

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет управління, адміністрування та туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Інноваційні види засобів розміщення в сфері обслуговування за матеріалами

ТОВ «ARDEN PALACE» Хмельницька обл., смт. Сатанів

Назва теми

Рівень вищої освіти бакалавр

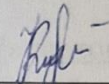
Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Освітня програма «Туризм»

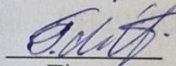
Шифр 21055

Виконала студентка 4 курсу, група ТУР-21-1


Підпис

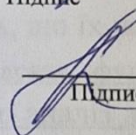
Анна КОЛОДЯЖНА
Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Керівник: к.е.н., доцент


Підпис

Лілія ГРИЗОВСЬКА
Ім'я ПРІЗВИЩЕ

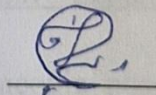
Нормоконтролер


Підпис

Оксана ГРИНДІЙ
Ім'я ПРІЗВИЩЕ

До захисту допускаю:

Зав. кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи


Підпис

Ігор ЖУРБА
Ім'я ПРІЗВИЩЕ

12 06 2025 р.

Хмельницький 2025

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет управління, адміністрування та туризму
 Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
 Рівень вищої освіти бакалавр
 Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
 Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
 Освітня програма Туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ
 зав. кафедри туризму та
 готельно-ресторанної справи
 І. Журба
 12 06 2025 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Колодяжна Анна Олександрівна


Прізвище, ім'я, по батькові студента

- 1 Тема роботи Інноваційні види засобів розміщення в сфері обслуговування за матеріалами ТОВ «ARDEN PALACE» Хмельницька обл., смт. Сатанів керівник роботи Лілія Гризовська, к.е.н., доцент затверджена наказом ректора університету від «7» лютого 2025 р. № 23.
- 2 Строк подання студентом роботи на кафедру 12.06 2025 р.
- 3 Вихідні дані до роботи: посібники, періодичні видання, звітність підприємства, Інтернет джерела
- 4 Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що їх потрібно розробити) У першому розділі розглянуто теоретичні засади функціонування інноваційних засобів розміщення. У другому розділі здійснено аналіз діяльності ТОВ «ARDEN PALACE» як інноваційного засобу розміщення. У третьому розділі досліджено основні напрями удосконалення інноваційної діяльності ТОВ «ARDEN PALACE».
Перелік графічного матеріалу: класифікація засобів розміщення, класифікація готелів за функціональним призначенням, етапи виникнення інновацій в готельних підприємствах, Smart Hotel як модель сучасного готелю, світові інноваційні формати розміщення, впровадження інноваційних підходів до розміщення в Україні, послуги ТОВ «ARDEN PALACE», структура номерного фонду за категоріями, ключові напрями інноваційної діяльності, SWOT-аналіз інноваційної діяльності комплексу, оцінка результативності інновацій, аналіз основних проблем діяльності ТОВ «ARDEN PALACE», візуалізація моделі позиціонування (матрична модель), пропозиції щодо вдосконалення інноваційної діяльності підприємства (на прикладі ТОВ «ARDEN PALACE»).
- 6 Дата видачі завдання 06 05 2025 р.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ
КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

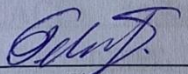
Назва розділу кваліфікаційної роботи	Строк виконання	Примітка
1. Вибір теми і складання бібліографії	06.05.2025	Виконано
2. Вивчення стану проблеми за темою: Інноваційні види засобів розміщення в сфері обслуговування за матеріалами ТОВ «ARDEN PALACE» Хмельницька обл., смт. Сатанів, висвітлення її в науковій літературі, нормативних документах, мережі Інтернет	10.05.2025	Виконано
3. Збір фактичного матеріалу	16.05.2025	Виконано
4. Уточнення мети, завдань і обґрунтування концепції роботи	19.05.2025	Виконано
5. Вибір методів аналізу матеріалів. Попереднє формулювання гіпотез, припущень тощо	25.05.2025	Виконано
6. Обробка зібраного матеріалу	04.06.2025	Виконано
7. Виявлення тенденцій, схем розвитку проблемної ситуації, прогнозування та формулювання підходів до розв'язання проблеми	05.06.2025	Виконано
8. Підготовка тексту Основної частини роботи. Формулювання висновків за розділами	09.06.2025	Виконано
9. Підготовка тексту виступу та загальних висновків, проходження попереднього захисту	11.06.2025	Виконано
10. Здача роботи на кафедрі	13.06.2025	Виконано

Студент


Підпис

Анна КОЛОДЯЖНА
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Керівник кваліфікаційної роботи


Підпис

Лілія ГРИЗОВСЬКА
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу Колодяжна Анна Олександрівна

Тема роботи: Інноваційні види засобів розміщення в сфері обслуговування за матеріалами ТОВ «ARDEN PALACE» Хмельницька обл., смт. Сатанів

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Науковий керівник к.е.н., доцент Л. Гризовська

м. Хмельницький, 2025 р.

Кваліфікаційна робота виконана на 44 с., містить 12 таблиць, 6 рисунків, з перелік джерел посилань складається із 32 найменування.

Актуальність роботи. У сучасних умовах трансформації туристичної галузі дедалі важливішого значення набувають інноваційні підходи до організації готельно-ресторанного обслуговування. Зростання вимог споживачів, розвиток цифрових технологій, підвищення екологічної свідомості, орієнтація на персоналізовані туристичні враження формують попит на нові моделі засобів розміщення, що поєднують комфорт, оригінальність, сталість і функціональність.

Перший розділ роботи присвячений визначенню поняття та класифікації засобів розміщення у сфері гостинності, сутності інновацій в готельному бізнесі: сучасні підходи, світовий та вітчизняний досвід впровадження інноваційних форматів розміщення.

У другому розділі надано характеристику підприємства ТОВ «ARDEN PALACE», проаналізовано особливості сервісу, архітектури та концепції розміщення в «ARDEN PALACE», здійснено аналіз рівня впроваджених інновацій в санаторно-курортний комплекс.

У третьому розділі досліджено проблеми та перспективи щодо впровадження нових видів інноваційних рішень, запропоновано напрями подальшого позиціонування ТОВ «ARDEN PALACE» як інноваційного об'єкта на туристичному ринку.

Ключові слова: індустрія гостинності, стратегія, інновація, засоби розміщення.

SUMMARY

for qualifying work Kolodyazhna Anna

The topic of the work: Innovative types of accommodation facilities in the service sector based on materials from LLC "ARDEN PALACE" Khmelnytskyi region, Sataniv village
Specialty 242 "Tourism and recreation"

Department of Tourism and Hotel-Restaurant Business

Scientific supervisor, candidate of economic sciences, associate professor

L. Hryzovska

Khmelnytsky, 2025

The qualification work was completed on 44 pages, contains 12 tables, 6 figures, the list of reference sources consists of 32 names.

Relevance of work. In today's conditions of transformation of the tourism industry, innovative approaches to organizing hotel and restaurant services are becoming increasingly important. Growing consumer demands, the development of digital technologies, increased environmental awareness, and a focus on personalized tourist experiences are driving demand for new accommodation models that combine comfort, originality, sustainability, and functionality.

The first section of the work is devoted to defining the concept and classification of accommodation facilities in the hospitality sector, the essence of innovations in the hotel business: modern approaches, global and domestic experience in implementing innovative accommodation formats.

The second section provides a description of the enterprise "ARDEN PALACE" LLC, analyzes the features of the service, architecture and concept of accommodation in "ARDEN PALACE", and analyzes the level of innovations introduced into the sanatorium and resort complex.

The third section examines the problems and prospects for the implementation of new types of innovative solutions, and proposes directions for further positioning of LLC "ARDEN PALACE" as an innovative facility in the tourism market.

Key words: hospitality industry, strategy, innovation, accommodation facilities.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ	9
1.1. Поняття та класифікація засобів розміщення у сфері гостинності	9
1.2. Сутність інновацій в готельному бізнесі: сучасні підходи	13
1.3. Світовий та вітчизняний досвід впровадження інноваційних форматів розміщення	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ARDEN PALACE» ЯК ІННОВАЦІЙНОГО ЗАСОБУ РОЗМІЩЕННЯ	19
2.1. Загальна характеристика підприємства ТОВ «ARDEN PALACE»	19
2.2. Особливості сервісу, архітектури та концепції розміщення в «ARDEN PALACE»	23
2.3. Аналіз рівня впроваджених інновацій в санаторно-курортний комплекс	27
РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ARDEN PALACE»	31
3.1. Проблеми та перспективи щодо впровадження нових видів інноваційних рішень	31
3.2. Розробка моделі позиціонування ТОВ «ARDEN PALACE» як інноваційного об'єкта на туристичному ринку	34
ВИСНОВКИ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	42

ВСТУП

У сучасних умовах трансформації туристичної галузі дедалі важливішого значення набувають інноваційні підходи до організації готельно-ресторанного обслуговування. Зростання вимог споживачів, розвиток цифрових технологій, підвищення екологічної свідомості, орієнтація на персоналізовані туристичні враження формують попит на нові моделі засобів розміщення, що поєднують комфорт, оригінальність, сталість і функціональність. У зв'язку з цим на ринку гостинності активно з'являються альтернативні види розміщення – glamping, бутик-готелі, капсульні готелі, есо-hotels, апарт-комплекси тощо.

