

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна  
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу  
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної  
справи

## **Кваліфікаційна робота бакалавра**

на тему: **«РОЛЬ SPA & WELLNESS ПОСЛУГ У РОЗВИТКУ  
ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ»**

Виконав:  
студент 4 курсу групи УГР-41  
спеціальності 241 –  
«Готельно-ресторанна справа»  
освітньої програми «Готельно-ресторанна  
справа»  
першого (бакалаврського) рівня вищої  
освіти

Калмиков В. Є.

Керівник: к.п.н., доц. Парфіненко Т. О.

Рецензент:

## **АНОТАЦІЯ**

Калмиков В. Є. Роль SPA & Wellness послуг у розвитку готельної індустрії

Робота присвячена з'ясуванню роль SPA & Wellness послуг у розвитку готельної індустрії. Висвітлено теоретичні засади дослідження SPA & Wellness послуг. Проаналізовано особливості сучасної ролі SPA & Wellness послуг у розвитку готельної індустрії.

## **ABSTRACT**

Kalmykov V. Y. The role of SPA & Wellness services in the development of the hotel industry

The work is concerned with clarifying the role of SPA & Wellness services in the development of the hotel industry. We highlighted theoretical foundations of SPA & Wellness services research. We analyzed the modern role of SPA & Wellness services in the development of the hotel industry.

**Міністерство освіти і науки України**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**імені В.Н. КАРАЗІНА**

**Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу**  
**Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи**

**ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА**

Студента Калмикова Валерія Євгеновича

Курсу IV групи УГР-41

Тема кваліфікаційної роботи: «Роль SPA & Wellness послуг у розвитку готельної індустрії»

затверджена наказом від 24.03.2023 року № 4002-5/591

Графік виконання робіт:

Назва розділів роботи	Дата закінчення	Відмітка про виконання (підпис керівника)
Теоретичні засади дослідження SPA & Wellness послуг	01.04.2023	
Роль готельної індустрії у сталому розвитку країн світу, на прикладі Німеччини	01.05.2023	
Особливості сучасної ролі SPA & Wellness послуг у розвитку готельної індустрії	01.05.2023	

Термін подання роботи на кафедру 09.06.2023 р.

Термін та результати попередньому захисту (допуск/ недопуск до захисту, ступінь готовності роботи у відсотках) 22.05.2023 р.

КЕРІВНИК РОБОТИ:

к.п.н., доц. Тетяна ПАРФІНЕНКО

Дата видачі завдання 01.12.2022 р.

Завдання прийняте до виконання

Валерієм КАЛМИКОВИМ

Завідувачка кафедри  
 міжнародної електронної комерції  
 та готельно-ресторанної справи

к.е.н., доц. Наталя ДАНЬКО

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>6</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ SPA &amp; WELLNESS ПОСЛУГ .....</b>	<b>8</b>
1.1. Поняття та сутність SPA & Wellness послуг .....	8
1.2. Еволюція, напрями та особливості сучасного етапу розвитку SPA-туризму.....	13
Висновки до першого розділу .....	17
<b>РОЗДІЛ 2. РОЛЬ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ У СТАЛОМУ РОЗВИТКУ КРАЇН СВІТУ, НА ПРИКЛАДІ НІМЕЧЧИНИ .....</b>	<b>19</b>
2.1. Стан та динаміка розвитку готельної індустрії в Німеччині.....	19
2.2. Оцінка впливу готельної індустрії на сталий розвиток Німеччини .....	25
2.3. Перспективи удосконалення готельної індустрії у Німеччині .	31
Висновки до другого розділу.....	33
<b>РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ РОЛІ SPA &amp; WELLNESS ПОСЛУГ У РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ .....</b>	<b>35</b>
3.1. Загальна характеристика сучасних SPA & Wellness послуг.....	35
3.2. Особливості впровадження Wellness послуг у готелях України .....	42
3.3. Перспективи та пріоритетні напрями Wellness & SPA послуг у світовій та українській готельній індустрії .....	51
Висновки до другого розділу.....	55
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>57</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>61</b>



## ВСТУП

**Актуальність.** Наразі здоровий спосіб життя та турбота про своє благополуччя стали не просто модною тенденцією, а стилем життя, який багато мандрівників не хочуть змінювати, покидаючи будинок. Тому послуги, спрямовані на підтримку фізичного та психічного здоров'я гостей, можуть стати не тільки приємним доповненням до основних послуг готелю, а й вирішальним фактором, що впливає на вибір готелю.

Wellness & SPA послуги вже стали усталеним трендом за кордоном, що продовжує набирати популярність і в Україні. Цей тренд заслуговує на увагу представників багатьох індустрій, особливо індустрії гостинності, адже саме на базі готелів існує безліч різних можливостей впровадження Wellness & SPA послуг.

Сучасні готелі, які бажають відповідати вимогам різних груп споживачів, мають бути стурбовані тим, що можуть запропонувати гостям, які не бажають жертвувати своїми корисними звичками. Це не тільки створить позитивний вигляд підприємства серед потенційних клієнтів, а й зможе стати прибутковою складовою діяльності готелю.

Актуальність обраної теми полягає у значимості різноманітних оздоровчих видів діяльності для сучасних споживачів. Комплекс Wellness & SPA послуг є не лише популярним напрямом серед широкого кола споживачів, а й економічно вигідним вкладенням. Саме тому він має бути вивчений, з метою подальшого впровадження в підприємство гостинності та використання не лише на благо гостей, а й засоби розміщення загалом.

**Метою дослідження** є з'ясувати роль SPA & Wellness послуг у розвитку готельної індустрії. Для досягнення мети у кваліфікаційній роботі були поставлені такі **завдання:**

- розглянути поняття, сутність та особливості Wellness & SPA послуг;
- вивчити напрями та особливості SPA-туризму;
- охарактеризувати сучасний стан SPA & Wellness послуг;

- охарактеризувати стан та динаміку розвитку готельної індустрії в Німеччині;

- оцінити вплив готельної індустрії на сталий розвиток Німеччини;

- з'ясувати перспективи удосконалення готельної індустрії у Німеччині.

- дослідити досвід впровадження Wellness послуг у готелях країн світу;

- охарактеризувати напрямки світового Wellness & SPA туризму;

**Об'єкт дослідження** – процес розвитку Wellness & SPA послуг.

**Предмет дослідження** – особливості сучасної ролі Wellness & SPA послуг у готельній індустрії і перспективи для удосконалення готельної індустрії як чинника сталого розвитку.

**Інформаційну базу досліджень** склали звіти та бази даних аналітичних та консалтингових агенцій, статті зарубіжних і вітчизняних науковців у періодичних виданнях, інформаційні й аналітичні матеріали мережі Інтернет, звітність туристичних компаній.

Робота складається зі вступу, 2 розділів, висновків; містить 62 сторінки тексту, 3 рисунків, 5 таблиць. Список джерел містить 72 найменувань літератури, 56 електронних публікацій.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ SPA & WELLNESS ПОСЛУГ

### 1.1. Поняття та сутність SPA & Wellness послуг

Говорячи про організацію SPA & Wellness послуг в індустрії гостинності, в першу чергу слід визначити, що мають на увазі сьогодні під поняттям «велнес» і в чому його основні відмінності від концепції здорового способу життя та інших видів оздоровчих послуг. Також слід виявити суть основного явища у готельній індустрії – послуги та зрозуміти, що таке готельна велнес-послуга.

Здоровий спосіб життя – це спосіб життя людини, спрямований на попередження захворювань та зміцнення здоров'я. Слово “велнес” походить від “be well”, що означає "добре самопочуття" або "благополуччя". Автори розглядають велнес стосовно різних областей життя. Так, Х.Л. Данн, відомий як основоположник велнес-руху в США, застосовує поняття велнес у наступному узагальнюючому значенні: «велнес відбиває здоровий баланс розуму, тіла і духу, що стає результатом загального почуття благополуччя». В той же час, у своїй книзі "Foundations of Wellness" ("Основи велнесу") М. Смітт, Г. Джакетт. Б. Регер-Неш дають поняття велнесу стосовно здоров'я людини: «запобігання проблемам зі здоров'ям за допомогою власних сил без використання медикаментів» [14], [13, с. 45]. Інші автори у своїх роботах наводять тотожні визначення поняттю. Тим не менш, у літературі тема велнесу в індустрії гостинності висвітлена на недостатньому рівні. Тому в дипломній роботі велнес-послуги розглядаються щодо готельних підприємств.

Велнес тісно пов'язаний з підтриманням здоров'я. Тому виникає питання, чому велнес в індустрії гостинності не слід прирівнювати до оздоровчого туризму та його варіацій. У Таблиці 1 наведено основні відмінності велнес-послуг від інших видів оздоровчих послуг.

Таблиця 1.1

## Відмінності велнес-послуг від інших видів туристичних оздоровчих послуг

	Мотивація клієнтів, цілі використання послуг	Основна відмінність від велнес-послуг
Велнес-послуги	Підтримка та збереження душевного та фізичного здоров'я, порятунк від стресів, досягнення гармонійного стану душі та тіла	
SPA -послуги	Оздоровлення з використанням природних та штучних факторів, з переважанням водних процедур	Велнес включає більш широкий спектр послуг на відміну від SPA - послуг, заснованих на застосування водних ресурсів
Оздоровчий туризм	Підтримка здоров'я, реабілітація після захворювань або операцій, полегшення перебігу хронічних захворювань без застосування арсеналу клінічної медицини, а з використанням властивостей природних ресурсів, профілактика хвороб	Оздоровчий туризм спрямований на відновлення після захворювань, він має коригуючий характер. Велнес спрямований на підтримку та покращення здоров'я, він носить превентивний характер щодо хвороб
Медичний туризм	Отримання недоступного медичного обслуговування. Поліпшення чи відновлення здоров'я шляхом медичних втручань, отримання інвазивних, діагностичних чи інших медичних послуг	Медичний туризм спрямований на лікування хвороб із використанням медикаментів, застосуванням операційних втручань, проходженням медичних обстежень. Велнес-послуги не задовольняють ці потреби
Лікувальний туризм	Поправка здоров'я, реабілітація, що передбачає перебування у санаторно-курортних установах	Велнес носить превентивний характер щодо хвороб, на відміну коригувального характеру лікувального туризму. Також, велнес-послуги можуть надаватися поза санаторно-курортними установами, а в інших типах засобів розміщення
Санаторно-курортні послуги	Лікування та оздоровлення на курорті - установі з природною територією та наявністю природних лікувальних ресурсів	Велнес-послуги можуть надаватися у різних типах засобів розміщення. Наявність природних ресурсів є кращою, але не обов'язковою умовою засобу розміщення, на відміну від курорту

Джерело: складено автором за матеріалами [22].

З Таблиці 1.1 випливає, що велнес-послуги мають превентивну функцію, оскільки основна мета велнесу – це профілактика хвороб та нездужань, а також збереження фізичної та внутрішньої молодості. Оздоровчі послуги мають коригуючу дію на здоров'я. У цьому полягає основна відмінність велнес-послуг від оздоровчих послуг.

Різниця між цими послугами підтверджується й у одному з досліджень. "Global Wellness Institute" – це некомерційна організація, метою якої є поширення велнес-філософії серед населення [45]. В одному зі своїх досліджень «Global Wellness Institute» визначають, що, якщо розглядати діапазон між реактивним та проактивним підходом до здоров'я людини, велнес відноситься до проактивного. На відміну від реактивного підходу, який виражається в діях, що виникають як реакція у відповідь на хворобу, проактивний підхід ґрунтується на попередженні хвороб. Різниця між цими двома підходами відображена у Таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

#### Порівняння медичної парадигми та велнес парадигми

Реактивний підхід – медична парадигма	Проактивний підхід – велнес парадигма
Лікування захворювань	Спрямованість на підтримку та покращення стану здоров'я
Коригуюча парадигма	Превентивна парадигма
Фрагментарний підхід	Комплексний підхід
Відповідальність клініки (медиків)	Індивідуальна відповідальність

Джерело: складено автором за матеріалами [15]

Як видно з Таблиці 1.2, для Wellness характерний напрямок виключення можливості хвороби або поганого стану. Тенденція така, що все більша частина сучасного суспільства усвідомлено готова платити гроші за підтримку доброго здоров'я тіла, розуму та загального психоемоційного стану, ніж виплачувати величезні суми за лікування вже існуючих хвороб.

