

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

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

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

Кафедра туризму і готельного господарства

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до кваліфікаційної роботи бакалавра

на тему «Впровадження концепції sleep tourism у діяльність готельного
підприємства»

Виконала: здобувачка 4 курсу
групи ХарГРС22-1з
спеціальності
241 Готельно-ресторанна справа
Іванюк А. С.
(прізвище та ініціали)

Керівник: Андренко І. Б.
(прізвище та ініціали)
Рецензент: Матвєєва Н.М.
(прізвище та ініціали)

Харків – 2026 р.

Керівник роботи _____



(підпис)

«17» « червня » 2026 р.

Висновок кафедри про кваліфікаційну роботу.
Кваліфікаційна робота розглянута. Здобувач Іванюк А. С.
допускається до захисту даної роботи в екзаменаційній комісії

(підпис)

Зав. кафедри ТiГГ
доц., канд. екон. наук Писарева І. В.
(прізвище, ініціали)

«20» « червня » 2026 р.

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

Навчально-науковий інститут економіки і менеджменту

Кафедра туризму і готельного господарства

Освітній рівень бакалавра

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Зав. кафедри ТіГГ
Доц., к. е. н. Писарева І.В.

_____ « 2 » « березня » 2026 р.

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

Іванюк Анни Сергіївни
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Впровадження концепції sleep tourism у діяльність готельного підприємства»
керівник роботи Андренко Ірина Борисівна, доц. к.е.н.
затверджені наказом вищого навчального закладу від 2.03.2026 р. № 198-03
2. Термін подання здобувачем роботи 20.06.2026 р.
3. Вихідні дані до роботи: наукові, навчальні джерела, періодичні видання, державні стандарти України, відкриті дані з мережі Інтернет, відкриті матеріали сайтів готельних мереж, готельних підприємств і професійних сайтів.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ SLEEP TOURISM У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ. АНАЛІЗ ПЕРЕДУМОВ ВПРОВАДЖЕННЯ SLEEP TOURISM У ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЮ «N». РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ SLEEP TOURISM
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): Мета, об'єкт, предмет, завдання кваліфікаційної роботи. Теоретичні основи розвитку sleep tourism у сфері гостинності. Організаційно-економічна характеристика готельного підприємства. Аналіз передумов впровадження sleep tourism у діяльність готелю «N». Розробка заходів щодо впровадження концепції sleep tourism

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультантів	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Основна частина	Андренко І. Б., доцент		
Нормоконтроль	Рябев А. А., доцент		

7. Дата видачі завдання: 2 березня 2026 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	<i>Збір і обробка первинної інформації</i>	<i>2.03. – 21.03</i>	
2.	<i>Робота над теоретичною частиною</i>	<i>23.03 – 11.04</i>	
3.	<i>Робота над дослідницько-аналітичною частиною</i>	<i>13.04 – 02.05</i>	
4.	<i>Робота над рекомендаційною частиною</i>	<i>04.05 – 23.05</i>	
5.	<i>Розробка і оформлення графічного матеріалу</i>	<i>25.05 – 30.05</i>	
6.	<i>Оформлення пояснювальної записки.</i>	<i>01.06 – 6.06</i>	
7	<i>Перевірка на плагіат Передзахист</i>	<i>8.06 – 20.06</i>	

Здобувач


 _____ Іванюк А. С.
 (підпис, прізвище, ініціали)

Керівник роботи


 _____ Андренко І.Б.
 (підпис, прізвище, ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ SLEEP TOURISM У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ	7
1.1 Сутність та особливості концепції sleep tourism.....	7
1.2 Світові тенденції розвитку туризму сну та wellness-послуг.....	14
1.3 Практики впровадження sleep tourism у діяльність готельних підприємств	21
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ПЕРЕДУМОВ ВПРОВАДЖЕННЯ SLEEP TOURISM У ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЮ «N»	28
2.1 Організаційно-економічна характеристика готельного підприємства	28
2.2 Аналіз асортименту послуг та якості обслуговування гостей	36
2.3 Оцінка можливостей впровадження sleep tourism	41
РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ SLEEP TOURISM	48
3.1 Формування концепції sleep-friendly готелю	48
3.2 Розробка комплексу послуг для покращення якості сну гостей	55
3.3 Оцінка ефективності запропонованих заходів	61
ВИСНОВКИ	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ.....	70
ДОДАТКИ	75

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний розвиток індустрії гостинності характеризується трансформацією споживчих потреб та поширенням концепції туризму, орієнтованого на здоров'я і добробут людини. Одним із найбільш перспективних напрямів є sleep tourism (туризм сну) – формат подорожей, головною метою яких є покращення якості сну, фізичного та психологічного відновлення гостей. Зростання рівня стресу, інформаційного навантаження, поширення цифрової залежності та порушень режиму сну сприяють підвищенню попиту на спеціалізовані готельні послуги, спрямовані на забезпечення якісного відпочинку.

Провідні міжнародні готельні мережі активно впроваджують sleep-friendly номери, спеціальні програми релаксації, індивідуалізовані рішення для покращення сну, співпрацюють із сомнологами та використовують сучасні технології моніторингу якості відпочинку. Водночас в Україні концепція sleep tourism залишається недостатньо дослідженою та практично не інтегрованою в діяльність більшості готельних підприємств.

За умов посилення конкуренції на ринку готельних послуг впровадження концепції sleep tourism може стати інноваційним інструментом підвищення конкурентоспроможності, формування унікальної ціннісної пропозиції та залучення нових сегментів споживачів. Це зумовлює необхідність дослідження теоретичних засад, міжнародного досвіду та практичних можливостей впровадження концепції sleep tourism у діяльність сучасних готельних підприємств.

Метою роботи є обґрунтування теоретичних засад та розробка практичних рекомендацій щодо впровадження концепції sleep tourism у діяльність готельного підприємства з метою підвищення якості обслуговування гостей, розширення асортименту послуг та зміцнення конкурентних позицій на ринку гостинності.

Об'єктом дослідження є діяльність готельного підприємства щодо

формування та надання інноваційних готельних послуг.

Предметом дослідження є організаційно-економічні аспекти впровадження концепції sleep tourism у діяльність готельного підприємства.

Для досягнення поставленої мети було визначено такі завдання:

1. Дослідити теоретичні засади та сутність концепції sleep tourism.
2. Визначити особливості розвитку sleep tourism та світові тенденції його впровадження в індустрії гостинності.
3. Проаналізувати передумови впровадження sleep tourism у діяльність готелю «N».
4. Оцінити асортимент послуг, якість обслуговування та потенційний попит на sleep-послуги.
5. Провести SWOT-аналіз можливостей впровадження концепції sleep tourism.
6. Розробити концепцію sleep-friendly готелю та комплекс спеціалізованих sleep-послуг.
7. Оцінити ефективність запропонованих заходів та перспективи їх реалізації.

Методи дослідження. У процесі дослідження використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів, зокрема: аналіз і синтез – для вивчення теоретичних аспектів sleep tourism; порівняльний метод – для дослідження світового досвіду розвитку даного напрямку; статистичний аналіз – для оцінки діяльності готелю та результатів анкетування; анкетне опитування – для виявлення потреб і очікувань споживачів; SWOT-аналіз – для оцінки можливостей впровадження концепції sleep tourism; табличний і графічний методи – для наочного подання результатів дослідження.

У першому розділі досліджено теоретичні засади sleep tourism, розкрито сутність та особливості даної концепції, проаналізовано світові тенденції розвитку туризму сну та wellness-послуг, а також узагальнено міжнародний досвід впровадження sleep tourism у діяльність підприємств індустрії гостинності.

У другому розділі проведено аналіз передумов впровадження sleep tourism у діяльність готелю «N», досліджено організаційно-економічні характеристики підприємства, асортимент послуг, рівень задоволеності гостей, оцінено потенційний попит на sleep-послуги та визначено готовність підприємства до реалізації концепції sleep tourism.

У третьому розділі розроблено концепцію sleep-friendly готелю Sleep Hotel N, запропоновано комплекс спеціалізованих послуг для покращення якості сну гостей та здійснено оцінку економічної, маркетингової й соціальної ефективності впровадження концепції sleep tourism.

Обсяг і структура кваліфікаційної роботи. Повний обсяг роботи – 74 сторінок, зокрема основного тексту – 69 сторінок. Робота містить 34 таблиці, 2 рисунки, список використаних джерел (46 найменувань, викладених на 5 сторінках), додатки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ SLEEP TOURISM У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

1.1 Сутність та особливості концепції sleep tourism

Сучасна індустрія гостинності характеризується активним розвитком інноваційних концепцій, спрямованих на задоволення індивідуальних потреб споживачів. Традиційна модель туристичного обслуговування, орієнтована переважно на організацію проживання та дозвілля, поступово трансформується у комплексний підхід, що передбачає створення умов для фізичного, психологічного та емоційного благополуччя гостей. У зв'язку з цим набувають поширення такі концепції, як wellness tourism, health tourism, digital detox tourism, sustainable tourism, holistic hospitality та інші спеціалізовані формати туристичного продукту, що враховують сучасні потреби людини у відновленні здоров'я та підвищенні якості життя [1; 2]. Особливе місце серед нових напрямів займає sleep tourism, який фокусується на забезпеченні якісного сну як основного ресурсу фізичного та психоемоційного відновлення людини.

Поява концепції sleep tourism стала закономірною реакцією туристичної індустрії на глобальні соціальні зміни, пов'язані зі зростанням рівня стресу, інформаційного перевантаження, цифрової залежності та порушення природних біологічних ритмів. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я та міжнародних досліджень у сфері медицини сну, значна частина населення світу регулярно стикається з проблемами безсоння, недостатньої тривалості сну та хронічної втоми. У цих умовах якісний сон починає розглядатися не лише як фізіологічна потреба людини, а й як важливий компонент здорового способу життя та загального благополуччя [3].

Термін sleep tourism (туризм сну) використовується для позначення спеціалізованого виду туристичної діяльності, основною метою якого є

покращення якості сну та відновлення організму через створення сприятливих умов для повноцінного відпочинку. На відміну від традиційних туристичних подорожей, де сон виконує допоміжну функцію, у межах sleep tourism саме сон стає центральним елементом туристичного продукту та головною мотивацією поїздки [4].

У сучасній науковій літературі sleep tourism розглядається як окремий напрям wellness-туризму, що поєднує елементи готельного сервісу, медицини сну, оздоровчих практик та психологічного відновлення. Його головною метою є створення спеціалізованого середовища, яке сприяє нормалізації циркадних ритмів, покращенню тривалості та якості сну, зменшенню рівня стресу і підвищенню загального рівня життєвої енергії людини [5].

Формування концепції sleep tourism відбулося під впливом декількох ключових тенденцій.

По-перше, зростає популярність wellness-подорожей, спрямованих на профілактику захворювань та підтримання здорового способу життя. По-друге, значного поширення набувають програми цифрового детоксу, які передбачають тимчасову відмову від використання електронних пристроїв та соціальних мереж. По-третє, розвиток технологій дозволяє готельним підприємствам використовувати інноваційні рішення для моніторингу та покращення якості сну гостей, включаючи системи контролю освітлення, мікроклімату та шумового середовища [6].

Важливою особливістю sleep tourism є його комплексний характер. Туристичний продукт у цьому сегменті не обмежується лише наданням комфортного місця для ночівлі. Він передбачає створення цілісної системи сервісу, що включає спеціально обладнані номери, індивідуальний підбір матраців і подушок, використання технологій затемнення приміщень, ароматерапію, релаксаційні процедури, медитації, заняття йогою, консультації фахівців із сомнології та психології, а також програми цифрового детоксу [7].

Однією з ключових характеристик sleep tourism є високий рівень персоналізації послуг. Сучасні готельні підприємства дедалі частіше

пропонують гостям індивідуальні програми покращення сну, які враховують вік, спосіб життя, рівень фізичної активності, особливості здоров'я та звички клієнтів. Завдяки цьому формується персоналізований клієнтський досвід, що відповідає сучасним тенденціям розвитку індустрії гостинності [8].

Ще однією характерною рисою туризму сну є активне використання інноваційних технологій. У провідних готелях світу впроваджуються системи розумного освітлення, спеціальні сенсори для моніторингу фаз сну, кліматичні системи автоматичного регулювання температури та вологості повітря, звукові технології для створення комфортного акустичного середовища, а також мобільні додатки для контролю режиму відпочинку гостей. Такі рішення дозволяють підвищити ефективність програм відновлення та створюють додаткову цінність для споживачів [9].

З позицій готельного бізнесу впровадження концепції *sleep tourism* сприяє формуванню нових конкурентних переваг. Орієнтація на якість сну дозволяє підприємствам гостинності диференціювати власний продукт, залучати нові сегменти споживачів та збільшувати доходи за рахунок надання спеціалізованих послуг. Крім того, розвиток туризму сну відповідає сучасним тенденціям переходу від стандартизованого обслуговування до створення унікального досвіду перебування гостей у готелі [10].

Таким чином, *sleep tourism* являє собою інноваційний напрям розвитку індустрії гостинності, який сформувався на перетині *wellness*-туризму, медицини сну та сучасних готельних технологій. Його сутність полягає у створенні спеціалізованого туристичного продукту, спрямованого на забезпечення якісного сну, відновлення фізичних і психологічних ресурсів людини та покращення загального рівня її благополуччя. Зростання попиту на подібні послуги свідчить про значний потенціал подальшого розвитку туризму сну та його інтеграції у діяльність сучасних готельних підприємств.

Історичні передумови сонного туризму пов'язані з розвитком руху повільних подорожей, що фокусується на релаксації, тривалому перебуванні в одній локації та відновленні сил, коріння якого сягає XIX століття. Вже у

1960-х роках [11] готелі почали усвідомлювати важливість сну як конкурентної переваги, рекламуючи використання ортопедичних матраців, високоякісної постільної білизни, штор повного затемнення та перших генераторів білого шуму. Проте якісний стрибок відбувся у середині 2010-х років, коли сон почали трактувати як самостійну велнес-проблему [11].

Цей процес суттєво прискорився під час пандемії COVID-19, яка через локдауни, карантини та вимушені зміни життєвого ритму дестабілізувала сон мільйонів людей, підвищивши інтерес до сомнологічних досліджень та превентивних велнес-практик [12]. Сучасний споживач стикається з низкою деструктивних чинників, що руйнують фізіологічну структуру відпочинку.

Синдром постійної підключеності та цифрове перевантаження: Використання мобільних пристроїв та екранів перед сном безпосередньо пригнічує вироблення мелатоніну через вплив синього спектра світла, підвищує когнітивне збудження та веде до вираженої денної втоми [13].

Зростання рівня суспільного стресу: Статистичні дані демонструють стрімке погіршення ментального здоров'я; наприклад, у Великобританії частка громадян, які відчувають стрес щонайменше щотижня, зросла з 33% у 2018 році до 63% у 2024 році [14].

Урбаністичні чинники депривації сну: За даними Національного центру статистики охорони здоров'я США, близько 14,5% дорослого населення постійно стикаються з труднощами засинання [15]. У великих мегаполісах лише третина дорослих отримує рекомендовані сім чи більше годин сну, а в містах із високим рівнем світлового та шумового забруднення, таких як Фенікс або Остін, цей показник знижується до 25%. Фізіологічний вплив подорожей на організм людини також є каталізатором попиту на спеціалізовані рішення.

Дослідження 2025 року [16], що базувалося на аналізі даних носійних трекерів понад 57 000 мандрівників упродовж 1,5 мільйона ночей, показало, що більшість туристів прокидаються значно раніше норми вже в день вильоту, починаючи подорож у стані дефіциту сну. При тривалих перельотах у східному напрямку фази швидкого (REM) та глибокого сну залишаються

дезорганізованими до семи днів, а загальний циркадний ритм не повертається до норми навіть через 15 днів після подорожі. У середньому під час стандартних поїздок мандрівники втрачають близько 47 хвилин сну щоночі, через що майже 20% опитаних зазначають, що сплять під час традиційної відпустки гірше, ніж удома [16].