Важливе значення має аналіз теоретичних напрацювань як вітчизняних, так і зарубіжних учених, які досліджували інноваційні аспекти розвитку готельного господарства та альтернативних засобів розміщення: В. Кифяк [14], Я. Олійник [18], О. Літвінова [17], І. Смолій [26], І. Степаненко [27], а також D. Buhalis, R. Davidson, P. Benckendorff, M. Sigala [30]. Проте більшість досліджень мають загальний характер і лише частково розкривають вплив інновацій на конкретні підприємства гостинності в Україні.

Об'єктом дослідження є процес організації інноваційної діяльності у сфері засобів розміщення.

Предметом дослідження виступають інноваційні види розміщення в індустрії гостинності на прикладі діяльності ТОВ «ARDEN PALACE».

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження особливостей впровадження інноваційних видів засобів розміщення та аналіз практичного досвіду їх реалізації на прикладі ТОВ «ARDEN PALACE», з урахуванням сучасних тенденцій туристичного ринку.

Під час написання кваліфікаційної роботи необхідно виконати такі завдання:

- охарактеризувати поняття, сутність та класифікацію засобів розміщення в сфері гостинності;

- проаналізувати сутність та типи інновацій, які застосовуються у готельному бізнесі;
- дослідити сучасні тенденції розвитку альтернативних засобів розміщення в Україні та світі;
- охарактеризувати діяльність ТОВ «ARDEN PALACE» як інноваційного готельно-рекреаційного комплексу;
- проаналізувати особливості сервісу, архітектурних рішень і технологічного оснащення «ARDEN PALACE»;
- визначити рівень впровадження інновацій та задоволеності клієнтів;
- запропонувати шляхи удосконалення інноваційної політики засобу розміщення в умовах сучасних викликів.

Методи дослідження: описовий метод, порівняльний аналіз, економіко-статистичний метод, метод експертного оцінювання, анкетування, системний підхід, аналіз і синтез.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості застосування запропонованих інноваційних рішень для вдосконалення діяльності підприємства «ARDEN PALACE», а також для інших суб'єктів готельно-рекреаційної сфери, орієнтованих на нестандартні форми розміщення туристів.

Апробація результатів роботи. Основні наукові положення та результати досліджень були представлені та схвалені на студентській науково-практичній конференції кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, де одержали позитивну оцінку.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (32 найменувань), додатків. Робота містить 12 таблиць та 6 рисунків. Загальний обсяг роботи становить 44 сторінок, з яких основний зміст викладено на 42 сторінках.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ

1.1 Поняття та класифікація засобів розміщення у сфері гостинності

Індустрія гостинності є ключовою складовою туристичної сфери, що забезпечує створення умов для комфортного перебування туристів. Одним із центральних елементів цієї системи є засоби розміщення, які задовольняють базову потребу людини в тимчасовому проживанні поза постійним місцем проживання. Сучасний розвиток туристичного ринку та зростання споживчих вимог зумовили появу широкого спектру різновидів засобів розміщення, які відрізняються за формою власності, функціональним призначенням, рівнем сервісу, концептуальною орієнтацією та іншими критеріями.

У зв'язку з активним упровадженням інновацій, діджиталізацією та зростанням попиту на екологічність і персоналізацію, виникає потреба у систематизації понять і підходів до класифікації засобів розміщення, включаючи традиційні готелі, альтернативні та спеціалізовані форми. Це дозволяє глибше усвідомити роль і значення цих об'єктів у формуванні конкурентоспроможного туристичного продукту.

У найширшому значенні засоби розміщення — це підприємства або інфраструктурні об'єкти, які надають послуги з тимчасового проживання для туристів, відряджених, відпочивальників, паломників тощо. Вони є частиною туристичної інфраструктури, забезпечуючи фізичні, психологічні та сервісні умови для відпочинку або ділової активності поза домом [13].

Згідно з ДСТУ 4527:2006 [11], засіб розміщення – це підприємство або його структурний підрозділ, що забезпечує проживання споживачів туристичних послуг, а також може надавати харчування, побутові послуги, дозвілля та інші додаткові послуги.

У законодавстві ЄС та рекомендаціях ВТО (UNWTO) термін "accommodation facility" трактується як будь-який об'єкт або місце, що надає послуги з розміщення, незалежно від правового статусу, рівня комфорту та спеціалізації.

Згідно з рекомендаціями Всесвітньої туристичної організації (ВТО), усі засоби розміщення, що функціонують в Україні, доцільно поділяти на дві основні групи — колективні та індивідуальні (рис. 1.1).

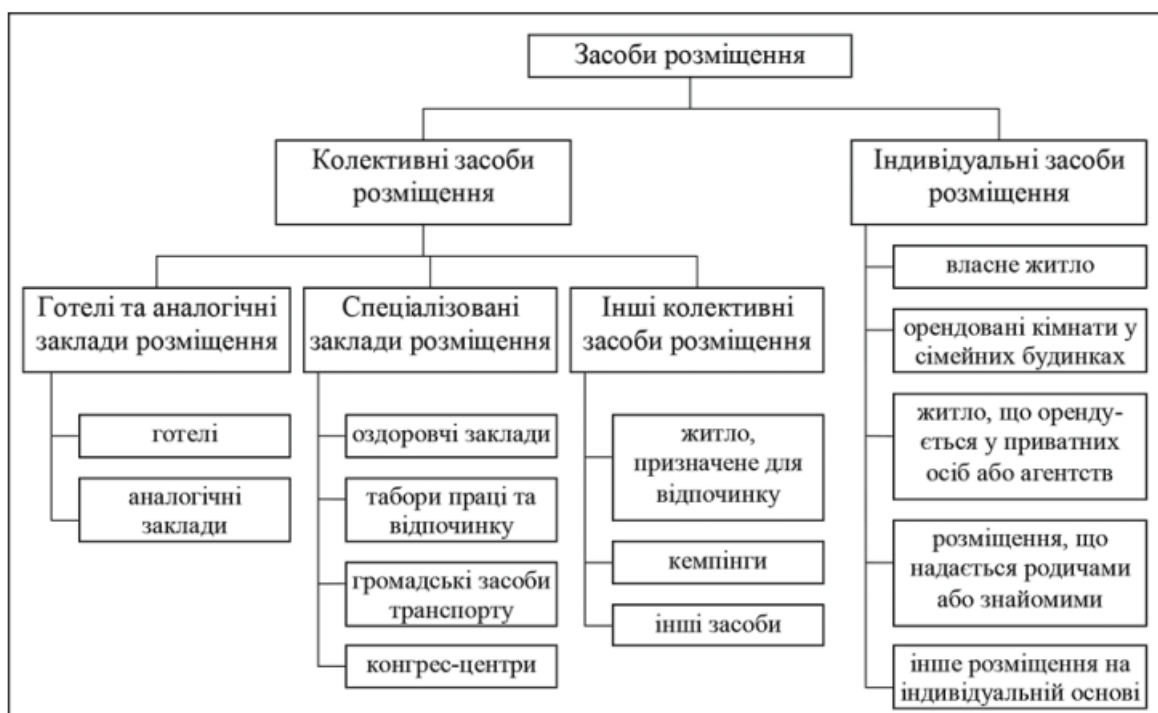


Рисунок 1.1 - Класифікація засобів розміщення

Класифікація засобів розміщення ґрунтується на кількох основних критеріях:

1. За формою власності та управління:

- державні;
- приватні;
- муніципальні;
- змішані.

2. За функціональним призначенням (рис.1.2):

- туристичні (готелі, хостели, пансіонати);

- ділові (бізнес-готелі, конгрес-готелі);
- санаторно-курортні (санаторії, будинки відпочинку, спа-комплекси);
- тимчасового користування (кемпінги, мотелі, автокемпінги);
- спеціалізовані (паломницькі готелі, молодіжні бази, спортивні табори)

[7].

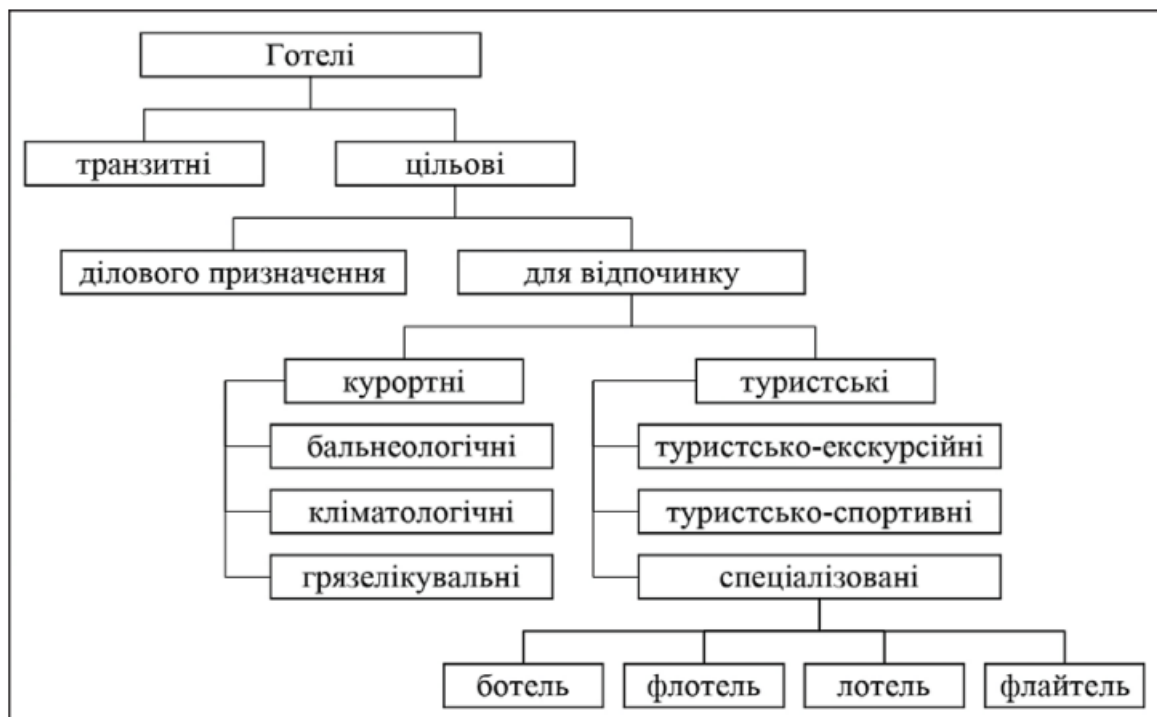


Рисунок 1.2 - Класифікація готелів за функціональним призначенням

3. За тривалістю перебування:

- короткострокові (до 1 тижня);
- середньострокові (до 1 місяця);
- довгострокові (більше 1 місяця, включно з орендованим житлом).