Wellness будується на наступних принципах:

- рух;
- розумова активність;
- розслаблення та гармонія;

- краса та догляд за тілом;
- збалансоване харчування [30].

Розуміння суті велнесу дає можливість розробки різноманітних готельних послуг, вкладених у поліпшення стану людини.

Автори статей і досліджень, такі як Арнольд і Хіггінсон (2016), Сива і Райлі (2018), та Хорват (2018), зосереджуються на ролі, яку відіграють SPA & WELLNESS послуги в готельній індустрії [15].

Арнольд і Хіггінсон (2016) наводять приклади того, як SPA послуги були використовувані в історії, від давніх часів, коли вони були частиною культурного життя, до сучасності, де вони є ключовим елементом у готельному бізнесі. Вони стверджують, що SPA послуги можуть допомогти готелям збільшити свій обсяг бізнесу та покращити відносини з клієнтами, що позитивно впливає на розвиток готельної індустрії в цілому.

Сива і Райлі (2018) наголошують на тому, що SPA & Wellness послуги відіграють ключову роль у збереженні здоров'я та підвищенні якості життя. Вони стверджують, що SPA & Wellness послуги можуть привернути нових клієнтів та сприяти повторним візитам у готелі, що позитивно впливає на прибутковість готелю.

На думку Хорвата (2018), SPA & Wellness послуги можуть допомогти готелям відрізнитися від конкурентів та підвищити свою привабливість для клієнтів. Це особливо важливо у зв'язку зі зростанням конкуренції у готельній індустрії, де клієнти мають великий вибір готелів та послуг [20].

Крім того, SPA & Wellness послуги можуть забезпечити додаткові джерела доходу для готелів. Статистика показує, що багато клієнтів готелів, які використовують SPA & Wellness послуги, готові заплатити більше за свої перебування в готелі. Це може бути сприятливим фактором для готелів, які намагаються збільшити свою прибутковість та маржинальність.

Однак, на думку деяких авторів, SPA & Wellness послуги можуть мати і деякі недоліки. Наприклад, Кон (2017) зазначає, що готелі, які надають SPA & Wellness послуги, можуть мати високі витрати на їх обслуговування та

утримання. Це може призвести до підвищення вартості перебування в готелі та, відповідно, до зменшення попиту на послуги готелю [13].

Узагалі, на думку більшості авторів, SPA & Wellness послуги мають багато переваг для готельної індустрії та можуть допомогти готелям збільшити свою привабливість для клієнтів та отримати додатковий дохід. Однак, при використанні цих послуг готелі повинні бути уважні та забезпечити високу якість обслуговування, а також розглянути питання доступності для різних категорій клієнтів та витрат на утримання послуг.

Узагалі, огляд літератури з питань SPA & Wellness послуг у готельній індустрії дозволяє зрозуміти, що ці послуги можуть бути важливим елементом для готелів, що допомагає збільшити їх привабливість для клієнтів

Wellness-послуги різноманітні: до них належать послуги, що забезпечують матеріальну базу для велнесу, – фітнес-зали, SPA -комплекси, лазні та сауни, ресторани та кафе з правильним харчуванням, басейни та спортивні майданчики, парки з природними ресурсами – а також послуги, спрямовані на ментальне здоров'я людини – культурні програми, звукотерапія, йога, сеанси медитації та інше [15].

Серед переваг SPA & Wellness послуг:

- Зменшення стресу та поліпшення психічного стану;
- Додаткові можливості клієнтам розслабитися та відновити емоційну рівновагу;
- Поліпшення фізичного стану – такі послуги, як масаж та фітнес-класи, можуть допомогти клієнтам покращити своє здоров'я та фізичну форму;
- Підвищення рівня задоволення гостей;
- Spa & Wellness послуги можуть стати важливим критерієм при виборі готелю для багатьох клієнтів, що може призвести до збільшення лояльності та повторних відвідувань;

– Додаткове джерело прибутку для готелів – SPA & Wellness послуги можуть стати важливим джерелом доходу для готелів та допомогти залучити нових клієнтів.

Серед недоліків впровадження SPA & Wellness послуги:

– Високі витрати на обладнання та персонал;

– Запровадження SPA & Wellness послуг вимагає великих витрат на обладнання та персонал, що може бути фінансово неоптимальним для деяких готелів;

– Високий рівень конкуренції – ринок SPA & Wellness послуг досить насичений, що може ускладнити їх успішний розвиток та забезпечення прибутковості;

– Потреба у великому просторі – для створення SPA & Wellness послуг потрібен великий простір, що не завжди може бути доступним для готелів у центрі міста або в обмеженому просторі.

– Високі вимоги до якості послуг – клієнти, які відвідують SPA & Wellness послуги, мають високі вимоги до якості, що може потребувати додаткових зусиль та витрат для готелів.

Як було зазначено вище, особливість Wellness-філософії – це поєднання фізичного та духовного здоров'я. Сутність готельної послуги також полягає у її двоїстості – задоволенні нематеріальної потреби за допомогою матеріальної бази. Виходячи з цього та інших вищеперелічених фактів, можна зробити висновок, що готельна SPA & Wellness-послуга – це організована взаємодія гостя та персоналу готелю, спрямована на підтримку фізичного та ментального здоров'я та безперервно надає позитивний вплив на гостя протягом усієї тривалості його перебування в готелі.

## **1.2. Еволюція, напрями та особливості сучасного етапу розвитку SPA-туризму**

Поняття SPA (Sanitas Per Aquam) має свої корені в античному світі, де купання в термальних водах та інших гідротерапевтичних процедурах було засобом збереження здоров'я та лікування. Однак, сучасне розуміння SPA-послуг як відпочинкового відділення з використанням різноманітних масажів та косметичних процедур сформувалося вже в ХХ столітті.

У 1970-х роках SPA-індустрія зазнала значного розквіту, коли різноманітні курорти та готелі відкрили свої двері для відвідувачів, які шукали відпочинку та підвищення свого здоров'я. Однак, це було доступно не для всіх, оскільки ці послуги часто були дуже дорогими. Саме з цього періоду SPA-салони стали надавати послуги з масажу, джакузі, фітнесу та інші види релаксаційних процедур.

З появою нових технологій та інновацій у сфері SPA-послуг, виникла необхідність у підвищенні якості наданих послуг та зміни способу їх надання. Саме тому, відпочинкові центри почали розробляти нові програми та послуги, забезпечуючи якісний відпочинок своїм клієнтам.

У 1990-х роках SPA-індустрія стала більш доступною та поширеною, оскільки різноманітні SPA-центри та салони краси відкрилися в усьому світі. З того часу, розвиток SPA-індустрії постійно зростає, з'являються нові технології та підходи до надання послуг. У 1990-ті роки виникла популярність "косметичного SPA". Це включало в себе комплекс процедур, які мали на меті покращення зовнішнього вигляду, а також допомогу у боротьбі зі стресом. Компанії з виробництва косметичних засобів почали активно співпрацювати з SPA-салонами та готелями, щоб створити спеціальні програми догляду за шкірою та волоссям.

Останнім часом спостерігається тенденція до об'єднання SPA-послуг з іншими видами послуг, такими як фітнес-центри та харчування з використанням здорової їжі, що дозволяє створити комплексний підхід до збереження здоров'я та підвищення самопочуття клієнтів. Однією з останніх тенденцій є розвиток медичного SPA (MSPA), який поєднує у собі процедури SPA-послуг та медичні послуги, що можуть бути надані під наглядом лікарів.

SPA – це процедурний комплекс, спрямований на покращення здоров'я, покращення зовнішнього вигляду та відновлення душевного спокою та гармонійного світосприйняття.

SPA має три напрямки:

– медичне (відновлення здоров'я та профілактика захворювань) зустрічається у санаторно-курортних комплексах, центрах реабілітації, заміських готелях;

- класичний напрямок (водолікування та використання дарів моря) побудовано на водних процедурах та на кліматотерапії (термальні джерела, соляні печери, гірське, морське та лісове повітря, бруду, торф, водорості, сіль). Направлено на відновлення фізичного та психічного здоров'я з використанням природних лікувальних ресурсів або їх штучних аналогів [62];

- етнічний напрямок побудовано на місцевому колориті. Це тайський масаж, відновна голкорексотерапія, турецький хаммам, лазня, сауна і т.д. Наприклад, в аювердичному SPA використовуються олії, аромати, масажі, а в українській SPA – лазні, кедрові бочки, масаж віниками, полотнами, травами, обгортання з кедрових горішків, листя брусниці і т.д. У Франції наймовірно популярні винотерапевтичні догляди для корекції фігури та омолодження. У Німеччині – обгортання з пивної барди для покращення якості шкіри. Нижче наводяться деякі міжнародні SPA маршрути для повнішого представлення SPA туризму у світі.

Одним із напрямків роботи створеної в 1991 р. Міжнародної асоціації SPA (ISPA) була систематизація накопиченого в індустрії досвіду, розробка класифікації SPA -структур, а також стандартів та критеріїв організації SPA -сервісу. Незважаючи на те, що за 15 років SPA -бізнес розвивався не лише в кількісному відношенні, а й відбувалася його модифікація та модернізація, основні сім категорій SPA займають чільне місце в SPA індустрії, а будь-які спроби створити нові класифікації були невдалими [63].

Сучасний етап розвитку SPA-індустрії характеризується значними змінами в напрямках та підходах до надання послуг. Тут можна виділити такі основні особливості:

– Інтеграція з технологіями. Сучасний розвиток SPA-індустрії пов'язаний зі зростанням використання технологій у процесі надання послуг. Наприклад, застосування високотехнологічних пристроїв у косметології, діагностика стану здоров'я та аналіз тіла за допомогою сучасних пристроїв, використання віртуальної реальності для покращення ефекту релаксації та інших технологій.

– Зростання популярності wellness послуг. Сучасні спа-центри активно співпрацюють з лікарями, фітнес-тренерами та дієтологами, щоб надавати комплексні послуги з підтримки здоров'я та благополуччя. Такі послуги включають фітнес, йогу, медитацію, дієтологічне харчування та інші.

– Увага до екологічних питань. Сучасні SPA-центри звертають увагу на використання екологічно чистих матеріалів та продуктів у процесі надання послуг. Також, часто використовуються екологічні підходи до збереження енергії та водних ресурсів

– Розширення спектру послуг. SPA-центри надають не лише класичні послуги, такі як масаж, ароматерапію та гідротерапію, але також розширюють спектр послуг, що включають косметичні процедури, заняття фітнесом, йогою та інші послуги.

– Підвищення кваліфікації фахівців. Для підвищення кваліфікації фахівців в галузі SPA розвивається система навчання і сертифікації. Так, існують спеціальні курси і тренінги для масажистів, косметологів, інших спеціалістів, які працюють в SPA-центрах. Також існують різні міжнародні сертифікаційні програми, які дозволяють отримати визнання як професіонала в цій сфері. Це дозволяє не тільки підвищити якість наданих послуг, але й збільшити конкурентоспроможність готелів з SPA-центрами, залучити нових клієнтів і зберегти старих.

Можна зробити висновок, що Wellness & SPA-послуги є важливою галуззю готельної індустрії, яка знаходиться в постійному розвитку. Спочатку SPA-послуги були доступні лише окремим верствам населення, проте з часом вони стали більш доступними і широко поширеними в готельному бізнесі. Розвиток SPA-послуг відбувався в різних напрямках, починаючи з класичного лікувального SPA до сучасних wellness-центрів, які пропонують різноманітні послуги для збереження і покращення здоров'я, краси і психічного стану клієнтів. Особливості сучасного етапу розвитку SPA & Wellness-послуг включають поширення нових технологій та інновацій, підвищення якості послуг, створення ексклюзивних та індивідуальних програм, а також зосередження уваги на екологічності та сталому розвитку.

### **Висновки до першого розділу**

1. Поняття SPA & Wellness послуг розуміється як комплексні процедури та послуги, спрямовані на поліпшення фізичного та психічного стану людини. Ці послуги можуть бути надані як окремими процедурами в спа-центрі, так і як складова частина готельних послуг. Зараз в сучасному світі SPA & Wellness послуги набувають все більшої популярності, оскільки люди все більше звертають увагу на своє здоров'я та добробут. Wellness-послуга – це організована взаємодія гостя та персоналу готелю, спрямована на підтримку фізичного та ментального здоров'я та безперервно надає позитивний вплив на гостя протягом усієї тривалості його перебування в готелі. SPA & Wellness є важливою галуззю готельної індустрії, яка знаходиться в постійному розвитку.

