

РОЗДІЛ 9. ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

МАСАЖНИЙ СЕРВІС ЯК ЕЛЕМЕНТ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

MASSAGE SERVICES AS AN ELEMENT OF COMPETITIVENESS FORMATION IN THE HOTEL SERVICES MARKET

У статті розглядається масажний сервіс як ключовий елемент конкурентоспроможності готелів. Сучасний ринок демонструє зростаючий попит на додаткові послуги, спрямовані на задоволення гостей, створення унікального досвіду та зміцнення лояльності клієнтів. Масаажний сервіс, як частина СПА і велнес-індустрії, відіграє важливу роль у формуванні конкурентних переваг. Досліджено вплив масажного сервісу на споживчий попит і фінансові показники готелів, визначено його переваги: покращення репутації, розширення аудиторії, комфортність перебування гостей та додаткові джерела доходу. Розглянуто сучасні тенденції в організації масажних послуг: інноваційні методи, автоматизацію процесів та індивідуальний підхід. Виокремлено виклики впровадження послуги, зокрема підбір персоналу, сертифікацію та забезпечення якості. Обґрунтовано, що інтеграція масажного сервісу сприяє стратегічному розвитку, задоволенню потреб клієнтів і зміцненню позицій закладів на ринку.

Ключові слова: масажний сервіс, конкурентоспроможність, готельні послуги, СПА, велнес, клієнтський досвід.

This article explores massage services as a pivotal factor in shaping the competitiveness of hotel establishments. In today's hospitality market, there is a noticeable surge in demand for supplementary services that elevate guest satisfaction, craft unique customer experiences, and foster client loyalty. Massage services, as an integral part of the SPA and wellness sector, hold significant potential in establishing competitive advantages. The study delves into the integration of massage services within hotel operations, examining their influence on consumer preferences and the financial outcomes of establishments. Highlighted benefits include enhanced reputation, broader appeal to diverse customer segments, improved comfort for guests, and the creation of alternative revenue channels. These advantages make massage services a valuable asset in advancing hotel performance and boosting customer retention. The research also addresses prevailing trends in the organization of massage services in the hospitality sector. Innovations such as advanced techniques, automation of service processes, and individualized approaches to client care are explored. Additionally, the paper emphasizes challenges that arise during implementation, including sourcing qualified professionals, achieving service certification, and upholding rigorous quality standards to maintain customer trust. Furthermore, the role of massage services in promoting sustainability within the hospitality industry is discussed, with an emphasis on using environmentally friendly practices and materials. The integration of such services also enables hotels to cater to the increasing demand for wellness-oriented tourism, a growing segment of the market. This ensures the alignment of hotel offerings with broader industry trends, enhancing their appeal to health-conscious travelers. The article substantiates the strategic value of integrating massage services as a development tool for hotels. By aligning these services with the evolving expectations of clients for relaxation and rejuvenation, establishments can not only meet rising demand but also secure a stronger foothold in both domestic and global markets. Consequently, massage services emerge as a critical driver for sustaining long-term competitiveness and fostering growth within the hospitality industry, positioning hotels as leaders in customer-centric innovation and excellence.

Keywords: massage services, competitiveness, hotel services, SPA, wellness, customer experience.

УДК 338.167.38.2

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastuct81-39>

Чуєва І.О.

к.н.ф.в.с., доцент,
доцент кафедри туризму
і готельно-ресторанної справи,
Запорізький національний університет

Хомуць В.

власник масажного салону
Massage & Spa Save Body
Член асоціації ABMP
США, Іллінойс

Chuijeva Inna

Zaporizhzhya National University

Khomutets Viacheslav

Massage & Spa Save Body;
ABMP
USA, Illinois

Постановка проблеми. Сучасний ринок готельних послуг характеризується високим рівнем конкуренції, зростанням очікувань споживачів та необхідністю створення унікальних пропозицій для залучення та утримання клієнтів. Одним із перспективних напрямів, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності готелів, є розвиток wellness-послуг, зокрема масажного сервісу.

