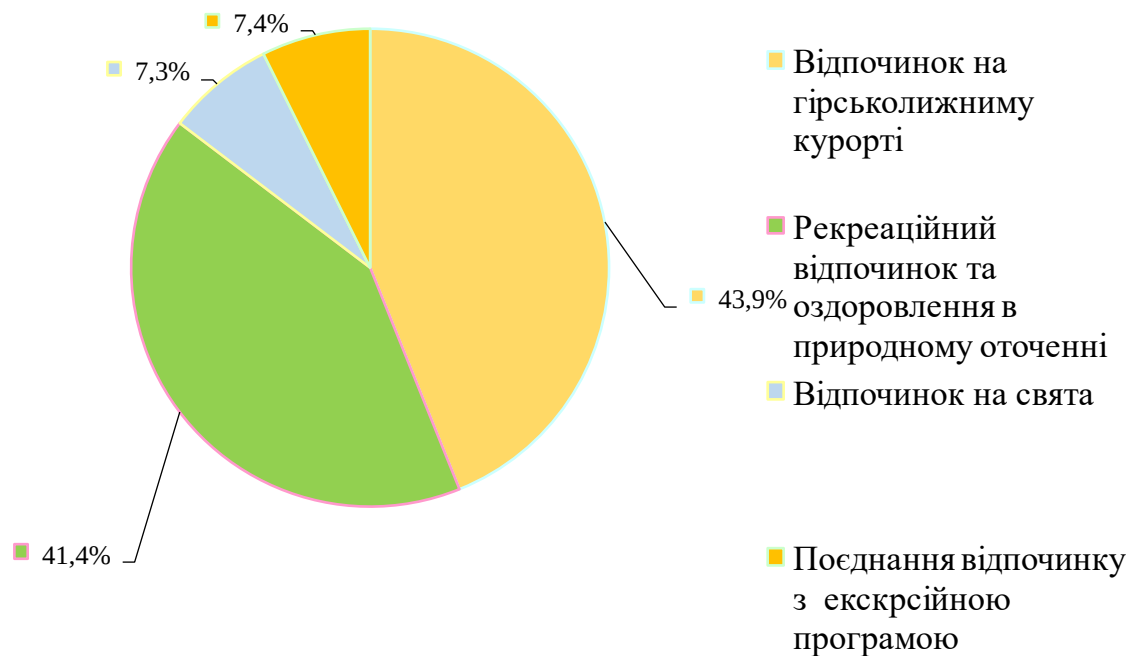


Рис. 2.2. Розподіл гостей закладу по мотивах відпочинку

Інші мотиви також є доволі показовими для відвідувачів Карпатського регіону. Так відпочинок на свята та у вихідних дні в середньому займає до 7,3 % від кількості гостей, проте в абсолютному вимірі цей мотив незначно знижується, що природно пояснюється зниженням доходів і перевазі більш тривалих подорожей. Інший традиційний мотив для відвідування регіону - пізнавальний відпочинок, проте як видно з діаграми він не став переважаючим для даного закладу в першу чергу місце розташування та доволі недемократичну цінову політику, зокрема для розміщенні організованих груп.

Наступника характеристика споживачів це вік. Вікова структура гостей закладу усталена і представлена на рис. 2.3. так діти віком до 16 років становлять 11 % відпочиваючих, молодь у віці до 27 років це другий за ємність сегмент споживачів який має 21,2 %. Найпотужнішим сегментом гості середнього віку – 55, 1%.

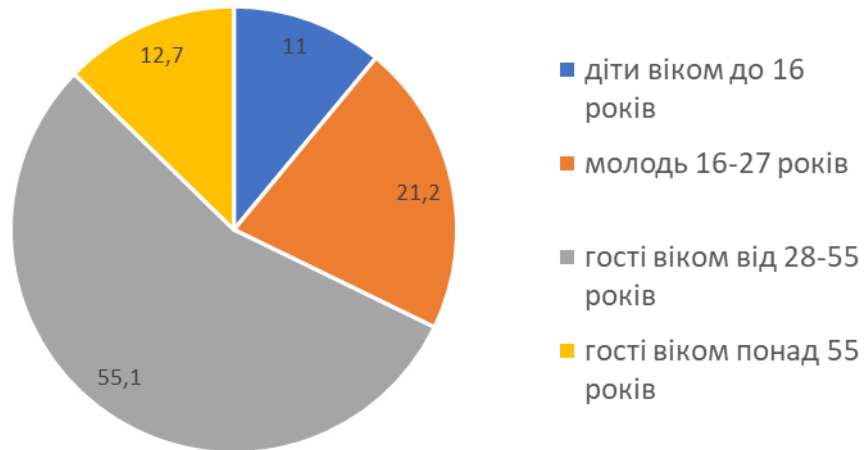


Рис. 2.3. Вікові характеристики гостей готелю, %

А найменшу численну категорію утворюють гості у віці більше 55 років - 12,6 %.

Також анкета передбачала визначення професійної приналежності та зайнятості гостей. Результати по цім відповідям демонструє діаграма на рис. 2.4.



Рис. 2.4. Розподіл гостей закладу по професіям, %

Проведений аналіз дозволяє встановити що 25,3% обслугованих – ІТ фахівці, 22,1% - підприємці, 14,4% - державні службовці, 12,7 % - менеджери; 9,7 %- військовослужбовці, 8,5 % студенти, 7,3 1% - пенсіонери.

Для визначення задоволеності клієнтів та можливостей вдосконалення надання додаткових послуг в анкетах був закладений ще цілий ряд питань, з якого для даного дослідження найбільш актуальним є запитання щодо пропозицій по розширенню послуг закладу. Для відповідей пропонувався набір варіантів послуг, які менеджмент закладу вбачає можливими для впровадження. Кожний гість міг обрати не менше ніж три послуги і пропонувати власний варіант. Результати відповідей на це запитання за три роки представлені на рис. 2.5.

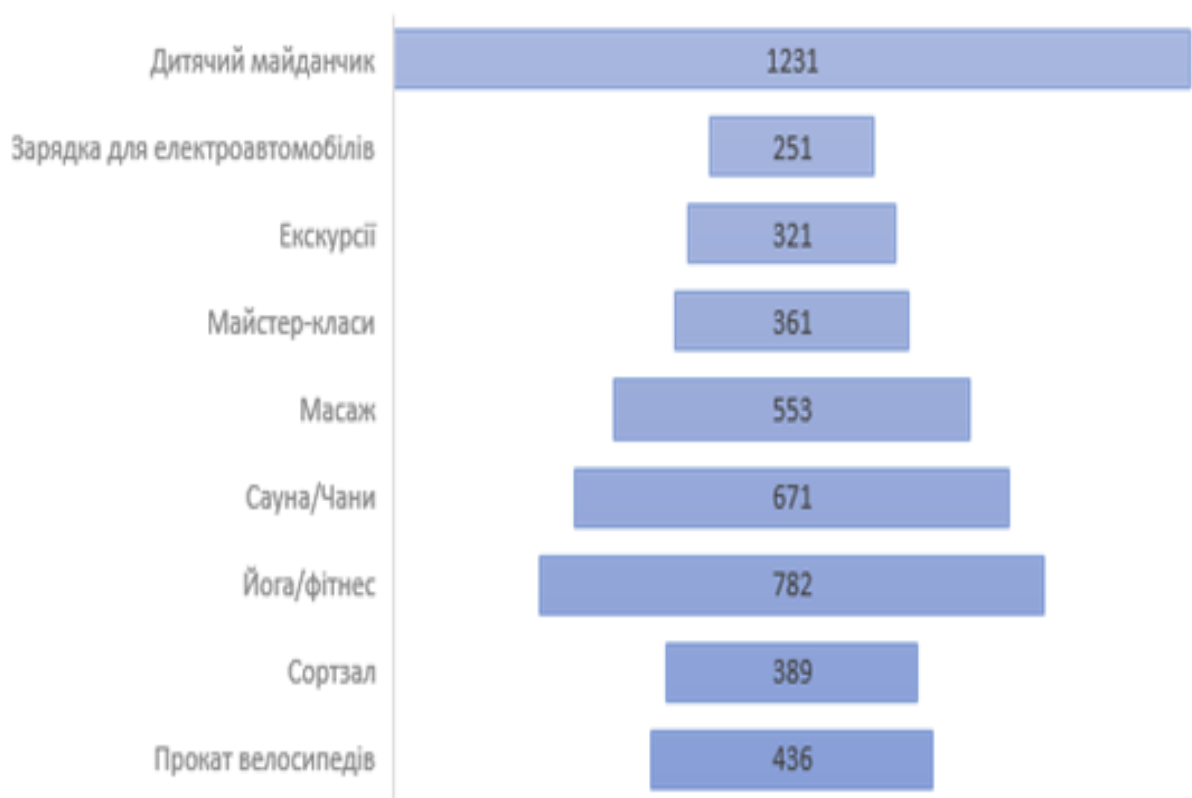


Рис. 2.5. Результати анкетування гостей щодо варіантів запровадження додаткових послуг в закладі

Представлені результати свідчать, що найбільше серед пропонованих додаткових послуг гості зазначили користуватися групою оздоровчо-релаксаційних послуг (його, фітнес, сауна, чани, масаж) та організацію дитячого майданчику. Тенденція зміни переваг відпочиваючих у бік оздоровлення є загальною тенденцією на курорті. Ці результати будуть враховані при розробці пропозицій третього розділу кваліфікаційної роботи.

2.3. Аналіз обсягів діяльності та фінансових результатів

Оцінювання діяльності закладу готельної сфери доцільно здійснювати на основі системи абсолютних економічних показників, які дають змогу визначити загальні результати його функціонування за певний період. До основних абсолютних показників, що характеризують ефективність господарської діяльності готелю, належать: обсяг реалізації продукції, робіт і послуг; повна собівартість наданих послуг; прибуток від реалізації; прибуток до оподаткування; чистий прибуток, що залишається у розпорядженні підприємства після сплати податків.

Основну частину доходів готельного підприємства формують надходження від експлуатації номерного фонду, тобто реалізації послуг проживання, а також доходи від надання додаткових сервісів. До загальної структури доходів можуть також входити інші надходження, не пов'язані безпосередньо з основною діяльністю. Їх урахування є важливим, оскільки вони впливають на формування валового прибутку, фінансовий результат діяльності та рівень рентабельності підприємства.