2. З огляду на еволюцію та особливості сучасного етапу розвитку SPA & Wellness, можна зробити висновок, що ці послуги мають значний потенціал для подальшого розвитку. Сьогодні SPA & Wellness є не просто розкішшю, але й необхідністю для збереження та поліпшення здоров'я. Тому, у майбутньому, можна очікувати подальшого зростання популярності SPA &

Wellness послуг та зростання кількості готелів, що надають такі послуги. Важливо, щоб при цьому зберігалися якість та професіоналізм надання таких послуг, та не забувалися етичні та екологічні аспекти.

## РОЗДІЛ 2. РОЛЬ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ У СТАЛОМУ РОЗВИТКУ КРАЇН СВІТУ, НА ПРИКЛАДІ НІМЕЧЧИНИ

### 2.1. Стан та динаміка розвитку готельної індустрії в Німеччині

Готельне господарство є важливою складовою багатьох національних економік, виступаючи ключовим фактором розвитку міст і територій. У випадку Німеччини готельна індустрія має особливе значення як для національного, так і для регіонального (місцевого) зростання. Слід зазначити, що Німеччина посідає четверте місце серед усіх європейських країн за кількістю іноземних відвідувачів, поступаючись лише Франції, Іспанії та Італії, і сьоме у світі [8].

У Німеччині широкого розвитку набула сфера колективного проживання. Національна рада готельної індустрії повідомляє, що станом на 2021 рік у країні було 52 473 варіанти розміщення, як показано в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

#### Структура готелів Німеччині, 2021 р

Тип готелю	Кількість	Відсоток готелів даного типу від загального числа
Готелі	13308	25,4
Готелі за системою «ліжко/сніданок»	7582	14,3
Готельні комплекси	7865	15,0
Гостьові будинки	5251	10,2
Будинки відпочинку	10068	19,3
Інші засоби колективного розміщення	8402	16,0
Загальна кількість	52473	100

Таблиця складена автором за матеріалами: [55]

У Німеччині є безліч унікальних природно-рекреаційних ресурсів, а також об'єктів національної та світової культурно-історичної спадщини. На території країни розташовані вражаючі 6500 музеїв, 390 приватних і державних театрів, понад 55 000 пам'яток історії та культури. Крім того, існує близько 40 національних парків і заповідників, розкиданих по 16 федеральних землях Німеччини. Серед цих визначних пам'яток 32 об'єкти внесені до списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Німеччина також відома проведенням всесвітньо відомих заходів, таких як щорічний пивний фестиваль Октоберфест і різдвяні ярмарки. Ми віримо, що всі ці фактори сприяють перетворенню готельного господарства в ефективну галузь німецької економіки.

Протягом 2021 року Німеччина зазнала загального потоку 160,7 млн туристів. Ця тенденція вказує на збільшення кількості внутрішніх та іноземних відвідувачів країни з року в рік. У таблиці 2.2 подано вичерпний звіт про загальну кількість туристів, які відвідали Німеччину з 2012 по 2021 рік. Варто зазначити, що в цей період кількість туристів, які відвідували країну, постійно зростала.

Таблиця 2.2

## Динаміка туристів у Німеччину, млн. чол.

Рік	Прибуття			Ночівля		
	Всього	Резиденти	Іноземці	Всього	Резиденти	Іноземці
2012	120,5	99,1	21,5	343,9	295,7	48,2
2013	125,2	101,7	23,5	351,2	298,2	52,9
2014	129,8	105,4	24,4	361,8	307,1	54,8
2015	132,9	108,1	24,8	369,5	313,0	56,5
2016	132,8	108,6	24,2	368,7	313,8	54,8
2017	139,9	113,1	26,8	380,3	319,9	60,3
2018	147,1	118,7	28,4	393,2	329,5	63,7
2019	152,7	122,3	30,4	407,2	338,3	68,8
2020	155,2	123,6	31,5	411,9	339,9	71,9
2021	160,7	127,8	32,9	424,1	348,5	75,6

Таблиця складена автором за матеріалами: [59]

Виходячи з наявних даних, видно, що за останні десять років кількість прибулих до країни зросла в 1,4 рази. За цей же період кількість іноземних туристів, які прибувають до країни, зросла в 1,7 рази, що чітко свідчить про те, що Німеччина набуває все більшої популярності на світовому ринку. Стабільність ринку готельної індустрії додатково демонструється прогресією доходів, як показано на рисунку 2.1.

Стійке конкурентоспроможне становище Німеччини видно з показників, особливо в процвітаючому бізнес-готельному бізнесі, що швидко розвивається (як показано на рис. 2.2).

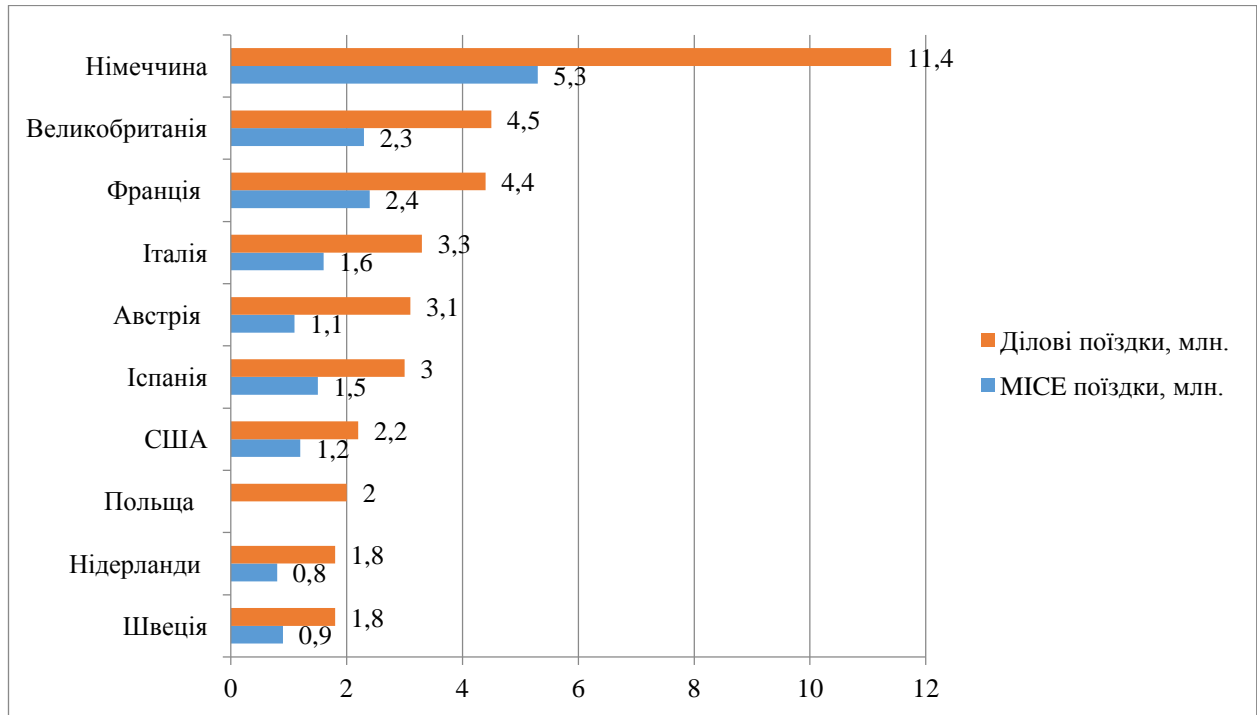


Рис. 2.2. Напрямки туристичних потоків в Європі у 2020 році (млн. поїздок) [59]

Інформація, представлена на рисунку 2.2, чітко демонструє домінування Німеччини на європейському ринку щодо ділових заходів. Про це свідчить найбільша кількість проведених ділових заходів, найбільший вплив іноземних бізнес-туристів, що прибувають, та найзначніша участь німців у закордонних бізнес-поїздках. Німецькі ділові туристи складають третину

всіх відвідувачів Західної Європи, а їхні витрати складають приблизно 20% загальних витрат на ділові поїздки в регіоні.

Індустрія бізнес-готелів у Німеччині поділяється на два основні сегменти, а саме індивідуальні поїздки (64%) та відвідування виставок і ярмарків (19%). На ці два сегменти припадає 83% усіх ділових поїздок, як показано на рисунку 2.3.

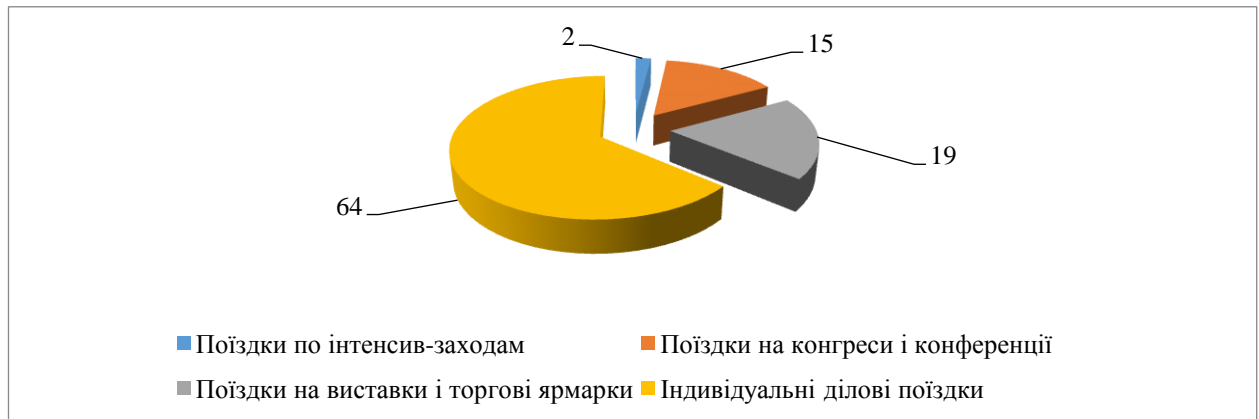


Рис. 2.3. Структура ділових поїздок німців та іноземних туристів в Німеччині [59]

Готельна індустрія Німеччини виділяється своєю надзвичайною ефективністю, частково завдяки значній частині споживчих витрат, які вона приваблює. Ці видатки не тільки стимулюють економічну діяльність країни чи регіону, а й збільшують доходи інших суміжних галузей, таких як громадське харчування, транспорт, заклади культури та спортивні споруди. Як наслідок, спостерігається позитивний вплив на розвиток підприємств побутового обслуговування, зв'язку, автосервісу. Станом на 2021 рік споживчі витрати іноземних туристів склали приголомшливі 36,6 мільярда євро, як показано в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Структура споживчих витрат, 2021 р.

з/п	Найменування	Витрати, млрд. євро	
		Приватні поїздки	Ділові поїздки
	Поїздка з ночівлею	20,6	13,5

	Добові витрати	1,3	1,2
	Всього витрат	21,9	14,7

Таблиця складена автором за матеріалами: [59].

Загальні витрати споживачів становлять 36,6 млрд євро. Варто зазначити, що це становить 13% від загального споживання готельної індустрії Німеччини, що становить 287,4 млрд євро [59]. Причиною значного рівня витрат споживачів на туристичному ринку Німеччини є широкий спектр доступних для них варіантів. Крім того, виробничий процес туристичного сектору країни передбачає участь майже всіх секторів економіки, що призводить до помітного синергічного ефекту, який підвищує конкурентоспроможність галузі. У готельній індустрії загальна валова додана вартість склала 214,1 мільярда євро, причому бізнес-готельна індустрія внесла 47,5 мільярда євро, що дорівнює 2,1% і 9,7% відповідно, від загальної валової доданої вартості економіки Німеччини (як показано в Таблиця 2.4).

Таблиця 2.4

Структура валової доданої вартості в туристському секторі Німеччини,  
2020 р.