Ці фізіологічні виклики зумовили формування ринкової ніші, де зміна середовища виступає не дестабілізуючим чинником, а терапевтичним інструментом. Згідно з дослідженнями, опублікованими у часописі *Frontiers in Psychology* [16], особи, які страждають на хронічне безсоння вдома через асоціацію спальні зі стресом та побутовими проблемами, демонструють значне покращення сну під час перебування в готелях, які забезпечують високі стандарти комфорту та тиші.

У науковій літературі та аналітичних звітах індустрії гостинності сформувалося кілька парадигм визначення сонного туризму. Сонний туризм дефінують як спеціалізований сегмент велнес-туризму та превентивної рекреації, спрямований на покращення якості сну, регуляцію циркадних ритмів та загальне психофізіологічне відновлення мандрівників за допомогою інтеграції спеціалізованого середовища проживання, клінічної діагностики та терапевтичних практик [11, 17].

Аналіз наукового дискурсу дозволяє виділити три провідні підходи до концептуалізації сонного туризму.

1) Велнес-орієнтований та холістичний підхід. У межах цього підходу сонний туризм розглядається як еволюційне відгалуження велнес-індустрії [11]. Його прихильники визначають сон як інтегральний показник фізичного та ментального благополуччя [17]. Сонний туризм трактується як комплекс рекреаційних практик, де покращення сну досягається через синергетичний вплив спа-процедур, ароматерапії, йоги нідра, медитацій та збалансованого харчування. Основною відмінністю сонного туризму від загального рекреаційного відпочинку тут є наявність цілеспрямованих та науково

обґрунтованих інтервенцій, що трансформують пасивний відпочинок на активну практику відновлення [18].

2) Клініко-діагностичний підхід. Цей підхід базується на засадах доказової та превентивної медицини. Сонний туризм визначається як цільова поїздка до спеціалізованих медичних велнес-центрів або готелів, що мають партнерські відносини з акредитованими сомнологічними лабораторіями та клініками [19]. Ключовим елементом дефініції є використання об'єктивних методів діагностики (таких як комп'ютерна відеополісомнографія або кардіореспіраторний моніторинг) для виявлення фізіологічних розладів дихання під час сну, хропіння чи інсомнії, з подальшим призначенням індивідуального лікування (наприклад, CPAP-терапії, фототерапії чи електромагнітної терапії) [11]. Важливим теоретичним аспектом підходу є розуміння меж готельного сервісу: розкішна постіль та меню подушок не здатні усунути клінічні розлади сну, що потребує професійного медичного втручання [20].

3) Екосистемний (середовищний) підхід. Цей підхід акцентує увагу на створенні штучного оптимізованого простору «екосистеми сну» [12]. Сонний туризм визначається як подорож до спеціально спроектованих фізичних середовищ, що мінімізують сенсорне навантаження [19]. Визначення базується на управлінні фізико-хімічними параметрами середовища перебування гостя: шумоізоляцією, чистотою та фільтрацією повітря, циркадним регулюванням спектра світла, використанням смарт-матраців із функцією активного охолодження тіла та повним обмеженням цифрових подразників [12]. Головна наукова теза підходу полягає в тому, що усунення звичних тригерів домашнього простору є первинним і найефективнішим кроком до відновлення природної архітектури сну [19].

Для структурування ринку та розробки цільових продуктів розроблено багатофакторну класифікацію сонного туризму (див. табл.1.1), що базується на терапевтичній глибині, тривалості програм, технологічному наповненні та цільовій аудиторії.

Таблиця 1.1

Типологічна класифікація сонного туризму за функціональними ознаками

Тип сонного туризму	Цільова аудиторія	Провідні методи та інструменти	Ключові ринкові приклади
Клінічно-діагностичний	Особи з хронічними розладами сну (апноє, інсомнія, порушення дихання).	Відеополісомнографія, скринінг дихальних шляхів, лабораторні тести, консультації сомнологів, CPAP-терапія.	Grand Resort Bad Ragaz (Швейцарія), SHA Wellness Clinic (Іспанія).
Біохакінг та превентивний велнес	Професіонали з високим рівнем стресу, бізнесмени, особи, що прагнуть оптимізувати життєві показники.	Носійні трекери сну, компресійна терапія, червоне світло, йога нідра, звукова терапія (Sonorium).	Six Senses Hotels (Ibiza, Douro Valley), Woods at Sasan (Індія).
Екологічний (Цифровий детокс)	Жертви вигорання, мешканці мегаполісів із сенсорним перевантаженням.	Безвіконні звукоізовані кімнати («кокон»), вилучення гаджетів, ізовані природні локації.	Zedwell (Лондон), лісові та гірські ретрити у Швеції.
Рекреаційний (Базовий готельний)	Широке коло туристів, мандрівники після тривалих перельотів.	Меню подушок, ароматерапія, обважені ковдри, трав'яні чаї, високотехнологічні матраци.	Park Hyatt New York (Sleep Suite), Cadogan Belmond (Лондон).

Окрім представленої класифікації, сонні подорожі диференціюють за тривалістю та інтенсивністю рекреаційного впливу.

Сліпкейшн (Sleepcation): Тривала, системно спланована відпустка (тривалістю від 5 до 21 дня) [13], спрямована на фундаментальну перебудову індивідуального режиму сну. Вона передбачає поєднання діагностики, навчання правилам гігієни сну та формування довгострокових поведінкових звичок, які клієнт може інтегрувати у своє повсякденне життя після повернення.

Непкейшн (Narpcation): Короткостроковий формат відновлення сил (тривалістю від кількох годин до 2 днів) [13]. Найчастіше реалізується у формі денного використання готельних номерів, візитів до спеціалізованих «нап-

барів» у ділових центрах міст або швидких вікенд-турів до заміських spa-комплексів для екстреної ліквідації гострого дефіциту сну.

Таблиця 1.2

Порівняльна характеристика суміжних концепцій туристичних
подорожей

Критерій	Wellness tourism	Digital detox tourism	Sleep tourism
Основна мета	Загальне оздоровлення	Відмова від цифрових технологій	Покращення якості сну
Основний ресурс	Здоров'я	Психоемоційний баланс	Сон і відновлення
Основні послуги	SPA, йога, фітнес	Відпочинок без гаджетів	Sleep-програми, сомнологія
Цільова аудиторія	Широке коло туристів	Люди з цифровим перевантаженням	Особи з дефіцитом сну
Очікуваний результат	Поліпшення самопочуття	Зниження стресу	Нормалізація сну

Дані табл. 1.2 свідчать, що хоча sleep tourism має спільні риси з wellness- та digital detox-туризмом, його ключовою відмінністю є концентрація на відновленні фізіологічних механізмів сну як базової умови здоров'я людини.

Узагальнюючи наукові підходи до трактування sleep tourism, можна зробити висновок, що дана концепція еволюціонувала від окремих практик підвищення комфорту проживання у готелях до самотійного напрямку туристичної діяльності. Сучасний туризм сну поєднує рекреаційні, оздоровчі, медичні та технологічні компоненти, формуючи новий сегмент ринку гостинності, орієнтований на відновлення фізичного та психоемоційного стану людини.

1.2 Світові тенденції розвитку туризму сну та wellness-послуг

У сучасних умовах глобальної трансформації туристичного ринку особливого значення набувають подорожі, спрямовані на підтримання здоров'я, покращення якості життя та психоемоційне відновлення людини. Зростання рівня урбанізації, прискорення темпів життя, поширення цифрових технологій та збільшення психоемоційних навантажень сприяли формуванню

стійкого попиту на wellness-послуги та спеціалізовані оздоровчі подорожі. Одним із найбільш динамічних сегментів цього ринку останніми роками став sleep tourism, який розглядається як новий етап розвитку wellness-туризму [5; 9].

За даними Global Wellness Institute, світова wellness-економіка після пандемії COVID-19 демонструє стабільне зростання та належить до найбільш перспективних секторів світового господарства. Станом на 2024 рік обсяг світового wellness-ринку перевищив 6 трлн доларів США, а одним із найдинамічніших напрямів розвитку визначено послуги, пов'язані з покращенням сну, відновленням організму та психічного здоров'я людини [9]. Відповідно до сучасних тенденцій wellness перестає асоціюватися виключно зі SPA-процедурами та фітнесом і трансформується у комплексну систему підтримки фізичного, емоційного та соціального благополуччя.

Однією з ключових тенденцій останнього десятиліття є зміщення акценту від лікування захворювань до їх профілактики. Все більше споживачів розглядають подорожі як інструмент підтримання здоров'я та запобігання негативним наслідкам стресу, хронічної втоми й емоційного вигорання. У цьому контексті якісний сон починає сприйматися як один із базових чинників здоров'я людини поряд із харчуванням та фізичною активністю [3; 5].

Важливою передумовою розвитку туризму сну стало погіршення якості сну населення у багатьох країнах світу. За результатами міжнародних досліджень, значна частина дорослого населення регулярно відчуває труднощі із засинанням, недостатню тривалість сну або симптоми хронічної втоми [3]. Водночас поширення дистанційної роботи, використання мобільних пристроїв перед сном та постійна доступність цифрових комунікацій сприяють порушенню циркадних ритмів та формуванню так званого «цифрового безсоння» [6].

У відповідь на ці виклики у світовій індустрії гостинності активно розвивається концепція sleep tourism. За оцінками міжнародних аналітичних агентств, ринок туризму сну демонструє високі темпи зростання та поступово

переходить із нішевого сегмента до масового туристичного продукту [15]. Якщо раніше послуги, спрямовані на покращення сну, пропонували переважно преміальні wellness-курорти, то сьогодні відповідні програми впроваджують готельні мережі різних цінових категорій [17].

Однією з найбільш помітних тенденцій є інтеграція медицини сну в діяльність підприємств гостинності. Провідні світові курорти та готелі співпрацюють із сомнологами, психологами та медичними центрами, створюючи комплексні програми діагностики та корекції порушень сну. У таких закладах гостям пропонують моніторинг фаз сну, консультації фахівців, індивідуальні рекомендації щодо режиму відпочинку та програми відновлення циркадних ритмів [20].

Другим важливим трендом є активне використання цифрових технологій та елементів штучного інтелекту. Сучасні готелі впроваджують системи smart room, які автоматично регулюють температуру повітря, рівень освітлення та шумове середовище залежно від потреб гостя. Поширення набувають спеціальні сенсори, що відстежують якість сну, а також мобільні застосунки для формування індивідуальних рекомендацій щодо відпочинку [10].

Значний вплив на розвиток туризму сну справляє також популяризація концепції digital detox. Відмова від надмірного використання цифрових пристроїв стала одним із найважливіших інструментів покращення якості сну. У зв'язку з цим дедалі більше готелів пропонують програми тимчасового обмеження використання смартфонів, планшетів та інших електронних пристроїв, створюючи умови для психологічного розвантаження та відновлення природних біологічних ритмів людини [6; 8, 21, 22].

Окремою тенденцією виступає розвиток так званих sleep retreats – спеціалізованих програм відпочинку, повністю орієнтованих на покращення якості сну. Такі програми можуть тривати від кількох днів до декількох тижнів і поєднують релаксаційні практики, медитацію, йогу, здорове харчування, консультації фахівців та контроль параметрів сну. Найбільшого поширення подібні продукти набули у США, Великій Британії, Швейцарії, Іспанії та

країнах Південно-Східної Азії [17; 19].

Ще однією характерною рисою сучасного етапу розвитку sleep tourism є персоналізація послуг. Якщо традиційні wellness-програми орієнтувалися на широке коло споживачів, то сучасні sleep-програми дедалі частіше формуються індивідуально з урахуванням віку, професійної діяльності, способу життя та наявних проблем зі сном. Використання даних носійних пристроїв, фітнес-браслетів та мобільних застосунків дозволяє створювати персоналізовані сценарії відновлення для кожного гостя [12; 16].

Важливою світовою тенденцією є також розширення цільової аудиторії туризму сну. Якщо раніше основними споживачами таких послуг були представники бізнесу та заможні туристи, то сьогодні попит активно формується серед молодих фахівців, працівників цифрової сфери, віддалених співробітників та представників покоління Z, які приділяють значну увагу ментальному здоров'ю та балансу між роботою й особистим життям [14].

Поряд із розвитком sleep tourism продовжує трансформуватися і весь wellness-сектор. Сучасні wellness-послуги дедалі частіше поєднують фізичне оздоровлення, ментальне відновлення, екологічні практики та цифрові технології. Формується концепція holistic wellness, відповідно до якої здоров'я людини розглядається як результат гармонійної взаємодії фізичних, психологічних, соціальних та екологічних чинників [2]. У межах цього підходу якісний сон виступає одним із ключових індикаторів загального благополуччя людини.

Таким чином, світові тенденції розвитку туризму сну свідчать про поступове формування нового спеціалізованого сегмента туристичного ринку, орієнтованого на відновлення фізичного та психоемоційного стану людини через покращення якості сну. Основними трендами розвитку sleep tourism виступають інтеграція медицини сну та готельного сервісу, персоналізація програм відновлення, впровадження інноваційних технологій, поширення практик digital detox та зростання ролі ментального здоров'я у структурі туристичного попиту. У сукупності зазначені тенденції створюють передумови

для подальшого розвитку туризму сну як одного з найбільш перспективних напрямів сучасної індустрії гостинності.

Таблиця 1.3

Основні світові тенденції розвитку sleep tourism

Тенденція	Характеристика	Очікуваний ефект
Інтеграція медицини сну	Співпраця готелів із сомнологами та клініками	Підвищення ефективності sleep-програм
Персоналізація послуг	Індивідуальні програми відновлення	Зростання задоволеності гостей
Digital detox	Обмеження використання гаджетів	Покращення якості сну
Smart-технології	Моніторинг сну, розумні номери	Оптимізація умов відпочинку
Sleep retreats	Спеціалізовані тури та ретрити	Формування окремого сегмента ринку
Holistic wellness	Комплексний підхід до здоров'я	Підвищення цінності туристичного продукту

Окрім якісних змін у структурі туристичного попиту, розвиток sleep tourism супроводжується стрімким зростанням економічних показників галузі. Збільшення кількості спеціалізованих програм, розширення географії пропозиції та готовність туристів інвестувати у власне здоров'я сприяють формуванню окремого високорентабельного сегмента туристичного ринку. Для оцінки масштабів розвитку sleep tourism доцільно проаналізувати основні економічні показники галузі.

Фінансові та соціологічні показники свідчать, що задоволення потреби в якісному відпочинку перетворилося на один із найдорожчих і найбільш затребуваних товарів у індустрії преміум-гостинності. Зростання ринку підтримується стабільною готовністю споживачів платити значну націнку за науково підтверджений регенеративний ефект подорожі.

Дані табл. 1.4 свідчать про високий потенціал розвитку туризму сну у світовому масштабі. Прогнозовані темпи зростання значно перевищують середні показники традиційного туристичного ринку, що пояснюється зростанням попиту на персоналізовані wellness-послуги та посиленням уваги споживачів до питань фізичного і ментального здоров'я. Особливо важливим є той факт, що інвестиції у якість сну поступово переходять із категорії

преміальних послуг до сегмента масового споживання.

Таблиця 1.4

Економічні показники та параметри ринку сонного туризму

Фінансово-економічний показник	Значення показника	Географічне охоплення / Джерело даних
Обсяг ринку сонного туризму (базова оцінка 2025 р.)	\$84,65 млрд	Глобальний ринок / Fortune Business Insights [15]
Прогнозний обсяг ринку до 2034 року	\$265,85 млрд	Глобальний ринок / Fortune Business Insights [15]
Середньорічний темп зростання ринку (CAGR)	13,56%	Період прогнозування до 2034 р. [15]
Альтернативна оцінка обсягу сектора (2024 р.)	> \$690 млрд	Глобальний ринок / HTF Market Intelligence [14]
Очікуваний абсолютний приріст за альтернативною оцінкою	+ \$400 млрд	Прогноз на період 2024–2028 рр. [14]
Обсяг велнес-економіки США (світовий лідер)	\$2 трлн (32% світового ринку)	Global Wellness Institute [9]
Обсяг ринку велнес-туризму США	\$300,6 млрд (прогноз \$718,8 млрд до 2030 р.)	Global Wellness Institute [9]
Річний темп зростання велнес-туризму	+16,6%	Глобальний прогноз [9]
Індивідуальні річні витрати на велнес у США	> \$6 000 на особу	Global Wellness Institute [9]

Дослідження споживчої поведінки Amerisleep [16] демонструють високий рівень інтеграції сомнологічних рішень у структуру туристичних уподобань (див. табл. 1.5).