Ринок туристичних послуг дедалі більше орієнтується на концепцію здорового способу життя та релаксаційного відпочинку. Туристи, особливо з сегменту бізнес-туризму, культурно-пізнавального туризму та люкс-сегменту, очікують не лише

стандартних послуг проживання, але й додаткових можливостей для відновлення сил, зменшення стресу та покращення фізичного й емоційного стану.

Попри зростаючий попит, не всі готелі активно використовують потенціал масажного сервісу. У деяких випадках послуги масажу обмежуються примітивним рівнем або не відповідають сучасним стандартам wellness-індустрії. Водночас конкуренти, які пропонують високоякісний масажний сервіс, мають змогу диференціюватися на ринку, збільшувати середній чек гостя та підвищувати рівень лояльності клієнтів.

Головними проблемами, які стримують розвиток масажного сервісу в готелях, є:

1. *Недостатній рівень кваліфікації персоналу.* У багатьох готелях не забезпечується належний рівень підготовки фахівців, що негативно впливає на якість послуг.

2. *Високі витрати на організацію масажного сервісу.* Включення цієї послуги до структури готелю потребує інвестицій у облаштування приміщень, закупівлю обладнання та наймання кваліфікованих спеціалістів.

3. *Низька обізнаність клієнтів щодо переваг послуги.* Багато гостей готелів не розглядають масажний сервіс як важливий елемент відпочинку через недостатню комунікацію готелів із потенційними клієнтами.

4. *Відсутність інтеграції масажного сервісу у комплексні пропозиції.* У деяких готелях немає пакетних програм, які поєднують проживання та wellness-послуги, що ускладнює популяризацію цієї послуги.

Таким чином, ефективна організація масажного сервісу в готелях може стати ключовим елементом формування їхньої конкурентоспроможності. Ця тема потребує більш глибокого вивчення з метою визначення успішних стратегій впровадження масажних послуг, адаптованих до потреб цільової аудиторії та фінансових можливостей готелів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У науковій літературі питання підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств через впровадження додаткових послуг, зокрема масажного сервісу, розглядається в межах загальних стратегій розвитку та інновацій у сфері гостинності. Завідна Л. Д. у своїх роботах акцентує увагу на впровадженні інноваційних послуг, включаючи wellness-сервіси, як засобу підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств. Вона наголошує, що споживачі цінують додаткові можливості для відпочинку та релаксації, що стимулює готелі розвивати масажні послуги [1]. Малюга Л.В. аналізує фактори, що формують конкурентоспроможність готельного бізнесу, й особливо підкреслює важливість додаткових послуг, таких як масажні сервіси, для створення унікальних конкурентних переваг. Мельниченко С.М., Кудлай Т.Г. [2] досліджують діяльність готельних операторів і вказують на значний потенціал високоякісних wellness-послуг, включно з масажем, у підвищенні рівня задоволеності клієнтів і формуванні лояльності. Стукальська Н.В., Кудлай А.Ю., Калініченко Т.В. [3] приділяють увагу розвитку SPA-послуг у готелях, серед яких масаж є ключовим елементом. У своїх дослідженнях вони підкреслюють важливість інтеграції цих послуг у структуру готелів для задоволення потреб споживачів та зростання доходів підприємств [3].

Таким чином, дослідники одноставно зазначають, що розвиток масажного сервісу в готельних комплексах є стратегічно важливим для підвищення їхньої конкурентоспроможності на ринку. Це сприяє як задоволенню зростаючого попиту клієнтів, так і формуванню позитивного іміджу готелю.