4. За рівнем комфорту:

- класифіковані готелі (від ★ до ★★★★★);
- некласифіковані (турбази, кемпінги, квартири).

5. За типом обслуговування:

- традиційні (з рецепцією, персоналом, повним набором послуг);
- самообслуговування (апарт-готелі, сервіси short-rent).

6. За ступенем інноваційності:

- традиційні засоби розміщення: класичні готелі, мотелі, хостели;
- альтернативні (інноваційні):
- Glamping (гламурне кемпінгування),
- Capsule hotels (капсульні готелі),
- Eco-hotels (екологічно сталий формат),
- Boutique hotels (тематичні, дизайнерські готелі),
- Floating hotels, Treehouses, Container hotels, Mobile homes, тощо.

7. За географічним розташуванням:

- міські;
- приміські;
- курортні;
- гірські;
- сільські [11].

Поняття та класифікація засобів розміщення є фундаментальними у сфері гостинності, оскільки визначають структурну організацію ринку послуг проживання. У сучасних умовах глобалізації та інноваційної конкуренції традиційні готелі доповнюються новими формами розміщення, які відповідають запитам екологічно свідомих, цифрово орієнтованих і досвідоцентричних туристів [17].

Класифікація засобів розміщення залежить від численних чинників – від форми власності до ступеня технологічності та концепції обслуговування. Такий поділ дає змогу ефективніше аналізувати ринок, орієнтувати споживача, формувати регіональну туристичну політику та створювати конкурентоспроможні туристичні продукти.

Вивчення інноваційних форм розміщення — як приклад адаптації до сучасних викликів — відкриває нові перспективи для сталого розвитку індустрії гостинності в Україні.

1.2 Сутність інновацій в готельному бізнесі: сучасні підходи

Сфера гостинності, зокрема готельний бізнес, у XXI столітті зазнає глибоких перетворень під впливом глобалізаційних процесів, технологічного прориву, зміни споживчих пріоритетів і зростання конкуренції. У таких умовах ключову роль у формуванні конкурентних переваг готельних підприємств відіграють інновації. Вони є засобом не лише технологічного оновлення, а й стратегічним інструментом для вдосконалення сервісу, підвищення ефективності управління, персоналізації послуг та задоволення нових потреб туристів.

Інноваційна діяльність у готельному бізнесі передбачає постійний пошук, розробку та впровадження нових підходів до обслуговування гостей, використання smart-технологій, екологічних практик, інтеграцію штучного інтелекту, автоматизацію процесів тощо. Саме тому вивчення сутності інновацій у сфері готельної справи є вкрай актуальним для забезпечення сталого розвитку галузі та її адаптації до нових викликів.

Інновації (від лат. *innovatio* — оновлення) в готельній справі — це нововведення, що мають практичну цінність і застосовуються для підвищення якості обслуговування, конкурентоспроможності підприємства та задоволення змінюваних запитів споживачів. Це можуть бути нові технології, послуги, моделі організації праці, канали продажу, форми взаємодії з клієнтами [6].

Інновації в готельному бізнесі – це впровадження нових або удосконалених технологій, методів управління, форматів обслуговування та маркетингових підходів, які спрямовані на покращення якості послуг, ефективність роботи та задоволення потреб споживачів.

Згідно з рекомендаціями UNWTO, інновації в туризмі охоплюють усі етапи створення туристичного продукту та покликані трансформувати не лише бізнес-процеси, а й туристичний досвід загалом [9].

Під час обґрунтування певного варіанту інноваційної стратегії важливо враховувати, що вона повинна узгоджуватися із загальною стратегією розвитку готелю, відповідати допустимому рівню ризику для підприємства та враховувати ступінь готовності ринку до впровадження нових рішень [25].

На рисунку 1.3 подано схематичне зображення етапів перетворення ідеї в інновацію у сфері готельного господарства.



Рисунок 1.3 - Етапи виникнення інновацій в готельних підприємствах

Інноваційна стратегія в готельній індустрії передбачає впровадження цілого спектру нововведень, що охоплюють усі ключові напрями управління — зокрема управління якістю, фінансами, персоналом — а також передбачає активне застосування сучасних інформаційних технологій і розширення спектру послуг. Найбільш ефективною інноваційною стратегією для підприємства є комплексне впровадження різних видів інновацій одночасно [15].

Таблиця 1.1 - Класифікація інновацій у готельній сфері

Тип інновацій	Зміст
Технологічні	Використання smart-room, мобільного ключа, автоматизація check-in, IoT-пристрої, голосові асистенти

Продуктові	Нові формати готелів – capsule hotels, glamping, themed hotels, апарт-готелі, концепція "без персоналу"
Маркетингові	Впровадження цифрового маркетингу, таргетованих кампаній, програм лояльності, storytelling
Організаційні	Аутсорсинг, гнучкий менеджмент, сервіс-дизайн, горизонтальні структури
Екологічні	Green hotels, енергоефективність, zero-waste політика, екосертифікація (Green Key, LEED)
Соціальні	Інклюзивний сервіс, працевлаштування вразливих груп, участь у розвитку громади

Сучасні готелі застосовують стратегічні підходи до інноваційного розвитку: створення інноваційних середовищ, співпраця з ІТ-компаніями, впровадження концепції Smart Hospitality. Особливу роль відіграють цифрові технології, які трансформують процеси обслуговування – від онлайн-бронювання до управління досвідом гостей за допомогою мобільних додатків.



Рисунок 1.4 – Smart Hotel як модель сучасного готелю

Сучасні інноваційні підходи в готельному бізнесі:

1. Smart Hospitality - автоматизоване управління номером (температура, світло, безконтактні сервіси); - голосове управління Alexa, Google Assistant; - цифрові консьєржі, мобільні додатки для гостей.

2. Digital Experience - віртуальні тури по номеру; - онлайн-бронювання з рекомендаційною системою; - Big Data та аналітика поведінки гостей.

3. Сталий розвиток - будівництво з вторинних матеріалів; - впровадження енергоощадних технологій; - використання місцевих продуктів, відмова від пластику.

4. Персоналізація обслуговування - AI-рішення для передбачення вподобань; - динамічне ціноутворення; - індивідуальні пакети послуг для окремих сегментів гостей [24].

Інновації стали фундаментом модернізації готельного бізнесу в умовах нової реальності. Вони охоплюють не лише технічний чи цифровий аспект, а й організаційну культуру, соціальну відповідальність, нові моделі взаємодії з гостем. Ефективне впровадження інновацій дозволяє не лише покращити якість сервісу, а й закласти основи сталого зростання, що забезпечує готелям довготривалу конкурентну перевагу.

Для підприємств гостинності майбутнє полягає в інтеграції smart-технологій, орієнтації на клієнта, екологічності, гнучкості та інтелектуальному управлінні, що є визначальними рисами сучасної інноваційної моделі готелю.

1.3 Світовий та вітчизняний досвід впровадження інноваційних форматів розміщення

У відповідь на динамічні зміни у поведінці споживачів, екологічні виклики, діджиталізацію та потребу в унікальних враженнях, готельний бізнес у світі активно впроваджує інноваційні формати розміщення. Нетрадиційні підходи до облаштування готелів не лише змінюють уявлення про сервіс, а й

дозволяють розширити межі туристичного продукту. У цьому контексті важливо дослідити світовий та український досвід, щоб адаптувати найкращі практики до національних умов.

У країнах Європи, Північної Америки та Азії широко розвиваються інноваційні формати розміщення, орієнтовані на нові стилі життя, мінімалізм, сталий розвиток та цифрові технології [25].

Таблиця 1.2 – Світові інноваційні формати розміщення

Формат	Опис та приклади
Glamping	Поєднання комфорту готелю з природними умовами: просторі намети з душем, інтер'єром, кондиціонером. Приклад: Whitepod Eco-Luxury Hotel (Швейцарія).
Capsule Hotels	Компактні капсули з усіма базовими зручностями для сну, Wi-Fi, освітленням, вентиляцією. Приклад: The Millennials (Японія).
Eco-hotels	Готелі з мінімальним екологічним слідом, що використовують альтернативну енергетику, сортування сміття. Приклад: Proximity Hotel (США) – LEED Platinum.
Floating hotels	Готелі, розташовані на воді – платформи, човни, кораблі. Приклад: OFF Paris Seine (Франція).
Treehouse hotels	Будинки на деревах, інтегровані у природне середовище. Приклад: Treehotel (Швеція).
Digital-only hotels	Готелі з повною автоматизацією процесів: self check-in, роботизоване обслуговування. Приклад: Henn na Hotel (Японія).

