

УДК 640.432  
DOI

**Марченко Н.І.**

Національний університет харчових технологій

**Дітріх І.В.**

Національний університет харчових технологій

## ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ WELLNESS-ІННОВАЦІЙ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

*У науковій статті представлено аналіз основних тенденцій конкуренції у сучасних готельних підприємствах. Зазначено необхідність оновлення переліку послуг, які надаються на базі готелю. Охарактеризовано використання інноваційних методів у роботі готельного закладу. Проаналізовано можливість створення wellness-студій і wellness-центрів на базі українських готельних комплексів. Виявлено вплив пандемії COVID-19 на актуалізацію необхідності збереження здоров'я. Охарактеризовано доцільність персоналізації харчування як інтелектуальної послуги wellness. Визначено wellness як систему оздоровлення. Встановлено відмінність wellness від лікувального й оздоровчого туризму. Надано головні відмінності wellness-індустрії. Визначено основні принципи філософії wellness. Встановлено, що в Україні індустрія релаксотерапії знаходиться на недостатньо розвиненому рівні. Охарактеризовано інновації у wellness-туризмі: продуктові, процесні, організаційні, маркетингові. Визначено ідею wellness як можливість природного оздоровлення, яка підходить до стереотипів і потреб наших співгромадян. Вказано, що Україна багата на всі необхідні для wellness-готелів ресурси. Зазначено, що за кількістю потенційних природних багатств Україна в змозі залишити позаду безліч країн Європи та Азії. Виявлено, що одним із основних елементів wellness-готелю є здорове харчування гостей. Охарактеризовано новий напрям wellness – антивікову терапію. Визначено місце дизайн готелю у wellness-концепції. Зазначено важливість здорового сну постояльців як однієї зі складових частин філософії. Описано широке коло інноваційних методик, які можуть використовуватися у рекреаційно-оздоровчому комплексі. Визначено переваги, які має готель, надаючи послуги wellness-центру. Вказано, що гості висококласних wellness-готелів мають можливість обирати між сучасними та найдавнішими методиками оздоровлення. Наголошено, що SPA і wellness міцно увійшли в готельний бізнес і поступово займають провідні місця в переліку додаткових послуг. У роботі використано такі методи дослідження: загальнонаукові, зокрема аналізу, синтезу, теоретичного узагальнення, компаративного аналізу.*

**Ключові слова:** індустрія гостинності, wellness, готель, бізнес, СПА.

**Постановка проблеми.** Поєднання сучасних стандартів гостинності та нових технологій охорони здоров'я привели до створення нового напрямку готельного бізнесу – wellness-індустрії. Теми SPA і wellness сьогодні є актуальними не тільки для фахівців індустрії краси та здоров'я, а й для тих, хто займається інвестиціями, будівництвом, експлуатацією й управлінням готелями. Це зумовлено тим, що наявність wellness-центру має велике значення для розвитку всього готельного комплексу і дає додаткову конкурентну перевагу, що приваблює клієнтів і забезпечує збільшення сукупного доходу. Незважаючи на зростаючу популярність, wellness-індустрія досі залишається маловивченою сферою готельного бізнесу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання функціонування та розвитку туристичної сфери досліджували Ж.А. Богданова, В.Є. Хаустова, А.В. Кравець, Н.М. Тягунова, О.А. Спо-

риш, Л.В. Іржавська, О.П. Слюсарчук, В.Ф. Семенов. Проблеми та перспективи розвитку готельної та ресторанної галузі відображено у працях М.О. Рябенюк, Д.М. Якимчука, О.В. Борисової, А.Л. Когут, В.Г. Герасименко, І.Л. Литовченко.

Незважаючи на велику кількість досліджень різних аспектів феномену здоров'я, тема здоров'язбереження залишатиметься актуальною, доки існує людина. Буття швидко змінюється і вимагає постійного переосмислення складників суспільної системи координат. Однією з таких складових частин є wellness-технології, які завдяки комплексній програмі оздоровчих процедур обіцяють гармонійне життя без хвороб і до яких щодалі ненаситніше тягнеться сучасна людина.

**Постановка завдання** – проаналізувати перспективи застосування wellness-інновацій в індустрії гостинності.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** За умов постійного зростання конкуренції завданням сучасних готельних підприємств є задоволення нових, а іноді дедалі більш прискіпливих вимог потенційних клієнтів. У цьому контексті важливим для менеджменту є як дослідження ринкового середовища і реагування на його зміни, так і модернізація самого готелю та розширення і диверсифікація всіх пропонованих ним послуг. Від ефективного управління залежить використання інноваційних методів у роботі закладу, а підбір і постійне удосконалення кваліфікації персоналу є основою для задоволення вимог навіть найбільш вимогливих клієнтів.