Найменування	Валова додана вартість, млрд. євро		У % від загальної валової доданої вартості	
	Весь готельна індустрія	Діловий готельна індустрія	Весь готельна індустрія	Діловий готельна індустрія
Прямий ефект	97,0	20,0	4,4%	0,9%
Непрямий ефект	59,5	14,7	2,7%	0,7%
Індукований ефект	57,5	12,8	2,6%	0,6%
Всього	214,1	47,5	9,7%	2,1%

Таблиця складена автором за матеріалами: [53].

Рисунок 2.4 ілюструє розбивку компонентів, які сприяють привабливості Німеччини як туристичного місця як для внутрішніх, так і для іноземних відвідувачів. Для тих, хто подорожує з-за кордону, репутація міста чи регіону та різноманітність доступних туристичних заходів є

важливими факторами, які впливають на вибір Німеччини місцем відпустки. І навпаки, для внутрішніх мандрівників основні міркування, як правило, пов'язані з відпочинком, наприклад, природна краса ландшафту, сприятливий клімат і чистота місцевості, а також наявність можливостей для відпочинку та омолодження.



Рис. 2.4. Фактори туристичної привабливості Німеччини [50]

Дослідження тривалості відпочинку підтверджує поширену у всьому світі тенденцію коротших періодів відпочинку (4-7 ночей). Цей нахил спостерігається як у сфері іноземних, так і в вітчизняних готельних секторах, з 43% і 42% відповідно (як показано на малюнку 2.5).

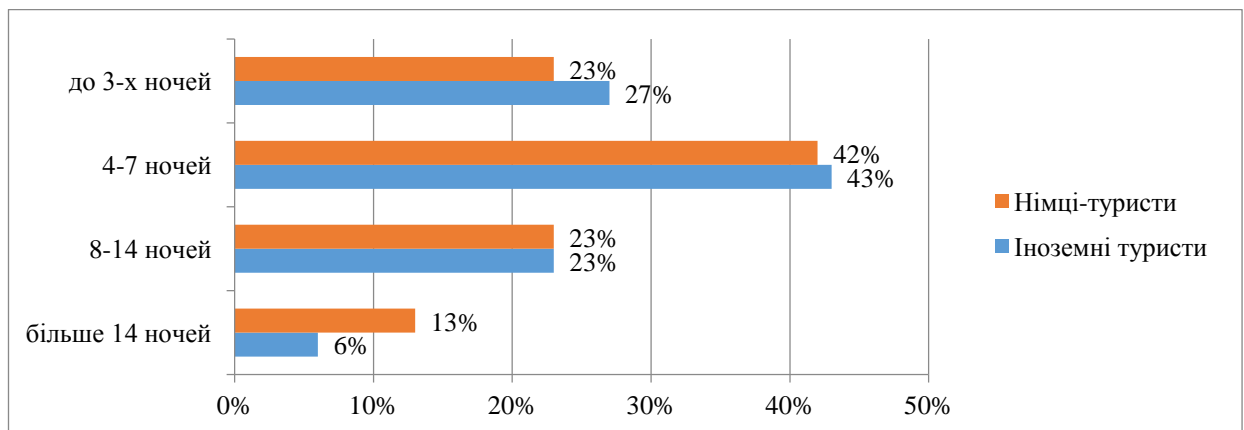


Рис. 2.5. Структура середнього часу перебування іноземних і внутрішніх туристів Німеччини, 2017 р. [59]

Важливою тенденцією в іноземній готельній індустрії є зменшення середньої тривалості перебування, особливо для перебування тривалістю до трьох ночей, на яку припадає 27% відвідувань. Навпаки, серед внутрішніх туристів збільшилася тривалість перебування понад два тижні. Ця тенденція тісно пов'язана із згаданою раніше невідповідністю причин подорожей.

Зростання готельної індустрії Німеччини є відображенням успішної державної політики країни в цьому секторі, яка є основною частиною економічної політики Європейського Союзу. Федеральний уряд Німеччини визнає важливість індустрії гостинності як одного з ключових вкладників у національну економіку, що створює можливості для працевлаштування та отримання прибутку. У результаті Німеччина активно створює сприятливе середовище для розвитку готельної індустрії, а Федеральне міністерство економіки та технологій очолює програми стимулювання галузі.

## **2.2. Оцінка впливу готельної індустрії на сталий розвиток Німеччини**

У наш час світова готельна індустрія переживає динамічне зростання та появу нових галузей. Поряд з традиційними формами готелів все більшого поширення набувають альтернативні види відпочинку та подорожей. Пропаганда екологічно чистого способу життя все більше впливає на готельну індустрію. У різних європейських країнах уряд заохочує розвиток сільських готелів. Ці готелі виявилися цінним ресурсом для вирішення соціальних та економічних проблем у сільській місцевості, зокрема, пропонуючи можливості працевлаштування, покращуючи інфраструктуру,

забезпечуючи стабільні доходи для громади та зміцнюючи бюджет сільських поселень.

У 21 столітті готельна індустрія стала соціальною та політичною силою, яка має значний вплив на глобальну систему та економіку різних країн та регіонів. За останні 30 років глобальна готельна індустрія пережила значне зростання: міжнародний туризм зріс у 3,8 рази, а надходження в іноземній валюті стрімко зросли у 25 разів [20, с. 30]. Оскільки такі популярні форми готелів, як екстремальні готелі та готелі в печерах, продовжують розширюватися, з'явилася нова альтернатива у вигляді індустрії зелених або еко-готелів.

У Західній та Центральній Європі сільське середовище є значним фактором як у сфері дозвілля, так і в секторі гостинності, як показано на рисунку 2.6.

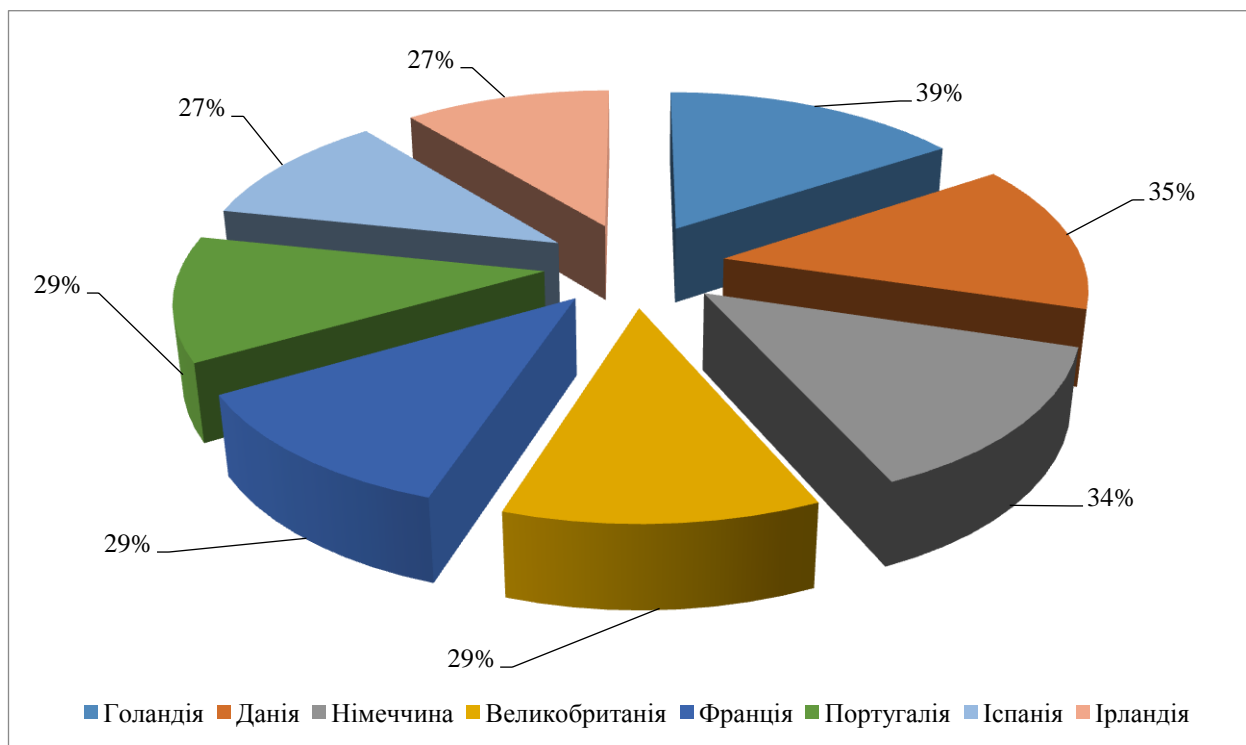


Рис. 2.6. Показники попиту на зелений готельна індустрія у країнах ЄС [51]

Аналізуючи дані, представлені на рисунку 2.6, стає очевидним, що на сільські регіони припадає приблизно п'ята частина всіх туристичних поїздок

до Європейського Союзу. Зокрема, в таких країнах як Голландія, Данія та Німеччина цей відсоток сягає 39%, 35% та 34% відповідно. Тим часом у Великій Британії та Франції цифра також значна.

Минулого року промисловість зелених готелів стала свідком значного зростання прибутку в трьох європейських країнах – Франції, Данії та Німеччині. Зокрема, Франція зафіксувала прибуток у 70,5 млрд євро, Данія – 68,4 млрд євро, Німеччина – 66,1 млрд євро.

Індустрія зелених готелів має унікальну історію походження в Німеччині. На початку 1980-х років виникла ідея розширення готельного господарства на периферійні регіони країни. Мета полягала в тому, щоб запропонувати туристичному ринку доступні можливості відпочинку на природі, зводячи до мінімуму використання дорогої інфраструктури та забезпечуючи комфортне розміщення [32].

Сьогодні індустрія еко-готелів набирає обертів серед туристів у Німеччині. «М'яка готельна індустрія», біоготелі та відпочинок без автомобіля все частіше стають кращим вибором німців. Оскільки люди починають усвідомлювати важливість захисту навколишнього середовища, очікується, що ця тенденція продовжиться.

Індустрія еко-готелів у Німеччині розглядається як аспект сталого розвитку в сільській місцевості та підпадає під юрисдикцію департаменту економіки та культури управління сталого розвитку Landkreis Rügen. Використання систем екологічної сертифікації та ініціатив у туристичному секторі в Німеччині є прогресивним підходом до розвитку готельної індустрії в різних регіонах, заохочуючи створення інноваційних та екологічно свідомих видів дозвілля. Крім того, впровадження програм екологічної сертифікації сприятливо впливає на сприйняття туристичних регіонів, підвищуючи їхню репутацію на світовому ринку.

Ідея «сталого розвитку» має значну соціально-культурну вагу, охоплюючи збереження та просування автентичної сільської естетики, «сільської філософії», традиційних ремесел та навичок.

Сто років тому індустрія еко-готелів у Німеччині вперше була заснована в альпійському масиві Берхтесгаден. Навіть сьогодні ця територія є популярним місцем для туристів, зокрема Королівське озеро (Кенігзее). Відвідувачі можуть відпочити в національному парку, який оточує величне гірське озеро. Туристи також можуть покататися на невеликих човнах з електромоторами по смарагдовим водам Кенігзее, милуючись при цьому навколишніми лісами і залишилися гірськими вершинами. Ці човни сконструйовані таким чином, щоб вони були тихими, щоб не заважати спокійній обстановці. Щороку до півмільйона людей приїжджає в Берхтесгаденські Альпи, щоб відпочити та насолодитися визначними пам'ятками [52].

У Німеччині індустрія еко-готелів набула значного поширення, і багато готелів і туристичних агентств перейняли цю концепцію. Feldberger Hof, розташований у Шварцвальді, був піонером у впровадженні енергозберігаючих заходів, таких як встановлення пристроїв для збереження води та енергії. Стару систему опалення на мазуті було замінено на більш економічну блочну систему опалення, що призвело до скорочення викидів CO<sub>2</sub> на 600-700 тонн на рік та економії 300 тис. літрів мазуту [54].

Туристи, які хочуть компенсувати свій вуглецевий слід, викликаний авіаперельотами, можуть звернутися до берлінської компанії atmosfair за компенсацією. Їх сертифікат «atmosfair» надає цю послугу, і він підтримує 14 окремих проєктів, які присвячені захисту навколишнього середовища та клімату в популярних туристичних напрямках по всьому світу [52]. Крім того, туристичний бренд «Viabono» є ще однією ініціативою в секторі «індустрії м'яких готелів» [49].