Ключові тренди:

- автоматизація обслуговування (Smart Hospitality),
- мобільні додатки для управління проживанням,
- зелена сертифікація,
- адаптація готелів до workation, slow-travel, well-being.

Незважаючи на складну економічну та безпекову ситуацію, в Україні поступово з'являються приклади впровадження інноваційних підходів до розміщення, особливо у сегменті внутрішнього туризму та оздоровлення.

Таблиця 1.3- Впровадження інноваційних підходів до розміщення в Україні

Формат	Опис та приклади
Еко-готелі та зелені садиби	Використання місцевих матеріалів, органічного харчування, розташування в екозонах. Приклад: «Еко-Садиба У Марусі» (Карпати), Arden Palace (Сатанів).
Апарт-готелі, смарт-житло	Пропозиція на довготривалі перебування з кухнею, пральнею, офісними умовами. Приклад: Ribas Hotels Group, BURSA Hotel (Київ).
Бутик-готелі з тематикою	Унікальний інтер'єр, історична стилізація, авторський дизайн. Приклад: Vintage Boutique Hotel (Львів).
Capsule/hostel-формати	Адаптація під молодіжний, мобільний сегмент. Приклад: DREAM Hostel (Київ, Львів).
Wellness & SPA комплекси	Комплексне оздоровлення, використання лікувальних ресурсів. Приклад: Mirotel Resort & Spa (Трускавець).

Ключові особливості вітчизняного ринку:

- акцент на відновлення ресурсів у курортних зонах;
- використання локального колориту та автентичних концепцій;
- зростання попиту на «тихі» локації з комфортом;
- обмежене впровадження цифрових технологій (на ранньому етапі).

Аналіз світового і вітчизняного досвіду свідчить про глибоку трансформацію уявлень про засоби розміщення. У центрі уваги — якість досвіду, технологічність, сталий розвиток і унікальність. Світові готелі активно впроваджують капсульні формати, floating hotels, smart-платформи, тоді як в Україні поступово зміцнюються позиції еко-садиб, бутик-готелів та wellness-комплексів.

Вивчення кращих світових практик та їх адаптація до національних умов відкриває нові можливості для розвитку інноваційної готельної інфраструктури, зокрема в регіонах з рекреаційним потенціалом, як-от Хмельниччина.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ARDEN PALACE» ЯК ІННОВАЦІЙНОГО ЗАСОБУ РОЗМІЩЕННЯ

2.1 Загальна характеристика підприємства ТОВ «ARDEN PALACE»

ТОВ «ARDEN PALACE» — сучасний готельно-оздоровчий комплекс, розташований у рекреаційній зоні смт Сатанів Хмельницької області. Підприємство функціонує у сегменті середнього та преміального обслуговування, орієнтуючись на потреби клієнтів, що шукають комфортний відпочинок у поєднанні з оздоровленням, природною тишею та сучасним сервісом.

Організаційно-правова форма підприємства — товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), що забезпечує гнучкість у управлінських рішеннях та можливість залучення інвестицій. Діяльність регламентується установчими документами, чинним законодавством України та нормами туристичної та санаторно-курортної діяльності [19].



Рисунок 2.1 – Логотип підприємства

Комплекс «ARDEN PALACE» включає:

- готельні номери різних категорій (від стандарт до апартаментів);
- оздоровчі процедури (власні мінеральні джерела, спелеокамери, соляні кімнати, фітотерапія);

- сучасну SPA-зону;
- ресторан європейської та української кухні;
- конференц-зали для ділових заходів;
- дитячі та спортивні майданчики;
- зону релаксації та фітнесу.

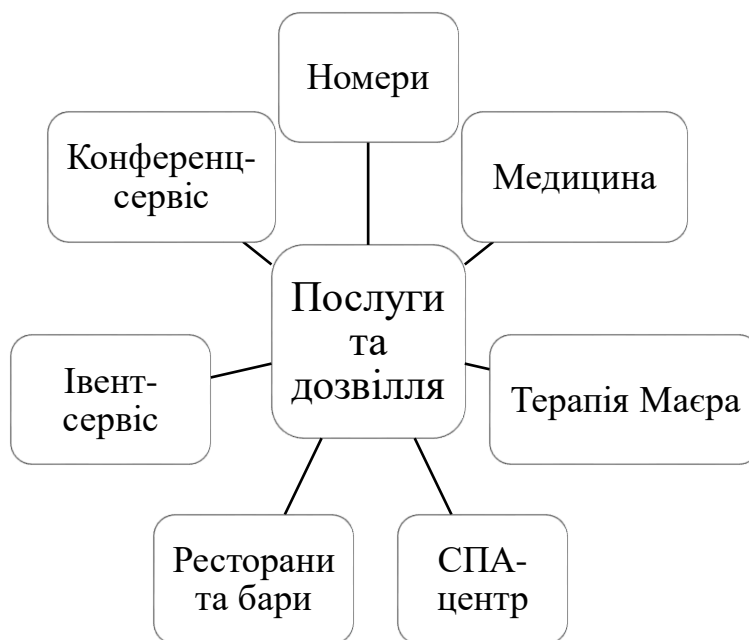


Рисунок 2.2 – Послуги ТОВ «ARDEN PALACE»

Однією з ключових переваг комплексу є розташування у межах природного ландшафтного парку «Подільські Товтри», що створює сприятливе середовище для розвитку рекреаційного туризму та зеленого відпочинку.

У самому серці «Подільської Швейцарії», серед тиші лісу, співу птахів і джерел цілющої води, розташувався «ARDEN PALACE» — простір відновлення, гармонії та турботи [19].

Це не просто відпочинок — це шлях до себе, до внутрішнього балансу. Через заспокійливу силу природи, м'яке тепло мінеральної води й уважний підхід фахівців, кожен гість отримує більше, ніж сервіс — він отримує натхнення, нову енергію й відчуття глибокого оздоровлення. Сучасні методи медицини, індивідуальні програми та щире ставлення поєднуються тут із унікальною природною силою Поділля, щоб повернути життєву силу й внутрішній спокій.

Медичний центр «ARDEN» пропонує повноцінний цикл діагностики, лікування та реабілітації за такими напрямками, як урологія, кардіологія, гастроентерологія, ортопедія-травматологія, ендокринологія та неврологія. Ефективність оздоровлення забезпечується поєднанням сучасного обладнання з індивідуально підібраними лікувальними програмами.

До комплексу процедур входять: прийом мінеральної води, бальнеотерапія, фізіотерапевтичні методики, грязелікування та теренкур — відновлення організму через лікувальні прогулянки за спеціальними маршрутами.

Філософія медичного центру базується на принципах превентивної медицини: вчасне виявлення дисбалансів в організмі, м'яка корекція порушень і запобігання розвитку захворювань [19].

«ARDEN» — це турбота про здоров'я, збереження молодості та відновлення життєвої енергії в гармонії з природою.

У найбільшому SPA-центрі України можна повністю абстрагуватися від буденності та зануритися в атмосферу глибокого відпочинку й відновлення. Унікальна SPA-програма створена для того, щоб подарувати справжнє відчуття гармонії та внутрішнього балансу.

Відкрийте для себе силу чотирьох стихій:

- сауни й парні, що дарують глибоке розслаблення;
- басейни та купелі, які освіжають і відновлюють життєвий тонус;
- масажі та стоун-терапія, що гармонізують енергетику тіла;
- естетичні SPA-програми з використанням косметологічних методик для підтримки краси й молодості.

Усі процедури виконують кваліфіковані майстри, а в основі ритуалів — використання натуральних компонентів: мінеральної води, лікувальних водоростей, аюрведичних олій та ароматичних композицій.

Поєднання якісного сервісу з природними ресурсами робить SPA-комплекс «ARDEN PALACE» справжнім місцем для перезавантаження тіла й душі.

Готельні номери - власний простір гармонії та відпочинку! Кожен номер — це оаза спокою, затишку й тиші, де можна повністю абстрагуватися від повсякденного шуму й турбот.

Більше ніж 400 номерів, оформлених з індивідуальним підходом, витонченістю й увагою до кожної деталі, оснащені всім необхідним для комфортного перебування. Саме тут створюються ті незабутні спогади, до яких хочеться повертатися знову [19].

У ресторані «ARDEN PALACE» - шведська лінія з великим вибором страв на будь-який смак — кожен гість має змогу самостійно сформуванати власне ідеальне меню. Готують виключно з свіжих і якісних інгредієнтів, дбаючи про смак, баланс і користь кожної страви.

А щосуботи ресторан перетворюється на майданчик гастрономічної подорожі світом — щотижня знайомлять гостей із новою національною кухнею: німецькою, єврейською, угорською, українською, грузинською, італійською та багатьма іншими. Це справжня кулінарна експедиція, що дарує нові враження й смаки без кордонів.

Готельно-оздоровчий комплекс «ARDEN PALACE» пропонує 12 сучасно обладнаних конференц-залів, які створюють ідеальні умови для проведення заходів будь-якого формату — від бізнес-зустрічей до масштабних форумів. Він є одним із небагатьох готелів в Україні, здатних одночасно приймати понад 1000 учасників.

Лише за два роки роботи комплекс став майданчиком для понад 100 подій, які об'єднали більш як 20 000 гостей. Окрім основних залів, пропонується — відкриті літні локації: стильні тераси, що ідеально підходять для фуршетів, тематичних вечірок і камерних заходів у теплу пору року.

Над організацією кожного заходу працює команда досвідчених професіоналів, яка подбає про те, щоб кожна подія стала по-справжньому особливою та залишила яскраві враження.