Нині в нашій країні wellness розвивається дедалі стрімкіше. Крім спортивних клубів, салонів краси, SPA-салонів або фітнес-залів, з'являються wellness-студії і wellness-центри. Не помічати wellness стає неможливо, тому готельєри не залишають без уваги цю тенденцію і збільшують комплекс послуг для гостей готельного підприємства не тільки за допомогою розширення додаткових послуг і розваг, але і за рахунок включання послуг загальнооздоровчого комплексу. Йдеться про симбіоз готельного бізнесу та індустрії краси і здоров'я, результатом якого є wellness-готелі та готелі з wellness-центрами [2, с. 87–93].

Нові виклики, які постали перед людством через пандемію COVID-19 – це питання підтримання здорової імунної системи, яким надали найвищий пріоритет, а отримання достатньої збалансованої кількості безпечних харчових продуктів є однією з основних складових частин збереження здоров'я. Персоналізація харчування як інтелектуальна послуга wellness враховує певні особливості людини та пропонує дієти для лікування вже наявних хворіб.

Wellness – це своєрідна система оздоровлення, що дозволяє досягти емоційної та фізичної рівноваги за умов сучасного урбанізованого життя. Складниками цієї системи є помірне і комфортне фізичне навантаження, здорове харчування, комплексний догляд за шкірою, хороший відпочинок, оптимізм і позитивне мислення.

Wellness не слід асоціювати з лікувальним туризмом, оскільки він передбачає первинну профілактику захворювань, тоді як лікувальний туризм є профілактикою другого-третього рівня чи навіть реабілітацією, спрямованою на перешкодження розвитку вже наявних захворювань чи відновлення втраченого стану. У свою чергу, wellness іноді ототожнюється з оздоровчим туризмом [5, с. 620–625].

Поняття «wellness-готель» має західну термінологію та є спеціалізованим готельним підприємством, що пропонує програми підвищення резервів здоров'я, в основі яких лежить принцип виявлення індивідуальних факторів ризику та їх корекція. Основна відмінність цього закладу розміщення від інших у wellness-індустрії – це взаємозв'язок медичних (комплексна діагностика, медичні програми, лікарський контроль), естетичних (догляд за тілом), фізичних (активний відпочинок та індивідуальні програми фізичних тренувань) і психологічних (заняття йогою) процедур [2, с. 87–93].

Основні принципи філософії wellness:

- рух;
- розумова активність;
- розслаблення і гармонія;
- краса і догляд за тілом;
- збалансоване харчування.

В Україні індустрія релаксотерапії знаходиться на недостатньо розвинутому рівні порівняно із зарубіжними оздоровчими курортами. Необхідне розширення організації мережі wellness-центрів при готельних підприємствах, реконструкція санаторіїв і баз відпочинку у wellness-готелі; активізація інформування населення про наявність wellness-послуг і особливості їх споживання. Таке рішення може сприяти популяризації wellness-індустрії в Україні.

Інновації у wellness-туризмі поділяють на чотири групи (табл. 1).

Таблиця 1

**Інновації у wellness-туризмі [10]**

1. Технічні інновації (технологічні): – продуктові	нові технології та покращене обладнання у приміщеннях; нові оздоровчі продукти; нова архітектура та дизайн; програми лояльності клієнтів; інноваційні ціни; нові ринки та цільовий реципієнт
– процесні	розвиток ІТ (Інтернет, система B2B, система інформації та бронювання); нові системи управління; реструктуризація компанії; нові системи дистрибуції та маркетингу; співпраця з іншими організаціями; навчання персоналу; оптимізація системи
2. Нетехнічні інновації (нетехнологічні): – організаційні	нова організаційна система надання послуг; нова модель доходу
– маркетингові	нова взаємодія із клієнтами, нова система цінностей / ділових партнерів

Нині в Україні сформоване прагнення до природних методів лікування і збереження здоров'я. Ідея wellness як можливість природного оздоровлення прекрасно підходить до стереотипів і потреб наших співгромадян. Українці хочуть поєднувати відпочинок з оздоровленням і доглядом за зовнішністю, тому тема wellness сьогодні актуальна не тільки для фахівців індустрії краси та здоров'я, а й для тих, хто займається інвестиціями, будівництвом, експлуатацією й управлінням готелями [3, с. 54–55].