Результати дослідження демонструють високий рівень зацікавленості споживачів у спеціалізованих sleep-програмах.

Особливу увагу туристи приділяють базовим характеристикам середовища сну, таким як звукоізоляція, затемнення номерів та якість спального обладнання.

Статистика споживчих уподобань та готовності до витрат (2026 р.)

Споживчий індикатор / Пріоритет	Статистичне значення (%)	Фінансовий еквівалент (\$)
Планують цільову подорож для сну протягом року	20% (1 з 5 мандрівників)	—
Обирали готель виключно через наявність опцій для сну	11%	—
Свідомо орієнтувалися на функції сну при виборі готелю	38%	—
Середній запланований бюджет на спеціалізований тур	—	\$1 725 на поїздку
Готовність платити націнку за кімнату з функціями сну	43%	\$158 додатково за ніч
Пріоритетність зручностей: звукоізоляція номерів	44%	—
Пріоритетність зручностей: штори повного затемнення	43%	—
Пріоритетність зручностей: матраци з терморегуляцією	35%	—
Інтерес до інновацій: мобільні додатки для сну	30%	—
Інтерес до інновацій: мовчазні ретрити та цифрові детокси	25%	—
Інтерес до інновацій: заспокійливий медіаконтент (Netflix)	24%	—

Водночас значна частка респондентів позитивно оцінює впровадження інноваційних рішень, включаючи мобільні застосунки для моніторингу сну та програми цифрового детоксу, що підтверджує актуальність технологічного розвитку цього сегмента.

Ринкові дослідження підтверджують стійку довгострокову ефективність інвестицій у сонні програми. Зокрема, опитування учасників спеціалізованих велнес-ретритів показало, що покращення якості сну, зниження тривожності

та стабілізація настрою зберігаються у пацієнтів протягом щонайменше шести тижнів після повернення додому, що доводить терапевтичну цінність таких подорожей порівняно зі звичайною пасивною відпусткою.

1.3 Практики впровадження sleep tourism у діяльність готельних підприємств

Стрімке зростання популярності sleep tourism стимулює готельні підприємства до розробки нових сервісних рішень, спрямованих на покращення якості сну гостей. Якщо раніше комфортний сон розглядався як базова складова проживання, то сьогодні він перетворюється на самостійний туристичний продукт, здатний формувати конкурентні переваги готельного підприємства та залучати нові сегменти клієнтів [15; 17, 28].

Розвиток концепції sleep tourism пов'язаний із переходом індустрії гостинності від традиційного надання послуг розміщення до створення комплексного клієнтського досвіду. У межах такого підходу готелі пропонують спеціалізовані програми відновлення, що поєднують сучасні технології, медичні консультації, wellness-практики та індивідуалізований сервіс [2; 22, 29].

Однією з перших міжнародних готельних мереж, яка інтегрувала концепцію покращення сну до власної стратегії розвитку, стала Hilton. У межах глобального дослідження туристичних трендів компанія визначила sleep tourism одним із найперспективніших напрямів розвитку світової індустрії гостинності. У 2025 році Hilton представила концепцію «Sleep Tourizzzm 2.0», яка передбачає створення номерів із циркадним освітленням, системами контролю температури повітря, спеціальними програмами релаксації та використанням технологій моніторингу сну [7]. Дослідження компанії показали, що понад половина сучасних мандрівників розглядають якість сну як один із головних критеріїв вибору місця проживання [7].

Значного поширення концепція туризму сну набула у діяльності

міжнародної мережі Six Senses Hotels Resorts Spas. Особливістю підходу компанії є впровадження комплексних програм Sleep with Six Senses, що базуються на використанні біометричних технологій аналізу сну, персоналізованих рекомендацій сомнологів та оздоровчих процедур [23]. Гості можуть проходити попередню діагностику якості сну, отримувати індивідуальні консультації щодо режиму відпочинку та брати участь у програмах відновлення циркадних ритмів. Важливу роль відіграє також використання екологічних матеріалів, натуральної косметики та органічного харчування, що відповідає принципам holistic wellness [2; 23]. Мережа впроваджує персоналізовані програми біохакингу. Гості отримують безконтактні трекери сну, які реєструють вплив шуму, світла та температури на якість відпочинку. У готелі Six Senses Douro Valley (Португалія) консультант із питань сну Філіпа Герра (Filipa Guerra) аналізує отримані дані, виявляючи аномалії архітектури сну (наприклад, затримку настання глибоких фаз сну через низький судинний тонус). Для корекції призначають вживання магнію, чаю з листя банана та дотримання стабільного розкладу не хежтуючи ранковим пробудженням без будильника. У готелі Six Senses Con Dao (В'єтнам) програма вартістю близько 39 650 000 VND поєднує щоденний моніторинг, компресійну терапію, вплив червоного світла на шкіру обличчя та сеанси звукової терапії. У готелі Six Senses Fort Barwara (Індія) акцент роблять на йозі нідра, терапії Shirodhara та індивідуальному меню «Sleep Well» із продуктів, багатих на триптофан.

Яскравим прикладом практичної реалізації sleep tourism є швейцарський курорт Grand Resort Bad Ragaz. У співпраці з Центром медицини сну курорт пропонує комплексні програми діагностики та лікування порушень сну. Відвідувачам доступні консультації лікарів-сомнологів, полісомнографічні дослідження, програми лікування апное та індивідуальні рекомендації щодо покращення сну [24]. У цьому випадку sleep tourism поєднується з елементами медичного туризму та превентивної медицини.

Схожий підхід використовує іспанська клініка SHA Wellness Clinic, яка

входить до числа провідних світових wellness-центрів. Програми клініки орієнтовані на комплексне відновлення фізичного та психоемоційного стану людини через корекцію режиму сну, харчування та рівня фізичної активності. До складу sleep-програм входять медичне обстеження, лабораторна діагностика, когнітивно-поведінкова терапія та сучасні методики боротьби з безсонням [25].

Особливий інтерес становить досвід британської мережі Zedwell Hotels, яка фактично побудувала власну бізнес-концепцію навколо ідеї якісного сну. Перший у британській столиці готель, повністю спроектований під потреби глибокого сну. Номери («кокон») не мають вікон для повного виключення світлового та шумового забруднення мегаполіса. У кімнатах відсутні телевізори, картини та будь-які декоративні елементи, що можуть перевантажувати нервову систему. Інтер'єр виконаний з натурального дуба, постіль виготовлена з єгипетської бавовни, повітря проходить примусову багатоступеневу фільтрацію, а простір насичується заспокійливими ароматами лаванди та бергамоту. Номери готелів цієї мережі не мають вікон, що дозволяє мінімізувати вплив зовнішнього освітлення. Крім того, застосовується посилена шумоізоляція, системи очищення повітря та спеціальні технології створення комфортного мікроклімату [26]. Основна мета такого підходу полягає у формуванні ізольованого середовища, максимально сприятливого для відпочинку та відновлення організму.

Важливим напрямом розвитку sleep tourism є використання спеціалізованих номерів для сну. Одним із найбільш відомих прикладів є Sleep Suite у готелі Park Hyatt New York. У партнерстві з компанією Bryte створено люкс «One Bedroom Sleep Suite» площею 900 квадратних футів. Номер обладнаний ліжком «The Restorative Bed», що використовує штучний інтелект для сканування точок тиску тіла гостя у реальному часі та автоматично коригує жорсткість зон матраца та його внутрішню температуру протягом різних фаз сну. Номер обладнаний системою очищення повітря, інноваційним матрацом із контролем температури, освітленням із регулюванням біоритмів та системами

ароматерапії [27]. Подібні рішення дозволяють створити максимально комфортне середовище для відпочинку навіть під час короткострокового перебування гостя.

Mandarin Oriental (Женева, Швейцарія) реалізує триденну програму в офіційному партнерстві з приватною швейцарською медичною клінікою CENAS [19]. Програма спрямована на виявлення прихованих фізіологічних розладів сну у пацієнтів та розробку індивідуальних терапевтичних рекомендацій для домашнього впровадження.

Longevity Health & Wellness Hotel (Алвор, Португалія): Adults-only готель, що співпрацює з медичною групою НРА. Його концепція «Brain Resilience Blueprint» (План стійкості мозку) спирається на сучасні нейробіологічні дослідження. Науковим обґрунтуванням програми є той факт, що під час сну глімфатична система мозку активно виводить токсичні білкові накопичення (бета-амілоїд та тау-протеїн). Дефіцит сну (наприклад, обмеження відпочинку до 4 годин на добу) веде до зниження активності природних клітин-кілерів імунної системи на 70%, через що ВООЗ класифікувала нічну змінну роботу як потенційний канцероген. Обмеження сну до 6 годин протягом тижня змінює експресію генів, активуючи процеси хронічного запалення та пухлинного росту. Програма готелю включає скринінг на апное, стрес-менеджмент та світлову терапію за методологією Stanford Medical School (експозиція природного світла тривалістю 2–10 хвилин щоранку для нормалізації кортизолового сплеску та пригнічення передчасного синтезу мелатоніну) [31].

Woods at Sasan (Індія): Курорт пропонує терапію у спеціалізованому просторі «Sonorium» [17], де розслаблення досягається за допомогою вібраційного резонансу та акустичних частот низької стимуляції, що поєднуються з акупунктурою для стабілізації синтезу серотоніну та мелатоніну.

Hästens Sleep Spa Hotel (Коїмбра, Португалія): Побудований у 2021 році шведським виробником елітних ліжок Hästens [19]. Бутик-готель на 15 номерів

обладнаний ексклюзивними спальними системами, постільною білизною та меню анатомічних подушок Hästens, забезпечуючи оптимальну ортопедичну підтримку тіла.

Поширеною практикою серед сучасних готельних підприємств стало впровадження послуги *sleep concierge*. Такий фахівець допомагає гостям обрати оптимальний режим відпочинку, рекомендує тип подушки та матраца, консультує щодо вечірніх процедур релаксації та формує індивідуальні рекомендації для покращення якості сну [19]. Наявність подібного сервісу свідчить про високий рівень персоналізації обслуговування та відповідає сучасним тенденціям розвитку індустрії гостинності.

The Cadogan, A Belmond Hotel (Лондон) пропонує гостям послуги персонального «консьєржа сну». Пакет послуг включає спеціальний аудіозапис медитації, меню подушок з урахуванням улюбленої пози під час сну, використання обважених ковдр, нічний трав'яний чай та розпорошення розслаблюючих мікроспреїв на шовкову білизну [19].

Не менш важливим компонентом *sleep tourism* є реалізація програм цифрового детоксу. Багато готелів пропонують спеціальні пакети послуг, які передбачають тимчасове обмеження використання смартфонів, планшетів та інших цифрових пристроїв. Такі програми часто поєднуються з медитацією, йогою, дихальними практиками та іншими інструментами психологічного відновлення [6; 8; 21]. Дослідження підтверджують, що зменшення впливу цифрових подразників позитивно впливає на вироблення мелатоніну та сприяє покращенню якості сну [21].

Для узагальнення світового досвіду впровадження *sleep tourism* доцільно систематизувати основні інструменти реалізації цієї концепції (табл. 1.6).

Світовий досвід демонструє, що *sleep tourism* поступово трансформується з нішевого сегмента *wellness*-туризму у самостійний напрям розвитку індустрії гостинності. Найбільш успішними практиками є поєднання медичних, технологічних та рекреаційних компонентів у межах єдиного туристичного продукту.

Основні інструменти реалізації sleep tourism у діяльності готельних підприємств

Інструмент	Характеристика
Sleep concierge	Індивідуальні консультації щодо покращення якості сну
Pillow menu	Вибір подушок відповідно до потреб гостя
Smart room	Автоматичне регулювання освітлення, температури та вологості
Sleep retreat	Спеціалізовані програми відновлення сну
Digital detox	Обмеження використання цифрових пристроїв
Somnology services	Консультації та діагностика за участю сомнологів
Aromatherapy	Використання ароматів для релаксації
Circadian lighting	Освітлення відповідно до біологічних ритмів людини
Sleep tracking	Моніторинг якості сну за допомогою цифрових технологій

Водночас аналіз зарубіжних кейсів свідчить про наявність значного потенціалу для адаптації подібних рішень у діяльності українських готельних підприємств. Зростання попиту на послуги відновлення, цифрового детоксу та персоналізованого сервісу створює передумови для впровадження концепції sleep tourism як інноваційного напрямку розвитку вітчизняної індустрії гостинності.

Таким чином встановлено, що туризм сну сформувався під впливом глобальних соціально-економічних змін, зростання рівня стресу, цифрового перевантаження населення та підвищення уваги до питань фізичного і психоемоційного здоров'я. Визначено сутність концепції sleep tourism, її місце у структурі wellness-туризму та ключові особливості, серед яких комплексність, персоналізація послуг, використання інноваційних технологій і орієнтація на покращення якості сну як основного чинника відновлення людини.

У ході дослідження світових тенденцій розвитку туризму сну встановлено, що даний сегмент демонструє стійкі темпи зростання та поступово трансформується із нішевого продукту у самостійний напрям

туристичного ринку. Основними тенденціями його розвитку є інтеграція медицини сну та готельного сервісу, впровадження smart-технологій, поширення програм digital detox, розвиток персоналізованих wellness-послуг і зростання попиту на спеціалізовані програми відновлення.

Аналіз практик впровадження sleep tourism у діяльність готельних підприємств дозволив встановити, що провідні міжнародні готельні мережі та wellness-курорти активно використовують спеціалізовані sleep-програми, консультації сомнологів, цифрові системи моніторингу сну, концепції sleep concierge та інші інструменти підвищення якості відпочинку гостей. Світовий досвід підтверджує ефективність таких рішень та свідчить про наявність значного потенціалу для їх адаптації в діяльності підприємств гостинності.

Отже, sleep tourism є перспективним напрямом розвитку сучасної індустрії гостинності, що відповідає актуальним потребам споживачів у відновленні здоров'я та покращенні якості життя. Це створює підґрунтя для подальшого дослідження можливостей впровадження концепції туризму сну в діяльність підприємства гостинності, що буде розглянуто у наступному розділі.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ПЕРЕДУМОВ ВПРОВАДЖЕННЯ SLEEP TOURISM У ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЮ «N»

2.1 Організаційно-економічна характеристика готельного підприємства

У сучасних умовах розвитку індустрії гостинності важливого значення набуває діяльність підприємств, які впроваджують інноваційні підходи до організації готельного сервісу та формують нові стандарти обслуговування гостей. Одним із таких підприємств на українському ринку є Товариство з обмеженою відповідальністю «Ribas Hotels Group» – національна керуюча компанія та готельний оператор, що спеціалізується на управлінні готельними, курортними та апартаментними комплексами [36].

Компанія Ribas Hotels Group здійснює свою діяльність у сфері управління об'єктами гостинності, консалтингу, девелопменту та супроводу інвестиційних проєктів. Основною місією підприємства є створення конкурентоспроможних готельних продуктів, орієнтованих на високий рівень сервісу, сучасні стандарти управління та індивідуалізацію клієнтського досвіду. Діяльність компанії базується на використанні сучасних управлінських технологій, цифрових інструментів та міжнародних практик готельного менеджменту, що відповідає сучасним тенденціям розвитку індустрії гостинності [10; 34; 36].

Станом на 2026 рік компанія управляє мережею готельних, курортних та апартаментних об'єктів, розташованих у різних регіонах України. До портфеля компанії входять готелі міського, рекреаційного та курортного типу, що дозволяє охоплювати різні сегменти туристичного ринку та формувати диверсифіковану пропозицію для споживачів [36].

Особливістю діяльності Ribas Hotels Group є поєднання функцій готельного оператора та консалтингової компанії. Підприємство здійснює

комплексний супровід готельних проєктів, починаючи від розроблення концепції та фінансового планування і завершуючи операційним управлінням готовими об'єктами. Такий підхід відповідає сучасним принципам менеджменту підприємств гостинності, які передбачають інтеграцію управлінських, маркетингових та інвестиційних процесів у межах єдиної бізнес-моделі [34; 35].