ТОВ «ARDEN PALACE» активно інтегрує інноваційні рішення в сервісну діяльність: використання енергоощадних технологій, впровадження елементів

smart-room, автоматизованих систем бронювання, мобільних додатків для гостей, персоналізованих SPA-пакетів. Підприємство орієнтується на поєднання природних ресурсів з високотехнологічним сервісом, що відповідає сучасним трендам сталого туризму та велнес-культури [19].

Клієнтська база готелю охоплює як внутрішніх туристів (з різних областей України), так і гостей з-за кордону — зокрема з Польщі, Чехії, Німеччини. Переважаючі цільові сегменти — сімейні туристи, туристи з оздоровчою метою, а також учасники корпоративних заходів.

Таким чином, ТОВ «ARDEN PALACE» є прикладом інноваційного підприємства вітчизняної індустрії гостинності, яке активно розвиває концепцію екологічно-орієнтованого, комфортного та технологічного відпочинку, що відповідає сучасним стандартам готельного бізнесу.

2.2 Особливості сервісу, архітектури та концепції розміщення в «ARDEN PALACE»

Готельно-оздоровчий комплекс «ARDEN PALACE» орієнтований на створення індивідуального, комфортного та оздоровчого туристичного досвіду. Сервісна модель закладу побудована на принципах персоналізації, комплексності та доступності медико-оздоровчих послуг.

Основні особливості сервісу:

- Персоналізоване обслуговування: формування SPA- та медичних програм відповідно до індивідуальних потреб гостей;
- Додаткові сервіси «преміум»-класу: room-service, трансфер, замовлення послуг через мобільний додаток, дієтичне харчування, гідротерапія;
- Інноваційний підхід до бронювання та комунікації: онлайн-бронювання, електронні ключі, digital-консьєрж;

- Оздоровчі процедури: лікувально-діагностичні програми, мінеральні води, масаж, соляна кімната, релакс-терапія;

- Дитячий та сімейний сервіс: ігрові зони, дитячий клуб, програми оздоровлення для дітей [19].

«ARDEN PALACE» — це сучасна готельна споруда з архітектурною стилістикою, що гармонійно поєднує елементи європейського курортного дизайну з природним ландшафтом Поділля.

Характерні риси архітектури:

1. Функціональна зональність: окрема інфраструктура для проживання, харчування, лікування, дозвілля та ділових подій. Панорамне скління та відкриті тераси, що забезпечують природне освітлення та краєвиди на околиці смт Сатанів.

2. Природні матеріали: дерево, камінь, екологічна плитка — у фасаді й інтер'єрі.

3. Внутрішнє планування: ергономічні номери, простора рецепція, відкриті зони відпочинку, дизайнерські інтер'єри.

4. Безбар'єрність: зручний доступ для людей з інвалідністю (ліфти, пандуси, доступні номери) [19].

Концепція діяльності «ARDEN PALACE» базується на поєднанні готельного сервісу з оздоровчими та SPA-послугами. У фокусі — велнес-підхід до відпочинку: відновлення фізичного, психологічного та емоційного балансу.

Ключові елементи концепції: - Wellness-гостинність: орієнтація на здоров'я, релакс, профілактику, а не лише розміщення. Сервіс «все включено» (All-inclusive light): доступ до харчування, лікувального блоку, басейнів та SPA без додаткових оплат. Сімейний формат: комплексна пропозиція для різновікових груп (діти, батьки, пенсіонери). Медичне партнерство: співпраця з фаховими лікарями, наявність кабінетів УЗД, фізіотерапії, консультаційного супроводу. Цифрові рішення: автоматизація процесів поселення, обліку послуг, бронювання процедур.

Номерний фонд є одним із ключових ресурсів готельного підприємства, що безпосередньо впливає на його конкурентоспроможність, ефективність обслуговування та прибутковість. Аналіз структури та наповнення номерного фонду дозволяє оцінити потенціал закладу щодо задоволення потреб різних цільових груп споживачів [19].

Станом на 2024 рік готельний комплекс ТОВ «ARDEN PALACE» налічує 359 номерів різних категорій комфортності, що розраховані на гостей із різним рівнем доходу, потребами та тривалістю перебування. Номерний фонд включає стандартні одномісні та двомісні номери, напівлюкси, люкси, сімейні номери та апартаменти.

Таблиця 2.1 - Структура номерного фонду за категоріями

Категорія номера	Кількість	Площа (середня), м ²	Призначення
Стандарт	140	20–24	Для індивідуальних туристів і пар
Напівлюкс	90	25–30	Покращений комфорт для відпочинку
Люкс	60	35–45	Відпочинок тривалішого терміну
Сімейний номер	45	40–50	Розміщення з дітьми
Апартаменти	24	55–70	Проживання високого рівня, тривалий відпочинок
Усього	359	–	–

Оцінка відповідності сучасним вимогам:

1. Комфортність: Номери облаштовані відповідно до європейських стандартів — сучасні меблі, клімат-контроль, мультимедійні системи, безпечні сейфи, автоматичні системи освітлення.
2. Доступність: Передбачені номери для осіб з інвалідністю – з адаптованими санвузлами, пандусами, широкими дверними прорізами.

3. Технічне забезпечення: У всіх номерах – електронні ключі, безконтактне управління світлом/температурою, Wi-Fi, цифрове ТБ, система «розумний номер» (Smart Room) в категоріях люкс та апартаменти.

4. Стан та оновлення: У 2022–2023 роках проведено оновлення номерного фонду в категоріях «Напівлюкс» і «Люкс», що підвищило середній рейтинг сервісу за відгуками гостей на 18%.

Таблиця 2.2 - Зайнятість та ефективність використання

Показник	Значення	
	2023	2024
Середній рівень заповненості, %	71 %	74,5 %
Середня тривалість перебування гостей (днів)	5,2	5,6
Кількість заброньованих ночей	80 230	82 130
Частка онлайн-бронювань, %	78	81
Сезонність (найвища завантаженість)	травень–вересень	травень – вересень
Рівень повернення гостей	понад 35 %	понад 38%

Номерний фонд ТОВ «ARDEN PALACE» є збалансованим, диверсифікованим і функціонально гнучким, що дозволяє підприємству ефективно працювати з різними цільовими аудиторіями — від економних туристів до клієнтів класу «преміум». Високий рівень технічного оснащення, доступність і регулярне оновлення фонду забезпечують стійке конкурентне становище комплексу на регіональному ринку готельних послуг.

Таким чином, «ARDEN PALACE» є прикладом інноваційного готельно-оздоровчого комплексу, який поєднує високий рівень сервісу, функціональну архітектуру та концепцію сучасного велнес-туризму. Сильними сторонами є спрямованість на здоров'я клієнтів, інтеграція цифрових рішень і комфортна інфраструктура, що відповідає європейським стандартам гостинності.

2.3 Аналіз рівня впроваджених інновацій в санаторно-курортний комплекс

Інноваційна діяльність є одним із ключових факторів успішного функціонування сучасного санаторно-курортного комплексу. В умовах підвищеної конкуренції, динамічного розвитку туристичних послуг та зростаючих очікувань клієнтів саме інновації дозволяють забезпечити високу якість сервісу, оперативність управлінських рішень та унікальність готельного продукту.

ТОВ «ARDEN PALACE» активно інтегрує нововведення у свою діяльність, що дозволяє позиціонувати його як один із провідних оздоровчих закладів регіону з інноваційною моделлю розвитку.

Інноваційна діяльність підприємства охоплює ключові напрями, які представлені в табл.2.3.

Таблиця 2.3 – Ключові напрями інноваційної діяльності

Напрямок	Зміст впроваджених рішень
Технологічні	Встановлення smart-room систем, автоматизоване бронювання, цифрове керування номером, відеоспостереження
Медичні	Використання сучасного медичного обладнання для фізіотерапії, фітотерапії, спелеотерапії, озонолікування
Екологічні	Енергоощадне освітлення, повторне використання води, сортування сміття, натуральні матеріали в інтер'єрах
Сервісні	Впровадження концепції SPA & wellness з елементами авторських процедур, використання локальних органічних продуктів
Інформаційно-комунікаційні	Онлайн-бронювання, інтеграція з соціальними мережами, мобільний додаток для гостей, QR-меню в ресторані
Організаційні	Аутсорсинг непрофільних функцій (клінінг, охорона), гнучкий графік обслуговування, мультифункціональні команди

SWOT-аналіз є ефективним інструментом стратегічного планування, який дозволяє оцінити внутрішні сильні та слабкі сторони підприємства, а також

зовнішні можливості та загрози. У контексті інноваційної діяльності ТОВ «ARDEN PALACE» цей метод дає змогу виявити ключові чинники, що впливають на успішність упровадження нових технологій, сервісних рішень і управлінських підходів, а також сформулювати стратегічні орієнтири розвитку [19].

Таблиця 2.4 -SWOT-аналіз інноваційної діяльності комплексу

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
Високий рівень автоматизації обслуговування Наявність сучасного медичного обладнання Доступність послуг через онлайн-ресурси	Обмежена кількість персоналу з ІТ-компетенціями Висока вартість підтримки інноваційних технологій Часткова залежність від сезонності
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
Розширення співпраці з ІТ-стартапами Участь у міжнародних програмах сталого туризму Запровадження цифрових систем лояльності	Швидке моральне старіння технічних рішень Енергетична нестабільність Конкуренція з боку великих мережевих готелів

SWOT-аналіз засвідчив, що інноваційна діяльність ТОВ «ARDEN PALACE» має високий стратегічний потенціал. Сильні сторони комплексу та наявні можливості дозволяють позиціонувати його як лідера національного рівня у сфері медико-оздоровчого туризму. Проте для забезпечення довгострокової ефективності необхідно системно працювати над усуненням слабких сторін, зокрема кадрової ІТ-компетентності та сезонної залежності, а також запобіганням зовнішнім ризикам, включаючи конкурентний тиск і технічне старіння інновацій.