У 2001 році Федеральне міністерство та Федеральне агентство з навколишнього середовища співпрацювали, щоб створити факультативний альянс, що складається з готелів, апартаментів, кемпінгів, туристичних комун і ресторанів у Німеччині. Цю ініціативу підтримали 350 закладів. Метою цього альянсу було сприяти розвитку сталої готельної індустрії, водночас

охороняючи природу. Асоціація «Форум альтернативних подорожей» прийняла 140 організацій з Німеччини та з-за кордону, в тому числі туроператорів. Їхньою метою було сприяти розвитку екологічно чистої готельної індустрії.

У Німеччині готельна індустрія значно розвинулася з часом, пропонуючи мандрівникам кілька варіантів. Однак є шанс розширити цю галузь у сільській місцевості, яка набирає популярності серед туристів. Необхідно якнайшвидше створити присутність у цьому новому сегменті ринку. У 2021 році 2,6 мільйона європейців відвідали Німеччину, головною метою яких був відпочинок на природі. [52]

Можна зробити висновок, що Німеччина входить до трійки лідерів у сегменті «індустрії еко-готелів» за рейтингом популярності серед європейських споживачів разом із Францією та Австрією. Більше однієї третини території країни займають заповідні зони, що знаходяться під юрисдикцією держави, що, безсумнівно, сприяє позиції Німеччини як сталого туристичного напрямку. Це, у свою чергу, сприяє подальшому розвитку інфраструктури туристичної галузі в німецьких регіонах.

ЄС і Німеччина пропонують державні програми підтримки розвитку сільських територій, у тому числі індустрії екоготелів.

Нижче наведено ті, які мають найбільше значення:

1. Федерація та її суб'єкти пропонують допомогу аграрному бізнесу через програму «Поліпшення структури сільського господарства та захист прибережних зон» (ГАК) [47]. Ця програма спрямована на диверсифікацію джерел доходу в сферах аграрного гостинності та відпочинку на фермі. Зокрема, субсидії надаються на такі види діяльності, як будівництво, придбання та модернізація кімнат, квартир чи будинків, які можуть вмістити до 25 осіб. Крім того, субсидуються інвестиції в соціальні та комунальні послуги.

2. Головною метою регіональної політики Німеччини є надання можливості регіонам із слаборозвиненою структурою досягти загального

рівня економічного розвитку шляхом усунення не вигідного розташування. Ця політика має на меті зменшити диспропорції в рівнях розвитку між окремими регіонами шляхом сприяння змінам у структурі підприємств, які необхідні для економічного зростання. Створення довгострокових конкурентоспроможних робочих місць і вдосконалення регіональних ринків праці є одними з найбільш значущих вкладів регіональної політики. Це критично важливо для розвитку готельного господарства.

3. Спільна програма Федерації та предметів «Поліпшення регіональної економічної структури» (GRW-Gesetz) є центральним інструментом регіональної політики. Ця програма передбачає фінансування розвитку готельного господарства в сільській місцевості шляхом субсидування інвестицій комерційних підприємств.

4. Готельна галузь отримує конкретну допомогу у вигляді зниження ПДВ з 19% до 7% як на проживання в готелях, так і на оренду кемпінгів. Ця цільова підтримка призводить до щорічного фінансового полегшення для туристичного сектору, що оцінюється приблизно в 1 мільярд євро, як зазначено джерелом [53].

5. Федеральне міністерство освіти та досліджень (BMBWF) надає підтримку для навчання молодих спеціалістів у різних галузях промисловості, включаючи туристичний сектор, у рамках своєї програми розвитку «JOBSTARTER». [44]

6. Оскільки відбуваються демографічні зміни, пенсіонери стають більш значущою демографічною групою для сільських готелів. Щоб впоратися з цією тенденцією, Федеральне міністерство освіти та досліджень працює над концепцією готельної індустрії, доступною як для пенсіонерів, так і для людей з обмеженими можливостями. Ця концепція є частиною спільної ініціативи під назвою «Доступна готельна індустрія – ДОСТУП» [39], яка включає створення безперешкодних шляхів та інших функцій доступності.

Вплив готельної індустрії на економіку Німеччини незаперечний. Це сильно впливає на ключові галузі, такі як транспорт, зв'язок, будівництво,

сільське господарство, торгівля, виробництво споживчих товарів. Обсяг послуг, що надаються в готельній індустрії, постійно розширюється, що призводить до швидкого збільшення можливостей працевлаштування порівняно з іншими галузями. Крім того, внесок готельної індустрії у надходження іноземної валюти та розширення міжнародних відносин стає дедалі значущим. Можна зробити висновок, що готельне господарство виступає каталізатором соціально-економічного розвитку.

### **2.3. Перспективи удосконалення готельної індустрії у Німеччині**

Як було показано вище, уряд Німеччини стикається з величезною проблемою щодо сталого розвитку готельної індустрії: заохочення збільшення кількості екологічно налаштованих туристів. З цією метою уряд регулярно фінансує різні ініціативи, такі як будівництво екологічних доріжок і зелених насаджень у містах і популярних туристичних напрямках, омолодження історичних споруд і розширення інфраструктури в сільській місцевості. Крім того, значні ресурси спрямовуються на популяризацію відповідального дозвілля серед населення. У результаті уряд очікує не лише екологічних і культурних вигод, а й економічної віддачі від цих інвестицій.

Щоб ефективно спостерігати за різними складовими явища готельної індустрії та визначати туристичну політику для різних територій, необхідно розробити та впровадити комплексну систему.

- Вплив транспорту;
- Як добробут місцевої громади, так і якість життя туристів є життєво важливими факторами, які слід враховувати.
- Стандарт виробленої роботи.
- Координація між попитом і пропозицією туристичної діяльності базується на географічній і сезонній концентрації.
- Активізується процес збереження культурної спадщини, природного середовища та унікальної ідентичності напрямків.

- Основна увага приділяється мінімізації та максимальному використанню природних ресурсів, зокрема води та енергії.

- Зусилля щодо зменшення кількості відходів і сприяння відповідальному поводженню з відходами були запроваджені, як зазначено в посиланні [46].

Одним із найважливіших аспектів, який слід враховувати, є оцінка природного середовища та здійснення заходів щодо його охорони. Це включає різні дії, такі як обмеження кількості туристів, зменшення навантаження на туристичні об'єкти, схвалення екологічного маркування та сертифікації, пристосування до потенційних кліматичних коливань, розширення природоохоронних територій з одночасним обмеженням ділової діяльності в них, а також постійний моніторинг біорізноманіття. Є також кілька показників збереження культурної спадщини, які заслуговують на увагу, наприклад, «поріг толерантності», який визначає максимальну кількість туристів, які можуть відвідати без негативного впливу на якість об'єктів культурної спадщини чи ставлення місцевого населення до туристів. Крім того, регіон активно працює над скороченням споживання енергії, збереженням водних ресурсів та відповідальним поводженням з побутовими відходами.

Основною метою є досягнення значного зростання як внутрішніх, так і міжнародних туристів у місцевих туристичних системах регіону. Ці завдання включають:

- Реалізуються заходи, спрямовані на підвищення привабливості напрямків.

- Реформування господарської діяльності спрямоване на охорону навколишнього середовища, збереження біорізноманіття ландшафту та розширення місцевої екологічної мережі.

- Культурна самобутність регіону зберігається та пропагується через збереження різноманітних культурних елементів.

– Вжиття заходів для підвищення екологічної стійкості туристичних напрямків;

– Підтримка підприємств індустрії гостинності є обов'язковою.

Вивчення успішних підходів, реалізованих іншими країнами, має важливі наслідки для Німеччини та перспективні можливості для майбутніх досліджень і застосування в прагненні до сталого розвитку в глобальному секторі гостинності.

### **Висновки до другого розділу**

1. Готельна індустрія Німеччини точно слідує основним моделям розвитку світової та європейської готельної індустрії. Однією з найважливіших причин, чому туристів приваблює Німеччина, є велика кількість культурних та історичних пам'яток, а також наявність різноманітних комплексних турів. Крім того, якість основних і допоміжних послуг, що пропонуються відвідувачам, відіграє вирішальну роль у залученні їх до країни.

2. Існують різні сфери готельної індустрії, які демонструють великий потенціал, наприклад культурний готельний сектор, агроготельна індустрія, готельна індустрія для подій, а також ті, які пов'язані з Інтернет-технологіями. В організаційному аспекті прогресу варто відзначити значне зростання вітчизняного готельного господарства, розміщення індустрії туризму як всеосяжної і фундаментальної складової економіки, підпорядкування її федеральному та регіональному регулюванню, що пропонує безліч переваг для малих та середнього бізнесу, а також участь держави в просуванні національного туристичного продукту.

3. Спираючись на досвід Німеччини в індустрії гостинності, ми можемо надати кілька корисних пропозицій для підприємств, які займаються туризмом. Ці рекомендації:

– Інтеграція відповідного пункту в плани економічного розвитку відповідних регіонів є надзвичайно важливою. Розвиток готельної індустрії має починатися із залучення самих підприємців, тим самим створюючи особливий інтерес до галузі. Для цього має бути законодавчо закріплена державна підтримка у формі заохочення, часткової фінансової допомоги та впорядкування землекористування.

– Відомчі організації, відповідальні за розвиток готельної індустрії та підприємництва, разом із регіональними та федеральними ЗМІ використовують в першу чергу онлайн-платформи для надання інформації про потенціал регіонального готельного господарства.

– Зосередження готельної індустрії на внутрішньому розвитку призвело до створення сталих туристичних переваг серед відвідувачів щодо вітчизняних курортів та пам'яток.

– Розвиток готельної та соціальної інженерної інфраструктури вимагає системного підходу.

– Пропонується створення єдиного національного туристичного бренду, який цілісно інтегрує всі регіональні суббренди.

## РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ РОЛІ SPA & WELLNESS ПОСЛУГ У РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

### 3.1. Загальна характеристика сучасних SPA & Wellness послуг

Однією з сфер, що найбільш швидко розвиваються в економіці, яка володіє потенціалом сталого зростання, є велнес-індустрія [26]. Тема здорового способу життя, догляду за собою та підтримки психічного здоров'я продовжує набирати популярності у світі [11].

Результати досліджень «Global Wellness Institute» показують, що найбільш розвиненими сегментами велнес-індустрії на даний момент є:

- SPA -ідустрія;
- велнес-туризм;
- здорове харчування;
- фітнес;
- краса та уповільнення процесів старіння;
- альтернативна медицина;
- превентивна медицина [15].

У дослідженні Global Wellness Institute (GWI, 2018) Європа є провідним оздоровчим напрямком у світі. У таблиці 3.1 наведено картину оздоровчої та санаторно-курортної економіки за період 2015-2017 рр. Згідно з даними в таблиці 3.1, економіка спа-центрів у 2015 році становила близько 99 мільярдів доларів США, з 2,65% світової частки оздоровлення, з оцінкою вартості понад 3 мільярди доларів США. Крім того, у 2017 році вартість спа-центру оцінювалася приблизно в 4220,2 мільярда доларів США з 2,82% глобальної частки оздоровлення. Порівнюючи наведені раніше дані, ми бачимо скромні темпи зростання. Подальше порівняння даних показує дещо вищий показник 9,8% світової спа-економіки та 6,4% глобального темпу зростання оздоровлення.

Таблиця 3.1

## Масштаби світового ринку велнес-індустрії

Туристична складова	Розмір ринку (мільярди доларів США)	Середньорічні темпи зростання			
		рік	2015 рік	2017 рік	2015-2017 роки
Глобальний ринок СПА	98,6		118.8		9,8%
Глобальний оздоровчий ринок	3724,4		4220,2		6,4%

Джерело: складено автором за матеріалами [15]

У таблиці 3.2 наведено дані про спа та велнес-економіку в Європі та решті світу. Як і в попередній таблиці, порівняльний період – 2015-2017 роки. Представлені дані показують зростання та попит на курортну індустрію в Європі порівняно з іншими неєвропейськими країнами.