Постановка завдання. Основним завданням даного дослідження є визначення ролі масажного сервісу як елемента формування конкурентоспроможності готельних підприємств, аналіз існуючих підходів до організації цієї послуги та розробка рекомендацій для її ефективного впровадження. Результати дослідження сприятимуть розвитку інноваційних підходів до організації готельних послуг та забезпеченню конкурентних переваг підприємств у сфері гостинності.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Масажний сервіс відіграє важливу роль у формуванні конкурентоспроможності готельного підприємства, особливо у сегменті середнього та високого класу. У сучасному готельному бізнесі спостерігається зростаючий попит на wellness-послуги, що зумовлено глобальними тенденціями до здорового способу життя та бажанням клієнтів отримувати якісний релаксаційний сервіс. Масаж як частина такого обслуговування стає невіддільним елементом готельного досвіду, адже дозволяє не лише забезпечити комфорт, але й створити позитивне враження, яке сприяє формуванню лояльності клієнтів [1].

Проведений аналіз споживчої поведінки засвідчив, що масажні послуги користуються популярністю серед різних категорій гостей. Це стосується передусім бізнес-туристів, які прагнуть зняти стрес після напружених зустрічей чи подорожей, а також туристів, які подорожують з родинами або у пошуках релаксаційного відпочинку. Найпопулярнішими видами масажу є релаксаційний, тайський, спортивний та антистресовий, оскільки вони відповідають основним потребам гостей, зокрема у знятті фізичної та психологічної напруги.

Міжнародний досвід демонструє важливість інтеграції масажного сервісу у загальну концепцію готелів. Такі готельні мережі, як Hilton, Marriott та Hyatt, активно впроваджують програми, що включають високоякісні масажні послуги. Зокрема, Hyatt SPA вирізняється ексклюзивними пропозиціями, які базуються на використанні місцевих традицій та органічних продуктів. В Україні надання масажних послуг активно практикується в преміальних готелях, таких як Rixos Prykarpattya чи Radisson Blu. Однак, у готелях середнього класу ця послуга розвинена недостатньо через брак фінансових ресурсів та недооцінювання її потенціалу.

Дослідження також виявило значний економічний ефект від впровадження масажного сервісу. Зокрема, це стосується зростання середнього

чека клієнтів, які готові доплачувати за додаткові послуги, а також підвищення завантаженості wellness-зон. Готелі, що пропонують якісний масажний сервіс, отримують конкурентну перевагу, адже такі послуги підвищують задоволеність клієнтів і мотивують їх обирати саме це підприємство під час наступного візиту. Таким чином, розвиток масажного сервісу в готельному секторі має значний потенціал для підвищення конкурентоспроможності підприємств. Він дозволяє не лише задовольнити зростаючий попит на оздоровчі та релаксаційні послуги, але й забезпечує додатковий прибуток та покращення іміджу готелю на ринку [2].

Масажний сервіс у готелях за кордоном є невіддільною частиною розширення wellness-послуг, що формують конкурентні переваги підприємств. У міжнародній практиці впровадження таких послуг базується на розумінні потреб клієнтів, регіональних особливостей та високих стандартів обслуговування.

У країнах Азії, таких як Таїланд, Індонезія (зокрема, Балі) та Японія, масаж є важливим елементом культури і широко інтегрований у пропозиції готелів. Тайський масаж, рефлексотерапія та ароматерапевтичні техніки є обов'язковими складовими послуг у місцевих готелях. Наприклад, у Таїланді багато готелів, таких як Anantara Resorts, пропонують спеціалізовані програми масажу, що базуються на традиційних техніках, які не тільки приваблюють туристів, але й дозволяють зберегти культурну автентичність.

У Європі масажний сервіс є невід'ємною частиною SPA-центрів у готелях, зокрема в Австрії, Швейцарії, Німеччині та Італії. Готелі в цих країнах часто пропонують масаж у поєднанні з термальними водами, лікувальними грязями та іншими оздоровчими процедурами. Наприклад, австрійські та швейцарські готелі поблизу термальних джерел, як-от готель Bad Ragaz у Швейцарії, розробляють програми масажу, що сприяють відновленню після фізичних навантажень і релаксації.

У Сполучених Штатах Америки масажні послуги в готелях орієнтовані на технологічність і персоналізацію. Мережі готелів, такі як Marriott, Hilton та Ritz-Carlton, впроваджують інноваційні програми, які передбачають використання сучасного обладнання, наприклад, гідромасажних ліжок, і пропонують адаптивні техніки, залежно від індивідуальних потреб клієнтів. У США також популярні програми з акцентом на корпоративних клієнтів, де масаж включається у пакети для бізнес-подорожей, допомагаючи зняти стрес і підвищити продуктивність [3].