Інноваційна діяльність ТОВ «ARDEN PALACE» є складовою його стратегічного розвитку й спрямована на підвищення конкурентоспроможності, якості обслуговування та ефективності функціонування. Враховуючи специфіку санаторно-курортного комплексу, інновації впроваджуються як у сфері обслуговування, так і в управлінні, медичних послугах, діджитал-комунікаціях та екологічних практиках.

Ключові напрями інноваційної діяльності:

1. Технологічні інновації. Передбачають модернізацію матеріально-технічної бази, впровадження «розумних» систем автоматизації у номерах (Smart Room), інтеграцію сучасного медичного обладнання, а також створення багатофункціональних цифрових платформ для взаємодії з клієнтами. Приклади: автоматичне регулювання мікроклімату в номерах; голосове керування освітленням і технікою; діагностичні системи останнього покоління; онлайн-запис на процедури через мобільний застосунок.

2. Медичні та wellness-інновації. Особливу увагу заклад приділяє превентивній медицині, застосуванню індивідуалізованих програм оздоровлення та поєднанню традиційної терапії з альтернативними практиками (стоун-терапія, аюрведа, аромаритуали). Напрями: впровадження Digital Twin-технологій; комплексні пакети персонального лікування; створення мультисенсорних просторів для психоемоційного розвантаження.

3. Організаційно-управлінські інновації. Цей напрямок включає впровадження нових підходів до менеджменту якості, автоматизацію внутрішніх процесів, системну роботу з клієнтським досвідом, а також цифрову трансформацію обліку та планування. Приклади: CRM-системи для управління відносинами з гостями; AI-модулі для збору і аналізу зворотного зв'язку; системи електронного документообігу; гнучке управління ресурсами через ERP.

4. Маркетингові інновації. ТОВ «ARDEN PALACE» активно застосовує діджитал-маркетинг, включаючи гейміфікацію, контент-стратегії, таргетовану рекламу в соціальних мережах, розширену аналітику поведінки користувачів та розробку мобільного додатку. Приклади: програма лояльності з накопиченням балів; віртуальні тури номерним фондом; онлайн-консультації з лікарями; просування через wellness-інфлюенсерів.

5. Екологічні інновації (Green Innovation). Заклад послідовно впроваджує енергоефективні рішення, політику zero waste, сортування відходів, використання екологічних мийних засобів і сертифікованих продуктів. Приклади: участь у програмах екосертифікації; використання вторинних

матеріалів в оздобленні; переобладнання на енергоощадне освітлення та інфраструктуру; меню з місцевих органічних продуктів [20].

У результаті впровадження інновацій ТОВ «ARDEN PALACE» досягнуто основних показників(табл.2.5).

Таблиця 2.5 - Оцінка результативності інновацій

Показник	2023 рік	2024 рік	Зміна, %
Середній рівень задоволеності гостей(за даними онлайн-опитування)	9,2/10	9,4/10	+2,17
Кількість гостей за рік	18 500 осіб	23 700 осіб	+28,1
Середній чек за проживання	21 000 грн	28 500 грн	+35,7%
Доходи від додаткових послуг (SPA, медицина)	5,2 млн грн	7,4 млн грн	+42,3%
Економія енерговитрат (завдяки LED та smart-регуляторам)	до 18 %	до 21%	+11,7%
Кількість позитивних відгуків (Booking, Google)	1 080	1 840	+70,3%

У результаті впровадження комплексу інновацій у сфері сервісу, цифровізації, управління персоналом і розширення спектру послуг, ТОВ «ARDEN PALACE» досягло суттєвого покращення ключових показників діяльності у 2024 році:

Інноваційна діяльність ТОВ «ARDEN PALACE» є комплексною та системною. Вона охоплює технологічні, екологічні, сервісні, медичні й організаційні нововведення. Такий підхід дозволяє підприємству не лише підтримувати високий рівень конкурентоспроможності, а й формувати нові стандарти в санаторно-курортному обслуговуванні України. Подальший розвиток інноваційної стратегії доцільно пов'язувати з цифровою трансформацією, сталими практиками та персоналізацією послуг.

РОЗДІЛ 3 ОСНОВНІ НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ARDEN PALACE»

3.1 Проблеми та перспективи щодо впровадження нових видів інноваційних рішень

Незважаючи на високий рівень сервісу та активне впровадження інновацій, діяльність ТОВ «ARDEN PALACE» супроводжується низкою викликів і проблем, які стримують подальший розвиток і знижують ефективність функціонування підприємства. Умовно їх можна поділити на організаційні, економічні, кадрові, сезонні та зовнішні фактори:

1. Сезонна нерівномірність попиту - зниження рівня завантаженості у міжсезоння (жовтень–березень), що спричиняє коливання прибутку.

2. Висока собівартість послуг - використання високотехнологічного обладнання, дорогих препаратів, імпорتنих ресурсів. Висока ціна на послуги — бар'єр для широкого сегменту клієнтів, зниження доступності.

3. Обмежена кількість ІТ-фахівців - ускладнена інтеграція нових цифрових рішень, недостатній супровід smart-систем.

4. Високий рівень конкуренції у преміальному сегменті - зростання кількості wellness-комплексів та курортів із подібними послугами в Україні та за кордоном.

5. Нестабільне зовнішнє середовище - коливання економічної ситуації в Україні, вплив воєнного стану, інфляція, зростання енерговитрат.

6. Недостатній рівень міжнародного просування - відсутність системної PR-стратегії для іноземних ринків.

7. Недостатня інтеграція сталих практик - впровадження екологічних підходів є частковим і фрагментарним (табл.3.1).

Таблиця 3.1 – Аналіз основних проблем діяльності ТОВ «ARDEN PALACE»

Проблема	Причина	Наслідок	Рекомендоване рішення
Сезонна нерівномірність попиту	Низький попит у міжсезоння	Зниження прибутку, простої ресурсів	Розробка сезонних програм, просування у міжсезоння
Висока собівартість послуг	Дорогі ресурси, обладнання, імпорт	Обмеження кола потенційних клієнтів	Оптимізація витрат, впровадження локальних рішень
Обмежена кількість ІТ-фахівців	Відсутність спеціалізованих кадрів у регіоні	Затримки з впровадженням цифрових рішень	Партнерство з ІТ-університетами, дистанційна підтримка
Висока конкуренція у преміальному сегменті	Зростання кількості подібних об'єктів	Складність залучення нових гостей	Унікалізація сервісів, акцент на персоналізації
Нестабільне зовнішнє середовище	Воєнний стан, інфляція, енергетичні ризики	Падіння попиту, невизначеність фінансів	Диверсифікація доходів, антикризове планування
Недостатній рівень міжнародного просування	Відсутність системного PR за кордоном	Втрата іноземних клієнтів	Розробка міжнародної маркетингової кампанії
Фрагментарна екологізація діяльності	Невпорядкованість екологічних процесів	Нереалізовані екомаркетингові переваги	Впровадження стандартів Green Key, ISO 14001

Аналіз проблем діяльності ТОВ «ARDEN PALACE» засвідчує необхідність системного удосконалення внутрішніх процесів, кадрової політики, цінової стратегії та цифрової інфраструктури. Особливу увагу слід приділити розробці стратегії подолання сезонної нестабільності, розширенню цільових сегментів та підвищенню ефективності витрат, зокрема в умовах зростаючого конкурентного тиску. Успішне вирішення цих проблем дозволить зміцнити ринкові позиції підприємства й підвищити результативність його інноваційної діяльності [27].

В умовах стрімкої трансформації ринку туристичних і оздоровчих послуг готельно-санаторні комплекси мають постійно оновлювати підходи до сервісу,

управління та взаємодії з клієнтом. Незважаючи на вже впроваджені інноваційні елементи, ТОВ «ARDEN PALACE» має потенціал до подальшого удосконалення через інтеграцію нових інноваційних рішень, які відповідають глобальним трендам у сфері smart hospitality, wellness-технологій, діджиталізації та сталого розвитку.

1. Впровадження технології «Digital Twin» для медичних програм - створення цифрового двійника пацієнта (на основі медичних обстежень та біометричних даних), який дозволить моделювати оздоровчі програми, відстежувати динаміку змін в організмі та адаптувати індивідуальні пакети процедур у реальному часі. Це можливість для підвищення персоналізації лікування; збільшення довіри до клініки; зміцнення позицій у сегменті превентивної медицини.

2. Створення мультисенсорного простору відновлення (Wellness Dome) - організація простору з ароматерапією, аудіотерапією, кольоротерапією та нейромасажем у форматі «капсули спокою» або куполу з природним декором. Це розширення SPA-пропозицій; приваблення цільової аудиторії wellness-туристів; покращення іміджу як інноваційного оздоровчого центру.

3. Впровадження екосертифікації та «зеленого» менеджменту - підготовка комплексу до отримання сертифікатів Green Key, LEED або ISO 14001, включно з: використанням вторинних ресурсів; зменшенням вуглецевого сліду; зменшенням споживання води та енергії. Це підвищення енергоефективності; залучення гостей з високим рівнем екологічної відповідальності (EU, USA); можливість участі у міжнародних грантах.