Ефективність діяльності підприємств гостинності значною мірою залежить від раціональної організації системи управління та розподілу функціональних обов'язків між структурними підрозділами [34].

Організаційна структура ТОВ «Ribas Hotels Group» побудована за функціональним принципом і включає декілька взаємопов'язаних рівнів управління. На чолі компанії знаходиться генеральний директор, який здійснює стратегічне керівництво діяльністю підприємства та координує роботу основних структурних підрозділів.

До складу організаційної структури входять:

- операційний департамент;
- фінансовий департамент;
- департамент маркетингу та продажів;
- департамент розвитку проєктів;
- HR-відділ;
- служба контролю якості;
- юридичний відділ;
- адміністративний персонал [34; 36].

Операційний департамент відповідає за безпосереднє управління готельними об'єктами, контроль якості обслуговування гостей та впровадження корпоративних стандартів. Фінансовий департамент здійснює бюджетування, фінансове планування та аналіз результатів діяльності підприємства [33].

Відділ маркетингу та продажів забезпечує просування бренду, управління каналами бронювання, комунікацію з клієнтами та реалізацію

маркетингових стратегій. HR-служба відповідає за підбір персоналу, адаптацію працівників, навчання та розвиток кадрового потенціалу підприємства [34].

Важливою складовою діяльності компанії є формування професійного кадрового складу. Сучасні підприємства гостинності значною мірою залежать від компетентності персоналу, оскільки якість послуг безпосередньо впливає на рівень задоволеності гостей та конкурентоспроможність підприємства [1; 34]. Важливим напрямом діяльності підприємства є цифровізація управлінських та сервісних процесів. Компанія активно використовує сучасні інформаційні системи бронювання, автоматизовані системи управління номерним фондом, CRM-платформи та цифрові інструменти комунікації з клієнтами. Впровадження цифрових технологій дозволяє підвищувати ефективність операційної діяльності, оптимізувати витрати та покращувати якість клієнтського сервісу [10; 21].

Однією з ключових особливостей діяльності Ribas Hotels Group є формування різноманітного готельного продукту, орієнтованого на різні категорії споживачів. До портфеля компанії входять курортні комплекси, міські готелі, апартаментні об'єкти та рекреаційні комплекси, розташовані у туристично привабливих регіонах України [36].

Готельний продукт компанії включає:

- послуги проживання;
- послуги харчування;
- конференц-сервіс;
- організацію відпочинку та дозвілля;
- wellness-послуги;
- SPA-послуги;
- додаткові туристичні сервіси [34].

Номерний фонд об'єктів мережі представлений різними категоріями номерів – від стандартних до номерів підвищеного рівня комфорту та апартаментів. Така диференціація дозволяє охоплювати широкую цільову

аудиторію та формувати індивідуальні пропозиції для гостей [36].

Особливе значення мають wellness- та SPA-послуги, які останніми роками стали важливим елементом конкурентоспроможності готельного бізнесу. До них належать SPA-комплекси, масажні кабінети, сауни, басейни, релаксаційні зони та програми оздоровлення [2].

Крім традиційних послуг, компанія активно впроваджує цифрові сервіси. Серед них онлайн-бронювання, CRM-системи управління взаємовідносинами з клієнтами, мобільні сервіси для гостей, електронні канали комунікації та автоматизовані системи управління готелем [10; 21].

Саме наявність wellness-напрямку та цифрових інструментів створює сприятливі передумови для подальшої інтеграції концепції sleep tourism у діяльність підприємства.

Підприємство функціонує в умовах висококонкурентного ринку готельних послуг, на якому спостерігається постійне зростання вимог споживачів до якості сервісу та рівня комфорту. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності свідчать про посилення попиту на персоналізовані послуги, програми відновлення здоров'я, цифровий детокс та комплексні wellness-продукти [2; 6; 8]. Саме тому компанія має потенціал для впровадження інноваційних концепцій гостинності, зокрема sleep tourism, який поєднує елементи оздоровлення, релаксації та підвищення якості сну гостей [1; 2].

З позицій ринкового позиціонування Ribas Hotels Group орієнтується на створення сучасного готельного продукту, що поєднує високий рівень сервісу, інноваційність та орієнтацію на потреби клієнта. Основними сегментами споживачів виступають туристи, які подорожують з метою відпочинку, сімейні туристи, бізнес-мандрівники, віддалені працівники та споживачі wellness-послуг [36]. Зростання популярності концепцій здорового способу життя, ментального благополуччя та відновлювального туризму створює додаткові можливості для розширення спектра послуг підприємства шляхом впровадження спеціалізованих sleep-програм [5; 12].

Для узагальнення основних характеристик ТОВ «Ribas Hotels Group» та визначення його потенціалу щодо впровадження інноваційних концепцій гостинності доцільно систематизувати ключові характеристики підприємства у вигляді таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Загальна характеристика ТОВ «Ribas Hotels Group»

Показник	Характеристика
Повна назва	Товариство з обмеженою відповідальністю «Ribas Hotels Group»
Сфера діяльності	Управління готельними, курортними та апартаментними комплексами
Тип підприємства	Готельний оператор та консалтингова компанія
Основні напрями діяльності	Управління готелями, консалтинг, девелопмент, маркетинг, операційний менеджмент
Географія діяльності	Україна
Типи об'єктів в управлінні	Курортні готелі, міські готелі, апарт-готелі, рекреаційні комплекси
Організаційна структура	Функціональна
Основні підрозділи	Операційний, фінансовий, маркетинговий, HR, юридичний, департамент розвитку
Цільова аудиторія	Туристи, сімейні мандрівники, бізнес-клієнти, прихильники wellness-відпочинку
Конкурентні переваги	Професійне управління, цифровізація сервісу, персоналізація обслуговування, сучасні концепції гостинності
Інноваційні напрями розвитку	Wellness-сервіси, цифровий детокс, персоналізовані програми відпочинку
Потенціал впровадження sleep tourism	Високий

Дані таблиці 2.1 свідчать, що ТОВ «Ribas Hotels Group» є сучасним оператором у сфері гостинності, який використовує інноваційні підходи до управління готельними об'єктами та активно впроваджує нові формати сервісу. Особливу увагу компанія приділяє розвитку wellness-напрямку, цифровізації процесів обслуговування та персоналізації клієнтського досвіду.

Зазначені особливості створюють сприятливі умови для впровадження концепції sleep tourism у діяльність підприємств мережі та формування спеціалізованих програм відновлення сну для гостей [1; 2; 10; 36].

Таким чином, ТОВ «Ribas Hotels Group» є сучасним підприємством індустрії гостинності, яке здійснює управління мережею готельних об'єктів та впроваджує інноваційні підходи до організації сервісу. Наявність розвиненої системи управління, використання цифрових технологій, орієнтація на персоналізацію послуг та впровадження сучасних концепцій гостинності створюють сприятливі передумови для подальшого впровадження елементів sleep tourism у діяльність підприємства.

Оскільки ТОВ «Ribas Hotels Group» є керуючою компанією, яка здійснює управління значною кількістю готельних об'єктів різного формату, подальший аналіз доцільно проводити на прикладі конкретного підприємства мережі, що дозволить більш детально оцінити можливості впровадження концепції sleep tourism з урахуванням особливостей його матеріально-технічної бази, асортименту послуг та цільової аудиторії.

Для оцінки можливостей впровадження концепції sleep tourism доцільно здійснити аналіз діяльності готелю «N», модель якого сформовано на основі сучасних тенденцій розвитку курортних готелів України та практики функціонування підприємств мережевого типу. Готель «N» є рекреаційним засобом розміщення, розташованим у природно-привабливій туристичній дестинації та орієнтованим на надання послуг відпочинку, оздоровлення та відновлення фізичного і психоемоційного стану гостей.

Готель належить до категорії чотиризіркових засобів розміщення та функціонує протягом усього року. Основними напрямками його діяльності є надання послуг проживання, харчування, організація дозвілля, оздоровчі та SPA-послуги, проведення корпоративних заходів і сімейного відпочинку.

Номерний фонд підприємства налічує 60 номерів різних категорій, що дозволяє обслуговувати різні сегменти споживачів. Структура номерного фонду представлена у таблиці 2.2.

Структура номерного фонду готелю «N»

Категорія номера	Кількість номерів, од.	Частка, %
Стандарт	28	46,7
Покращений стандарт	14	23,3
Напівлюкс	10	16,7
Люкс	6	10,0
Апартаменти	2	3,3
Разом	60	100,0

Аналіз структури номерного фонду свідчить про переважання номерів категорії «Стандарт», частка яких становить 46,7 %. Водночас майже третина номерного фонду представлена номерами підвищеного рівня комфорту, що створює можливості для формування спеціалізованих sleep-продуктів, орієнтованих на тривале проживання та відновлення гостей.

Важливою характеристикою діяльності підприємства є рівень використання номерного фонду. Для оцінки ефективності роботи готелю було проаналізовано основні показники діяльності за 2023–2025 рр. (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Основні показники діяльності готелю «N» у 2023–2025 рр.

Показник	2023 р.	2024 р.	2025 р.	Відхилення (+/-)
Кількість номерів, од.	60	60	60	0
Середньорічна завантаженість номерного фонду, %	58,0	64,0	71,0	+13,0
Реалізовані номеро-дні, од.	12 702	14 016	15 549	+2 847
Середня ціна номера (ADR), грн	2 800	3 200	3 800	+1 000
Дохідність номерного фонду (RevPAR), грн	1 624	2 048	2 698	+1 074
Дохід від номерного фонду, тис. грн	35 566	44 851	59 086	+23 520

Дані таблиці свідчать про позитивну динаміку розвитку підприємства. Протягом досліджуваного періоду середньорічна завантаженість номерного фонду зросла з 58 % до 71 %, що свідчить про підвищення попиту на послуги

готелю та зміцнення його конкурентних позицій на ринку. Одночасно спостерігається зростання середньої вартості номера (ADR) на 35,7 %, що може бути пов'язано як із загальними інфляційними процесами, так і з підвищенням якості готельного продукту.

Показник RevPAR, який характеризує дохідність номерного фонду, збільшився з 1624 грн до 2698 грн, тобто на 66,1 %. Це свідчить про ефективне використання номерного фонду та успішну політику управління доходами підприємства. Дохід від реалізації послуг розміщення за досліджуваний період зріс майже на 66 %, що підтверджує стабільний розвиток готелю.

Окрім послуг проживання, готель «N» пропонує широкий спектр додаткових сервісів. До них належать ресторанне обслуговування, SPA-комплекс, критий басейн, фінська сауна, хамам, масажні кабінети, тренажерний зал, конференц-зала, дитяча кімната та послуги організації дозвілля.

Наявність таких послуг дозволяє формувати комплексний туристичний продукт і збільшувати тривалість перебування гостей у готелі [34]. Основні елементи інфраструктури готелю «N» подано у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Основні елементи інфраструктури готелю «N»

Елемент	Характеристика
Номерний фонд	60 номерів
Ресторан	120 місць
SPA-комплекс	басейн, сауна, хамам
Масажні кабінети	3
Конференц-зала	80 місць
Дитяча кімната	наявна
Паркінг	50 місць
Wi-Fi	на всій території
Онлайн-бронювання	наявне

Особливе значення для подальшого впровадження sleep tourism має оздоровча інфраструктура підприємства. У готелі вже функціонують релаксаційні зони, SPA-комплекс, масажні кабінети та басейн, які можуть бути

інтегровані до майбутніх програм покращення якості сну. Крім того, підприємство використовує сучасні цифрові технології управління та комунікації з гостями, включаючи онлайн-бронювання, CRM-системи та мобільні сервіси [10; 21].

Таким чином, проведений аналіз свідчить, що готель «N» демонструє позитивну динаміку основних економічних показників, має сучасний номерний фонд, розвинену оздоровчу інфраструктуру та стабільний попит на послуги. Сукупність зазначених факторів формує сприятливі передумови для впровадження концепції *sleep tourism* та створення спеціалізованого туристичного продукту, орієнтованого на покращення якості сну та відновлення ресурсів організму гостей.

2.2 Аналіз асортименту послуг та якості обслуговування гостей

Асортимент послуг готелю «N» включає як основні, так і додаткові сервіси, спрямовані на забезпечення комфортного відпочинку, оздоровлення та організації дозвілля гостей [34].

Основу готельного продукту становлять послуги проживання, які доповнюються ресторанним обслуговуванням, оздоровчими процедурами, SPA-послугами та цифровими сервісами. Для систематизації існуючих послуг доцільно представити їх у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Асортимент послуг готелю «N»

Група послуг	Перелік послуг
Послуги проживання	Розміщення у номерах різних категорій
Послуги харчування	Ресторан, сніданки, room-service
Wellness та SPA	Басейн, сауна, хамам, джакузі, масаж
Спортивні послуги	Тренажерний зал
Ділові послуги	Конференц-зала, бізнес-зона
Сімейний відпочинок	Дитяча кімната
Дозвілля	Організація екскурсій, туристичний супровід
Цифрові сервіси	Онлайн-бронювання, Wi-Fi, CRM-комунікація
Додаткові послуги	Паркінг, трансфер, пральня

Дані таблиці свідчать, що готель «N» пропонує широкий спектр послуг, характерний для сучасного рекреаційного засобу розміщення. Особливо важливими для впровадження концепції sleep tourism є наявність SPA-комплексу, масажних процедур, релаксаційних зон та оздоровчих сервісів. Водночас спеціалізовані послуги, спрямовані безпосередньо на покращення якості сну гостей, наразі відсутні.

З метою оцінки рівня сервісу було проведено дослідження задоволеності гостей якістю обслуговування.

Для визначення рівня задоволеності гостей та виявлення потенційного попиту на послуги sleep tourism було проведено анкетне опитування серед клієнтів готелю «N». У дослідженні взяли участь 150 респондентів, які користувалися послугами готелю протягом останніх дванадцяти місяців.

Анкетування проводилося в онлайн- та офлайн-форматах.

Респондентам було запропоновано відповісти на запитання щодо якості обслуговування, рівня задоволеності основними та додатковими послугами готелю, особливостей сну під час подорожей, а також їхньої готовності користуватися спеціалізованими програмами sleep tourism.

Структура анкети включала соціально-демографічний блок, питання щодо мети подорожі та частоти користування готельними послугами, оцінку якості обслуговування, а також блок запитань, спрямованих на визначення потреб у послугах, пов'язаних із покращенням якості сну.

Зразок анкети, що використовувалася під час проведення опитування, наведено на рис. 2.1.

Отримані результати дали змогу оцінити рівень задоволеності гостей існуючим сервісом, виявити найбільш затребувані напрями вдосконалення готельного продукту та визначити потенційний попит на впровадження концепції sleep tourism.

Результати опитування узагальнено і наведено у таблицях 2.6 – 2.10.

Шановний(а) гостю!

Запрошуємо Вас взяти участь в опитуванні, метою якого є дослідження потреб та очікувань споживачів щодо впровадження нових послуг у сфері відпочинку та відновлення сну в готелі «N».

Опитування є анонімним. Усі отримані результати будуть використані виключно в узагальненому вигляді для наукового дослідження та вдосконалення готельного сервісу.

Будь ласка, оберіть варіант відповіді, який найбільше відповідає Вашій думці.

Дякуємо за участь!