Проведемо аналіз абсолютних показників діяльності готелю, визначимо динаміку його доходів і витрат, а також виявимо загальні тенденції зміни прибутковості. Це створює основу для розроблення управлінських рішень щодо підвищення результативності діяльності готельного підприємства. Напочатку розглянемо доходи за останні три роки, на основі таблиці 2.3.

З даних таблиці 2.3 видно, що в закладі спостерігається сприятлива позитивна тенденція до щорічного збільшення отриманих доходів. Кожного року поступово збільшується показник отримання доходів від основного виду діяльності, при цьому зазначимо, що контингент обслуговуваних гостей - це головним чином громадяни України.

Таблиця 2.3

Доходи закладу готельної сфери

Показники	Роки			Абсолютне відхилення		
	1-й	2-й	3-й	2-й/1-го	3-й/2-го	3-й/1-го
Доходи від основного виду діяльності	18012	19709	20272	1696,5	562,9	2259,4
у т.ч.:						
– доходи від обслуговування іноземних громадян	461,1	585,4	648,7	124,2	63,3	187,6
– доходи від обслуговування громадян України	17551,3	19123,5	19623,1	1572,3	499,6	2071,8
Доходи від додаткових послуг	8390,2	10159,9	9773,0	1769,8	-386,9	1382,9
Інші доходи	2,8	3,6	4,3	0,8	0,7	1,5
Податки та інші вирахування	5280,5	5973,8	6009,0	693,3	35,2	728,5

Графічно доходи закладу представлені на рис. 2.6. Проте виходячи з теми кваліфікаційної роботи фокус нашої уваги зосереджений саме на додаткових послугах. Тож розглянемо ситуацію з доходами які готель отримує від надання цього виду послуг. Як видно з таблиці динаміка від даного виду діяльності нестабільна. Так якщо в другому році спостерігається збільшення доходів то вже в третьому вони знову знизилися. При цьому варто зазначити, що в кожному з розглянутих років на додаткові послуги припадає від 32 до 35 % доходів готельного підприємства, що в цілому на перший погляд відповідає світовим показникам, але в даному випадку слід врахувати, що в ці послуги включені і послуги харчування, а це вже значно зменшує зазначений показник. І відповідно така ситуація вказує на

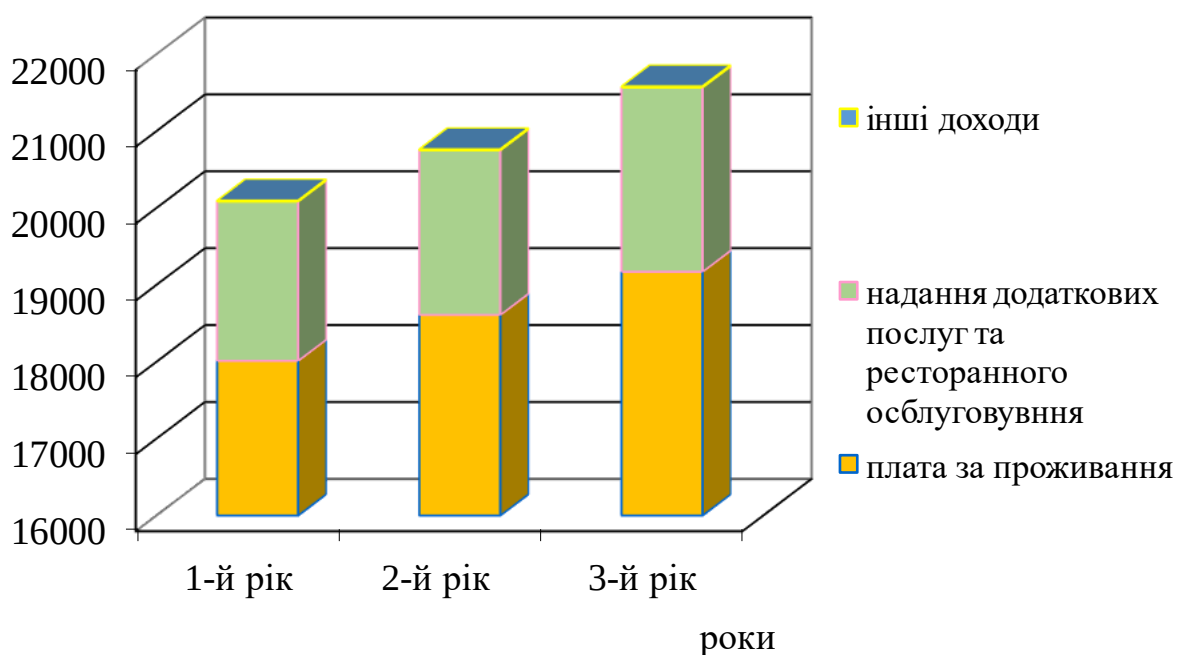


Рис. 2.6. Динаміка доходів

необхідність внесення коректив щодо структури додаткових послуг в даному закладі. Левову долю доходів готель одержує від обслуговування громадян України по наданню основних послуг. Так протягом аналізованого періоду цей показник коливається від 96,7 до 97,4 %. При цьому спостерігається тенденція його зменшення у відсотковому значенні на тлі незначного підвищення доходів від обслуговування іноземних громадян. Графічно ця структура представлена рис. 2.7.

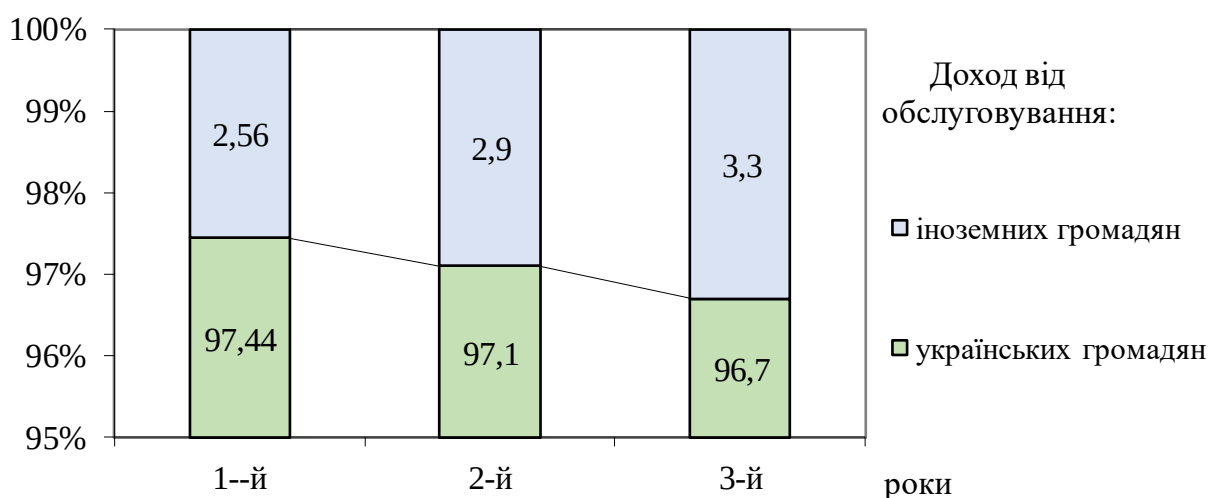


Рис. 2.7. Розподіл доходів від основної діяльності

Проте на збільшення доходів впливають численні фактори. В третьому році збільшилися складові доходів від надання послуг номерного фонду, це звісно є значним позитивним моментом для готельного підприємства проте є дві найбільш важливі причини які впливають на цей показник - бути збільшенням обсягів обслуговування й / або ростом цін на перебування в готелі.

Залежність доходу визначається такою формулою:

$$D = Q \times t, \quad (2.1)$$

де D - дохід від основної діяльності;

Q - обсяг реалізованих послуг (ліжко/діб);

t - середній тариф за 1 ліжко/добу (грн).

На основі формули 2.1, виконаємо аналіз динаміки доходів закладу готельної сфери за два роки, за даними табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Динаміка доходу

Показники	Умовні позначки	Роки		Абсолютне відхилення	Індексний показник
		2-й	3-й		
Доходи від основного виду діяльності, тис. грн.	D	19709	20272	572	1,037
Фактори, що впливають на виконання плану доходу:					
Кількість наданих ліжко/діб, л/д	Q	15244	15874	630	1,0413
Середній тариф за 1 ліжко/добу, тис. грн.	t	1,2929	1,2771	-0,0159	0,9877

Застосовуємо метод ланцюгових підстановок і виклинемо розрахунок визначення впливу факторів на дохід:

1) Вплив кількості наданих ліжко/діб:

$$\Delta D_Q = (Q_1 - Q_0) \times t_0$$

$$\Delta D_Q = (15874 - 15244) \times 1,0413 = 14,2 \text{ тис. грн.}$$

2) Вплив середнього тарифу:

$$\Delta D_t = Q_1 \times (t_1 - t_0)$$

$$\Delta D_t = 15874 \times (1,2771 - 1,2771) = 25,07 \text{ тис. грн.}$$

Сумарний вплив обох факторів:

$$14,2 + 25,7 = 39,9 \text{ тис. грн.}$$

Далі, підрахуємо відносний вплив факторів на результати зміни доходу закладу готельної сфери:

$$ID_Q = 14,2 / 15874 \times 100 \% = 0,089 \%$$

$$ID_t = 25,07 / 15874 \times 100 \% = 0,15 \%$$

Сумарний відносний вплив:

$$ID = 0,089 \% + 0,15 \% = 0,24 \%$$

Підрахуємо питому вагу впливу кожного фактору шляхом перерозподілу абсолютного впливу на загальну суму відхилення:

$$B_Q = 14,2 / 630 \times 100 \% = 2,25 \%$$

$$B_t = 25,07 / 630 \times 100 \% = 3,97 \%$$

Як доводять результати проведених розрахунків факторного аналізу, підвищення доходу в 3-му році на 0,15 % або на 25,07 тис. грн. відбулося за рахунок збільшення рахунок збільшення середнього тарифу і на 0,089 % та 14,2 тис. грн за рахунок збільшення кількості наданих ліжок/діб.

Тобто зростання доходів на 2,25 % обумовлено підвищення кількості надання послуг розміщення, і на 3,97 % - підвищення тарифів на проживання.