У нашій країні є велика кількість рекрепарків, рекреполісів, курортполісів і рекреаційних зон у традиційних курортних регіонах (Карпати, Полісся, узбережжя Азовського і Чорного морів), які відомі тільки для місцевого населення. Мають високий потенціал для розвитку Закарпатська, Чернівецька, Волинська, Миколаївська області. Діяльність у галузі поліпшення роботи курортів і санаторіїв України повинна перетворити курортну справу на високорентабельну і конкурентоспроможну галузь економіки та медицини, оскільки Україна має великі природно-географічні та соціально-культурні рекреаційні ресурси.

Дослідження географічного положення України дозволяє стверджувати, що наша держава багата на всі необхідні для wellness-готелів ресурси, серед яких можна виділити бальнеологічні, кліматичні та ландшафтні. Стосовно бальнеологічних ресурсів, то в Україні наявні мінеральні води всіх основних бальнеологічних груп. Деякі з них, зокрема «Миргородська», «Куяльник», «Поляна квасова», «Берегівські мінеральні води», «Нафтуса» і радонові води, є унікальними та мають світове значення [4, с. 217].

Аналіз діяльності найуспішніших SPA-готелів України свідчить, що за кількістю потенційних природних багатств, придатних до використання у SPA-індустрії, Україна в змозі залишити позаду безліч країн Європи та Азії, але це можливо тільки за тієї умови, що потенціал країни буде реалізовуватися і комплексно розвиватися.

Одним з основних елементів готелю, який дотримується філософії wellness, є здорове харчування гостей. В останні роки в індустрії харчування простежується тенденція до приготування екологічно чистих, поживних страв, що не завдають шкоди здоров'ю клієнтів. Основна вимога до їжі, яку можна назвати здоровою, – це максимально можливе використання у приготуванні страв екологічно чистих продуктів; застосування технологій обробки (наприклад, приготування на пару, використання мінімальної кількості олії при

смаженні і т. д.), завдяки яким зберігаються важливі складники продуктів харчування – вітаміни та інші поживні речовини [4, с. 217].

Ще одна тенденція, що вже завоювала популярність у зарубіжних країнах, – безглютенна дієта. Як відзначають фахівці, число людей, які страждають тим чи іншим видом харчової алергії, зростає щороку. Значну частину алергічних реакцій викликають продукти, що містять глютен. Тому розробка страв безглютенної дієти доцільна для підприємств, що надають послуги харчування та позиціонують себе як wellness-підприємства [1, с. 34–36].

Новим напрямом wellness є антивікова терапія (від англ. anti-age therapy) – комплекс заходів із профілактики та подолання різних вікових змін, які сприяють омолодженню організму людини. Основою для формування цього напрямку є твердження дослідників про те, що старіння – це хвороба, яка потребує постійного спостереження та інтенсивного лікування [1, с. 34–36]. Антивікова терапія включає як культуру здорового способу життя, так і застосування низки симптоматичних і локальних медикаментозних і немедикаментозних заходів, спрямованих на збільшення регенеративного потенціалу організму, підвищення його імунного захисту, протидію генетичним мутаціям і збільшення запасу життєвих сил.

До wellness-концепції належить і дизайн готелю. Так, для готелю відкриті широкі можливості: дизайн номерів, починаючи зі стін із живих рослин і закінчуючи водою із природними ароматизаторами, очищення води та повітря, гіпоалергенне облаштування кімнат, високотехнологічне оснащення, яке сприятливо впливає на сон гостей. Інтер'єри відрізняються «чистотою» простору, лаконічністю, єдністю світлового і колірного рішення. Велика увага повинна приділятися максимально можливим використанням екологічно чистих матеріалів, таких як дерево, камінь, натуральні тканини.

Wellness-готель – це не тільки специфічні додаткові послуги, а й сама wellness-філософія, якої дотримується підприємство. Одна зі складових частин цієї філософії – це здоровий сон постояльців. В останні роки дедалі більше готелів стали приділяти увагу ролі здорового сну. На користь такого підходу свідчать недавні результати медичного дослідження, які підтверджують, що основною причиною депресії може бути хронічне недосипання. Так, деякі готелі, як, наприклад, «JWMarriott», розробили спеціальні програми, що включають певні закуски, які сприятливо впливають на сон, і фітнес-заняття.