1. Ваша стать: ☐ Чоловіча ☐ Жіноча
2. Ваш вік: ☐ До 25 років ☐ 26–35 років
☐ 36–45 років ☐ 46–55 років
☐ Понад 55 років
3. Яка основна мета Вашої подорожі? ☐ Відпочинок ☐ Сімейна подорож
☐ Оздоровлення ☐ Бізнес-поїздка
☐ Інше _____
4. Як часто Ви користуєтесь послугами готелів? ☐ Декілька разів на рік ☐ Один раз на рік
☐ Один раз на декілька років ☐ Дуже рідко
5. Наскільки Ви задоволені якістю послуг готелю «N»? Оцініть за шкалою від 1 до 5, де:
1 – зовсім не задоволений(а)
5 – повністю задоволений(а)
- | Показник | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Комфорт номерів | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Чистота номерів | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Робота персоналу | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Якість харчування | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| SPA-послуги | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Співвідношення ціна/якість | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
6. Чи виникають у Вас проблеми зі сном під час подорожей? ☐ Так ☐ Ні
7. Якщо так, які саме проблеми Ви найчастіше відчуваєте? (можна обрати декілька варіантів)
☐ Важко заснути в новому місці
☐ Часті нічні пробудження
☐ Недостатня тривалість сну
☐ Шум у місці проживання
☐ Стрес та емоційне напруження
☐ Інше _____
8. Наскільки для Вас важлива якість сну під час відпочинку? ☐ Зовсім не важлива
☐ Маловажлива
☐ Помірно важлива
☐ Важлива
☐ Дуже важлива
9. Чи зацікавили б Вас спеціалізовані послуги, спрямовані на покращення якості сну? ☐ Так ☐ Ні ☐ Важко відповісти
10. Які елементи концепції sleep tourism були б для Вас найбільш привабливими? (можна обрати декілька варіантів)
☐ Ортопедичні матраци та подушки
☐ Меню напоїв та страв для покращення сну (sleep-меню)
☐ Ароматерапія перед сном
☐ Релаксаційні SPA-програми
☐ Медитації та аудіопрограми для засинання
☐ Консультація sleep-консьєржа
☐ Номери з покращеною шумоізоляцією
☐ Цифровий детокс (обмеження використання гаджетів)
☐ Інше _____
11. Чи готові Ви доплачувати за спеціалізовані послуги sleep tourism? ☐ Так ☐ Ні ☐ Залежно від вартості
12. Яку суму Ви були б готові доплатити за sleep-пакет під час проживання? ☐ До 500 грн
☐ 501–1000 грн
☐ 1001–1500 грн
☐ Понад 1500 грн
☐ Не готовий(а) доплачувати
13. Чи рекомендували б Ви готель, який пропонує спеціалізовані програми покращення сну? ☐ Так ☐ Ні ☐ Важко відповісти
14. Ваші пропозиції щодо вдосконалення послуг готелю: _____

Щиро дякуємо за участь в опитуванні!

Ваші відповіді допоможуть удосконалити якість готельного сервісу та розробити нові послуги для комфортного відпочинку гостей.

Рис. 2.1. Анкета дослідження потреб гостей щодо впровадження концепції sleep tourism у готелі «N»

Серед опитаних 54 % становили жінки та 46 % – чоловіки. Найбільшою віковою групою стали респонденти віком від 26 до 45 років, частка яких склала 58 %. Структура респондентів за метою подорожі (див. табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Структура респондентів за метою подорожі

Мета подорожі	Кількість осіб	Частка, %
Відпочинок	78	52,0
Сімейна подорож	32	21,3
Оздоровлення	21	14,0
Бізнес-поїздка	12	8,0
Інше	7	4,7
Разом	150	100,0

Отримані результати свідчать, що переважна більшість гостей обирає готель саме для відпочинку та відновлення сил, що відповідає специфіці рекреаційного закладу.

Наступним етапом стало дослідження рівня задоволеності якістю послуг (див. табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Оцінка задоволеності гостей послугами готелю

Показник	Середня оцінка (за 5-бальною шкалою)
Комфорт номерів	4,7
Чистота номерів	4,8
Робота персоналу	4,9
Якість харчування	4,6
SPA-послуги	4,7
Співвідношення ціна/якість	4,5

Середній рівень задоволеності перевищує 4,5 бала за всіма показниками, що свідчить про високий рівень сервісу та позитивне сприйняття готельного продукту гостями.

Особливу увагу під час опитування було приділено питанням якості сну під час подорожей (див. табл. 2.8). Результати дослідження свідчать, що більше

двох третин респондентів періодично стикаються з проблемами сну під час подорожей. Це підтверджує актуальність розроблення спеціалізованих програм, спрямованих на покращення якості відпочинку гостей.

Таблиця 2.8

Наявність проблем зі сном під час подорожей

Відповідь	Кількість осіб	Частка, %
Так	102	68,0
Ні	48	32,0
Разом	150	100,0

Одним із завдань дослідження було визначення потенційного попиту на спеціалізовані послуги, пов'язані з покращенням якості сну.

Таблиця 2.9

Зацікавленість гостей у послугах sleep tourism

Відповідь	Кількість осіб	Частка, %
Так	121	80,7
Ні	29	19,3
Разом	150	100,0

Отримані результати свідчать про високий рівень потенційного попиту на новий туристичний продукт.

Для визначення найбільш затребуваних послуг респондентам було запропоновано обрати декілька варіантів.

Таблиця 2.10

Найбільш бажані елементи sleep tourism

Послуга	Частка респондентів, %
Спеціальні ортопедичні матраци та подушки	82
Ароматерапія перед сном	74
Релаксаційні SPA-програми	71
Sleep-меню	63
Медитації та аудіопрограми для сну	58
Консультація sleep-консьєржа	41

Аналіз результатів дослідження показав, що найбільший інтерес у потенційних споживачів викликають покращення умов сну в номері, ароматерапія та релаксаційні процедури. Високий рівень зацікавленості респондентів у спеціалізованих sleep-послугах свідчить про наявність ринкового попиту та підтверджує доцільність впровадження концепції sleep tourism у діяльність готелю «N».

2.3 Оцінка можливостей впровадження sleep tourism

Проведений аналіз діяльності готелю «N», асортименту послуг та результатів опитування гостей дозволяє оцінити перспективи впровадження концепції sleep tourism як одного з інноваційних напрямів розвитку підприємства. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності свідчать про зростання попиту на послуги, пов'язані з оздоровленням, ментальним благополуччям та покращенням якості сну [1; 2; 5].

Результати дослідження показали, що готель володіє необхідною матеріально-технічною базою для впровадження елементів sleep tourism. У структурі підприємства вже функціонують SPA-комплекс, басейн, сауна, хамам, масажні кабінети та релаксаційні зони, які можуть бути інтегровані до майбутніх програм покращення якості сну. Крім того, підприємство має сучасний номерний фонд та використовує цифрові технології управління взаємовідносинами з клієнтами [10; 21].

Водночас результати анкетування свідчать про наявність потенційного попиту на спеціалізовані sleep-послуги. Зокрема, 68 % респондентів зазначили, що під час подорожей стикаються з певними проблемами сну, а понад 80 % опитаних виявили зацікавленість у впровадженні програм sleep tourism. Найбільший інтерес викликали покращені умови для сну, ароматерапія, релаксаційні SPA-процедури та спеціалізоване sleep-меню.

Для комплексної оцінки можливостей впровадження sleep tourism доцільно провести SWOT-аналіз (рис. 2.2).

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
Наявність SPA-комплексу та wellness-послуг	Відсутність спеціалізованих sleep-програм
Сучасний номерний фонд	Відсутність досвіду реалізації sleep tourism
Високий рівень сервісу	Необхідність додаткового навчання персоналу
Стабільне зростання завантаженості номерного фонду	Додаткові витрати на модернізацію номерів
Використання цифрових сервісів	Відсутність сформованого бренду у сфері sleep tourism
Сприятливе природне середовище	Обмежений досвід маркетингового просування нового продукту
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
Зростання популярності wellness-туризму	Посилення конкуренції на ринку
Зростання попиту на відновлювальні подорожі	Економічна нестабільність
Формування нового ринкового сегмента	Зниження платоспроможності населення
Залучення нових категорій туристів	Швидке копіювання концепції конкурентами
Підвищення завантаженості номерів	Зміна туристичних уподобань споживачів
Зростання середнього чека	Ризики сезонності попиту

Рис. 2.2. SWOT-аналіз можливостей впровадження концепції sleep tourism у готелі «N»

Результати SWOT-аналізу свідчать, що сильні сторони підприємства переважають наявні слабкі сторони. Найважливішими перевагами є наявність оздоровчої інфраструктури, високий рівень сервісу та сформована клієнтська база. Водночас виявлені слабкі сторони можуть бути усунені шляхом модернізації номерного фонду, підготовки персоналу та розроблення нових сервісних продуктів. Для більш детальної оцінки доцільності впровадження sleep tourism доцільно визначити рівень готовності підприємства за основними критеріями (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Оцінка готовності готелю «N» до впровадження sleep tourism

Критерій	Оцінка
Наявність комфортного номерного фонду	Високий рівень
Наявність SPA-інфраструктури	Високий рівень
Наявність релаксаційних послуг	Високий рівень
Рівень цифровізації сервісу	Високий рівень
Підготовленість персоналу	Середній рівень
Наявність спеціалізованих sleep-програм	Низький рівень
Зацікавленість гостей	Високий рівень
Загальна готовність до впровадження	Високий рівень

Аналіз даних таблиці 2.11 свідчить, що підприємство вже володіє більшістю ресурсів, необхідних для реалізації концепції sleep tourism. Основні напрями удосконалення пов'язані зі створенням спеціалізованих послуг, адаптацією номерного фонду та підготовкою персоналу до роботи з новим туристичним продуктом.

Таким чином, результати проведеного аналізу підтверджують доцільність впровадження концепції sleep tourism у діяльність готелю «N». Підприємство має необхідні матеріально-технічні, організаційні та маркетингові передумови для реалізації даного напрямку. Високий рівень зацікавленості потенційних споживачів, наявність оздоровчої інфраструктури та тенденції розвитку ринку гостинності створюють сприятливі умови для формування нового конкурентоспроможного туристичного продукту. Отримані результати стануть основою для розроблення практичних заходів щодо впровадження sleep tourism у діяльність готелю в наступному розділі роботи.

Однією з ключових умов успішного впровадження концепції sleep tourism є наявність необхідних ресурсів для створення спеціалізованого

туристичного продукту. Ресурсне забезпечення включає матеріально-технічні, кадрові, інформаційні та фінансові ресурси, які забезпечують можливість реалізації нових послуг [34; 35].

За результатами проведеного аналізу встановлено, що готель «N» уже володіє значною частиною ресурсів, необхідних для впровадження концепції sleep tourism. Підприємство має сучасний номерний фонд, SPA-комплекс, басейн, сауни, масажні кабінети та релаксаційні зони, які можуть бути використані для створення програм відновлення сну без значних капіталовкладень.

Для оцінки ресурсного забезпечення доцільно використати таблицю 2.12.

Таблиця 2.12

Оцінка ресурсного забезпечення впровадження sleep tourism

Вид ресурсів	Наявний стан	Рівень забезпечення
Номерний фонд	Комфортні номери різних категорій	Високий
SPA-інфраструктура	Басейн, сауни, масажні кабінети	Високий
Wellness-послуги	Релаксаційні процедури	Високий
Цифрові сервіси	Онлайн-бронювання, CRM	Високий
Кадрові ресурси	Персонал із досвідом обслуговування гостей	Середній
Спеціалізовані sleep-послуги	Відсутні	Низький
Маркетингові ресурси	Наявні канали просування	Середній
Фінансові ресурси	Стабільні показники діяльності	Достатній

Аналіз показує, що найбільш підготовленими є матеріально-технічна база та wellness-інфраструктура. Основні напрями вдосконалення стосуються розроблення спеціалізованих sleep-послуг, навчання персоналу та маркетингового просування нового продукту.

Важливим етапом обґрунтування доцільності впровадження нового туристичного продукту є оцінка потенційного попиту. Результати анкетного опитування свідчать про високий рівень зацікавленості гостей у послугах,

спрямованих на покращення якості сну.

Згідно з результатами дослідження, 68 % респондентів відзначили наявність проблем зі сном під час подорожей, а 80,7 % висловили зацікавленість у використанні спеціалізованих sleep-програм.

Для узагальнення результатів сформовано таблицю 2.13.

Таблиця 2.13

Оцінка потенційного попиту на послуги sleep tourism

Показник	Значення
Кількість опитаних осіб	150
Респонденти, які мають проблеми зі сном під час подорожей	68 %
Зацікавлені у sleep tourism	80,7 %
Зацікавлені в ароматерапії	74 %
Зацікавлені в релаксаційних SPA-програмах	71 %
Зацікавлені в sleep-меню	63 %
Зацікавлені в медитаціях для сну	58 %
Готові доплачувати за спеціалізовані послуги	56 %

Отримані результати свідчать про формування перспективного сегмента споживачів, для яких важливими є не лише комфортні умови проживання, а й додаткові сервіси, спрямовані на відновлення фізичного та психоемоційного стану.

Особливий інтерес становлять ортопедичні матраци та подушки, ароматерапія й релаксаційні SPA-програми, що можуть стати базовими складовими майбутнього sleep-пакета.

Проведений аналіз діяльності готелю «N», результатів опитування гостей та оцінка ресурсного забезпечення дозволяють зробити висновок про наявність сприятливих передумов для впровадження концепції sleep tourism.

Результати комплексної оцінки (див. табл. 2.14) свідчать про високий рівень готовності готелю «N» до впровадження концепції sleep tourism. Найбільш розвиненими складовими є матеріально-технічна база, wellness-інфраструктура та рівень сервісу. Водночас потребують удосконалення питання підготовки персоналу та розроблення спеціалізованих sleep-програм.

З одного боку, підприємство вже володіє значною частиною необхідної матеріально-технічної бази, включаючи комфортний номерний фонд, розвинену SPA-інфраструктуру, релаксаційні зони та сучасні цифрові сервіси. З іншого боку, результати анкетування підтверджують наявність потенційного попиту на спеціалізовані послуги, пов'язані з покращенням якості сну.

Таблиця 2.14

Інтегральна оцінка готовності готелю «N» до впровадження sleep tourism

Критерій	Оцінка
Матеріально-технічна база	Висока
Wellness-інфраструктура	Висока
Рівень сервісу	Високий
Цифровізація	Висока
Підготовленість персоналу	Середня
Попит серед споживачів	Високий
Конкурентні перспективи	Високі
Загальний рівень готовності	Високий

Проведений SWOT-аналіз показав переважання сильних сторін і можливостей над слабкими сторонами та загрозами. Найбільш вагомими перевагами підприємства є наявність оздоровчої інфраструктури, високий рівень сервісу та позитивне сприйняття готелю гостями. Водночас основними напрямками розвитку виступають створення спеціалізованих sleep-програм, підготовка персоналу та формування нового туристичного продукту.

Таким чином, результати дослідження підтверджують доцільність впровадження концепції sleep tourism у діяльність готелю «N». Наявність ресурсного потенціалу, сформований попит серед споживачів та відповідність світовим тенденціям розвитку індустрії гостинності створюють підґрунтя для розроблення комплексу практичних заходів, спрямованих на формування конкурентоспроможного sleep-продукту, що буде розглянуто у третьому розділі роботи.

Очікувані конкурентні переваги після впровадження sleep tourism подано у табл. 2.15.

Очікувані конкурентні переваги після впровадження sleep tourism

Напрямок	Очікуваний результат
Диференціація послуг	Формування унікальної пропозиції
Завантаженість номерів	Зростання попиту
Лояльність клієнтів	Збільшення частки постійних гостей
Середній чек	Зростання доходів від додаткових послуг
Імідж підприємства	Позиціонування як wellness-готелю

Дослідження організаційно-економічних характеристик підприємства показало, що готель має сучасний номерний фонд, розвинену wellness- та SPA-інфраструктуру, використовує цифрові технології обслуговування та демонструє позитивну динаміку основних економічних показників.

Аналіз асортименту послуг засвідчив наявність значної частини сервісів, необхідних для формування спеціалізованого sleep-продукту, зокрема оздоровчих та релаксаційних послуг. Водночас встановлено відсутність окремих послуг, безпосередньо орієнтованих на покращення якості сну гостей.

За результатами анкетного опитування 150 респондентів виявлено високий рівень задоволеності якістю обслуговування, а також значний інтерес споживачів до впровадження елементів sleep tourism. Більшість опитаних зазначили наявність проблем зі сном під час подорожей та висловили готовність користуватися спеціалізованими програмами покращення сну.