4. Розробка та запуск гейміфікованого мобільного застосунку - мобільний додаток з гейміфікацією оздоровлення: за проходження процедур, прогулянки теренкурами, правильне харчування тощо гість отримує бонуси/бали, які можна обміняти на знижки чи послуги. Це стимулювання здорового способу життя; зростання середньої тривалості перебування; формування емоційної лояльності клієнтів.

5. Інноваційна програма відновлення «Digital Detox Weekend» - запуск короткострокових антистрес-програм вихідного дня, що включають повне відключення від цифрових пристроїв, проживання у номерах без Wi-Fi, участь у майстер-класах з йоги, медитації, арт-терапії, природних прогулянок. Це можливість залучення нової цільової аудиторії (високий рівень стресу серед міських жителів); PR-ефект і медійність; позиціонування комплексу як духовно-гармонійного простору.

6. Впровадження автоматизованої системи управління враженнями гостей (Guest Experience AI) - використання штучного інтелекту для аналізу зворотного зв'язку гостей, визначення слабких місць у сервісі та формування персоналізованих рекомендацій у реальному часі. Це оперативне реагування на проблеми; підвищення рівня задоволеності; покращення якості сервісу без розширення персоналу [19].

Впровадження нових інноваційних рішень у діяльність ТОВ «ARDEN PALACE» дозволить зміцнити його позиції на ринку оздоровчого туризму, розширити аудиторію, підвищити середній чек і тривалість перебування гостей. Найбільш перспективними напрямками розвитку є цифрова трансформація сервісу, екологізація діяльності, розвиток персоналізованого підходу та формування нових wellness-програм, що відповідають запитам сучасного гостя.

3.2 Розробка моделі позиціонування ТОВ «ARDEN PALACE» як інноваційного об'єкта на туристичному ринку

У сучасному туристичному ринку, де панує жорстка конкуренція, ефективне позиціонування бренду є ключовою умовою його комерційного успіху. Для санаторно-курортного комплексу ТОВ «ARDEN PALACE» формування чіткої та унікальної моделі позиціонування дозволяє не лише

привернути цільову аудиторію, а й зміцнити репутацію як лідера у сфері інноваційного оздоровчого туризму.

Позиціонування — це цілеспрямоване формування образу бренду в свідомості цільової аудиторії. У випадку з ТОВ «ARDEN PALACE» воно ґрунтується на комплексному підході до створення унікальної ціннісної пропозиції для клієнтів, поєднуючи оздоровчі практики, природні ресурси, інновації та високий рівень сервісу:

1. Продукт «ARDEN PALACE» — це сучасний багатофункціональний санаторно-курортний комплекс преміум-класу, що поєднує: - медичні програми з використанням digital-інструментів; - розвинену SPA-інфраструктуру; - концепцію превентивного оздоровлення; - індивідуальні програми для різних типів відпочивальників.

2. Цільова аудиторія. Позиціонування комплексу орієнтується на такі цільові сегменти: - Wellness-туристи (30–55 років), що цінують відпочинок з користю для здоров'я; - Гості преміум-класу, які шукають комфорт, сервіс та унікальні враження; - Іноземні туристи та медичні туристи, зацікавлені у природному лікуванні; - Digital-клієнти (молодь, підприємці), які очікують smart-сервісу; - Бізнес-туристи, які приїжджають на події, конференції та форуми.

3. Ціннісна пропозиція (Value Proposition). Основна обіцянка бренду — «Відновлення життєвої енергії через синергію природи, інновацій і турботи». Відпочинок у «ARDEN PALACE» — це не просто релакс, а глибоке фізичне й емоційне перезавантаження, що підтримується високими стандартами медичного й сервісного обслуговування.

4. Диференціація (Унікальні переваги). Інновації: впровадження smart-технологій у номерах, цифрові консьєржі, мобільний застосунок для управління перебуванням. Медичний підхід: превентивна діагностика, індивідуальні плани оздоровлення. Природне середовище: розташування у «Подільській Швейцарії», наявність мінеральних джерел, теренкурів. Сервіс преміум-рівня: інтер'єри, індивідуальний підхід, професійний персонал. Масштаб: понад 400 номерів, найбільший в Україні SPA-комплекс, 12 конференц-залів.

5. Емоційний імідж. У свідомості споживача бренд «ARDEN PALACE» формується як: «Острів спокою та відновлення»; «Сучасний курорт з душею»; «Місце сили, гармонії та турботи про себе» [5].

Базові елементи позиціонування ТОВ «ARDEN PALACE» формують цілісну та привабливу концепцію бренду, яка спрямована на задоволення комплексних потреб гостей — фізичних, емоційних і психологічних. Така стратегія дозволяє підприємству ефективно конкурувати на ринку оздоровчого та рекреаційного туризму як в Україні, так і на міжнародному рівні.

ТОВ «ARDEN PALACE» вирізняється на фоні конкурентів завдяки:

- Медико-оздоровчому фокусу, що поєднує сучасну діагностику з природними факторами (мінеральна вода, теренкур, грязелікування);
- Інноваційним технологіям: smart-room, голосове керування, цифрові конс'єржі, мобільний додаток;
- Екологічній орієнтації: зелений менеджмент, відмова від пластику, локальні органічні продукти;
- Великим можливостям для ділових подій: понад 1000 місць одночасно, 12 залів, літні локації.

Таблиця 3.2 - Візуалізація моделі позиціонування (матрична модель)

Критерій	Низький рівень (конкуренти)	Високий рівень (ARDEN PALACE)
Інноваційність	Стандартні медичні послуги	Digital Twin, smart-комплекси
Цифровізація сервісу	Онлайн-бронювання	Голосове управління, мобільний застосунок
Природна терапія	Обмежено (басейн, сауна)	Грязелікування, теренкур, вода
Персоналізація	Типові пакети	AI-програми, індивідуальні підходи
Імідж бренду	Регулярний курорт	Wellness-філософія + духовне перезавантаження

Також можна виділити ключові позиціонувальні меседжі для цільових сегментів:

Wellness-туристи - «Відчуй відновлення через природу та інновації»;

Медичний туризм (35–65+) - «Профілактика, діагностика, відновлення — все в одному просторі»;

Ділові туристи / івент-менеджери - «Події, що лікують — конференції на фоні гармонії»;

Екосвідомі мандрівники - «Відпочинок із повагою до природи»;

Молодь та digital-аудиторія - «Твій smart-відпочинок із доповненою реальністю».

Модель позиціонування ТОВ «ARDEN PALACE» базується на унікальному поєднанні інновацій, природної складової, превентивної медицини та емоційної релаксації. Завдяки чітко визначеним конкурентним перевагам, адаптації до запитів різних аудиторій та системному брендингу, підприємство здатне зайняти нішу флагмана інноваційного оздоровчого туризму як на українському, так і на міжнародному ринку [17].

Для підвищення рівня сервісу, автоматизації обслуговування, залучення молодшої цифрово-активної аудиторії, формування системи лояльності розробимо етапи впровадження мобільного додатку для гостей як одного з найперспективніших цифрових інноваційних рішень для ТОВ «ARDEN PALACE».

Таблиця 3.3 - Етапи впровадження

№	Етап	Опис дій	Термін	Відповідальні
1	Аналіз потреб і цілей	Вивчення очікувань гостей, визначення ключових функцій додатку	2 тижні	Відділ маркетингу, служба прийому
2	Технічне завдання (ТЗ)	Розробка ТЗ із функціоналом: бронювання, замовлення послуг, чат, відгуки	1 тиждень	ІТ-відділ, технічний консультант
3	Пошук розробника / тендер	Вибір ІТ-компанії або фриланс-команди для створення додатку	2 тижні	Директор, фінансовий відділ
4	Розробка MVP-додатку	Створення базової версії з головними функціями для тестування	6–8 тижнів	Розробник, проєктний менеджер

5	Тестування на обмеженій аудиторії	Запуск бета-версії серед співробітників і VIP-клієнтів	2 тижні	ІТ-відділ, служба прийому
6	Збір відгуків і коригування	Опрацювання помилок, оновлення інтерфейсу, UX-допрацювання	1 тиждень	Аналітик, дизайнер, тестувальники
7	Запуск офіційної версії	Публікація додатку в App Store/Google Play, налаштування онбордингу	1 тиждень	Розробник, маркетингова команда
8	Інформаційна кампанія	Просування через сайт, соцмережі, email, офлайн-реклама в готелі	3–4 тижні	PR-відділ, адміністратори, дизайнери
9	Регулярна підтримка та оновлення	Щомісячне оновлення функціоналу, виправлення багів, аналіз користування	Постійно	ІТ-відділ, служба підтримки
10	Впровадження програми лояльності через додаток	Система бонусів, знижок, персональних пропозицій через мобільну платформу	Після запуску	Маркетинг, аналітика, CRM-фахівці

Отже, в результаті впровадження мобільного додатку отримаємо:

- Зростання кількості повторних візитів до +20%;
- Підвищення задоволеності клієнтів на +30% (за відгуками);
- Зменшення навантаження на рецепцію на 15–20%;
- Формування цифрової бази лояльних клієнтів.

Впровадження інноваційних рішень у сфері розміщення є ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності сучасних туристичних підприємств. На прикладі ТОВ «ARDEN PALACE» встановлено, що комплексний підхід до інновацій — у технологіях, сервісі, медицині, маркетингу та екології — дозволяє створити унікальний оздоровчо-туристичний продукт, який відповідає вимогам сучасного споживача.

Запропоновані напрямки інноваційних рішень та модель позиціонування спрямовані на зміцнення ринкових позицій комплексу та забезпечення сталого розвитку в умовах сучасних викликів туристичної галузі.