Найважливішою функцією управління готелем, у т. ч. і SPA-готелем, є правильний підбір колективу працівників, що відповідав би вимогам клієнтів. Персонал має бути професійно підготовлений, структурований та укомплектований так, щоб ефективно діяв за будь-яких умов. В управлінні персоналом готелю необхідно враховувати психологічну сумісність працівників, моральну атмосферу, задоволеність працею і керівником, адже досягнення персоналу є досягненнями всього готелю [8, с. 73–77].

Вдалим прикладом застосування рекреаційних інновацій може бути рекреаційно-оздоровчий комплекс. Серед рекреаційних послуг крім, звісно, традиційних процедур подібного типу, заклад пропонує широке коло інноваційних методик, серед яких [9, с. 49–59]:

- ароматерапія, що застосовується для розслаблення, зниження болю, при лікуванні від депресії, безсоння та підвищує життєвий і психічний тонус;
- бурштинова кімната, перебування у якій сприяє релаксації, оскільки вважається, що бурштин має властивість чинити позитивну дію на енергетику людини;
- соляна печера, основним лікувальним чинником якої є вдихання вологого іонізованого повітря, збагаченого мінералами та мікроелементами, що містяться в солі. Перебування в соляній печері позитивно впливає на дихальні шляхи, шкірні захворювання, щитовидну залозу, усі види алергії, нормалізує артеріальний тиск.

Діяльність СПА-центрів ґрунтується на використанні виключно ефективних природно-оздоровчих компонентів, що транспортуються зі всесвітньо відомих рекреаційних місцевостей світу. Транспортування здійснюється з дотриманням технології збереження цілющих властивостей цих природних компонентів. Так, зокрема, здійснюється перевезення та зберігання грязей Мертвого моря з дотриманням необхідних біохімічних показників. Поряд із використанням природних компонентів СПА-центри взяли «на озброєння» найновіші досягнення й технології апаратної медицини, що значно підвищують ефективність комплексних СПА-процедур [7, с. 50–53].

В аспекті маркетингу продукт SPA при готелі за містом – це поєднання послуг оздоровчого відпочинку та послуг гостинності, які орієнтовані на організацію процедур швидкого видимого результату. Наявність зазначених процедур дозволяє збільшити прибутковість SPA індустрії за рахунок використання психологічного ефекту наявності. Більш того, для закріплення ефекту споживачу рекоменду-

ється пройти серію процедур (звичай 3–5 процедур з інтервалом 1–2 тижні), що спрямовано на формування лояльності і збільшує шанси на реалізацію комплементарних послуг [6, с. 100–106].

Одним із плюсів для готелю, що дотримується wellness-напряму, є його позиціонування як «здорового готелю». Для сучасних мандрівників така репутація має велике значення при виборі засобу розміщення. Про це свідчать численні опитування споживачів готельних послуг.

Наявність SPA-комплексу (SPA-зон) дає готелю цілий ряд важливих конкурентних переваг:

- лояльність клієнтури – підвищення відсотка повторних візитів;
- залучення нових клієнтів, у т. ч. завдяки тому, що подарункові сертифікати SPA добре продаються і забезпечують заповнюваність SPA-комплексу до 50% новими клієнтами;
- при правильно розробленій концепції SPA-комплекс допоможе готелю уникнути зниження прибутковості в міжсезонні, оскільки пропозиція можна переорієнтувати на місцевого клієнта;
- підвищення прибутковості готелю загалом (підвищення категорії, можливість збільшення вартості номера, підвищення відсотка завантаження номерного фонду).

Гості висококласних wellness-готелів мають можливість обирати між сучасними та найдавнішими методиками оздоровлення, класичними і нетрадиційними видами медицини, їм пропонують індивідуально складену програму фізичних тренувань і, звичайно ж, повний комплекс послуг догляду за тілом. Відвідувачів цих готельних підприємств залучають до занять йогою, пиття трав'яних чаїв, гартування й активного відпочинку на природі. У постояльців таких готельних комплексів є можливість відвідувати індивідуальні консультації спортивного тренера, лікаря-фізіотерапевта, косметолога, фахівців у галузі wellness-послуг. Крім того, wellness-готелі дарують рідкісне відчуття повного відриву від дійсності.

Таким чином, SPA і wellness як філософія здорового способу життя міцно увійшли в готельний бізнес і поступово займають там провідні місця в переліку додаткових послуг, які підвищують рентабельність і конкурентоспроможність готелю. SPA в готелях різної категорії сприяє поліпшенню якості обслуговування відвідувачів, внесенню в роботу елементів нестандартного сервісу, залученню нових клієнтів і збільшенню кількості постійних, а також створенню індивідуального іміджу готелю. SPA-послуги надаються спеціалізованими SPA-готелями і wellness-готелями як у

місті, так і за його межами (Destination SPA) і не прив'язані до лікувальних джерел.