Проведений SWOT-аналіз, оцінка ресурсного забезпечення та аналіз потенційного попиту підтвердили наявність сприятливих умов для реалізації концепції sleep tourism у діяльності готелю «N». Отримані результати свідчать про доцільність розроблення та впровадження спеціалізованого туристичного продукту, орієнтованого на відновлення фізичного та психоемоційного стану гостей шляхом покращення якості сну. Це створює підґрунтя для розроблення практичних заходів щодо впровадження sleep tourism, які будуть представлені у третьому розділі роботи.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ SLEEP TOURISM

3.1 Формування концепції sleep-friendly готелю

Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності свідчать про поступову трансформацію традиційної моделі готельного обслуговування у напрямі створення спеціалізованих продуктів, орієнтованих на фізичне та психоемоційне благополуччя гостей. Одним із найбільш перспективних напрямів такого розвитку є концепція sleep-friendly готелю, яка передбачає створення комплексу умов, послуг і сервісів, спрямованих на покращення якості сну та відновлення організму відвідувачів [1, 2, 5, 46].

Актуальність формування sleep-friendly готелів обумовлена зростанням кількості людей, які страждають від порушень сну, хронічної втоми, стресу та цифрового перевантаження. За даними міжнародних досліджень, понад дві третини туристів стикаються з погіршенням якості сну під час подорожей, а якісний сон дедалі частіше розглядається як важливий критерій вибору засобу розміщення [15, 16, 40]. Результати проведеного у готелі «N» опитування також підтвердили актуальність даної проблеми: 68 % респондентів зазначили наявність проблем зі сном під час подорожей, а понад 80 % висловили зацікавленість у спеціалізованих sleep-послугах.

Концепція sleep-friendly готелю являє собою систему організаційних, матеріально-технічних та сервісних рішень, спрямованих на створення оптимального середовища для повноцінного відпочинку та відновлення фізичних ресурсів людини [17, 19]. На відміну від традиційних wellness-програм, де сон є лише одним із компонентів оздоровлення, у sleep-friendly готелі саме якість сну виступає центральним елементом готельного продукту.

Метою впровадження концепції sleep-friendly готелю в діяльність готелю «N» є формування інноваційного туристичного продукту, що забезпечить

покращення якості сну гостей, підвищення рівня їх задоволеності, зміцнення конкурентних позицій підприємства та збільшення доходів від надання додаткових послуг [5, 17].

Основними завданнями реалізації концепції є:

- створення сприятливого фізичного середовища для сну;
- розроблення спеціалізованих sleep-послуг;
- інтеграція wellness- та SPA-програм у процес відновлення сну;
- впровадження елементів цифрового детоксу;
- підвищення рівня персоналізації обслуговування;
- формування нового позиціонування готелю на ринку гостинності [8, 13].

При формуванні концепції sleep-friendly готелю доцільно керуватися принципами, наведеними в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Основні принципи функціонування sleep-friendly готелю

Принцип	Характеристика
Комфорт сну	Створення оптимальних умов для засинання та відпочинку
Персоналізація	Індивідуальний підбір sleep-послуг
Wellness-орієнтація	Поєднання сну, релаксації та оздоровлення
Digital Detox	Мінімізація цифрових подразників
Інноваційність	Використання сучасних технологій покращення сну
Комплексність	Поєднання матеріальних і сервісних елементів

Для готелю «N» пропонується впровадження концепції Sleep Hotel N, яка передбачає трансформацію традиційного засобу розміщення у спеціалізований sleep-friendly готель, орієнтований на забезпечення якісного сну, фізичного відновлення та психоемоційного комфорту гостей. На відміну від класичних готелів, де сон розглядається як базова функція розміщення, у межах концепції Sleep Hotel N саме якість сну виступає ключовою складовою готельного продукту та основною конкурентною перевагою підприємства [5, 17, 41].

Концепція ґрунтується на сучасних тенденціях розвитку wellness-туризму, sleep tourism та holistic hospitality, відповідно до яких гості дедалі частіше обирають засоби розміщення не лише за рівнем комфорту, а й за можливістю відновити фізичне та психологічне здоров'я під час подорожі [2, 5, 29]. У межах концепції передбачається інтеграція спеціалізованих sleep-послуг, wellness-програм, технологічних рішень та елементів цифрового детоксу в єдину систему обслуговування гостей [8, 13, 21].

Основною метою концепції Sleep Hotel N є формування інноваційного туристичного продукту, який забезпечуватиме високий рівень задоволеності гостей, сприятиме зміцненню їхнього здоров'я та створюватиме додаткову цінність готельних послуг [17, 19].

Відповідно до запропонованої концепції готель доцільно позиціонувати як: «Sleep-friendly wellness-готель, що спеціалізується на створенні оптимальних умов для здорового сну, відновлення ресурсів організму та покращення якості життя гостей». Таке позиціонування дозволить підприємству зайняти перспективну нішу на ринку гостинності та відрізнитися від традиційних міських, бізнес- та SPA-готелів завдяки унікальній спеціалізації на послугах відновлення сну [17, 40, 41].

Цільовою аудиторією концепції Sleep Hotel N є бізнес-мандрівники, віддалені працівники, представники креативних професій, туристи віком 25–55 років, прихильники wellness-відпочинку та особи, які відчувають негативні наслідки стресу, хронічної втоми або порушень сну [14, 15, 16]. Саме ці категорії споживачів найчастіше демонструють готовність користуватися спеціалізованими sleep-послугами та обирати засоби розміщення, орієнтовані на покращення якості відпочинку [16, 40, 46].

Концепція Sleep Hotel N передбачає створення комплексного середовища, у якому всі елементи готельного сервісу – від номерного фонду до додаткових послуг – спрямовані на забезпечення якісного сну та відновлення гостей. Реалізація такої концепції відповідає сучасним тенденціям розвитку індустрії гостинності та створює підґрунтя для подальшого

впровадження спеціалізованих sleep-програм і пакетів послуг [5, 17, 29].

Таблиця 3.2

Очікувані результати впровадження концепції Sleep Hotel N

Ціль	Очікуваний результат
Підвищення якості сну гостей	Зростання рівня задоволеності проживанням
Формування нового готельного продукту	Розширення асортименту послуг
Збільшення доходів	Зростання середнього чека та продажів додаткових послуг
Підвищення конкурентоспроможності	Формування унікальної ринкової пропозиції
Залучення нових сегментів споживачів	Розширення клієнтської бази
Підвищення лояльності гостей	Зростання частки повторних відвідувань

Дані цілі відповідають сучасним тенденціям розвитку wellness-туризму та концепції sleep tourism, які орієнтовані на створення додаткової цінності для споживачів через покращення фізичного та психологічного благополуччя [5, 17, 29]. Для забезпечення ефективного просування нового готельного продукту важливим є визначення цільових сегментів споживачів, на потреби яких буде орієнтована концепція Sleep Hotel N.

Таблиця 3.3

Цільова аудиторія концепції Sleep Hotel N

Сегмент гостей	Основні потреби
Бізнес-мандрівники	Відновлення після робочих навантажень та перельотів
Віддалені працівники	Зниження цифрової втоми та покращення якості відпочинку
Wellness-туристи	Комплексне оздоровлення організму
Туристи віком 25–55 років	Комфортний сон та релаксація
Особи з високим рівнем стресу	Психоемоційне відновлення
Гості з порушеннями сну	Спеціалізовані умови для засинання та відпочинку

Важливою складовою формування концепції є визначення ринкового позиціонування нового готельного продукту.

Таблиця 3.4

Позиціонування концепції Sleep Hotel N

Елемент позиціонування	Характеристика
Формат готелю	Sleep-friendly wellness-готель
Основна перевага	Спеціалізація на покращенні якості сну
Унікальна пропозиція	Комплекс sleep-послуг та програм відновлення
Цільовий сегмент	Гості, які цінують здоровий сон та wellness
Конкурентна відмінність	Поєднання sleep tourism, wellness та digital detox
Очікуваний імідж	Інноваційний готель для відновлення ресурсів організму

Позиціонування готелю базується на концепції створення спеціалізованого простору для якісного відпочинку, що відповідає світовим тенденціям розвитку ринку sleep tourism [17, 40, 41].

Для практичної реалізації концепції Sleep Hotel N пропонується використовувати модель «Sleep Balance Hotel», яка об'єднує ключові складові формування якісного середовища для сну та відновлення гостей.

Концепція sleep-friendly готелю для готелю «N» пропонується на основі моделі «Sleep Balance Hotel», яка поєднує чотири взаємопов'язані компоненти (рис. 3.1).

Першою складовою є Sleep Environment (середовище сну), що передбачає створення оптимальних фізичних умов для відпочинку. У рамках реалізації даного напрямку доцільно модернізувати частину номерного фонду шляхом встановлення ортопедичних матраців, меню подушок різної жорсткості, штор повного затемнення, покращеної шумоізоляції та систем індивідуального регулювання мікроклімату [17, 19, 39].

Особливе значення для якісного відпочинку має підтримання оптимального температурного режиму. За даними Sleep Foundation, найбільш комфортною температурою для сну є 18–21 °C, що сприяє природному зниженню температури тіла та швидшому засинанню [38].



Рис. 3.1. Компоненти концепції Sleep Balance Hotel

Додатково рекомендується використання натуральних тканин, гіпоалергенної постільної білизни та ароматерапевтичних елементів із використанням ефірних олій лаванди, ромашки та бергамоту [17, 26].

Другим компонентом концепції виступає Sleep Service (сервіс для покращення сну), який включає впровадження спеціалізованих послуг для гостей. До їх складу можуть входити вечірні ритуали релаксації, індивідуальний підбір подушок, аудіопрограми для засинання, консультації щодо гігієни сну та послуга sleep-concierge [19].

Практика провідних світових готелів свідчить про високу ефективність впровадження послуг персонального консультанта зі сну. Зокрема, подібні сервіси успішно функціонують у готелях мереж Six Senses та The Cadogan Hotel у Лондоні [19, 23]. Sleep-консьєрж допомагає гостям підібрати оптимальні умови для відпочинку, рекомендує релаксаційні процедури та формує індивідуальні рекомендації щодо покращення якості сну.

Третім компонентом концепції є Sleep Wellness, який передбачає інтеграцію наявної SPA- та wellness-інфраструктури готелю до системи відновлення сну. Враховуючи наявність у готелі «N» басейну, сауни, хамаму та

масажних кабінетів, доцільно сформувати спеціалізовані вечірні програми підготовки до сну [2, 25].

До складу таких програм можуть входити релаксаційний масаж, ароматерапія, медитації, дихальні практики, йога нідра, музикотерапія та спеціальні процедури зі зниження рівня стресу [17, 23, 25]. Подібний підхід відповідає принципам концепції *holistic wellness*, відповідно до якої сон розглядається як один із ключових чинників фізичного та психологічного здоров'я людини [2].

Четвертим компонентом є *Sleep Technology*, який передбачає використання сучасних цифрових технологій для покращення якості сну гостей. До таких технологій належать системи циркадного освітлення, мобільні застосунки для релаксації, автоматизовані системи регулювання температури та вологості повітря, а також спеціалізовані *sleep-tech* рішення для готельного бізнесу [10, 12, 37].

Світовий досвід демонструє, що використання інтелектуальних спальних систем дозволяє підвищувати рівень комфорту гостей та формувати додаткову цінність готельного продукту [37]. Одночасно цифрові рішення можуть використовуватися для персоналізації сервісу та формування індивідуальних рекомендацій щодо режиму відпочинку.

Окремим напрямом концепції виступає впровадження елементів *Digital Detox*. Сучасні дослідження підтверджують негативний вплив надмірного використання цифрових пристроїв на якість сну через порушення вироблення мелатоніну та підвищення когнітивної активності перед засинанням [6, 8, 13]. У зв'язку з цим гостям можуть пропонуватися спеціальні цифрово-детоксикаційні пакети, що передбачають обмеження використання гаджетів у вечірній час, доступ до релаксаційного контенту та створення спеціальних зон відпочинку без цифрових подразників.

Цільовою аудиторією *sleep-friendly* готелю можуть виступати бізнес-мандрівники, представники креативних професій, віддалені працівники, туристи віком 25–55 років, прихильники *wellness*-відпочинку та особи, які

мають труднощі зі сном під час подорожей [14, 16, 17, 40].

Таким чином, формування концепції sleep-friendly готелю передбачає створення комплексного туристичного продукту, який поєднує спеціалізоване середовище для сну, персоналізований сервіс, wellness-програми та інноваційні технології. Реалізація запропонованої концепції дозволить готелю «N» сформувати нову конкурентну перевагу, розширити спектр послуг та підвищити рівень задоволеності гостей, що створить основу для подальшого впровадження комплексу спеціалізованих sleep-послуг.

Запропонована концепція Sleep Hotel N базується на принципах персоналізації, wellness-орієнтації, інноваційності та комплексного підходу до забезпечення якісного сну гостей. Реалізація концепції через модель Sleep Balance Hotel дозволяє сформувати новий спеціалізований готельний продукт, що відповідає сучасним тенденціям розвитку sleep tourism та створює основу для розробки комплексу спеціалізованих sleep-послуг.

3.2 Розробка комплексу послуг для покращення якості сну гостей

Однією з ключових складових впровадження концепції sleep tourism у діяльність готелю «N» є формування спеціалізованого комплексу послуг, спрямованого на покращення якості сну гостей. На відміну від традиційних готельних послуг, sleep-сервіс орієнтований не лише на забезпечення комфортного проживання, а й на створення умов для фізичного відновлення, зниження рівня стресу та нормалізації режиму сну [5, 17, 29].

З урахуванням світового досвіду функціонування sleep-friendly готелів та результатів проведеного дослідження пропонується впровадити комплекс послуг, що об'єднує п'ять взаємопов'язаних напрямів: Sleep Room, Sleep SPA, Sleep Menu, Sleep Concierge та Digital Detox Package [1, 23, 25].

A. Sleep Room: спеціалізовані номери для якісного сну

Основою концепції sleep tourism виступає створення спеціалізованого номерного фонду Sleep Room, який забезпечуватиме максимально комфортні

умови для відпочинку та відновлення гостей.

До складу оснащення номерів пропонується включити: ортопедичні матраци преміум-класу; меню подушок різної жорсткості та наповнення; штори повного затемнення (blackout); покращену шумоізоляцію; систему клімат-контролю; аромадифузори для ароматерапії; натуральну постільну білизну з гіпоалергенних матеріалів [17, 19, 39].

Особливу увагу доцільно приділити меню подушок, яке дозволить гостям обирати між ортопедичними, анатомічними, латексними, пуховими та антиалергенними моделями залежно від індивідуальних потреб. Подібна практика активно використовується у провідних світових готелях, орієнтованих на sleep tourism [23, 27].

Важливим елементом Sleep Room є впровадження ароматерапії. Наукові дослідження підтверджують позитивний вплив ароматів лаванди, ромашки та бергамоту на процес засинання, тривалість і якість сну [42, 43].

Для підвищення рівня комфорту рекомендується також використовувати системи циркадного освітлення, які автоматично змінюють інтенсивність та колір світла відповідно до біологічних ритмів людини [37].

Основні характеристики концепції Sleep Room наведено в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Основні елементи концепції Sleep Room

Елемент	Призначення
Ортопедичний матрац	Підтримка правильного положення тіла під час сну та зменшення навантаження на хребет
Меню подушок	Персоналізація умов сну відповідно до індивідуальних потреб гостей
Blackout-штори	Повне затемнення приміщення та усунення впливу зовнішнього освітлення
Шумоізоляція	Зменшення рівня шуму та створення комфортного середовища для відпочинку
Клімат-контроль	Підтримання оптимальної температури та вологості повітря
Ароматерапія	Сприяння розслабленню та полегшенню процесу засинання

Б. Sleep SPA: програми вечірнього відновлення

Наступним напрямом є впровадження спеціалізованих SPA-програм, орієнтованих на підготовку організму до сну та зниження рівня стресу.

Враховуючи наявність у готелі «N» SPA-інфраструктури, доцільно розробити комплексну програму «Sleep SPA Evening», до складу якої входить:

- релаксаційний масаж;
- аромаванни;
- процедури ароматерапії;
- медитації;
- дихальні практики;
- йога нідра;
- музикотерапія [23, 24, 25].

Особливу увагу рекомендується приділити антистрес-масажу, який сприяє зниженню рівня кортизолу та покращує процес засинання. Водночас аромаванни з ефірними оліями лаванди та ромашки допомагають розслабити нервову систему та підготувати організм до відпочинку [25, 42].