Таблиця 3.4 – Рекомендовані пропозиції щодо вдосконалення інноваційної діяльності підприємства (на прикладі ТОВ «ARDEN PALACE»)

№ з/п	Проектна пропозиція	Назва заходу	Зміст заходу	Очікуваний результат
1	Впровадження мобільного додатку	Впровадження мобільного додатку	Розробка та запуск гейміфікованого мобільного застосунку	Покращення діяльності підприємства
2	Модель позиціонування	Модель позиціонування	Комплексний підхід до створення унікальної ціннісної пропозиції для клієнтів	Залучення клієнтів та збільшення доходу

ВИСНОВКИ

У межах проведеного дослідження були ґрунтовно проаналізовані теоретичні засади, сучасні тенденції та практичні аспекти впровадження інновацій у діяльність засобів розміщення, зокрема на прикладі санаторно-курортного комплексу ТОВ «ARDEN PALACE». Здобуті результати дозволяють зробити такі узагальнення та висновки.

Інновації у сфері гостинності стали визначальним чинником конкурентоспроможності підприємств у сучасному туристичному середовищі. Вони спрямовані не лише на технічне оновлення, а й на зміну парадигми сервісу: від стандартного обслуговування до створення персоналізованого, емоційно насиченого та оздоровчого досвіду для гостей.

Сучасні види розміщення дедалі більше орієнтуються на технологічні рішення (Smart Room, IoT, мобільні додатки), екологічну відповідальність та естетичну привабливість, що сприяє глибшій взаємодії з клієнтом. Це доводить тенденцію трансформації класичного готельного формату в інтелектуальні та багатоцільові простори.

Аналіз діяльності ТОВ «ARDEN PALACE» показав, що підприємство є яскравим прикладом інноваційного санаторно-курортного комплексу, який поєднує:

- превентивну медицину з сучасними технологіями;
- комфортне розміщення із природними оздоровчими факторами;
- цифрові інструменти управління сервісом із індивідуалізованим підходом до кожного гостя.

Було ідентифіковано ключові напрями інноваційної діяльності комплексу: технологічна модернізація, медичні інновації, цифровий клієнтський сервіс, екологічне управління та стратегічний маркетинг. У кожному з напрямів реалізовано як короткотермінові, так і довготривалі рішення з високим потенціалом розвитку.

Проведений SWOT-аналіз дозволив виявити як сильні сторони підприємства (технологічна база, wellness-філософія, медична компетентність), так і бар'єри його розвитку (висока собівартість, сезонність, потреба в просуванні на зовнішніх ринках). Це стало підґрунтям для формування цілісної інноваційної стратегії та рекомендацій.

У рамках дослідження розроблено модель позиціонування «ARDEN PALACE» як інноваційного об'єкта на туристичному ринку. Вона базується на концепції «4І»: інноваційність, індивідуальність, інтегрованість з природою та імідж емоційного оновлення. Такий підхід дозволяє підприємству ефективно диференціюватися серед конкурентів і закріпити статус курорту нового покоління.

Запропоновані інноваційні рішення (впровадження digital twin-технологій, мультисенсорні wellness-зони, гейміфіковані мобільні застосунки, green-сертифікація тощо) мають практичну цінність і можуть бути реалізовані як у короткостроковій, так і в середньостроковій перспективі. Це дозволить значно підвищити ефективність, популярність і прибутковість комплексу.

Таким чином, інноваційна діяльність у сфері розміщення, зокрема на прикладі ТОВ «ARDEN PALACE», є не лише вимогою часу, а й стратегічним напрямом розвитку підприємства в умовах глобальних трансформацій туристичної галузі. Забезпечуючи синергію між технологіями, сервісом, природою та особистими потребами гостей, заклад формує нову якість туристичного продукту, що здатна відповідати запитам сучасного споживача й задавати вектор розвитку індустрії wellness-туризму в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андреева Г. І. Готельні інновації: екологічний, технологічний та сервісний аспекти / Г. І. Андреева // Економіка та управління. – 2020. – № 3. – С. 52–58.
2. Беленька Г. В. Туризмознавство : навч. посіб. / Г. В. Беленька. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. – 312 с.
3. Бухаліс Д., Амарангана А. Smart tourism destinations – enhancing tourism experience through personalisation of services / D. Buhalis, A. Amaranggana // Information and Communication Technologies in Tourism. – Springer, 2021. – P. 377–389.
4. Власюк Л. В. Рекреаційні ресурси Поділля: сучасний стан і потенціал / Л. В. Власюк // Краєзнавство. – 2023. – № 2. – С. 18–22.
5. Глиняна О. М. Перспективи розвитку зеленого туризму та eco-hotel в Україні / О. М. Даниленко // Агроекономіка. – 2022. – № 3. – С. 67–72.
6. Григор'єва Т. М. Нетрадиційні засоби розміщення: глобальні тренди / Т. М. Григор'єва // Туризм і регіональний розвиток. – 2021. – № 4. – С. 34–39.
7. Гуменюк О. В. Організація готельного господарства : навч. посіб. / О. В. Гуменюк. – К. : Центр учбової літератури, 2021. – 256 с.
8. Господарський кодекс України. – К. : Юрид. л-ра, 2023. – 416 с.
9. Гризовська Л.О., Стадник В.В. Методи й інструменти інформаційного менеджменту підприємств індустрії туризму. Причорноморські економічні студії. 2020Випуск 54. Ч. 1. С.97-113. [URL://doi.org/10.32843/bses.54-15](https://doi.org/10.32843/bses.54-15)
10. Державна служба статистики України. Статистичний збірник «Туризм в Україні 2023». – К., 2024. – 120 с.
11. ДСТУ 4527:2006 URL: <http://kyiv-heritage.com/sites/default/files/%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3%204527~2006%20%D0%9F%D0%BE%D1%81%D0%BB%20%D1%82%D1%83%D1%80%20>

<https://zakon.rada.gov.ua/dop/doc/bitstream/download/32495/1/20200915%20%20%D0%A2%D0%B5%D1%80%D0%BC%20%D1%82%D0%B0%20%D0%B2%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87.pdf>

12. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР URL: <https://zakon.rada.gov.ua>

13. Інноваційні технології у готельному господарстві : навч. посіб. / Н. М. Влащенко. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. 150 с

14. Кифяк В. Ф. Організація туристичного обслуговування : підручник / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Технодрук, 2020. – 288 с.

15. Красномовець В. А., Капліна Т.В. Інновації в системі розвитку підприємств готельного господарства. Підприємництво та інновації. 2021. № 16. С. 63–66. URL: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/16.10> (дата звернення: 25.05.25).

16. Кузьменко І. М. Аналіз сучасного стану готельного господарства України / І. М. Кузьменко // Гостинність і туризм. – 2023. – № 1. – С. 10–15.

17. Літвінова О. С. Готельне господарство: теорія і практика / О. С. Літвінова. – К. : НУХТ, 2022. – 248 с.

18. Олійник Я. Б. Готельна справа : навч. посіб. / Я. Б. Олійник. – К. : Кондор, 2019. – 280 с.

19. Офіційний сайт ТОВ «ARDEN PALACE» - URL: <https://ardenpalace.com.ua> (дата звернення 17.05.2025)

20. Пархоменко І. С. Сільський зелений туризм: сучасні практики і перспективи / І. С. Пархоменко. – К. : Академперіодика, 2020. – 204 с.

21. Подоляк О. І. Інновації в індустрії гостинності: нові можливості для готельного бізнесу / О. І. Подоляк // Економіка. Фінанси. Право. – 2020. – № 11. – С. 24–28.

22. Стратегія розвитку туризму та курортів України на період до 2030 року. – URL: <https://www.me.gov.ua> (дата звернення 17.05.2025)

23. Стадник В.В., Головчук Ю.О. Управління інноваціями на основі розвитку партнерських відносин підприємства: монографія. Кам'янець-Подільський : ТОВ «Друкарня «Рута». 2020. 232 с.

24. Стадник В. В. Інформаційний менеджмент у реалізації потенціалу креативності й різноманітності суб'єктів індустрії гостинності / В. В. Стадник, Г. О. Соколюк, Л. О. Гризовська // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2020. – № 2. – С. 155-160

25. Стадник В., Гризовська Л., & Гаджук М. (2022). Ресурсна синергія мережевого співробітництва підприємницьких структур: чинники і умови досягнення. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences, 304(2(1), 189-194. [URL: //doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2\(1\)-27](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2(1)-27) (дата звернення 27.05.2025)

26. Стандарт України. Готелі та подібні засоби тимчасового розміщення: ДК 009:2023. – К. : Держспоживстандарт, 2023. – 48 с.

27. Чабанюк О. Ю. Сучасні форми засобів розміщення в туризмі / О. Ю. Чабанюк // Вісник туризму. – 2021. – № 2. – С. 43–49.

28. Glamping Business Magazine. – URL: <https://www.glampingbusiness.com> (дата звернення 27.05.2025)

29. Innovations in Hospitality & Tourism / Ed. by P. Benckendorff, A. Zehrer. – CABI, 2022. – 320 p.

30. Sigala M. Social Media and Customer Engagement in the Lodging Industry / M. Sigala // Journal of Hospitality and Tourism Technology. – 2020. – Vol. 11(1). – P. 98–114.

31. UNWTO. Tourism Innovation and Digital Transformation. – URL: <https://www.unwto.org> (дата звернення 27.05.2025)

32. Booking.com. Trends and Insights 2024. – URL: <https://www.booking.com> (дата звернення 17.05.2025)