**Висновки.** Незважаючи на кризу, в Україні індустрія SPA залишається перспективним і популярним сегментом; впроваджуються нові методики вже в наявних SPA-готелях. Україна має базові умови для розвитку SPA: клімат, гео-

графічне положення, значну кількість мінеральних джерел та інших природних оздоровчих ресурсів. Для заохочення закордонних туристів найбільш перспективним спеціалісти називають «етнічний» SPA. Також привабливими можуть бути унікальні українські методики оздоровлення.

#### Список літератури:

1. Головата К.Ю. Перспективи застосування антивікового меню в закладах ресторанного господарства при готелях. *Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання», 21–22 березня 2019 р.* Черкаси : ЧДТУ, 2019. С. 34–36.
2. Іщенко Т.І. Перспективи розвитку wellness-індустрії в готельному господарстві України. *Географія та туризм.* 2013. № 26. С. 87–93.
3. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці : Книги – XXI, 2008. 300 с.
4. Масляк П.О. Рекреаційна географія : навчальний посібник. Київ : Знання, 2008. 343 с.
5. Модернізація економіки в умовах зростання суспільної свідомості: туризм, людиномірність, партнерство, кооперація. *Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава 14 грудня 2017 р.)*. Полтава : ПУЕТ, 2017. 848 с.
6. Наумік-Гладка К.Г. Маркетингові та психологічні аспекти діяльності spa-індустрії при готельних комплексах. *Modern Economics.* 2017. № 4. С. 100–106.
7. Пересічна С.М. Тенденції розвитку СПА-індустрії в Україні. *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації: тези доповідей VII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Київ, 9–10 квіт., 2020 р.* Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2020. С. 50–53.
8. Назаренко І.А. Современные тенденции развития Спа-отелей Украины и определение их роли в структуре Спа-индустрии. *Науковий журнал «Вісник Хмельницького національного університету», Серія: Економічні науки.* 2018. № 1 (5). С. 73–77.
9. Устименко Л.М. Розвиток wellness-туризму та його вплив на трансформацію туристичної індустрії України. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм.* 2019. Т. 2. № 1. С. 49–59.
10. Eight Dimensions of Wellness. 2019. Center for Psychiatric Rehabilitation. URL: <https://cpr.bu.edu/living-well/eightdimensions-of-wellness>.

#### Marchenko N.I., Ditrikh I.V. PROSPECTS OF WELLNESS INNOVATION IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

*The scientific article provides an analysis of the main competition trends in modern hotels. The need to update the list of services provided at the hotel is noted. The use of innovative methods in the work of a hotel establishment is characterized. The possibility of establishing of wellness studios and wellness centers on the basis of Ukrainian hotel complexes is analyzed. The impact of the COVID-19 pandemic on the actualisation of the need for health preservation has been identified. The expediency of personalization of food as an intellectual service of “wellness” is characterized. Wellness is defined as a health-improving system. The difference between “wellness” and medical and health tourism has been established. The main differences of the Wellness industry is provided. The basic principles of the Wellness philosophy are defined. It is established that in Ukraine the industry of relaxation therapy is at an underdeveloped level. Product, process, organizational and marketing innovations in wellness tourism are characterized. The idea of “wellness” as an opportunity for natural healing is suited to the stereotypes and needs of our fellow citizens. It is stated that Ukraine is rich in all the necessary resources for wellness hotels. It is noted that in terms of the number of potential natural resources, Ukraine is able to leave behind many countries in Europe and Asia. It was found that one of the main elements of the Wellness Hotel is a healthy meal for guests. The anti-aging therapy is characterized as a new direction of wellness. The place of hotel design in the Wellness concept is defined. The healthy sleep of guests as one of the components of philosophy is noted. A wide range of innovative techniques that can be used in the recreational and health complex is described. The advantages of the hotel, providing the services of the Wellness Center, are defined. It is stated that guests of high-class Wellness-hotels have the opportunity to choose between modern and traditional methods of health improvement. It is emphasized that SPA and Wellness are firmly entrenched in the hotel business and are gradually taking the leading place in the list of additional services. The research methods used in the work are the search on the available methodical and scientific literature with the analysis of the found material, clarification of causal relations and analysis of documentation and results of activity of researchers on the problem of the conducted research.*

**Key words:** hospitality industry, Wellness, hotel, business, SPA.