Приклад структури програми наведено в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

Програма Sleep SPA Evening

Етап програми	Тривалість
Ароматерапія	15 хв
Релаксаційний масаж	30 хв
Медитація	15 хв
Йога нідра	20 хв
Чаювання з трав'яним чаєм	10 хв
Загальна тривалість	90 хв

В. Sleep Menu: спеціалізоване меню для покращення сну

Важливою складовою концепції sleep tourism є організація спеціального харчування, яке сприяє покращенню якості сну.

Для гостей пропонується впровадити меню Sleep Menu, яке включатиме:

- трав'яні чаї;
- напої на основі меліси, ромашки та м'яти;
- продукти з високим вмістом триптофану;
- легкі вечірні страви;
- безкофеїнові напої [20, 44].

Триптофан є амінокислотою, що бере участь у виробленні серотоніну та мелатоніну – гормонів, які регулюють процеси сну [45].

До рекомендованих продуктів належать:

- банани;
- горіхи;
- індичка;
- молочні продукти;
- вівсянка;
- насіння гарбуза;
- темний шоколад у помірній кількості [45].

Таблиця 3.7

Складові Sleep Menu

Категорія	Приклади
Трав'яні чаї	Ромашка, меліса, лаванда, м'ята
Напої	Тепле молоко, безкофеїнові напої, трав'яні настої
Закуси	Банани, горіхи, насіння гарбуза
Основні страви	Індичка, овочеві страви, риба
Десерти	Йогурт, фруктові муси, запечені яблука

Г. Sleep Concierge: персоналізований супровід гостей

Одним із найбільш інноваційних елементів концепції є впровадження послуги Sleep Concierge.

Sleep-консьєрж виступає персональним консультантом гостя з питань покращення якості сну та допомагає сформувати індивідуальну програму відновлення [19, 23].

До основних функцій Sleep Concierge належать:

- проведення первинного опитування гостей;
- підбір подушок та ковдр;
- рекомендації щодо режиму сну;
- бронювання SPA-процедур;
- консультування щодо харчування;
- рекомендації щодо використання Digital Detox Package (див. табл. 3.8).

Подібні сервіси вже використовуються в Six Senses Hotels, Park Hyatt New York та інших закладах, які спеціалізуються на sleep tourism [23, 27].

Таблиця 3.8

Функції Sleep Concierge

Функція	Зміст
Первинне опитування гостя	Виявлення індивідуальних потреб щодо сну
Підбір sleep-атрибутів	Вибір подушок, ковдр, ароматів
Консультації щодо гігієни сну	Рекомендації щодо режиму відпочинку
Організація SPA-процедур	Формування індивідуальної програми релаксації
Консультації щодо Sleep Menu	Підбір напоїв та страв для покращення сну
Супровід програми Digital Detox	Рекомендації щодо зниження цифрового навантаження

Д. Digital Detox Package

Зростання цифрового навантаження є однією з причин порушення сну сучасної людини. Саме тому важливою складовою концепції Sleep Hotel N виступає впровадження пакета послуг Digital Detox Package [8, 13, 46].

До складу пакета пропонується включити:

- добровільне обмеження використання гаджетів після 21:00;
- передачу смартфона до спеціального сейфа на ніч;
- аудіомедитації та релаксаційні подкасти;
- настільні ігри;
- друковані книги;
- спеціальні релакс-зони без цифрових пристроїв [13, 21, 46].

Основні елементи Digital Detox Package наведено в таблиці 3.9.

Таблиця 3.9

Складові Digital Detox Package

Послуга	Очікуваний ефект
Добровільна відмова від гаджетів у вечірній час	Зниження інформаційного навантаження
Зберігання смартфона у спеціальному сейфі	Усунення цифрових подразників перед сном
Аудіомедитації	Покращення процесу засинання
Релакс-зони без гаджетів	Психоемоційне відновлення
Книги та настільні ігри	Альтернативне дозвілля без використання екранів
Вечірні практики усвідомленості	Зниження рівня стресу та тривожності

Запропонований комплекс послуг формує цілісну систему покращення якості сну гостей та повністю відповідає концепції Sleep Hotel N.

Реалізація заходів дозволить створити унікальний туристичний продукт, підвищити рівень задоволеності споживачів та сформувати додаткові конкурентні переваги готелю на ринку гостинності [5, 17, 29].

Таблиця 3.10

Комплексна характеристика пакету Sleep Hotel N

Елемент	Основний зміст
Sleep Room	Спеціалізовані номери для сну
Sleep SPA	Вечірні релакс-програми
Sleep Menu	Спеціальне меню
Sleep Concierge	Персональні консультації
Digital Detox Package	Обмеження цифрового навантаження

Таким чином, запропонований комплекс послуг формує цілісний туристичний продукт Sleep Hotel N, який забезпечує комплексний підхід до покращення якості сну та відновлення гостей.

3.3 Оцінка ефективності запропонованих заходів

Впровадження концепції sleep tourism у діяльність готелю «N» спрямоване не лише на розширення асортименту послуг, але й на підвищення конкурентоспроможності підприємства, зростання рівня задоволеності гостей та збільшення фінансових результатів діяльності. Запропонований комплекс заходів передбачає модернізацію номерного фонду, впровадження спеціалізованих sleep-послуг, створення програм релаксації та формування нових сервісних пакетів для споживачів.

Для оцінки ефективності проекту доцільно здійснити розрахунок прогнозних витрат на його реалізацію. Для практичної реалізації запропонованих заходів необхідно визначити обсяг фінансових ресурсів, необхідних для створення sleep-friendly середовища, впровадження нових послуг та просування концепції Sleep Hotel N на ринку. Орієнтовні витрати на реалізацію проекту наведено в таблиці 3.11.

Таблиця 3.11

Витрати на впровадження концепції Sleep Hotel N

Захід	Орієнтовні витрати, грн
Закупівля ортопедичних матраців (10 номерів)	250 000
Формування меню подушок	50 000
Встановлення blackout-штор	60 000
Ароматерапевтичне обладнання та аромадифузори	35 000
Облаштування релакс-зони Digital Detox	80 000
Розробка Sleep Menu	20 000
Підготовка персоналу та навчання Sleep Concierge	40 000
Маркетингове просування sleep-послуг	65 000
Разом	600 000

Структура витрат свідчить про те, що найбільшу частку інвестицій становлять заходи, безпосередньо пов'язані зі створенням якісного середовища для сну. Це відповідає концепції sleep tourism, відповідно до якої саме комфорт спального простору є ключовим фактором формування споживчої цінності

готельного продукту.

Проведений розрахунок свідчить, що для впровадження концепції Sleep Hotel N необхідно інвестувати близько 600 тис. грн. Найбільшу частку витрат становить модернізація номерного фонду, зокрема придбання ортопедичних матраців, облаштування спеціалізованих sleep-номерів та встановлення додаткових елементів комфорту. Це пояснюється тим, що саме якість спального середовища є основою концепції sleep tourism і безпосередньо впливає на рівень задоволеності гостей.

Водночас значна частина запропонованих заходів не потребує масштабних капітальних вкладень. Такі елементи, як Sleep Menu, Digital Detox Package або послуги Sleep Concierge, можуть бути реалізовані на базі наявної матеріально-технічної бази готелю. Це дозволяє мінімізувати фінансові ризики та забезпечує відносно швидку окупність проєкту.

Крім того, витрати на маркетингове просування та навчання персоналу слід розглядати як довгострокові інвестиції у формування конкурентних переваг підприємства. Саме від рівня підготовки персоналу та ефективності просування значною мірою залежатиме успішність нового туристичного продукту на ринку.

Отже, загальний обсяг інвестицій у впровадження концепції sleep tourism становитиме близько 600 тис. грн. Значна частина заходів реалізується на базі вже існуючої інфраструктури готелю, що дозволяє мінімізувати капітальні витрати.

Впровадження спеціалізованих sleep-послуг сприятиме підвищенню привабливості готелю для нових сегментів споживачів, зокрема бізнес-мандрівників, прихильників wellness-відпочинку та туристів, які приділяють особливу увагу якості сну. У результаті очікується збільшення завантаженості номерного фонду, зростання середнього чека та підвищення рівня лояльності гостей.

Для оцінки результативності впровадження концепції Sleep Hotel N було здійснено прогноз змін основних показників діяльності підприємства

після реалізації запропонованих заходів. Прогноз результатів реалізації концепції наведено в таблиці 3.12.

Таблиця 3.12

Прогноз результатів впровадження концепції Sleep Hotel N

Показник	До впровадження	Після впровадження	Відхилення
Середньорічна завантаженість номерів, %	68	75	+7
Середній чек гостя, грн	3 500	4 050	+15,7 %
Частка постійних клієнтів, %	28	38	+10
Рівень задоволеності гостей, %	82	92	+10
Продаж додаткових послуг, тис. грн/рік	950	1 300	+36,8 %
Річний дохід готелю, млн грн	18,5	21,3	+15,1 %

Аналіз прогнозних показників дозволяє зробити висновок про доцільність впровадження концепції sleep tourism у діяльність готелю «N». Очікується, що завдяки створенню спеціалізованого sleep-friendly середовища середньорічна завантаженість номерного фонду збільшиться з 68 % до 75 %. Таке зростання пояснюється залученням нових сегментів споживачів, зокрема бізнес-мандрівників, прихильників wellness-відпочинку та осіб, які приділяють особливу увагу якості сну під час подорожей.

Важливим результатом стане підвищення середнього чека гостя на 15,7 %. Досягнення цього показника планується за рахунок продажу додаткових пакетів послуг, серед яких Sleep SPA Evening, Sleep Concierge, Digital Detox Package та спеціалізовані sleep-номери. Таким чином, підприємство отримуватиме додатковий дохід не лише від реалізації номерного фонду, але й від супутніх сервісів.

Значний позитивний ефект прогнозується і щодо формування лояльності споживачів. Частка постійних клієнтів може зрости з 28 % до 38 %, що свідчить про високий потенціал повторних продажів та довгострокового утримання клієнтів. Одночасно очікується підвищення рівня задоволеності гостей із 82 % до 92 %, що позитивно вплине на репутацію готелю, його рейтинги на

туристичних платформах та кількість позитивних відгуків.

Окремої уваги заслуговує прогноз зростання доходів від додаткових послуг на 36,8 %. Саме цей показник підтверджує, що концепція sleep tourism може стати не лише інструментом підвищення якості сервісу, але й самостійним джерелом прибутку для підприємства. У результаті загальний річний дохід готелю може зрости на 15,1 %, що є вагомим показником для підприємств готельного господарства.

Поряд з економічними результатами реалізація концепції забезпечить також соціальний та маркетинговий ефект. До соціального ефекту можна віднести покращення якості відпочинку гостей, зниження рівня стресу та підвищення загального рівня задоволеності споживачів. Маркетинговий ефект проявлятиметься у формуванні позитивного іміджу інноваційного готелю, який використовує сучасні світові тенденції розвитку індустрії гостинності та пропонує унікальний туристичний продукт.

За умови прогнозованого приросту прибутку на рівні 350–400 тис. грн щорічно термін окупності інвестицій становитиме приблизно 1,5–2 роки. Для підприємств готельного господарства такий показник вважається достатньо привабливим і свідчить про економічну ефективність реалізації запропонованого проєкту.

Наведені розрахунки свідчать про позитивний вплив концепції sleep tourism на ключові показники діяльності готелю. Найбільший ефект очікується від збільшення середнього чека за рахунок продажу спеціалізованих пакетів Sleep SPA, Sleep Room та Digital Detox Package, а також від залучення нових клієнтських сегментів.

Окрім економічного ефекту, важливе значення має соціальний та маркетинговий ефект впровадження концепції. До основних переваг належать: підвищення рівня задоволеності гостей; формування позитивного іміджу інноваційного готелю; зміцнення конкурентних позицій підприємства; підвищення рівня лояльності клієнтів; розширення цільової аудиторії; розвиток wellness-напряму діяльності [5, 17, 40].

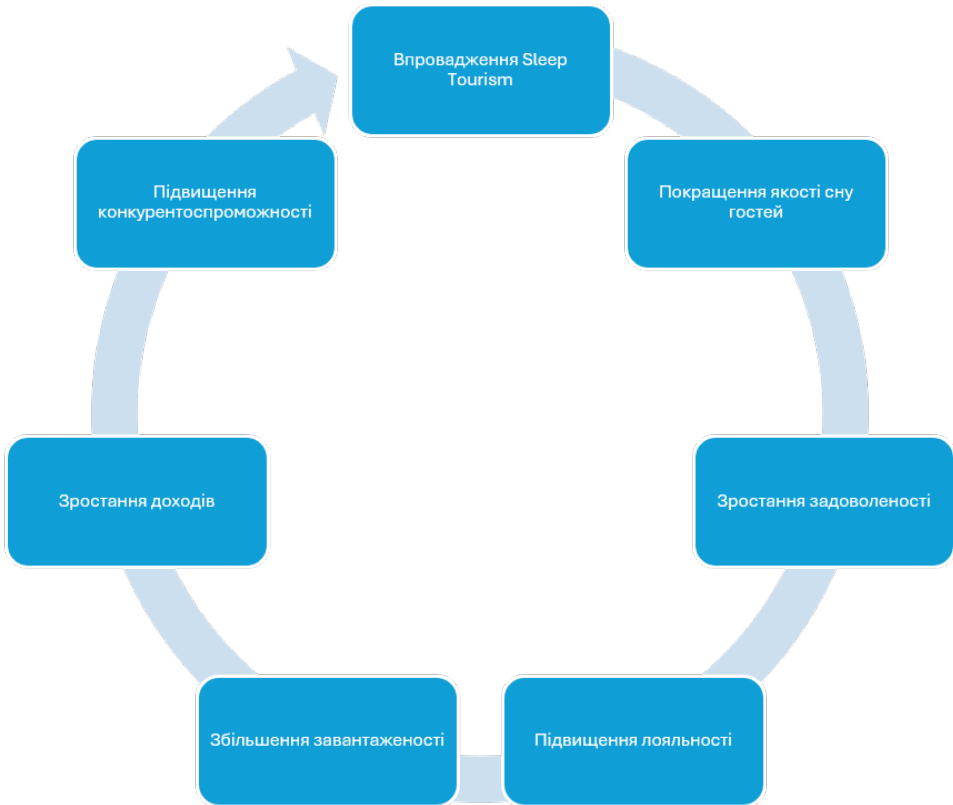


Рис. 3.2. Очікуваний ефект від впровадження концепції Sleep Hotel N

Таблиця 3.13

Очікувані ефекти від впровадження концепції Sleep Hotel N

Вид ефекту	Очікуваний результат
Економічний	Зростання доходів на 15,1 %
Маркетинговий	Формування унікального позиціонування
Соціальний	Покращення якості відпочинку гостей
Репутаційний	Зростання кількості позитивних відгуків
Конкурентний	Посилення позицій на ринку
Інноваційний	Впровадження сучасних sleep-технологій

Дані таблиці 3.13 свідчать, що впровадження концепції Sleep Hotel N забезпечує не лише економічний результат, але й створює значний маркетинговий, репутаційний та соціальний ефект. Сукупність зазначених переваг формує довгострокові конкурентні переваги підприємства та сприяє зміцненню його позицій на ринку готельних послуг.

Для оцінки ефективності проєкту також доцільно визначити строк окупності інвестицій. За умови прогнозованого приросту чистого прибутку на рівні 350–400 тис. грн на рік вкладені кошти можуть окупитися протягом 1,5–2 років, що свідчить про економічну доцільність реалізації концепції *sleep tourism*. Результати проведеної оцінки підтверджують ефективність запропонованих заходів щодо впровадження концепції *Sleep Hotel N*. Реалізація проєкту забезпечить підвищення конкурентоспроможності готелю, зростання фінансових показників діяльності, зміцнення лояльності гостей та створення унікального туристичного продукту, орієнтованого на покращення якості сну та відновлення фізичних ресурсів споживачів.