Собівартість надаваних послуг закладів готельної сфери складається з численних статей витрат, пов'язаних з забезпеченням функціонування закладу (водопостачання, електроенергія, теплопостачання) та інших побутових ресурсів, необхідних матеріалів і інших витрат на виробництво й реалізацію основних і додаткових послуг і становить вартісне вираження сукупності витрат, пов'язаних з наданням цих готельних послуг.

Структуру собівартості послуг готельного підприємства розберемо по таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Статті витрат та структура собівартості послуг підприємства, тис. грн

Показники	Роки			Абсолютне відхилення		
	1-й	2-й	3-й	2-й/1-го	3-й/2-го	3-й/1-го
1	2	3	4	5	6	7
Фонд оплати праці	1121,8	1246,7	1372,2	124,9	125,5	250,4
Нарахування на з/п	274,4	320,6	347,4	46,2	26,8	73,1
Амортизація	624,7	590,2	562,5	-34,5	-27,7	-62,2
Продукти харчування	4291,8	4417,7	4765,1	126,0	347,4	473,4
Медикаменти	3,57	4,69	5,42	1,1	0,7	1,9
Поточний ремонт	231,5	341,1	327,6	109,5	-13,4	96,1
Господарчі видатки	1084,1	1232,7	1428,9	1084,1	1232,7	1428,9
У тому числі:						
-опалення й гор. водопостачання	238,6	245,3	258,1	6,7	12,8	19,5
-електроенергія	229,1	237,0	254,4	7,8	17,4	25,2
-водопостачання	202,5	246,2	263,9	43,7	17,8	61,4
-прання білизни	78,5	81,9	97,5	3,4	15,6	19,0
-утримування приміщень	55,6	81,3	93,4	25,8	12,1	37,9
-видатки на гігієну	56,1	63,6	74,1	7,5	10,6	18,0
-благоустрій	73,8	92,1	161,3	18,3	69,2	87,5
-транспортні видатки	46,6	61,6	73,1	15,0	11,5	26,5
-придбання МБП	76,6	89,3	107,5	12,8	18,2	31,0
-охорона праці, спецодяг	26,7	34,5	45,6	7,8	11,1	18,9
Інші (пошта, канцелярія, командир.)	12,7	15,6	18,2	2,9	2,6	5,5
Усього витрат	7644,4	8169,1	8827,4	524,7	658,2	1182,9

Протягом аналізованого періоду відбувся ріст собівартості послуг підприємства на 1182,9 тис. грн.

Варто відзначити поступове і неухильне збільшення всіх статей витрат, зокрема, господарчих видатків.

Результати аналізу статей видатків представлених в таблиці 2.5 свідчать що за досліджуваний період у їх структурі не відбулися зміни і в пропорційному відношенні їх значення залишаються практично незмінними.

Найвагомішу складову має закупівля продуктів харчування, на другому місці знаходиться оплата праці, на третьому - господарчі видатки. Слід відзначити нестабільні показники значення видатків таку статтю як поточний ремонт.

Також закономірним представляється зростання питомої ваги господарських видатків (з 17,87 % до 22,2 %) через постійне зростання тарифів на електроенергію, тепло та водопостачання. І таке саме закономірне зниження ваги видатків на амортизацію. По інших статтях видатків не спостерігається значних відхилень.

На діаграмі рис. 2.8 показана усереднена структура собівартості реалізованих послуг.

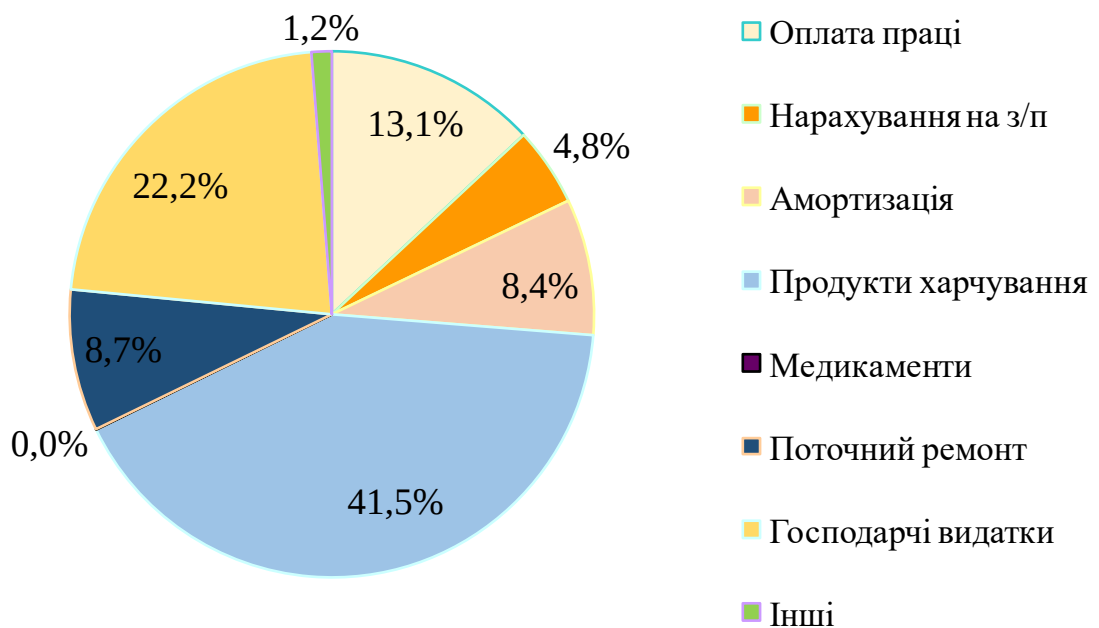


Рис. 2.8. Середня за період структура собівартості

Завершальним етапом аналізу діяльності підприємства готельної сфери є розгляд результатів фінансової діяльності. Від допомагає оцінити реальний стан справ на підприємстві й визначити практичні заходи, спрямовані на підвищення ефективності роботи.

За трирічний період формування фінансового результатів представлено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Фінансові показники діяльності підприємства готельної сфери, тис. грн.

Показники	Роки			Абсолютне відхилення		
	1-й	2-й	3-й	2-й/1-го	3-й/2-го	3-й/1-го
1	2	3	4	5	6	7
Дохід від реалізації послуг	26402,0	29869,0	30045,1	3467,0	176,1	3643,1
ПДВ	5280,4	5973,8	6009,0	693,4	35,2	728,6
Чистий дохід від реалізації послуг	21121,6	23895,2	24036,1	2773,6	140,9	2914,5
Собівартість реалізованих послуг	16318,8	18050,5	17478,5	1731,7	-572,0	1159,7
Доход від іншої реалізації (відсотки до одержання, оренда й ін)	2,8	3,6	4,3	0,8	0,7	1,5
Інші витрати (адміністративні, комерційні)	525,4	651,4	748	126,0	96,6	222,6
Фінансовий результат (до оподаткування)	4280,2	5196,9	5813,9	916,7	617,0	1533,7
Податок на прибуток	1070,1	1299,2	1453,5	229,2	154,3	383,4
Чистий прибуток	3210,2	3897,7	4360,4	687,5	462,8	1150,3

Співвідношення доходів та чистого прибутку закладу готельної сери показано на рис. 2.9.

тис.грн.

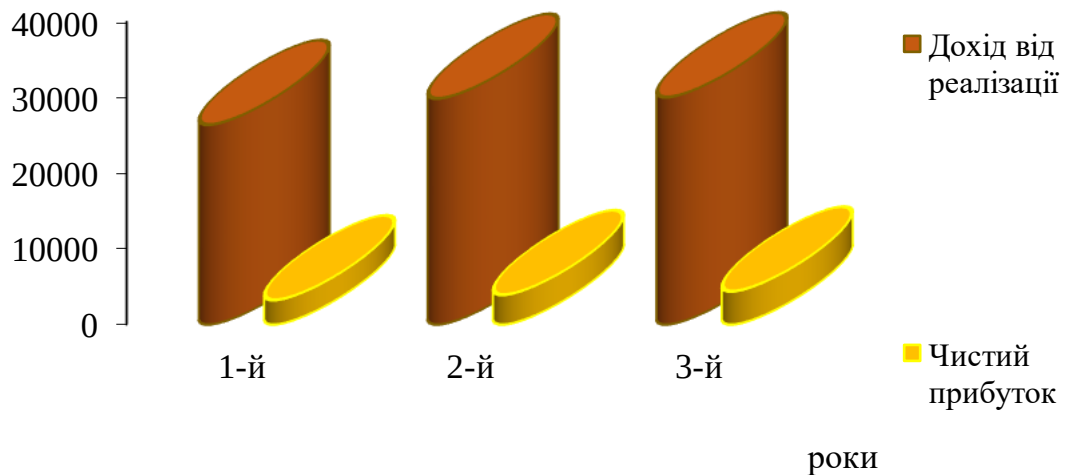


Рис. 2.9. Доходи та прибутки закладу готельної сфери за три роки

Представлені дані свідчать про стабільну та ефективну роботу досліджуваного закладу. В цілому динаміка позитивні визначається значними показниками, але також варто зауважити що якщо збільшення в другому році відбулося на 687,5 тис. грн то в третьому по відношенню до другого року це значення знизилося і становило вже 462,8 тис. грн. Така ситуація характеризує положення готелю як стабільне, але потрібно намагатися підтримувати щорічне збільшення цього показника.

Підсумками за результатами аналізу маємо такі узагальнення: середній коефіцієнт завантаження досить високий - 67 %; кількість обслуговуваних гостей незначно зменшується на фоні збільшення тривалості перебування; відбувається поступове збільшення собівартості, але і збільшення чистого прибутку в основному за рахунок підвищення тарифів, що надалі може привести до погіршення фінансових результатів. Для подальшої ефективної роботи закладу необхідно продовжувати вивчати додаткові ринки збуту, розробляти та впроваджувати новітні різновиди додаткових послуг.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЇ ПО ВДОСКОНАЛЕННЮ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ЗАКЛАДІ ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ «N»

3.1. Обґрунтування вибору напрямку вдосконалення надання додаткових послуг в закладі готельної сфери

Проведений аналіз споживчих уподобань гостей щодо впровадження нових додаткових послуг засвідчив наявність попиту на розширення сервісної пропозиції готелю. За результатами дослідження, найбільш затребуваними серед потенційних додаткових послуг є такі напрями, подані в порядку зменшення частоти вибору респондентами:

- організація дитячого майданчику
- йога-фітнес;
- сауна/чани;
- масаж;
- прокат велосипедів;
- спортзал;
- організація екскурсій.