У країнах Близького Сходу, зокрема в Об'єднаних Арабських Еміратах, масажний сервіс у готелях має преміальний характер і часто інтегрується з елементами розкоші. Наприклад, у

готелях мережі Atlantis на острові Пальма в Дубаї клієнтам пропонують масаж із використанням рідкісних ефірних олій, включаючи золото та екзотичні інгредієнти. Це підкреслює статус готелю та відповідає високим очікуванням клієнтів.

Таким чином, міжнародний досвід демонструє, що масажний сервіс є не лише додатковою послугою, але й важливим елементом формування унікального досвіду для клієнтів. Країни та готельні мережі, що інвестують у розвиток таких послуг, отримують значні переваги у залученні туристів та створенні довготривалих конкурентних переваг. Для українських готелів вивчення цього досвіду може стати корисним інструментом для вдосконалення власних wellness-пропозицій.

Масажний сервіс у Канаді є популярною та широко розвиненою складовою wellness-індустрії, зокрема в готельному бізнесі. Канада відома високими стандартами якості у сфері послуг, і масажний сервіс тут є невід'ємною частиною SPA-комплексів у готелях різних категорій.

У Канаді існує кілька особливостей, що визначають розвиток масажного сервісу. По-перше, професія масажиста є регульованою в більшості провінцій. Для того щоб надавати послуги масажу, спеціалісти повинні пройти сертифікацію та бути членами професійних асоціацій, таких як **College of Massage Therapists of Ontario (CMTO)** або **Massage Therapists Association of British Columbia (MTABC)**. Це забезпечує високий рівень кваліфікації персоналу і гарантує якість послуг [4].

Готелі в Канаді активно інтегрують масажні послуги у свої SPA-програми, пропонуючи як класичні техніки масажу, так і спеціалізовані програми, адаптовані до потреб гостей. Наприклад, у таких відомих готелях, як **Fairmont Hotels & Resorts** та **Ritz-Carlton Toronto**, гостям доступні програми релаксаційного, шведського, глибокотканинного та спортивного масажу. У багатьох випадках масажні послуги доповнюються використанням ароматерапії, гідротерапії або теплових каменів, що створює комплексний ефект релаксації.

Окрему увагу приділяють програмам для подорожуючих бізнес-класу та спортсменів. У таких містах, як Торонто, Ванкувер і Монреаль, масажний сервіс часто включає спеціальні антистресові техніки для зняття напруги після довгих перельотів або інтенсивної роботи. Спортивні масажі популярні серед клієнтів, які займаються активними видами спорту, особливо у готелях, розташованих поблизу лижних курортів у районі Вістлера або Банфа.

У Канаді також широко розвиваються масажні техніки, натхненні природними ресурсами країни. Наприклад, у багатьох SPA-центрах використовують місцеві матеріали, такі як кедрова олія або глина, які додають процедурам унікального колориту. У готелях, що розташовані біля термальних

джерел, як-от у Британській Колумбії чи Альберті, масаж часто поєднується з процедурами у термальних басейнах, що посилює терапевтичний ефект.

Досвід Канади демонструє важливість масажного сервісу як елемента формування конкурентоспроможності готелів. Якісні та різноманітні послуги в цій сфері сприяють підвищенню задоволеності клієнтів, їхньої лояльності та зростанню попиту на готелі, які пропонують такі сервіси. Цей досвід може бути корисним для розвитку масажних послуг у готелях інших країн, зокрема в Україні [5].

Висновки. Масаажний сервіс є важливим елементом сучасного готельного бізнесу, який значно впливає на конкурентоспроможність підприємств у сфері гостинності. Результати дослідження підтверджують, що інтеграція масажного сервісу у структуру готельних послуг дозволяє не лише задовольнити зростаючі потреби клієнтів, але й створює додаткові економічні переваги для підприємств.