Таким чином було розроблено комплекс заходів щодо впровадження концепції *sleep tourism* у діяльність готелю «N». На основі сучасних тенденцій розвитку індустрії гостинності сформовано концепцію *Sleep Hotel N*, визначено її цілі, цільову аудиторію, принципи функціонування та основні складові *sleep-friendly* середовища.

У межах реалізації концепції запропоновано комплекс спеціалізованих послуг, який включає облаштування номерів *Sleep Room*, впровадження програм *Sleep SPA*, розробку спеціалізованого меню *Sleep Menu*, послугу *Sleep Concierge* та пакет *Digital Detox Package*. Запропоновані заходи спрямовані на покращення якості сну гостей, підвищення рівня їхнього комфорту та формування унікального туристичного продукту.

Проведена оцінка ефективності підтвердила доцільність впровадження концепції *sleep tourism*. Результати прогнозних розрахунків свідчать про можливість збільшення завантаженості номерного фонду, зростання середнього чека, підвищення рівня задоволеності та лояльності гостей, а також покращення фінансових показників діяльності підприємства. Очікуваний економічний, маркетинговий і соціальний ефект дозволяє розглядати концепцію *Sleep Hotel N* як перспективний напрям підвищення конкурентоспроможності готелю та його адаптації до сучасних потреб споживачів.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі досліджено теоретичні та практичні аспекти впровадження концепції *sleep tourism* у діяльність готельного підприємства та розроблено комплекс заходів щодо формування спеціалізованого готельного продукту, орієнтованого на покращення якості сну гостей.

У результаті проведеного дослідження встановлено, що *sleep tourism* є одним із перспективних напрямів розвитку сучасної індустрії гостинності, який сформувався під впливом зростання уваги суспільства до здорового способу життя, психоемоційного благополуччя та необхідності відновлення фізичних ресурсів організму. Аналіз наукових джерел показав, що концепція *sleep tourism* ґрунтується на створенні спеціалізованих умов для якісного сну та поєднує елементи *wellness*-туризму, медичного туризму, оздоровчих практик і персоналізованого готельного сервісу. Встановлено, що світовий досвід функціонування *sleep-friendly* готелів підтверджує ефективність використання спеціалізованих програм покращення сну як інструменту підвищення конкурентоспроможності підприємств гостинності.

У процесі дослідження проаналізовано світові тенденції розвитку *sleep tourism* та визначено основні напрями його впровадження у діяльність готельних підприємств. Встановлено, що найбільш поширеними складовими *sleep*-продукту є спеціалізовані номери для сну, меню подушок, ароматерапія, релаксаційні SPA-програми, цифровий детокс, консультації *sleep*-консьєржа та технології управління середовищем сну. Визначено, що розвиток даного напрямку обумовлений зростанням попиту на відновлювальні подорожі, *wellness*-відпочинок та персоналізовані послуги.

У другому розділі проведено аналіз передумов впровадження *sleep tourism* у діяльність готелю «N». Дослідження організаційно-економічних характеристик підприємства показало, що готель має сучасний номерний фонд, розвинену SPA- та *wellness*-інфраструктуру, використовує цифрові технології управління та демонструє позитивну динаміку основних показників

діяльності. Встановлено, що підприємство володіє значною частиною ресурсів, необхідних для реалізації концепції *sleep tourism*, зокрема комфортними номерами, оздоровчими зонами, релаксаційними сервісами та сучасними каналами комунікації з гостями.

Проведене анкетне опитування 150 гостей готелю дозволило оцінити рівень задоволеності існуючим сервісом та визначити потенційний попит на спеціалізовані послуги, пов'язані з покращенням якості сну. Результати дослідження показали, що 68 % респондентів стикаються з проблемами сну під час подорожей, а понад 80 % виявили зацікавленість у використанні *sleep*-послуг. Найбільш затребуваними елементами майбутнього туристичного продукту визначено ортопедичні матраци та подушки, ароматерапію, релаксаційні SPA-програми та спеціалізоване меню для покращення сну. Отримані результати підтвердили наявність реального споживчого попиту на впровадження концепції *sleep tourism*.

Проведений SWOT-аналіз дозволив встановити, що сильні сторони та ринкові можливості підприємства переважають наявні слабкі сторони та потенційні загрози. Основними конкурентними перевагами готелю є наявність *wellness*-інфраструктури, високий рівень сервісу, позитивна динаміка завантаженості номерного фонду та використання цифрових технологій. Водночас виявлено необхідність розроблення спеціалізованих *sleep*-програм, підготовки персоналу та формування нового позиціонування підприємства на ринку.

У третьому розділі розроблено концепцію *Sleep Hotel N*, яка передбачає трансформацію готелю у спеціалізований *sleep-friendly* засіб розміщення. Концепція базується на принципах персоналізації, комплексного підходу до відновлення організму, *wellness*-орієнтації та використання сучасних технологій покращення сну. Запропонована модель *Sleep Balance Hotel* об'єднує чотири ключові складові: *Sleep Environment*, *Sleep Service*, *Sleep Wellness* та *Sleep Technology*, що забезпечують формування комплексного середовища для якісного відпочинку гостей.

Для практичної реалізації концепції запропоновано комплекс спеціалізованих послуг, до складу якого входять Sleep Room, Sleep SPA, Sleep Menu, Sleep Concierge та Digital Detox Package. Запропоновані заходи спрямовані на створення комфортних умов для сну, зниження рівня стресу, покращення фізичного та психоемоційного стану гостей, а також формування унікального туристичного продукту, що відповідає сучасним тенденціям розвитку індустрії гостинності.

Оцінка ефективності запропонованих заходів показала, що реалізація концепції sleep tourism є економічно доцільною. Прогнозні розрахунки свідчать про можливість збільшення середньорічної завантаженості номерного фонду до 75 %, підвищення середнього чека гостя на 15,7 %, зростання частки постійних клієнтів до 38 %, збільшення доходів від додаткових послуг на 36,8 % та загального річного доходу підприємства на 15,1 %. Розрахований термін окупності інвестицій становить близько 1,5–2 років, що підтверджує фінансову ефективність проєкту.

Отже, поставлена мета дослідження досягнута, а всі визначені завдання виконані. Результати роботи підтвердили доцільність впровадження концепції sleep tourism у діяльність готельного підприємства та засвідчили, що використання спеціалізованих програм покращення сну є перспективним напрямом розвитку сучасного готельного бізнесу. Реалізація запропонованих заходів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності готелю, покращенню якості обслуговування гостей, зміцненню їхньої лояльності та формуванню інноваційного туристичного продукту, орієнтованого на відновлення фізичних і психоемоційних ресурсів людини.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ

1. Андренко І. Б. Сучасні концепції гостинності та їх характеристики // Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України : зб. тез доп. III Міжнар. наук.-практ. конф., 12 листопада 2025 р., Харків. Харків : НТУ «ХПІ», 2025. С. 50–54. URL: <https://web.kpi.kharkov.ua/tourism/confere2025/> (дата звернення: 25.05.2026).
2. Андренко І. Б., Гелівер Г. А. Інноваційна концепція «Holistic Hospitality» та її впровадження в сучасному готельному бізнесі // Актуальні проблеми та перспективи розвитку індустрії гостинності і крафтових виробництв : матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф., 20 листопада 2025 р. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2025. С. 102–106. URL: <https://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/37885> (дата звернення: 25.05.2026).
3. World Health Organization. Sleep and health. URL: <https://www.who.int> (дата звернення: 25.05.2026).
4. What Is Sleep Tourism and Why Is It on the Rise? // National Geographic. URL: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/what-is-sleep-tourism-and-why-is-it-on-the-rise> (дата звернення: 27.05.2026).
5. Sleep Initiative Trends for 2024 // Global Wellness Institute. URL: <https://globalwellnessinstitute.org/global-wellness-institute-blog/2024/04/30/sleep-initiative-trends-for-2024/> (дата звернення: 27.05.2026).
6. Андренко І. Б., Лук'янчук А. І. Цифрові детоксикаційні подорожі та їх важливість // Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами : матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф. Луцьк, 2024. С. 319–322. URL: <https://dspace.pdau.edu.ua/server/api/core/bitstreams/0dee2437-cfc4-4151-8561-9dce885bcf74/content> (дата звернення: 29.05.2026).
7. Sleep Tourizzm 2.0: The Next Sleep Cycle // Hilton Trends Report. URL: <https://stories.hilton.com/2025trends/sleep-tourizzm-2-0-the-next-sleep-cycle> (дата звернення: 30.05.2026).

8. Андренко І. Б., Козлова А. О., Погасій С. О. Концепція Digital Detox у готельному сервісі: сутність, особливості, переваги та обмеження впровадження // Наукові перспективи. 2026. № 4 (70). DOI: 10.52058/2708-7530-2026-4(70)-2592-2606. (дата звернення: 30.05.2026).

9. Global Wellness Institute. The Global Wellness Economy: Looking Beyond COVID. URL: <https://globalwellnessinstitute.org> (дата звернення: 30.05.2026).

10. Андренко І. Б. Цифрова трансформація управління готелем // Наука і техніка сьогодні. 2025. № 6 (47). С. 217–228. DOI: 10.52058/2786-6025-2025-6(47)-217-228. (дата звернення: 30.05.2026).

11. Sleep tourism. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Sleep_tourism

12. 2026 Sleep Initiative Trends. URL: <https://globalwellnessinstitute.org/global-wellness-institute-blog/2026/03/30/sleep-initiative-trends-for-2026/> (дата звернення: 30.05.2026).

13. Sleep Tourism is a thing! Here's your Guide to Sleepcations and Napcations. URL: <https://worldofawanderer.com/sleep-tourism-is-a-thing-heres-your-guide-to-sleepcations-and-napcations/> (дата звернення: 31.05.2026).

14. Sleep tourism revealed: 50+ facts and statistics for travellers. URL: <https://www.skyscanner.net/destinations/advice/sleep-tourism-facts-statistics> (дата звернення: 31.05.2026).

15. Sleep Tourism Market Size, Share & Industry Analysis, By Travel Type (Domestic and International), By Accommodation (Hotels, Resorts, Homestays/Villas, and Others), and Regional Forecast, 2026-2034. URL: <https://www.fortunebusinessinsights.com/sleep-tourism-market-114941> (дата звернення: 31.05.2026).

16. Sleep Tourism and the Price for a Good Night's Sleep. URL: <https://amerisleep.com/blog/sleep-tourism-survey/> (дата звернення: 01.06.2026).

17. Sleep Tourism Is The New Wellness Trend And These Hotels Lead The Way. URL: <https://www.travelandleisureasia.com/hk/hotels/sleep-tourism-what-is-it-which-hotels-specialise-and-more/> (дата звернення: 01.06.2026).

18. Junaedi, Rusli & Kamal, Mushthofa & Diartika, Firda & Rizka, Hablana

& Indartin, Tri. Sleep Tourism as a Strategic Marketing Communication Tool for Attracting Wellness-Oriented Travelers in Indonesia. Jurnal Ilmu Komunikasi UHO Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi. URL: https://www.researchgate.net/publication/396925087_Sleep_Tourism_as_a_Strategic_Marketing_Communication_Tool_for_Attracting_Wellness-Oriented_Travelers_in_Indonesia (дата звернення: 02.06.2026).

19. An Independent Hotelier's Guide to Sleep Tourism. URL: <https://webrezpro.com/an-independent-hoteliere-guide-to-sleep-tourism/> (дата звернення: 02.06.2026).

20. Sleep Medicine. URL: <https://www.resortragaz.ch/en/tamina-health/additional-services/external-medical-partners/sleep-medicine> (дата звернення: 02.06.2026).

21. Андренко І.Б. Цифровий детокс як нова тенденція сервісу в готелях. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". - 2025. - №6. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-6> (дата звернення: 02.06.2026).

22. Андренко І.Б. Hybrid service-модель у готелях: сучасні підходи до організації гнучкого сервісу. Наука і техніка сьогодні» (Серія «Економіка»)): журнал. 2025. No7 (48) 2025. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2025-7\(48\)-314-326](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2025-7(48)-314-326) (дата звернення: 02.06.2026).

23. Six Senses. Sleep with Six Senses. URL: <https://www.sixsenses.com/en/sleep> (дата звернення: 03.06.2026).

24. Grand Resort Bad Ragaz. Sleep Medicine Center. URL: <https://www.resortragaz.ch/en/health-prevention/sleep-medicine> (дата звернення: 03.06.2026).

25. SHA Wellness Clinic. Sleep Recovery Program. URL: <https://shawellness.com/en/programs/sleep-recovery/> (дата звернення: 03.06.2026).

26. Zedwell Hotels. Sleep Well in the Heart of London. URL: <https://www.zedwellhotels.com> (дата звернення: 04.06.2026).

27. Park Hyatt New York. Sleep Suite Experience. URL: <https://www.hyatt.com/en-US/hotel/new-york/park-hyatt-new-york> (дата звернення: 04.06.2026).
28. Sleep Tourism: Hospitality's New Frontier // Hotel Management. URL: <https://www.hotelmanagement.net> (дата звернення: 04.06.2026).
29. Global Wellness Institute. Wellness Tourism Initiative. URL: <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/wellness-tourism/> (дата звернення: 05.06.2026).
30. Skift Research. Wellness Travel and Sleep Tourism Trends. URL: <https://research.skift.com> (дата звернення: 05.06.2026).
31. 7 Sleep-focused Stays Around the World. <https://www.rangetravel.com/stories/sleep-focused-hotels> (дата звернення: 05.06.2026).
32. Андренко І. Б. Аналіз діяльності підприємств туризму : навч. посібник. Харків : Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова. URL: <https://eprints.kname.edu.ua/41524/> (дата звернення: 05.06.2026).
33. Андренко І. Б., Влащенко Н. М. Фінансово-економічний аналіз підприємств туризму : підручник. Харків : Харківська національна академія міського господарства, 2012. URL: <https://eprints.kname.edu.ua/26329/> (дата звернення: 05.06.2026).
34. Андренко І. Б., Кравець О. М., Писаревський І. М. Менеджмент готельно-ресторанного господарства : підручник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2014. 431 с. URL: <http://eprints.kname.edu.ua/38971/> (дата звернення: 05.06.2026).
35. Андренко І. Б., Кравець О. М., Писаревський І. М. Менеджмент туризму : навч. посібник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2014. 402 с. URL: <http://eprints.kname.edu.ua/38970/> (дата звернення: 05.06.2026).
36. Ribas Hotels Group. Офіційний сайт компанії. URL: <https://ribashotelsgroup.ua/> (дата звернення: 06.06.2026).

37. Bryte. Sleep Technology for Hospitality Industry. URL: <https://www.bryte.com/hospitality> (дата звернення: 06.06.2026).
38. Sleep Foundation. Best Temperature for Sleep. URL: <https://www.sleepfoundation.org/bedroom-environment/best-temperature-for-sleep> (дата звернення: 07.06.2026).
39. National Sleep Foundation. Healthy Sleep Environment Recommendations. URL: <https://www.thensf.org> (дата звернення: 08.06.2026).
40. Forbes Travel Guide. Why Sleep Tourism Is Becoming the Next Luxury Travel Trend. URL: <https://www.forbestravelguide.com> (дата звернення: 09.06.2026).
41. Hotel Dive. Sleep Tourism and the Future of Hospitality. URL: <https://www.hoteldive.com/news/sleep-tourism-hospitality-trend> (дата звернення: 10.06.2026).
42. Sleep Foundation. Aromatherapy for Sleep. URL: <https://www.sleepfoundation.org/aromatherapy-for-sleep> (дата звернення: 10.06.2026).
43. National Sleep Foundation. Bedroom Environment and Sleep Quality. URL: <https://www.thensf.org> (дата звернення: 10.06.2026).
44. Sleep Foundation. Foods That Help You Sleep. URL: <https://www.sleepfoundation.org/nutrition/foods-that-help-you-sleep> (дата звернення: 10.06.2026).
45. Harvard T.H. Chan School of Public Health. Tryptophan. URL: <https://nutritionsource.hsph.harvard.edu/tryptophan/> (дата звернення: 12.06.2026).
46. Andrenko I. Bleisure tourism and workations as emerging formats in the development of business tourism. The National and Global Economy: Trends, Challenges and Prospects : Collective monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2026. 670 p. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-690-4-1> (дата звернення: 12.06.2026).