Таблиця 3.2

Туристична складова	Розмір ринку (мільярди доларів США)	Середньорічні темпи зростання			
		рік	2015 рік	2017 рік	2015-2017 роки
Spa-wellness ринок Європи	30.25		33.3		10,1%
Глобальний ринок Spa-Wellness	98,6		118.8		9,8%

Джерело: складено автором за матеріалами [15]

Аналізуючи дані, представлені в 2015 році, ми бачимо, що курортний туризм в Європі коштує приблизно 30 мільярдів доларів США, а оціночна вартість – 98,6 мільярда доларів. Крім того, у 2017 році деталі дещо кращі: 33,3 мільярда / 28,03% частки світової курортної економіки / 118,8 мільярда оціночної ринкової вартості. Ці результати показують, що економіка оздоровчих та оздоровчих спа-центрів у Європі досягла 10,1% у порівнянні з 9,8% світової економіки оздоровчих спа-процедур.

За даними Mainil et al. (2017), частка ринку оздоровчого туризму в країнах ЄС становить 4,3%. Також основними лідерами ЄС з оздоровчого туризму є Німеччина, Франція та Швеція (56% усіх прибуттів, 58% усіх виїздів). Оскільки оздоровчий туризм є поєднанням медичного, курортного та оздоровчого туризму, цікавим фактом є те, що з 2/3 до 3/4 загального ринку оздоровчий туризм явно лідирує серед країн ЄС з оздоровчого туризму (Mainil et al. 2017). Крім того, загальний дохід від оздоровчого туризму в ЄС становить 46,9 мільярда доларів США, і понад три чверті з них генеруються п'ятьма країнами: Швецією, Німеччиною, Італією, Польщею та Францією (Mainil et al. 2017).

Ці висновки не є несподіваними, враховуючи той факт, що розвиток оздоровчого туризму значною мірою визначається культурно та географічно, а згадані вище країни в цьому сенсі дуже специфічні. За словами Сміта та Пучка (2014), оздоровлення на півдні Європи тісно пов'язане з морем, поміркованим життям і яскравою середземноморською їжею, тоді як оздоровлення в Скандинавії базується на активностях на свіжому повітрі, таких рухах, як повільна ходьба та відпочинок у басейні, тощо. Все це робить Італію ідеальним місцем для любителів моря та оздоровлення, а Швецію – хорошим вибором для альпіністів, любителів спорту та оздоровлення. Smith and Puczko (2014) також стверджують, що Німеччина, Австрія та Швейцарія, розташовані між Середземномор'ям і Скандинавією, практично поєднують елементи, характерні для Північної Європи, такі як фізичне здоров'я з уповільненим темпом, характерним для півдня Європи, створюючи в таким чином унікальний оздоровчий туризм. Що стосується країн Центральної та Східної Європи та Балтії, то вони більше орієнтовані на лікувальні джерела та воду, що приваблює особливу групу ентузіастів оздоровлення.

За даними Costa et al. (2015), кілька напрямків у Європі є лідерами на ринку термалізму (термального оздоровлення), тоді як Araujo et al. (2015), стверджують, що супутні галузі, такі як салони краси, також є домінуючими

в європейських країнах. У дослідженні, проведеному Yeung & Johnston (2017), ряд країн ЄС, включаючи Німеччину, Словенію, Австрію, Іспанію, Італію, Угорщину та Польщу, входять до десятки лідерів на ринку термальних джерел, що не дивно, враховуючи давня європейська традиція оздоровчого та курортного туризму. Щодо цього, численні класичні оздоровчі/спа-курорти, такі як Балкани, мають дуже великі традиції у лікуванні травами/рослинами, прекрасне природне середовище та сприятливий клімат (Kiss, 2015). Балкани багаті на природні ресурси (морське узбережжя, гори, термальна вода, ліси), але через низький бюджет у регіоні нові розробки, такі як оздоровчі готелі та спа-центри для відпочинку, ймовірно, будуть зосереджені на іноземцях, які відвідують туристів, які вважають послуги дешевими та екзотичні (Kiss, 2015).

Стосовно природних красот і ресурсів Perić et al. (2017) такої ж думки щодо Сербії, заявивши, що вона має величезний потенціал у курортному туризмі, включаючи понад 50 курортів і 500 термальних джерел, не кажучи вже про ресурси природного газу та мінеральні грязі. За даними Mainil et al. (2017), у Хорватії, державі-члені ЄС, зосередиться на встановленні мінімальних стандартів для центрів оздоровчого та оздоровчого туризму, водночас стратегічно співпрацюючи з міжнародно визнаними постачальниками послуг у секторі оздоровчого туризму.

Як зазначили Yeung & Johnston (2020) у своєму дослідженні, стрімке зростання оздоровчого туризму останнім часом є доказом зростання попиту та прибутковості більш здорових подорожей. Незважаючи на те, що пандемія Covid-19 сильно вплинула на багато галузей, зокрема на туризм, дослідження стверджує, що в найближчі роки людське бажання подорожувати залишатиметься сильним, навіть посилюватиметься, особливо бажання подорожей, які покращують самопочуття, які викликають благоговіння, дивування та спілкування. Вказується, що у оздоровчого туризму в постковідну епоху попереду світле майбутнє.

Серед усіх ринків, пов'язаних з велнес сегментом туриндустрії, особливо виділяються США та країни Європи. У той же час найбільш зростаючим у цьому напрямку є Азіатсько-Тихоокеанський регіон (АТР), де відбувається до 200 мільйонів поїздок, а загальна кількість витрачених велнес-туристами коштів становить понад 110 мільярдів доларів США, за середньорічного приросту близько 28% і 32% відповідно [38].

У Таблиці 3.4 наведено 20 світових ринків велнес-туризму у 2021 році.

Таблиця 3.4

## Світові ринки велнес-туризму у 2021 році

Місце	Країна	Число поїздок, млн	Число зайнятих у галузі працівників, млн осіб	Витрати туристів, млн дол.
1	США	161,2	1,87	20220
2	Німеччина	58,5	1,11	6020
3	Франція	30,6	0,32	3020
4	Китай	48,2	2,37	2950
5	Японія	37,8	0,18	1980
6	Австрія	14,6	0,16	1540
7	Канада	25,3	0,25	1350
8	Великобританія	20,6	0,18	1300
9	Італія	6,6	0,15	1270
10	Мексика	15,3	0,48	1260
11	Швейцарія	9,2	0,1	1220
12	Індія	38,6	5,32	1180
13	Таїланд	9,7	0,5	940
14	Австралія	8,5	0,1	820
15	Іспанія	13,6	0,08	770
16	Південна Корея	18,0	0,13	680
17	Індонезія	5,6	0,52	530
18	Туреччина	9,3	0,06	480
19	рф	13,5	0,15	350
20	Бразилія	8,6	0,12	330

Джерело: 47

У той же час, за даними дослідження «Global Wellness Institute», лише 7% (691 мільйон) від загальносвітової кількості поїздок пов'язані з оздоровленням. При цьому лише в 11% з них оздоровлення стає власне основною метою подорожі, а в інших випадках велнес – це своєрідне доповнення до основного відпочинку. Більшість таких поїздок зазвичай

включає відвідування SPA , цілющих джерел або класів йоги, що дуже сильно відрізняється від подорожей виключно заради відновлення фізичного або ментального здоров'я – коли людина залишається на деякий час у санаторії або ашрамі. На подібні поїздки з «додатковим велнесом», за даними дослідження, витрачається близько 500 мільярдів доларів на рік, що більш ніж у 5 разів більше від витрат на відпочинок, пов'язаний лише з оздоровленням (81 мільярд доларів). У дослідженні також зазначається, що у 2014-2017 роках. глобальний велнес-туризм показав зростання на 20% у поїздках і зростання на 16% у витратах мандрівників, при цьому прямий лікувальний та оздоровчий туризм зріс за такий самий термін лише на 2% та 5% відповідно. Проведений у рамках дослідження фінансово-економічний аналіз показує, що основна частина велнес-туризму (67%) посідає поїздки в межах країни проживання мандрівників. Йдеться, головним чином, про маршрути малої протяжності або про туризм вихідного дня [38].

Тому для українських готелів впровадження додаткових велнес-послуг у перелік пропозицій може залучити як вітчизняних туристів із домашніх регіонів, тривалість перебування яких буде обмежена кількома днями, так і зарубіжних туристів, більш обізнаних у питаннях велнесу та більш зацікавлених у цьому напрямі [1].

Серед усіх велнес-послуг, які можуть бути запропоновані готелем, прес-секретар американського курортного готелю Carillon Miami Wellness Resort Тейлор Чиналлі, також виділяє SPA -послуги. «Список послуг, які пропонуються клієнтам, включає найрізноманітніші заняття з фітнесу, оздоровчі програми та б'юті-сервіс. Однак найпопулярнішим і найпопулярнішим серед гостей курорту залишається SPA -комплекс», – стверджує Чиналлі.

Сьогодні мандрівники витрачають на SPA -процедури в готелях, де подібні послуги не є бізнес-утворюючими, понад 25,6 мільярда доларів на рік. При цьому на частку спеціалізованих SPA -курортів припадає лише 7,7 мільярда доларів. Крім того, саме готельні комплекси і центри стають зараз

категорією SPA , що найбільш швидко зростає, – на даний момент їх кількість перевищує 30 000 об'єктів по всьому світу (приріст за останні три роки – 36,7%).

[38].

Ще один плюс для готелю, що дотримується велнесу напрямку, це його позиціонування, як «здоровий готель». Для сучасних мандрівників така репутація готелю має значення при виборі засобу розміщення. Про це свідчать численні опитування споживачів готельних послуг. 87% респондентів хочуть отримувати здоровіше харчування, 82% – SPA - послуги чи масаж, 82% – бажають можливості спілкування з природою, 73% – відвідувати екологічно відповідальні об'єкти, 70% – чекають спортзали з кардіо- та силовими тренажерами, 54% б програми здорового сну, а 47% – очікують від готелів програми, присвячені медитаціям [8, с. 39].

Порівняння пріоритетності різних велнес-послуг показує рисунок 3.1.



Рисунок 3.1 Порівняння пріоритетності різних велнес-послуг  
Джерело: складено автором за матеріалами [46]

Впровадження wellness послуг може мати значний позитивний вплив на економіку країни. Зокрема, це стосується розвитку туризму та готельної індустрії. За даними Світової організації туризму, вже зараз більше 15% міжнародних туристів виїжджають за кордон з метою отримання медичних

та wellness послуг. Це є ознакою того, що споживачі все більше цінують своє здоров'я та добробут, і готові витратити значну суму грошей на покращення свого фізичного та психічного стану. Загалом, впровадження wellness послуг може відчутно підвищити економічну активність та покращити якість життя населення. Проте, щоб досягти максимального ефекту, потрібно враховувати потреби та побажання споживачів та забезпечувати якість та безпеку послуг.

Таким чином, роль популярності велнесу у формуванні інтересу до засобів розміщення не можна переоцінити. У сучасному світі з безліччю стресів постояльці готелів хочуть отримати максимально-можливе оздоровлення тіла і душі, неважливо, чи має їхню подорож метою відпочинок, чи це бізнеспоїздка. Розвиток велнес-індустрії та впровадження її елементів у послуги готелю дає шанс готельєрам залучити якнайбільше відвідувачів до їхнього підприємства.

### **3.2. Особливості впровадження Wellness послуг у готелях України**

Різноманітність велнес-послуг дозволяє готельєрам, які прагнуть організувати в готелях велнес-програми, вибрати певний набір послуг, що відповідає наявним у готелі ресурсам і відповідає певним потребам. Яка б послуга не була обрана для впровадження, вона має бути організована належним чином.

Угорська асоціація велнесу розробила вимоги до велнес-готелів на основі чинної західноєвропейської системи. Згідно з даними розробками, мінімальний склад послуг у велнес-готелі має бути наступним: критий басейн, два різні типи лазень, чотири різні косметологічні послуги, шість видів масажних та релаксаційних процедур, кардіологічне обладнання та фітнес-зал, чотири різні спортивні програми вільного часу або східні. рухові

програми, тренінг категорії аеробіка, три громадські (культурні, музичні, мистецькі) програми.

Однією з найважливіших додаткових послуг у готелі в контексті велнесу є фітнес-центр. Для великих готелів тренажерні зали стали невід'ємною частиною готельного сервісу, однак і середніх розмірів не відстають, адже дана послуга дуже популярна серед гостей.