Отримані результати свідчать про те, що гості закладу зацікавлені у додаткових можливостях для оздоровлення, відновлення фізичного та психоемоційного стану що в цілому відповідає сучасним тенденціям розвитку готельної сфери, коли додаткові послуги групи wellness вже стають невід'ємною частиною готельного сервісу і розглядаються як важливий інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Водночас слід зазначити, що наявний перелік додаткових сервісів у досліджуваному підприємстві готельної сфери є досить обмеженим. Його розширення є доцільним як з погляду підвищення якості обслуговування, так і з позиції формування додаткових джерел доходу.

З огляду на те, що готель розташований на території великого

курортного комплексу та має вигідне центральне місцезнаходження, він володіє значним потенціалом для розвитку додаткового сервісу. Таке розташування створює сприятливі умови для впровадження послуг, орієнтованих на оздоровлення оскільки спеціалізація Буковелю поступово розширюється і перестає бути суто гірськолижною, або літньо-відпочинковою. Для розробки пропозиції додаткових послуг в кваліфікаційній роботі була обрана група оздоровчих послуг або wellness. Wellness-послуги - це комплекс додаткових послуг, спрямованих на підтримання здоров'я, фізичне відновлення, релаксацію та покращення психоемоційного стану гостей. До них можуть входити SPA-процедури, масаж, сауна, хамам, басейн, джакузі, фітнес-зал, йога, медитаційні практики та оздоровчі програми. Окрему групу становлять послуги догляду за тілом і обличчям, зокрема косметологічні процедури, ароматерапія, обгортання та програми детоксу. Також wellness-сервіс часто доповнюється лікувально-оздоровчими процедурами, дієтичним або збалансованим харчуванням, консультаціями фахівців зі здорового способу життя. Ці послуги були обрані і з позиції можливого розширення в майбутньому на перспективу. Серед широкого спектру можливих варіантів для досліджуваного закладу було обрано організацію кріосауни. Цей вибір ґрунтується також і на результатах аналізу конкурентного середовища, який представлений в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1.

Конкурентне середовище послуги кріосауна на курорті Буковель

Готель	Категорія готелю	Система оплати	Вартість за сеанс, грн. *
1	2	3	4
HAY Boutique Hotel & Spa	5*	Окремо оплачується	700
Radisson Blu Resort Bukovel	5*	Для гостей зі знижкою	800
Mountain Residence Wellness & SPA	4*	Окремо оплачується	650
Rest&Ski Spa Resort	4*	Окремо оплачується	600

Продовження таблиці 3.1

1	2	3	4
Phoenix Relax Park	4*	Окремо оплачується	550
Gold Palace SPA Resort	4*	У складі SPA пакету	650
Marion Spa Bukovel	4*	Окремо оплачується	500
Tavel Hotel & SPA	4*	Для гостей зі знижкою	550
Diamond Resort Bukovel	4*	У складі SPA пакету	600
Ganz & SPA	4*	Окремо оплачується	500
Marmaros Apart-Hotel & Spa	3*	У складі SPA пакету	450
Milli&Jon	3*	Для гостей безкоштовно SPA зона	400
Bukville Hotel & SPA	3*	Окремо оплачується	450
Chevalier & SPA	3*	Окремо оплачується	420
Konopka Forest Home & SPA	3*	У складі wellness	500

*Вартість зазначена за один сеанс кріотерапії/користування кріосауною для сторонніх гостей або в складі SPA-послуг закладу

В результаті проведеного аналізу можливо зробити такі основні висновки. У Буковелі готелі різних категорій пропонують послуги кріосауни або інші види кріотерапії в межах власних SPA та wellness-комплексів. При цьому станом на початок 2025 року в межах курорту Буковель та його найближчих околиць (Поляниця, Яблуниця, Татарів) функціонує близько 150 готелів, апартаментів, шале та котеджів (за даними платформи Booking.com). Частка закладів, що пропонують кріотерапевтичні процедури, залишається порівняно невеликою, що свідчить про перспективність розвитку даного напрямку рекреаційних послуг.

Послуга кріосауни представлена переважно у готелях середнього та преміального сегментів, які мають сучасні SPA-комплекси та wellness-зони. У

бюджетних закладах така процедура зустрічається значно рідше через високу вартість обладнання та потребу у спеціалізованому обслуговуванні.

Залежно від категорії закладу змінюється і система оплати. У більшості готелів кріосауна є окремою платною процедурою, тоді як у преміальних SPA-комплексах вона може входити до складу wellness-пакетів або надаватися зі знижкою для гостей готелю. Середня вартість одного сеансу кріотерапії для сторонніх відвідувачів становить приблизно 500-800 грн.

В цілому проведений аналіз підтверджує доцільність впровадження послуги кріосауни в діяльність досліджуваного готелю, оскільки даний напрямок wellness-рекреації залишається недостатньо поширеним та має потенціал для подальшого розвитку на курорті Буковель.

3.2. Характеристика запровадження додаткової готельної послуги - кріосауна

Кріосауна - це спеціалізована процедура короткочасного впливу наднизьких температур на організм людини. Під час проведення процедури тіло людини перебуває у спеціальній камері або капсулі, де температура повітря може становити від -110°C до -160°C . При цьому тривалість сеансу зазвичай складає від 2 до 5 хвилин, що дозволяє уникнути переохолодження організму та забезпечує безпечний терапевтичний ефект. Основною особливістю кріосауни є те, що охолодження відбувається дуже швидко, але поверхнево, без суттєвого зниження внутрішньої температури тіла [24].

Принцип дії кріосауни базується на реакції організму на різке короткочасне охолодження. Під впливом низьких температур активізуються захисні механізми організму, покращується кровообіг, стимулюється робота серцево-судинної системи та прискорюються обмінні процеси. Після завершення процедури судини розширюються, що сприяє інтенсивному насиченню тканин киснем і поживними речовинами. Саме тому кріотерапія широко застосовується не лише у рекреаційній сфері, а й у медицині,

спортивній реабілітації та косметології.

Лікувальні чинники кріосауни

У сучасних умовах розвитку wellness-індустрії та рекреаційної медицини все більшої популярності набувають методи немедикаментозного оздоровлення організму. Одним із таких методів є кріотерапія, зокрема процедура кріосауни. Основою дії кріосауни є короточасний вплив наднизьких температур на організм людини, у результаті чого активізуються природні механізми адаптації та самовідновлення. Саме сукупність фізіологічних реакцій організму на холод формує лікувальні чинники кріосауни які представлені на рис. 3.1.



Рис. 3.1. Лікувальні чинники кріосауни

Одним із найважливіших лікувальних ефектів кріосауни є стимуляція кровоносної системи. Після короточасного впливу холоду організм починає інтенсивніше транспортувати кров до внутрішніх органів та м'язів. Це сприяє покращенню живлення тканин, прискоренню виведення продуктів обміну речовин та підвищенню загального тонуусу організму. Завдяки цьому кріотерапія часто використовується як допоміжний засіб у програмах реабілітації після фізичних навантажень та перевтоми [24].

Важливим лікувальним чинником є також вплив кріосауни на нервову систему людини. Під час процедури організм переживає короткочасний стрес, у відповідь на який активізується вироблення ендорфінів, адреналіну та інших біологічно активних речовин. У результаті після завершення процедури людина відчуває приплив енергії, покращення настрою та зменшення психоемоційного напруження. Саме тому кріосауна широко використовується для боротьби зі стресом, емоційною втомою та хронічним перевантаженням.

Кріотерапія позитивно впливає і на м'язову систему організму. Під впливом низьких температур відбувається зменшення запальних процесів у м'язових тканинах, знижується больова чутливість та прискорюється відновлення після фізичних навантажень. Особливо актуальним це є для спортсменів та людей, які ведуть активний спосіб життя. Після тренувань або тривалих фізичних навантажень кріосауна допомагає зменшити м'язовий біль, втому та відчуття перенапруження.

Ще одним важливим лікувальним чинником є протизапальний ефект кріосауни. Під впливом холоду зменшується активність запальних процесів у тканинах, що сприяє полегшенню стану при деяких захворюваннях опорно-рухового апарату. Саме тому кріотерапія інколи застосовується як допоміжна процедура при артритах, болях у суглобах, м'язових травмах та інших хронічних запальних процесах [23].

Особливе значення має вплив кріосауни на обмін речовин. Під час охолодження організм витрачає значну кількість енергії на підтримання стабільної температури тіла, що стимулює метаболічні процеси. У результаті покращується обмін речовин, активізується спалювання калорій та підвищується загальна енергетична активність організму. Саме тому кріотерапія інколи використовується як додатковий елемент програм корекції маси тіла.

Кріосауна також позитивно впливає на імунну систему людини. Короткочасний вплив низьких температур стимулює захисні функції організму та підвищує його адаптаційні можливості. Регулярне проходження

процедур може сприяти підвищенню стійкості організму до змін навколишнього середовища та сезонних захворювань. Завдяки цьому кріотерапія розглядається не лише як рекреаційна, а й як профілактична оздоровча процедура.

Важливим лікувальним чинником кріосауни є її вплив на шкіру та косметологічний стан організму. Низькі температури стимулюють кровообіг у поверхневих шарах шкіри, сприяють покращенню її тонусу та активізації вироблення колагену. У результаті шкіра стає більш пружною, покращується її зовнішній вигляд та еластичність. Саме тому кріотерапія активно використовується у косметології та anti-age програмах [24].

Крім фізіологічного впливу, кріосауна має важливий рекреаційний ефект. Процедура допомагає людині відновити сили, знизити рівень втоми та покращити загальне самопочуття. У сучасних умовах постійного стресу, інформаційного перевантаження та високого темпу життя такі процедури стають важливим елементом відновлення психоемоційного балансу людини.

Важливим аспектом є поєднання кріосауни з іншими рекреаційними та оздоровчими процедурами. У багатьох SPA-комплексах кріотерапія використовується разом із масажем, гідротерапією, сауною, ароматерапією та фітнес-програмами. Комплексний підхід дозволяє посилити лікувальний та релаксаційний ефекти, а також забезпечити більш повне відновлення організму.

Разом із численними позитивними ефектами кріосауна має певні обмеження та протипоказання. Процедура не рекомендується людям із тяжкими серцево-судинними захворюваннями, неконтрольованою гіпертонією, онкологічними захворюваннями, гострими інфекційними процесами, епілепсією та індивідуальною непереносимістю холоду. Саме тому перед проходженням курсу кріотерапії необхідною є консультація спеціаліста та оцінка стану здоров'я людини.