Аналіз показав, що масажні послуги користуються попитом серед широкого кола споживачів, включаючи бізнес-туристів, сімейних відпочивальників і молодь. Ці послуги сприяють формуванню позитивного враження від готелю та підвищують лояльність клієнтів. Успішний міжнародний досвід свідчить, що масажний сервіс може бути адаптований до різних ринкових сегментів, забезпечуючи унікальність і диференціацію пропозиції.

Особливу увагу варто приділити високим стандартам якості послуг, що забезпечуються кваліфікованими фахівцями. У країнах, де професія масажиста є ліцензованою, якість сервісу залишається на високому рівні, що підвищує загальну репутацію готельного бізнесу. Для України важливим є врахування цього досвіду, адже розвиток масажного сервісу може суттєво вплинути на конкурентоспроможність вітчизняних готелів, особливо у сегменті середнього та високого класу.

Масаажний сервіс також має значний економічний ефект, збільшуючи середній чек клієнта та завантаженість готельних wellness-зон. Використання інноваційних технік і створення унікальних SPA-програм сприяє підвищенню привабливості готелю на ринку та зміцненню його позицій серед конкурентів.

Таким чином, для ефективного впровадження масажного сервісу необхідно розробляти стратегії, орієнтовані на потреби цільової аудиторії, впроваджувати високі стандарти обслуговування, а також активно використовувати міжнародний досвід. Це дозволить українським готельним

підприємствам створювати конкурентоспроможні пропозиції та забезпечувати стійкий розвиток у сучасних умовах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Завідна Л.Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку: монографія Київ : Київський національний торговельно-економічний університет, 2017. 600 с..
2. Мельниченко С. В. Готельні оператори: конкурентоспроможність на національному ринку. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка*. 2016. Вип. 1(2). С. 171–175.
3. Стукальська Н. В., Кудлай А. Ю., Калініченко Т. В. Розвиток SPA-послуг у готелях. *Інноваційна економіка*. 2022. № 8. С. 34–38.
4. Загороднюк О. Сутність і значення контролінгу в системі управління підприємством. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Сер.: Економічні науки*. 2013. № 6. С. 121–127.
5. Кожухівська Р. Використання міжнародного досвіду впровадження інновацій у сферу готельного бізнесу. *Науковий журнал «Вісник Донецького національного університету»*. Сер. В: Економіка і право. 2015. Вип. 1. С. 160–164

REFERENCES:

1. Zavidna L.D. (2017) Hotelnyi biznes: stratehii rozvytku: monohrafiia [Hotel business: development strategies: monograph]. Kyiv: Kyivskiy natsionalnyi torhovelno-ekonomichnyi universytet, 600 p. (in Ukrainian)
2. Melnychenko S.V. (2016) Hotelni operatory: konkurentospromozhnist na natsionalnomu rynku [Hotel operators: competitiveness in the national market]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. [Hotel operators: competitiveness in the national market] Seria: Ekonomika*, vol. 1(2), pp. 171–175. (in Ukrainian)
3. Stukalska N.V., Kudlai A.Yu., Kalinichenko T.V. (2022) Rozvytok SPA-poslugh u hoteliakh [Development of SPA services in hotels]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 8, pp. 34–38. (in Ukrainian)
4. Zagorodniuk O. (2013) Sutnist i znachennia kontrolinhu v systemi upravlinnia pidpriemstvom [The essence and significance of controlling in the enterprise management system]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu im. V.V. Dokuchaieva. Ser.: Ekonomichni nauky*, no. 6, pp. 121–127. (in Ukrainian)
5. Kozhukhivska R. (2015) Vykorystannia mizhnarodnoho dosvidu vprovadzhenia innovatsii u sferu hotelnoho biznesu [Using international experience in introducing innovations into the hotel business]. *Naukovyi zhurnal «Visnyk Donetskooho natsionalnoho universytetu»*. Ser. V: *Ekonomika i parvo*, vol. 1, pp. 160–164. (in Ukrainian)