Згідно зі статистичними дослідженнями більшість клієнтів готельних фітнес-центрів відвідують тренажерний зал. Щоб правильно обладнати зал, потрібно визначити, які марки тренажерів підійдуть готелю, та розрахувати принцип розміщення тренажерів. Також важливо зрозуміти, на яку кількість людей буде розрахована зала. Не варто забувати про дрібниці: фітнес-бар, розташований в безпосередній близькості від тренажерного залу і гостям на очі, що постійно трапляється, може принести готелі додатковий дохід.

Однак насамперед фахівці радять визначити концепцію клубу – саме від неї залежатиме вибір силових та кардіотренажерів, а також набір фітнес-програм. Наприклад, комплектація тренажерного залу, орієнтованого на чоловіків, може дещо відрізнятись від зали для жінок. Зал сімейного спрямування потрібно обладнати з розрахунком, що його відвідуватимуть як чоловіки, так і жінки. При організації залу враховується також її зонування. Є кілька варіантів поділу зали на зони, найпоширеніші з яких – це поділ на кшталт тренажерів (кардіо, силові та зона стретчинга) і за рівнем підготовки відвідувачів – зони для новачків і досвідченіших клієнтів [5].

Окрім зали з тренажерами фітнес-центр передбачає наявність залу для занять аеробікою. Цей спортивний напрямок особливо популярний серед жіночої частини населення, тому наявність залу аеробіки в готелі стане приємним доповненням для відвідувачок готелю. Існують різні види аеробіки, багато з яких пов'язані з танцями та поєднують у собі різні танцювальні елементи. Залежно від ключового стилю танцю виділяють фанкаеробіку, хіп-хоп, джаз-модерн, фольк та інші. Танцювальна аеробіка дуже емоційна, вона допомагає не тільки зміцнити своє тіло, але весело та

приємно провести час. Тому як додаткова послуга такий вид фітнесу дуже конкурентоспроможний.

Деякі висококласні готелі йдуть ще далі, ніж організація фітнес-центру в підприємстві. З метою залучення нових гостей, такі готелі укладають партнерські угоди зі знаменитими фітнес-тренерами. Таким чином, вони створюють ексклюзивну послугу для гостей та місцевих жителів. Наприклад, «Mandarin Oriental» у Гайд-парку, Лондон, співпрацює з Рубеном Табаресом, тренером таких знаменитостей як актрисою Наомі Воттс і реп-виконавцем Шоном Комбсом. Мережа готелів W Hotels Worldwide уклали угоду з популярним інструктором йоги з Нью-Йорка Тарой Стайлс. Програми тренувань під керівництвом Тари Стайлс доступні у чотирьох готелях мережі. Дані програми мали великий успіх, при цьому отримавши широкий відгук у соціальних мережах, тим самим забезпечуючи відмінну рекламу готелям та їх послуг [35].

Один із найголовніших напрямів у велнес-індустрії – це йога. Заняття йогою включають комплекси фізичних і дихальних вправ, мета яких – досягнення і підтримання гармонії трьох початків людини: фізичного, психічного і духовного [42]. Курси йоги, що проводяться в готелі, що дотримується філософії велнесу, залучать відвідувачів, які бажають привести в норму не тільки свій фізичний стан, але й розслабитися в духовному плані. На додаток організуються і сеанси медитацій, які проводять професійний наставник. Одним з найпопулярніших видів йоги є аеройога. Основний принцип цього напрямку йоги полягає у зниженні чи ослабленні сили гравітації шляхом «підвішування» людей у повітрі. Це робиться, щоб забезпечити тим, хто займається, можливість підтримки тіла без навантаження на шию і голову. Такий спосіб занять дозволяє виконувати різні рухи, довше утримувати та краще контролювати позиції та сильніше розтягувати м'язи. Крім того, добре розтягується хребет, що знижує ризик травм та лікує біль у спині. Так, американський готель «Fairmont Scottsdale»

зазначає, що заняття з аеройоги мають величезний успіх як серед туристів, так і серед місцевих жителів.

Басейн для велнес-спрямованого готелю відіграє важливу роль. Басейн як такий – це споруда, де люди розслаблюються та знімають стрес, а також займаються фізичною активністю. Басейн також може допомогти і у проведенні різних фітнес-тренувань на воді: аквааеробіки, акваспінінга (тренування на спеціальному водному велотренажері), сапсерфінгу (заняття на воді на дошках для серфінгу з веслом) та інших видів спорту. Активний інтерес до акваспінінгу відзначають у готельному комплексі «Dolphin Square» у Лондоні, а заняття з сапсерфінгу мають успіх у готелі «Raffles Praslin Seychelles» на Сейшелах та в готелі «Paresa Resorts» у Таїланді [8].

Лазня чи сауна – це ще одна популярна послуга, особливо у курортних готелях. Оздоровча користь від лазневих процедур давно відома людині. Як сам процес очищення тіла, так і процес «парки» стимулюють процеси в організмі людини, тим самим допомагаючи позбавитися шкідливих шлаків і токсинів. Відвідування лазні розслаблює людину і з психологічної точки зору. У різних народів світу можна знайти свої унікальні традиції у будівництві лазень та у користуванні ними [29]. Залежно від типу готельного підприємства та його концепції, організовують лазні, сауни та лазні східного типу.

При облаштуванні лазні дуже важливо правильно визначити планування приміщення. Багато залежить від наявності вільного простору, в ідеальному варіанті лазня повинна складатися з декількох кімнат, мінімальний набір яких, це: передпокій-роздягальня, душова та парна. Класична лазня виготовляється з натуральних деревних матеріалів, облаштовується піччю із закритою або відкритою кам'яницею.

Для середнього готелю правильна організація класичної лазні може бути важкоздійсненна. Простішою альтернативою лазні є сауна. На відміну від лазні, сауна може бути будь-яких розмірів, а також її установка може здійснюватися в межах будівлі готелю. Існують повністю готові набори, з

пічкою та внутрішнім оздобленням, так що готельєри можуть підібрати вже укомплектовану сауну, що підходить їхньому підприємству.

Існують різні східні лазні. Одні з найзнаменитіших, це хаммами та терми. Відмінною особливістю східних лазень є не дерев'яне облицювання, а кам'яне: розкішне мармурове оздоблення та яскрава мозаїка з каменю. Підлога в таких лазнях з підігрівом, що несе тепло. У східних лазнях кілька кімнат, з різними температурами – від холодної до гарячої – і басейн. У лазнях східного типу також прийнято здійснювати масажні процедури, а закінчувати відвідування лазнею або кавою.

У всіх типах лазень часто використовують ароматичні олії та пахощі. Це може стати чудовою практикою і для готельних лазневих комплексів, адже цілющі властивості багатьох ароматів людям відомі з давніх-давен. Наприклад, лаванда – це натуральний антидепресант, який знімає головний біль, стабілізує тиск і допомагає при безсонні. Головне, при використанні ароматів – не перестаратися [9].

SPA -центр – це, можливо, перше, що SPA дає на думку, коли говорять про велнес-індустрію. Для готелю наявність SPA-центру забезпечує можливість підвищення прибутку підприємства. Дослідження показують, що SPA -індустрія – це вельми прибутковий бізнес, вагома частка в якому належить саме готелям та курортним готелям. На малюнку 3.2 відображено дані про світові доходи SPA -індустрії на 2021 рік, всього 46,8 мільярда доларів.

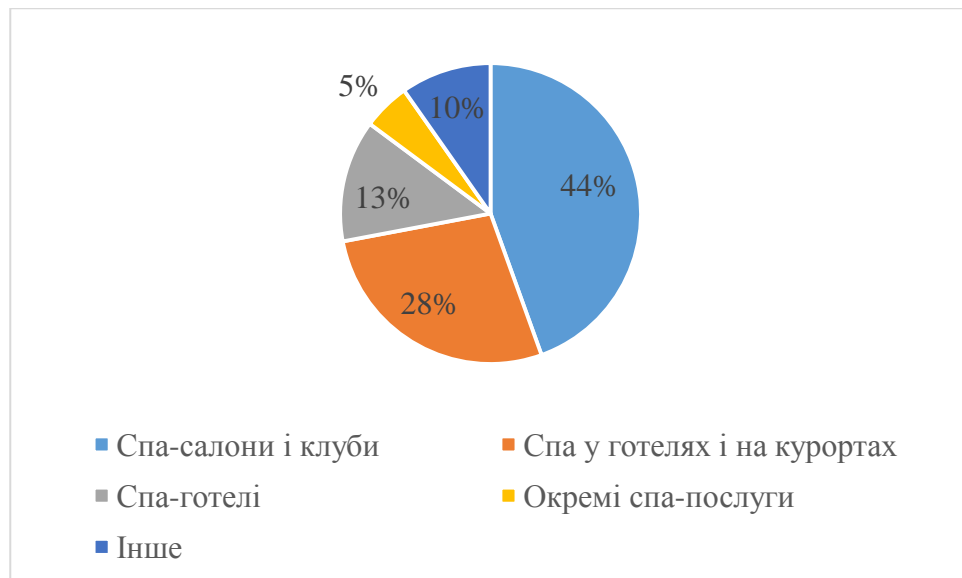


Рис. 3.2. Світові доходи SPA -індустрії у 2021 році  
Джерело: складено автором за матеріалами [6]

Основна мета будь-якого SPA – боротьба зі втомою та стресами. Оскільки філософія велнес та SPA заснована на комплексному підході, важливо створити збалансований набір послуг. Говорячи про SPA -центр, як про матеріальну базу для надання послуг, мають на увазі спеціально обладнаний зонований простір, що пропонує гостям комплекс різноманітних процедур для повноцінної релаксації, відновлення сил та догляду за собою. У програму SPA комплексу можуть включатися різні процедури:

- ванни з солями та настоями цілющих трав;
- гідромасаж;
- таласотерапія – використання в лікувальних та косметичних цілях морської води, водоростей, морського бруду та мулу, морського повітря [24];
- бальнеотерапія – використання мінеральних вод для профілактики та лікування різних захворювань;
- обгортання з терморегуляцією;
- «сухі» процедури: західні та східні масажі, солярії.

До інших можливостей сучасних SPA відносяться ароматерапія (лікування запахами), хромотерапія (лікування світлом і кольором), мелотерапія (лікування музикою).

Традиційно в готельних SPA -центрах існує «зона вільного відвідування», за використання якої гість платить безпосередньо при поселенні (в Україні вартість номера часто вже включає плату за відвідування басейну, а в європейських SPA -готелях, крім цього, постояльцям доступні термальні процедури та зона релаксації). Насправді SPA – це самостійний комерційний продукт, здатний приносити прибуток, що дорівнює приблизно 30% доходу від основної діяльності готелю. До найбільш прибуткових можна віднести всі процедури, для виконання яких потрібні SPA -терапевт, масажист або косметолог. Це всі види масажів, особливо екзотичні (наприклад, тайський, шиацу та тибетський та інші), що вимагають високої кваліфікації фахівців, різноманітні пілінги, грязьові, водоростеві обгортання, гідротерапія, косметичний догляд за обличчям та тілом.

Для міського бізнес-готелю, за умови правильної організації потоків клієнтів та зонування простору, актуальним є надання SPA -послуг стороннім клієнтам без проживання в готелі. Оскільки міські жителі перебувають в агресивному середовищі, вони змушені дбати про підвищення життєвого тону та відновлення енергетичного балансу. Комплекс процедур у SPA -комплексі спрямований на швидке відновлення фізичного та психічного здоров'я шляхом впливу на різні органи чуття людини з використанням природних лікувальних ресурсів або їх штучних аналогів [6].

Одним з важливих аспектів в організації SPA-центру є планування робочих приміщень. Для комфорту клієнтів, а також самих працівників SPA -центру необхідно дотримуватися чіткого зонування, яке ділило б приміщення на зони для сухих, вологих і стилістичних процедур, не дозволяючи потокам клієнтів перетинатися, порушуючи їх самотність.

Також варто звернути увагу на створення SPA -центру фітобара. Фітобар стане місцем, де можна продовжити оздоровлення організму зсередини і одночасно поспілкуватися з друзями, насолодитися зеленим чаєм або свіжим соком. Крім того, фітобар поєднується з будь-якими комплексами послуг. Це також є джерелом додаткового доходу [34].