Ефективність кріосауни значною мірою залежить від правильності організації процедури. Важливе значення мають температура, тривалість

сеансу, технічний стан обладнання та дотримання правил безпеки. Надмірний або неправильний вплив холоду може мати негативні наслідки для організму, тому проведення процедури повинно здійснюватися під контролем кваліфікаованого фахівця.

Для досягнення вираженого терапевтичного і оздоровчого ефекту рекомендується проходження курсу кріосеансів з 10-15 процедур. Регулярне використання кріосауни сприяє покращенню самопочуття, підвищенню працездатності, зміцненню імунної системи та пришвидшенню відновлення після фізичних навантажень. Розглянемо вплив кріосауни на системи організму людини (рис. 3.2).

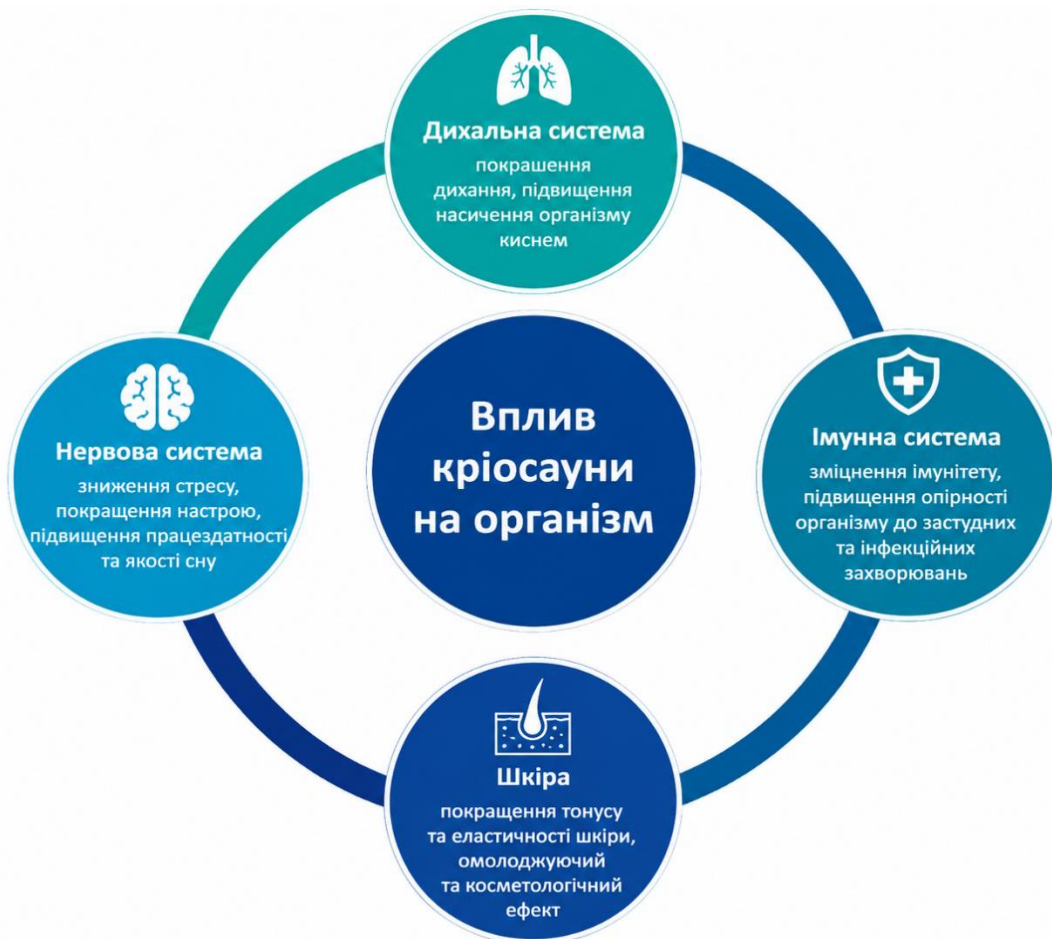


Рис. 3.2. Вплив кріосауни на організм людини

Дихальна система. Під час процедури кріотерапії відбувається короточасний вплив наднизьких температур, що стимулює активізацію дихальної системи та покращує насичення організму киснем. Завдяки посиленню кровообігу і покращенню вентиляції легень підвищується

ефективність газообміну та загальний тонус організму. У результаті людина відчуває приплив енергії, полегшення дихання та покращення самопочуття.

Імунна система. Короточасний вплив холоду активізує захисні механізми організму та стимулює роботу імунної системи. Регулярне проходження процедур сприяє підвищенню стійкості організму до сезонних застудних та вірусних захворювань. Крім цього, покращуються обмінні процеси, прискорюється виведення продуктів обміну речовин та підвищується адаптація організму до стресових факторів навколишнього середовища.

Нервова система. Кріосауна позитивно впливає на психоемоційний стан людини. Під впливом низьких температур організм активізує вироблення ендорфінів, що сприяє покращенню настрою, зменшенню стресу та психоемоційного напруження. Регулярні процедури допомагають знизити прояви хронічної втоми, покращують якість сну та підвищують працездатність. Кріотерапія також використовується як допоміжний засіб для відновлення нервової системи після тривалих навантажень [23].

Шкірні покриви. Вплив низьких температур позитивно позначається на стані шкіри. Під час процедури покращується мікроциркуляція крові, стимулюється вироблення колагену та підвищується еластичність шкіри. Після проходження курсу процедур відзначається покращення тонушу шкіри, зменшення набряків та загальний омолоджувальний ефект.

Таким чином, кріосауна забезпечує комплексний позитивний вплив на організм людини: покращує функціонування дихальної, імунної, нервової та шкірної систем, сприяє загальному оздоровленню, відновленню життєвих сил та підвищенню якості життя без застосування медикаментозних засобів.

Сеанси кріосауни можуть стати ефективним доповненням до профілактики та комплексного лікування різноманітних захворювань і функціональних порушень організму. Найбільш виражений позитивний ефект спостерігається при перевтомі, хронічному стресі, захворюваннях опорно-рухового апарату та відновленні після фізичних навантажень.

Повний перелік представлений схематично на рис. 3.3.



Рис. 3.3. Які захворювання допомагає полегшити кріосауна

Проблеми з опорно-руховим апаратом. До основних показань для використання кріосауни відносять хронічні болі у м'язах та суглобах, наслідки фізичних перевантажень, артрити, артрози та запальні процеси опорно-рухового апарату без стадії загострення. Короточасний вплив наднизьких температур сприяє зменшенню больових відчуттів, зниженню запалення та пришвидшує процеси відновлення тканин. Особливо популярною кріотерапія є серед спортсменів та людей, які ведуть активний спосіб життя, оскільки допомагає швидше відновитися після тренувань і фізичних навантажень.

Порушення кровообігу та втома організму. Кріосауна сприяє активізації кровообігу та покращенню мікроциркуляції крові. Після процедури тканини краще насичуються киснем і поживними речовинами, що позитивно впливає на загальне самопочуття людини. Регулярне проходження процедур допомагає зменшити відчуття хронічної втоми, покращує працездатність та сприяє швидшому відновленню організму після фізичного або емоційного перевантаження [24].

Імунна система та часті застуди. Короточасний вплив низьких температур стимулює захисні механізми організму та підвищує його

адаптаційні можливості. Люди, які регулярно проходять курс кріотерапії, часто відзначають зменшення частоти сезонних застудних захворювань та покращення загальної стійкості організму до вірусних інфекцій. Процедура особливо актуальна в осінньо-зимовий період, коли організм найбільше потребує підтримки імунної системи.

Стан шкіри. Кріотерапія позитивно впливає на стан шкіри та активно використовується у wellness і косметологічних програмах. Під впливом низьких температур покращується кровообіг, стимулюється вироблення колагену та підвищується еластичність шкіри. Після проходження курсу процедур може спостерігатися покращення тонушу шкіри, зменшення набряків та загальний омолоджувальний ефект.

Психоемоційне самопочуття та стрес. Кріосауна позитивно впливає на нервову систему та психоемоційний стан людини. Під час процедури організм активізує вироблення ендорфінів, що сприяє покращенню настрою, зменшенню тривожності та психоемоційного напруження. Регулярні процедури допомагають боротися з хронічною втомою, стресом та порушеннями сну. Після сеансів люди часто відзначають приплив енергії, покращення концентрації та загальне відчуття відновлення організму.

Відновлення після фізичних навантажень. Кріосауна широко застосовується як елемент спортивної реабілітації. Після інтенсивних фізичних навантажень процедура допомагає зменшити м'язовий біль, пришвидшити відновлення організму та знизити рівень перенапруження м'язів. Саме тому кріотерапія активно використовується у спортивних центрах, wellness-комплексах та рекреаційних готелях [23].

Таким чином, кріосауна забезпечує комплексний позитивний вплив на організм людини: допомагає зменшити прояви перевтоми, покращує функціонування імунної, нервової та кровоносної систем, сприяє відновленню після фізичних навантажень та позитивно впливає на загальний стан організму.

Важливо зазначити, що кріосауна не є самостійним методом лікування

серйозних захворювань, однак може ефективно доповнювати традиційні методи терапії та рекреації.

Цільова аудиторія користувачів послуг кріосауни

Кріосауна - сучасна wellness та рекреаційна процедура, яка підходить гостям різного віку та способу життя, тому і категорії споживачів даної послуги достатньо широкі та різноманітні.

Для спортсменів та активних туристів. Гості, які приїждять до Буковелю для катання на лижах, сноуборді, трекінгу чи інших видів активного відпочинку, можуть використовувати кріосауну як ефективний спосіб відновлення після фізичних навантажень. Процедура допомагає зменшити м'язову втоми, полегшує больові відчуття та пришвидшує процес відновлення організму. Саме тому кріотерапія активно використовується у спортивній реабілітації.

Для людей із насиченим графіком та високим рівнем стресу. Кріосауна є корисною для бізнесменів, офісних працівників та людей, які постійно перебувають у стані психоемоційного напруження. Короткочасний вплив холоду стимулює вироблення ендорфінів, покращує настрій та допомагає знизити рівень стресу. Після процедури люди часто відзначають приплив енергії, покращення концентрації уваги та загального самопочуття.

Для відвідувачів SPA та wellness-комплексів. Кріосауна є популярним елементом сучасних SPA-програм. Її часто поєднують із масажем, сауною, басейнами та іншими оздоровчими процедурами. Для пар або гостей, які прагнуть релаксації та відпочинку, кріотерапія створює можливість поєднати оздоровлення організму із комфортним wellness-дозвіллям.

Для людей, які прагнуть покращити фізичну форму та зовнішній вигляд. Кріотерапія сприяє активізації обмінних процесів, покращує кровообіг та позитивно впливає на стан шкіри. Саме тому процедура користується популярністю серед людей, які дбають про фізичну форму та зовнішній вигляд. Після проходження курсу процедур може спостерігатися покращення еластичності шкіри, зменшення набряків та загальний омолоджувальний

ефект.

Для людей похилого віку. За відсутності протипоказань кріосауна може використовуватися людьми старшого віку як елемент підтримання загального тону організму. Процедура сприяє покращенню кровообігу, зменшенню відчуття втоми та підвищенню життєвої активності. Однак для цієї категорії відвідувачів особливо важливо проходити процедуру лише після консультації з лікарем.

Для людей у період відновлення. Кріотерапія часто використовується як допоміжний засіб у період реабілітації після фізичних перевантажень або тривалого стресу. Вона допомагає швидше відновити сили, покращити сон та нормалізувати загальний психоемоційний стан організму. Навіть за відсутності виражених проблем зі здоров'ям кріосауна може використовуватися як профілактична wellness-процедура. Регулярні сеанси допомагають зміцнити імунітет, покращити адаптацію організму до стресових факторів та підтримувати загальний рівень фізичного й емоційного комфорту.

Схематично цільова аудиторія користувачів послуг кріосауни представлена на рис. 3.4.



Рис. 3.4. Цільова аудиторія користувачів послуги кріосауна

Таким чином, кріосауна рекомендована широкому колу відвідувачів: спортсменам, туристам, людям із високим рівнем стресу, прихильникам wellness-відпочинку та особам, які прагнуть підтримувати здоровий спосіб життя.

3.3. Розробка та обчислення прогнозних економічних показників від додаткової готельної послуги - кріосауна

Для реалізації запровадження додаткової послуги кріосауна в закладі готельної сфери готелі «N» необхідно здійснити такі дії:

- Підбір та придбання обладнання (табл. 3.2);
- Ремонт і облаштування приміщення (переобладнання кімнати відпочинку для персоналу в цокольному поверсі закладу).

Таблиця 3.2

Закупівля необхідного обладнання

№	Найменування обладнання	Ціна за одиницю	Кількість, од.	Сума, грн.
1	Кріотерапевтичний апарат Cryomed e-IceChill	2 692 800	1	2 692 800
2	Комплект спеціального одягу для клієнта: терморукавички; термошкарпетки; маска; халат; захисне взуття.	2550	10	25500
3	Шафки для особистих речей	1300	5	6500
4	Меблі для відпочинку та облаштування роздягальні на 5 осіб: крісла для очікування; лави; кулер; стійка ресепшн	17800	1	17800
5	Аптечка та засоби першої допомоги	5200	1	5200
Разом				2 747 800

Для організації даної послуги пропонується використати на класичну кріосауну з азотним охолодженням а новий тип подібного обладнання - електричний кріотерапевтичний апарат Cryomed e-IceChill. Він добре підходить для бізнесу тому що не потребує складного обладнання і являє собою компактне безазотне рішення. Ця інноваційна система використовує передову технологію охолодження, що сприяє рівномірному розподілу температури та чудовим результатам лікування. На відміну від громіздких установок, які займають цілі приміщення, ця система легко підходить практично для будь-якого лікувального простору. Ніяких спеціальних підключень, жодних зовнішніх газопроводів – лише проста та зручна холодолікування всього тіла в компактному корпусі [23, 45].

До основних технічних параметрів кріосауни належать [23]:

- габарити: висота 260 см, довжина 185 см, ширина 155 см;
- електроживлення: 400 V / 3PH / 50 Hz;
- споживання електроенергії: 3,5 kW;
- час виходу на робочу температуру: близько 30 хвилин;
- гарантія: 24 місяці;
- можливість підключення до Wi-Fi / LAN для дистанційного обслуговування та оновлення програмного забезпечення.

Серед функціональних характеристик обладнання варто виділити наявність 20-дюймового дисплея оператора, двосторонньої системи комунікації, автоматизованого режиму роботи та надійного контролю температури. Це дозволяє забезпечити стабільність процедури, зручність керування та підвищений рівень безпеки для користувачів. Конструкція кріокамери має захисний дизайн, спрямований на зменшення ризику людської помилки під час експлуатації. Важливою перевагою Cryomed e-IceChill є те, що обладнання не потребує додаткових чилерів, операторів або інших допоміжних систем. Це робить кріосауну більш зручною для використання в готельній сфері, оскільки її встановлення та подальша експлуатація не вимагають складної інфраструктури. Крім того, автоматичне висушування

зменшує простої протягом дня, що дає змогу ефективніше організовувати графік процедур для гостей [23].

Розглянемо одноразові витрати на облаштування кріосауни представлені в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Одноразові витрати на облаштування кріосауни

Статті витрат	Сума, грн.
Закупівля необхідного встаткування	2 747 800
Перепланування і ремонт приміщення (30 м ² х 4300 грн.) Включають розподіл приміщення на три зони ресепшену та очікування, переодягання та розміщення кріокабіни	129000
Разом:	2 876 800

Пропоноване планування приміщення кріосауни наведене на рис. 3.5.



Рис. 3.5. Планування приміщення кріосауни

З обліком того, що досліджуваний заклад готельної сфери за останній рік мав чистий прибуток на рівні 4360,4 тис. грн., отримання кредитних коштів для реалізації проекту не має сенсу. Тобто інвестування даного

проекту буде здійснюватися за рахунок чистого прибутку, частина якого спрямовується на розвиток підприємства.

Наступним кроком проектування є визначення витрати на надання послуг кріосауни за кожний рік реалізації проекту.

Розрахунок собівартості послуги кріосауни виконується з урахуванням інфляційних процесів, у зв'язку із чим собівартість послуги за кожний наступний рік буде збільшена на 10% від попереднього року.

Угрупування витрат по економічних елементах представимо в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Угрупування витрат по економічних елементах, тис. грн.

Статті витрат	Роки реалізації проекту		
	1	2	3
Матеріальні витрати	167,3	169,1	172,2
Витрати на оплату праці	348,1	367,2	373,6
Відрахування на соціальні потреби	62,1	68,3	75,2
Амортизація	549,5	439,6	351,7
Інші витрати	15,1	17,5	19,2
Усього:	1141,6	1061,7	991,7

При розгляді табл. 3.4 слід зазначити, що матеріальні витрати відносно невеликі. У цю статтю витрат будуть входити витрати по оплаті комунальних послуг (зокрема, електроенергії).

Розглянемо витрати на оплату праці. Для організації даної послуги в заклад потрібно прийняти на постійній основі двох нових працівників, посаду яких умовно визначмо як адміністратор-оператор кріосауни. Робота передбачається позмінно, оскільки режим роботи кріосауни-без вихідних днів. Витрати на оплату праці цих працівників наведені в табл. 3.5. Відрахування на соціальні потреби визначаються в розмірі 36,8 % від річного фонду оплати праці. Амортизаційні витрати визначаються по групах основних фондів. Відповідно до закону обладнання для кріосауни належить до 4 групи основних фондів - машини та обладнання з річною нормою амортизації 20 %.

Таблиця 3.4

Витрати на оплату праці, грн.

Категорії працівників	Кількість осіб	З/П у місяць	З/П у рік
Адміністратор-оператор кріосауни	2	14 500	174 000
Усього:	2	29 000	348 000

Розрахунок амортизаційних відрахувань представлений у табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Амортизаційні відрахування

Група основних фондів		Машини та обладнання
Первісна вартість, грн.		2 747 800
1й рік	Вартість ОФ на початок року, грн.	2 747 800
	Зношення, грн.	549 560
	Вартість ОФ на кінець. року, грн.	2 198 240
2й рік	Вартість ОФ на початок року, грн.	2 198 240
	Зношення, грн.	439 648
	Вартість ОФ на кінець. року, грн.	1 758 592
3й рік	Вартість ОФ на початок року, грн.	1 758 592
	Зношення, грн.	351 718
	Вартість ОФ на кінець. року, грн.	1 406 874

До статті витрат «Інші витрати» належать витрати, пов'язані з наданням послуг - заправка води, засоби гігієни, чистка спеціального одягу для кріосауни; витрати по обов'язковому страхуванню майна; податки, збори й інші обов'язкові платежі. Тепер спрогнозуємо дохід від надання послуги кріосауни.

Враховуючи незначну розповсюдженість даної послуги, її значний терапевтичний ефект, доступність для широкого кола споживачів визначимо вартість однієї процедури на рівні 400 грн.

Для гостей готелю дану послугу доцільно реалізовувати зі знижкою, на

рівні 200,0 грн. за процедуру. Години роботи кріосауни з 10^{00} до 20^{00} , без вихідних і святкових днів. Пропускна спроможність за години відповідно до даних виробника становить 4 особи за годину. Припустимо що середнє завантаження її буде становити 50 %, відповідно дохід від одного дня роботи становитиме 8000. За рік дохід від кріосауни становитиме - 2 920 000 тис. грн.

Фінансові результати від організації кріосауни представимо у вигляді табл. 3.6. Доходи від послуги, що вводиться знову, також будуть зростати на 10% аналогічно її собівартості.

Таблиця 3.6

Фінансові результати від впровадження послуги кріосауна, тис. грн.

Показники	Роки реалізації проекту		
	1	2	3
Валовий дохід	2920,0	3212,0	3533,2
ПДВ	584,0	642,4	706,6
Чистий дохід	2336,0	2569,6	2826,5
Собівартість послуг	1141,6	1061,7	991,7
Валовий прибуток	2334,8	2568,5	2825,5
Податок на прибуток	583,71	642,6	706,3
Чистий прибуток	1751,1	1926,4	2119,1

Таким чином у результаті реалізації запропонованої додаткової послуги заклад зможе діставати чистий прибуток у розмірі 1751,1 тис. грн. в перший рік реалізації. Здійснимо обчислення показників економічної ефективності по впровадженню додаткової послуги кріосауна. До статичних методів оцінки ефективності інвестицій належать розрахунок терміну окупності капіталовкладень і норми прибутку.

Термін окупності інвестицій - це розрахунковий період відшкодування вкладених інвестиційних коштів за рахунок прибутку від інвестиційної діяльності.

Розрахуємо звичайний термін окупності інвестицій за формулою 3.1

$$T_{\text{ок}} = \frac{IK}{Ч_{\text{пр}}} \quad (3.1)$$

де IK - інвестиційні кошти;

$Ч_{\text{пр}}$ - чистий прибуток від інвестиційної діяльності

$$T_{\text{ок}} = \frac{2876,8}{1751,1} = 1,6 \text{ року}$$

Визначимо просту норму прибутку (рентабельність капіталу). Проста норма прибутку, (рентабельність капіталу) показує, яку частину інвестиційних витрат відшкодовують у вигляді прибутку за один інтервал планування.

$$P_k = \frac{Ч_{\text{пр}}}{IK} \times 100\% \quad (3.2)$$

$$P_k = \frac{1751,1}{2876,8} \times 100\% = 60,8 \%$$

Отриманий показник ефективності є досить високим, що говорить про перспективність впровадження даної послуги в готелі «N».

Підводячи підсумки даного розділу підсумуємо, що представлений проект започаткування нової додаткової послуги в закладі є ефективним і має такі основні характеристики:

- спрямований на широке коло споживачів + послуга має відносно невисоку вартість і доступна широкому колу споживачів;
- конкурентне поле ще далеке від насичення;
- не вимагає від закладу великих зусиль з точки зору організації;
- інвестиційні кошти складають суму 2876,8 тис. грн;
- прогнозований прибуток від реалізації при 50 % завантаженні - 1751,1 тис. грн.

Відповідно можливо рекомендувати готелю «N» дану послугу до впровадження.

ВИСНОВКИ

Готельна послуга - це дії або операції підприємства щодо розміщення споживача шляхом надання номера чи місця для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням і тимчасовим перебуванням клієнта. У кожному готельному підприємстві, залежно від його категорії, встановлюються диференційовані вимоги до кількості та видів послуг, що надаються клієнтам. Особливо це стосується додаткових послуг, які відрізняються для різних типів готельних закладів. Готельні послуги можна класифікувати за різними ознаками. У вітчизняній навчально-науковій літературі традиційно додаткові готельні послуги класифікують за метою задоволення потреб гостя, частотою попиту, економічною ознакою та формою організації надання. Натомість сучасна практика показує, що гості дедалі частіше обирають готель саме через набір додаткових сервісів. З урахуванням названих змін доцільно перейти від вузької функціонально-операційної класифікації до споживацько-орієнтованого угруповання додаткових послуг. У практичному сенсі сучасне угруповання додаткових послуг доцільно будувати за чотирма взаємопов'язаними вимірами. Перший - за домінантною споживчою цінністю: сервіси зручності й автономії, логістики, продуктивності, відновлення, вражень, турботи та інклюзії. Другий - за етапом гостьового шляху: доприбуттєві, прибуттєві, під час перебування, передвиїзні та післявиїзні. Третій - за рівнем персоналізації: стандартні, сегментовані, індивідуалізовані та гіперперсоналізовані. Четвертий - за моделлю монетизації: включені у тариф, оплачені окремо, пакетні або доступні через loyalty/club-механізми. Також в залежності від спрямування додаткові готельні послуги в роботі класифіковані у шість актуальних кластерів.

Виробництво додаткових послуг у підприємствах готельної сфери включає низку ключових компонентів, а всі основні технологічні процеси надання додаткових послуг мають циклічний характер, тобто регулярно повторюються як завершена сукупність взаємопов'язаних операцій.

Заклад готельної сфери «N» розміщується в центральній частині курорту Буковель в Івано-Франківській області. Заклад пропонує 32 номери п'яти різних категорій. Ресторан закладу спеціалізується на блюдах української та європейської кухні. Вартість номеру різниться в залежності коливається від сезону та комфортності від 1450.0 до 4700.0 грн. Вагомим для відпочинку у літню пору року є відкритий басейн. Додаткові сервіси готелю нечисленні.

Заклад готельної сфери «N» демонструє сприятливу динаміку виконання програми обслуговування: коефіцієнт використання номерного фонду за аналізований період не нижче 60 %; кількість обслугованих гостей має незначні коливання на фоні збільшення показника «середній час перебування гостей» який за три роки зріс з 4,41 до 4,7 днів.

Заклад приділяє увагу дослідженню профілю свої гостей шляхом проведення анкетування. За його результатами видно, що є два найбільш вагомні мотиви для вибору закладу, це: відпочинок на гірськолижному курорті, та рекреаційний відпочинок і оздоровлення в природному оточенні. (який характерний саме для гостей в літній сезон роботи закладу). На них доводиться незначно більше ніж по 40 % обслугованих. Вікова структура гостей закладу усталена і складається з: діти віком до 16 років 11 %; молодь у віці до 27 років - 21,2 %; гості середнього віку - 55,1% гості у віці більше 55 років - 12,6 %. Розподіл гостей по професійної приналежності та зайнятості наступний: 25,3% - ІТ фахівці; 22,1% - підприємці; 14,4% - державні службовці; 12,7 % - менеджери; 9,7 % - військовослужбовці; 8,5 % студенти; 7,3 1% - пенсіонери.

В закладі спостерігається сприятлива позитивна тенденція до щорічного збільшення отриманих доходів. Кожного року спостерігається поступове збільшення доходів по основному показнику - плата за проживання. Проте динаміка доходів від надання додаткових нестабільна. В кожному з розглянутих років на додаткові послуги припадає від 32 до 35 % доходів готельного підприємства, що в цілому на перший погляд відповідає світовим

показникам, але в даному випадку слід врахувати, що в ці послуги включені і послуги харчування, а це вже значно зменшує зазначений показник. І відповідно така ситуація вказує на необхідність внесення коректив щодо структури додаткових послуг в даному закладі. Левову долю доходів готель одержує від обслуговування громадян України.

Протягом аналізованого періоду відбувся ріст собівартості реалізованих послуг, про те у їх структурі не відбулися зміни і в пропорційному відношенні їх значення залишаються практично незмінними. Найвагомішу складову має закупівля продуктів харчування, на другому місці знаходиться оплата праці, на третьому - господарчі видатки. Для подальшої ефективної роботи закладу необхідно продовжувати вивчати додаткові ринки збуту, розробляти та впроваджувати новітні різновиди додаткових послуг.

Проведений аналіз переваг гостей готелю щодо введення додаткових послуг показав, що гості закладу зацікавлені у додаткових можливостях для оздоровлення, відновлення фізичного та психоемоційного стану що в цілому відповідає сучасним тенденціям розвитку готельної сфери, коли додаткові послуги групи wellness. Додаткові готельні послуги Wellness - це комплекс додаткових послуг, спрямованих на підтримання здоров'я, фізичне відновлення, релаксацію та покращення психоемоційного стану гостей. Серед широкого спектру можливих варіантів для досліджуваного закладу було обрано організацію кріосауни. Цей вибір ґрунтується також і на результатах аналізу конкурентного середовища, який доводить, що кріотерапевтичні процедури пропонуються порівняно невеликою кількістю готельних закладів що свідчить про перспективність їх розвитку.

Кріосауна - це спеціалізована процедура короточасного впливу наднизьких температур на організм людини. Під час проведення процедури тіло людини перебуває у спеціальній камері або капсулі, де температура повітря може становити від -110 °C до -160 °C. При цьому тривалість сеансу зазвичай складає від 2 до 5 хвилин, що дозволяє уникнути переохолодження організму та забезпечує безпечний терапевтичний ефект. Основною

особливістю кріосауни є те, що охолодження відбувається дуже швидко, але поверхнево, без суттєвого зниження внутрішньої температури тіла.

Сукупність фізіологічних реакцій організму на холод формує лікувальні чинники кріосауни та її вплив на окремі системи організму, зокрема відбувається стимуляція кровоносної, нервової, м'язової, імунної систем, процедура має виражений протизапальний ефект, стимулює метаболічні процеси, стимулює захисні функції організму, має позитивний вплив на шкіру та косметологічний стан організму. Також процедура допомагає людині відновити сили, знизити рівень втоми та покращити загальне самопочуття. Важливим аспектом є поєднання кріосауни з іншими рекреаційними та оздоровчими процедурами. Для досягнення вираженого терапевтичного і оздоровчого ефекту рекомендується проходження курсу кріосеансів з 10–15 процедур.

Кріосауна це процедура, яка підходить гостям різного віку та способу життя, тому і категорії споживачів даної послуги достатньо широкі та різноманітні: спортсмени та активні туристи, люди із насиченим графіком та високим рівнем стресу, людей, які прагнуть покращити фізичну форму та зовнішній вигляд, люди похилого віку, особи у період реабілітації.

Для реалізації додаткової послуги кріосауна в закладі готельної сфери «N» необхідно здійснити підбір та придбання обладнання, винаймання персоналу та ремонт і облаштування приміщення. Пропонується використати новий тип кріообладнання - електричну кріотерапевтичну камеру Cryomed e-IceChill. Одноразові витрати становлять 2 876, 8 тис. грн., а прогнозований прибуток від реалізації послуги при 50 % завантаженні - 1751,1 тис. грн. Таким чином норма прибутку по даному проекту становить 60,8 %, термін окупності інвестицій - 1,6 року. Відповідно можливо рекомендувати закладу готельної сфери «N» дану додаткову послугу до впровадження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ

1. Антоненко І., Мельник І., Примах Т. Маркетинг вражень у сфері гостинності. - Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект» (м. Чернівці, 5 травня 2022 р.) Чернівці: Технодрук, 2022. 352 с. С.109-112. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/antonenko6.htm (дата звернення: 27.05.2026).
2. Величко В.В. Організація рекреаційних послуг. - Навчальний посібник. - Харків: Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова, 2013. – 202 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/velychko.htm (дата звернення: 26.05.2026).
3. Величко О.В. Організація готельного господарства. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/15564/1/organizaciya-gotel'nogo-gospodarstva-konspekt-bakalavr-241.pdf> (дата звернення: 24.05.2026).
4. Влащенко Н.М. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі. - Навчальний посібник. Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2018. 373 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/vlaschenko-itrggt.htm (дата звернення: 29.05.2026).
5. Ворожбіт Т.С. Напрямки удосконалення надання послуг в готелях. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції "Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України" (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.) Одеса: ОНЕУ, 2019. 881 с. С.403-407. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/vorozhbit.htm (дата звернення: 30.05.2026).
6. Головка О.М., Кампов Н.С., Махлинець С.С., Симочко Г.В. Організація готельного господарства. - Навчальний посібник. К.: Кондор-Видавництво, 2012. 338 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/golovko.htm (дата звернення: 24.05.2026).
7. Гурбик Ю.Ю., Главацький В. Поняття, види та особливості готельних послуг. URL: <https://surl.li/lmktus> (дата звернення: 24.05.2026).

8. Давидова О.Ю., Писаревський І.М., Ладиженська Р.С. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: Навч. посібник. Харків: ХНАМГ, 2012. 468 с.
9. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні засоби розміщування. URL: https://dnaop.com/html/29636/doc%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4268_2003 (дата звернення: 30.05.2026).
10. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні класифікація готелів. URL: https://dnaop.com/html/29982/doc%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4269_2003 (дата звернення: 30.05.2026).
11. Капліна Т.В., Столярчук В.М., Малюк Л.П., Капліна А.С. Інноваційні технології в готельному господарстві: основи теорії. - Навчальний посібник. Полтава: ПУЕТ, 2018. 357 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/kaplina.htm (дата звернення: 24.05.2026).
12. Круль Г. Я. Основи готельної справи / Г. Я. Круль. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 368 с.
13. Левицька І.В., Корж Н.В., Онищук Н.В. Готельна справа. - Навчальний посібник. К.: Київський національний торговельно-економічний університет; Вінниця: Едельвейс і К, 2015. 580 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/levyuska.htm (дата звернення: 24.05.2026).
14. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика К.: Центр учбової літератури, 2009. 472 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/malska.htm (дата звернення: 27.05.2026).
15. Мартинов Д.Г., Золотухіна І.В. Розвиток системи додаткових послуг у готельному господарстві. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/158567513.pdf>. (дата звернення: 28.05.2026).
16. Полчанінова І.Л. Міжнародні стандарти обслуговування в засобах розміщення. Конспект лекцій. Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2017. 64 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/polchaninova.htm (дата звернення: 30.05.2026).
17. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту. - Навчальний

посібник. - К.: Кондор, 2005. - 408 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/roglev.htm (дата звернення: 27.05.2026).

18. Термін «Готельна послуга» // Термінологія законодавства. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/term/5519> (дата звернення: 24.05.2026).

19. Accor Live Limitless. Workspaces. URL: <https://all.accor.com/loyalty-program/workplaces/index.en.shtml> (дата звернення: 24.05.2026).

20. Berlin Marriott Hotel. URL: <https://www.marriott.com/en-us/hotels/bermc-berlin-marriott-hotel/overview/> (дата звернення: 24.05.2026).

21. Blau Hotel Las Caldas Radisson Individuals. URL: <https://www.radissonhotels.com/en-us/hotels/radisson-individuals-blau-hotel-lascaldas-oviedo> (дата звернення: 24.05.2026).

22. Cityhotel Kyiv. URL: <https://cityhotel.ua/> (дата звернення: 24.05.2026).

23. Cryomed e-IceChill URL: <https://cryomed.pro/equipment/cryosaunas/cryomed-e-icechill/> (дата звернення: 24.05.2026).

24. Cryotherapy. Luxurywellnessstore. URL: <https://luxurywellnessstore.com/collections/cryotherapy> (дата звернення: 24.05.2026).

25. Defying Convention to Deepen Connections: Booking.com's Nine Predictions for Travel in 2025. URL: <https://news.booking.com/defying-convention-to-deepen-connections-bookingcoms-nine-predictions-for-travel-in-2025/> (дата звернення: 24.05.2026).

26. Deloitte 2025. Travel Industry Outlook. URL: <https://www.deloitte.com/us/en/industries/consumer/articles/travel-hospitality-industry-outlook.html> (дата звернення: 24.05.2026).

27. Edem Resort Medical & SPA. URL: <https://edemresort.com/en/> (дата звернення: 24.05.2026).

28. Edem Resort Medical & SPA. Health Recovery Center. URL: <https://edemresort.com/en/medytsynskyj-tsentr/> (дата звернення: 24.05.2026).

29. Edem Resort Medical & SPA. Detox Program. URL: <https://edemresort.com/en/detox-classic-program/> (дата звернення: 24.05.2026).
30. Fairmont Grand Hotel Kyiv. URL: <https://www.fairmont.com/en/hotels/kyiv/fairmont-grand-hotel-kyiv.html> (дата звернення: 24.05.2026).
31. Fairmont Grand Hotel Kyiv. Accommodations. URL: <https://www.fairmont.com/en/hotels/kyiv/fairmont-grand-hotel-kyiv/rooms.html> (дата звернення: 24.05.2026).
32. Fairmont Grand Hotel Kyiv. Marigold Restaurant. URL: <https://www.fairmont.com/en/hotels/kyiv/fairmont-grand-hotel-kyiv/dining/marigold-restaurant.html> (дата звернення: 24.05.2026).
33. Fedorko, R., Bacik, R., Olearova, M., Rigelsky, M., Breyll, P. Impact of ancillary services on the hotel rating in Visegrad group countries. URL: <https://mmi.sumdu.edu.ua/volume-10-issue-2/article-9/> (дата звернення: 24.05.2026).
34. Grand hotel Lviv. Conference Halls. URL: <https://grand-hotel.com.ua/en/grand-hall> (дата звернення: 24.05.2026).
35. Grand hotel Lviv. Junior Suite. URL: <https://grand-hotel.com.ua/en/accommodation-inner/junior-suite> (дата звернення: 24.05.2026).
36. Grand Hyatt Barcelona. Local Culture Guide. URL: <https://www.hyatt.com/grand-hyatt/en-US/bcnub-grand-hyatt-barcelona/local-culture-guide> (дата звернення: 24.05.2026).
37. Grand Hyatt Barcelona. Hotel Information. URL: <https://www.hyatt.com/grand-hyatt/en-US/bcnub-grand-hyatt-barcelona/hotel-info> (дата звернення: 24.05.2026).
38. Hyatt. Office for the Day. URL: <https://world.hyatt.com/content/gp/es/offers/work-from-hyatt/office-for-the-day.html> (дата звернення: 24.05.2026).
39. Hyatt Place Amsterdam Airport. URL: <https://www.hyatt.com/hyatt-place/en-US/amsza-hyatt-place-amsterdam-airport> (дата звернення: 24.05.2026).

40. Hilton. Hilton's 2026 Trends Report. The Rise of the Whycation. URL: <https://stories.hilton.com/releases/2026-trends-release> (дата звернення: 24.05.2026).

41. Hilton. Hushpitality: Seeking Sweet Silence. 2026 Hilton Trends Report. URL: <https://stories.hilton.com/2026-trends/hushpitality-seeking-sweet-silence> (дата звернення: 24.05.2026).

42. Hilton. Hilton Honors App with Contactless Check-In. URL: <https://www.hilton.com/en/p/hilton-honors-mobile-app/> (дата звернення: 24.05.2026).

43. Hilton Diagonal Mar Barcelona Hotel. URL: <https://www.hilton.com/en/hotels/bcndmhi-hilton-diagonal-mar-barcelona/> (дата звернення: 24.05.2026).

44. Hilton Madrid Airport. URL: <https://www.hilton.com/en/hotels/madaphi-hilton-madrid-airport/> (дата звернення: 24.05.2026).

45. How Much Does a Cryotherapy Chamber Cost? URL: https://www.cryoniq.com/us/useful-links-faq/cryotherapy-chamber-cost?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 24.05.2026).

46. Ibis Styles Lyon Gorge de Loup Saphir. URL: <https://all.accor.com/hotel/C3P7/index.en.shtml> (дата звернення: 24.05.2026).

47. Marriott. Mobile App. URL: <https://www.marriott.com/marriott-brands/mobile-app.mi> (дата звернення: 24.05.2026).

48. Novotel Madrid Center. Autism Friendly. URL: <https://www.novotelmadridcenter.com/en/home-v2/csr/autism-friendly/> (дата звернення: 24.05.2026).

49. Park Hyatt Marrakech. Local Culture Guide. URL: <https://www.hyatt.com/park-hyatt/en-US/marph-park-hyatt-marrakech/local-culture-guide> (дата звернення: 24.05.2026).

50. Research Reveals Growing Traveler Awareness of Tourism Impact on Communities Both at Home and Abroad. URL:

<https://news.booking.com/bookingcoms-2025-research-reveals-growing-traveler-awareness-of-tourism-impact-on-communities-both-at-home-and-abroad/> (дата звернення: 24.05.2026).

51. Research Highlights the More Inclusive Must Haves for Neurodivergent Travelers. URL: <https://news.booking.com/bookingcom-research-highlights-the-more-inclusive-must-haves-for-neurodivergent-travelers/> (дата звернення: 24.05.2026).

52. Residence Inn by Marriott. URL: <https://www.marriott.com/brands/residence-inn.mi> (дата звернення: 24.05.2026).

53. Respect Hotel & SPA. Transfer. URL: <https://www.respecthotel.com.ua/en/transfers/> (дата звернення: 24.05.2026).

54. Respect Hotel & SPA. Pet Friendly Hotel. URL: <https://www.respecthotel.com.ua/en/tv/> (дата звернення: 24.05.2026).

55. Respect Hotel & SPA. Conference Service. URL: <https://www.respecthotel.com.ua/en/menu6/> (дата звернення: 24.05.2026).

56. Sarena de Muro Resort Mallorca, Destination by Hyatt. URL: <https://www.hyatt.com/destination-by-hyatt/en-US/pmidh-sarena-de-muro-resort-mallorca> (дата звернення: 24.05.2026).

57. SiteMinder's Changing Traveller Report 2026. URL: <https://www.siteminder.com/changing-traveller-report/> (дата звернення: 24.05.2026).

58. Thompson Madrid. Hotel Info. URL: <https://www.hyatt.com/thompson-hotels/en-US/madrp-thompson-madrid/hotel-info> (дата звернення: 24.05.2026).

59. 11 Mirrors Design Hotel Kyiv. Concierge. URL: <https://11mirrors-hotel.com/services/concierge> (дата звернення: 24.05.2026).