Велнес-готель – це не лише специфічні додаткові послуги, а й сама велнес-філософія, якої дотримується підприємство. Одна із складових даної філософії – це здоровий сон постояльців. В останні роки все більше готелів приділяли увагу ролі здорового сну. На користь такого підходу свідчать нещодавні результати великого медичного дослідження, що підтверджують, що основною причиною депресії може бути хронічне недосипання. Так, деякі готелі, як, наприклад, JW Marriott, розробили спеціальні програми, що включають певні закуски, що благотворно впливають на сон, і фітнес-заняття. Готель Karma Resorts на Балі запусив програму Sleep Well Tonight, що складається з ранкової йоги, стоунтерапії (масаж за допомогою каменів) та вечірнього рефлексологічного сеансу під назвою «Soul Reflexology» [8].

Велнес має відношення і до дизайну готелю. Так, для готелю відкриті широкі можливості в даному напрямку: дизайн номерів, починаючи зі стін живих рослин і закінчуючи водою з природними ароматизаторами, очищення води та повітря, гіпоалергенна обстановка кімнат, високотехнологічне освітлення, що благотворно впливає на сон і не SPA ння гостей. Інтер'єри мають відрізнятися «чистотою» простору, лаконічністю, єдністю світлового та колірною рішення. Велика увага повинна приділятися максимально можливим використанням екологічно чистих матеріалів, таких як дерево, камінь, натуральні тканини [8].

При можливості, територія готелю також має відповідати вимогам велнесу. Так, багато курортних готелів влаштовують спортивні майданчики та корти, а також бігові доріжки. Озеленення території, представлене

парковими зонами, позитивно впливає не тільки на фізичний стан гостей (оздоровлення на свіжому повітрі), але й заспокійливо впливає.

Одним з основних елементів готелю, що дотримується філософії велнесу, є здорове харчування гостей. В останні роки в індустрії харчування простежується тенденція до приготування екологічно чистих, поживних страв, які не завдають шкоди здоров'ю клієнтів. Основна вимога до їжі, яку можна назвати здоровою, – це максимально можливе використання у приготуванні страв екологічно чистих продуктів (також званих органічними) [21]; застосування щадних технологій обробки (наприклад, гасіння або приготування на пару, використання мінімальної кількості олії при жарінні тощо), завдяки яким зберігаються важливі властивості продуктів – вітаміни та поживні елементи [4]. Також слід дотримуватись правил зберігання продуктів. Ще одна тенденція, яка вже завоювала популярність у зарубіжних країнах, – це безглютенова дієта. Як зазначають фахівці, кількість людей, які страждають на той чи інший вид харчової алергії, зростає з кожним роком. Значну частину алергічних реакцій викликають продукти, які містять глютен. Тому, розробка страв безглютенової дієти доцільна підприємствам, які надають послуги харчування, особливо позиціонують себе, як велнес-предприятия [18]. Якщо вегетаріанське меню вже давно відоме в українській індустрії харчування і широко застосовується багатьма ресторанами та кафе, то страви, приготовані з продуктів, що не містять у складі глютен, поки що не заслужили такого визнання у вітчизняних рестораторів.

Поширена думка про те, що здорова їжа – це несмачна їжа, вже неактуальна: при правильному приготуванні продукт може зберегти як корисні, а й смакові властивості. Поєднання різних продуктів, а також різноманітність рецептів також допомагають кухарям готувати першокласні страви. Тому, за умови правильної організації підприємства харчування в готелі, що дотримується філософії велнесу, гості залишаться задоволені не лише якістю страв, а й їх смаком.

Таким чином, велнес надає значний вплив на розвиток індустрії гостинності. Готель – це підприємство, де крім розміщення та харчування надаються різноманітні додаткові послуги. У зв'язку з тенденцією вести здоровий спосіб життя, що набирає популярності серед населення, в гостинці впроваджуються послуги, покликані позитивно впливати на фізичний і духовний стан гостей – велнес-послуги. Дані послуги не можуть не викликати інтересу, адже вони поєднують у собі приємне та цікаве проведення часу з корисним ефектом. Впровадження Wellness послуг у готелях має значний вплив на економіку країн світу. Попит на такі послуги зростає, оскільки багато людей у світі займаються здоровим способом життя і бажають проводити відпочинок з користю для свого здоров'я. Особливості впровадження Wellness послуг у готелях полягають у використанні спеціальних приміщень, обладнання та технологій, що дозволяють надавати високоякісні послуги зі збереження здоров'я та підтримки фізичної форми гостей готелю. Для ефективного впровадження таких послуг необхідно мати кваліфіковану команду фахівців, які знають особливості надання таких послуг та розуміють потреби та очікування клієнтів.

### **3.3. Перспективи та пріоритетні напрямки Wellness & SPA послуг у світовій та українській готельній індустрії**

Дедалі більше людей користується послугами SPA-салонів, SPA-центрів, SPA-курортів тощо. з'явилася ціла галузь Wellness & SPA. Чверть усіх туристичних фірм пропонує SPA тури на будь-який смак.

Сьогоднішні лідери SPA-індустрії – це традиційні стани східної філософії та медицини: Індія, Індонезія та Таїланд.

Німеччина заслужено займає одне з провідних місць у світі за якістю та рівнем медичних послуг. Основними перевагами німецьких клінік є найвищий професіоналізм лікарів та сучасне обладнання. Різноманітність мінеральних вод (фторосодержащіє, йодиста, натрієва), природних факторів

(родонові джерела, морська вода, соляні джерела), чудовий клімат, розвинена курортна інфраструктура – ці особливості Німеччини здобули популярність у людей, які прагнуть проводити свою відпустку красиво, з користю для здоров'я. Список показань до перебування на курортах дуже великий – захворювання органів дихання, системи кровообігу, опорно-рухового апарату, порушення обміну речовин. Можна пройти курси антистресової терапії, омолодження, лікувального голодування, корекції фігури та зміцнення імунітету [18].

Баден-Баден – головний європейський курорт. У SPA комплексі «Фрідріхсбад» пропонуються закриті басейни з термальною водою, різноманітні термальні, парові, «перлинні», повітряні ванни, підводний масаж, шиацу, фанго тощо.

У комплексі «Каракалла Терме» є закритий басейн із терапевтичною зоною, два відкритих басейни з гротами контрастної води, сауни та біосауни, ароматичні парові ванни, солярії, гідромасажні каскади, водо SPA ди, дитячі ігрові зони (з 3-х років). Під час відпочинку на курорті можна здійснити захоплюючі поїздки до заповідника Шварцвальд, на озеро русалок Мумзеї, до зоопарку в Штутгарті, до замку Людвігсбург та інших замків і палаців.

У БадКройцнах розташовуються такі SPA комплекси: «Кручення Термен, Бадерхаус, клініки "Августа", "Карл Ашхоф-Рейн Пфальц", "Рейнграфенштейн", "Парацельс-Ротенфельс".

У БадНойнар-Арвайнер є ціла гама природних джерел. Тут розташований «Ар-Терме» – багатофункціональний термічний комплекс із басейнами, джакузі, саунами, гідромасажем, а також клініка Хохштаден та клініка Нідерхайм. У Бад Хомбурзі розташовані такі комплекси: "Таунус Терме", "Кайзер-Вільгельмс-Бад" [45].

У Хайлігендаммі представлена велика гама косметологічних послуг, морські ванни, водоростелікування, грязелікування, масажі з морськими солями, різні види лікувального масажу, лімфодренаж, аюверда, шиацу, ароматерапія, використовуються лікувальні трави.

Бад Райхенхаль – бальнеологічний курорт із цілющим альпійським кліматом та соляними джерелами, відомими вже 150 років. Тут знаходиться соляний фонтан «Градєрверк» – відкритий інгалятор довжиною 150 м. Курортний будинок «Фурсетенбад» пропонує лімфодренаж, електротерапію, підводний масаж, лікувальні ванни, ароматичні масажі, акупунктурні масажі, грязьові ванни, косметологію.

В Україні в останні роки теж з'явилися численні рятунки та SPA - центри. Всі вони відрізняються кількістю та якістю пропонованих програм [6].

Для більшої наочності можна навести такі цифри:

- число SPA США збільшується приблизно 20% на рік;

- у Таїланді, де ще 4 роки тому кількість SPA вимірювалася одиницями, на сьогоднішній день їх уже близько 300 [23].

На жаль, щодо України більш менш чіткої статистики немає. І справа не у відсутності галузевої інформації як такої. Проблема в достовірності цієї інформації, оскільки в нашій країні рівень розуміння того, що, власне кажучи, має бути справжнім SPA-саленом, не просто низьким, а й суперечливим. Здавалося б, незважаючи на варіанти, культурно-етнічних напрямків (європейська модель, близькосхідна модель, «аюрведа-модель» тощо), різні типи SPA ( SPA центр, медичний SPA , дей- SPA тощо), обов'язкові елементи будь-якого SPA визначені та єдині.

Спа-індустрія в Україні є відносно новою, але все більш активно розвивається. Відкриття нових спа-центрів та розширення пакетів послуг уже стали стандартом для багатьох відомих готелів та курортів. Проте, за даними експертів, ще є великий потенціал для розвитку цієї індустрії в Україні.

Однією з головних переваг України є природні багатства, такі як мінеральні води та грязі, які становлять основу багатьох спа-процедур. Крім того, країна має багату культурну спадщину та здоровий спосіб життя стає все більш популярним серед українців та туристів.

За даними досліджень, ринок спа-послуг в Україні становить більше 300 млн доларів на рік, а його потенційна вартість оцінюється в близько 1 млрд доларів. Проте, зі зростанням конкуренції серед готелів та курортів, потрібно працювати над постійним покращенням якості послуг та розширенням асортименту.

Крім того, з поширенням свідомості про здоровий спосіб життя та важливість збереження психічного здоров'я, спа-індустрія може стати одним з ключових напрямків туризму в Україні. Впровадження інноваційних технологій, розвиток медичного туризму та посилення співпраці між готелями та спа-центрами можуть значно підвищити привабливість України для туристів, які цінують здоров'я та релаксацію.

На сьогоднішній день, пріоритетними напрямками українських SPA та велнес послуг є:

- Природні компоненти та національні традиції. Україна багата на природні ресурси, які використовуються в SPA-процедурах, наприклад, грязивна терапія на базі мінеральних джерел, масаж на основі карпатських трав та інші. Також українські SPA-центри активно використовують національні традиції, наприклад, українську баню та медову терапію.

- Здоров'я та фітнес. Дедалі більше клієнтів шукають SPA-послуги для зміцнення здоров'я та досягнення фізичної форми. Відповідно, SPA-центри починають активно розвивати фітнес-послуги, які доповнюють SPA-процедури.

- Естетична медицина. Використання косметологічних процедур та технологій для збереження краси та молодості шкіри стає все популярнішим серед клієнтів SPA-центрів.

- Екологічність та сталий розвиток. Світ усвідомлює необхідність збереження довкілля та сталий розвиток, тому багато SPA-центрів переходять на екологічні технології та використання натуральних продуктів.

- Індивідуалізація послуг. Клієнти стають все вимогливішими та шукають індивідуальний підхід до кожного з них. SPA-центри відповідають

на це, пропонуючи персоналізовані послуги, які враховують потреби та бажання кожного клієнта.

Отже, Wellness & SPA послуги мають великий потенціал розвитку в готельній індустрії як світової, так і української. Зокрема, ці послуги сприяють покращенню якості обслуговування та конкурентоспроможності готелів, збільшенню доходів та привабливості для туристів. У світовій готельній індустрії спостерігається тенденція до розширення спектру Wellness & SPA послуг, їх інтеграції з іншими послугами готелів, такими як харчування, проживання та розваги. Окрім того, у світі зростає популярність екологічної та етичної спрямованості Wellness & SPA послуг, що відповідає світовим тенденціям до збереження навколишнього середовища та етичного споживання. Українські спа та велнес послуги також мають свій потенціал для розвитку, зокрема, завдяки багатій культурній спадщині України, що дає можливість використовувати місцеві традиції та інгредієнти в Wellness & SPA послугах. Пріоритетні напрямки розвитку українських спа та велнес послуг включають покращення якості обслуговування, розширення спектру послуг, підвищення кваліфікації фахівців та використання інноваційних технологій та матеріалів.

## **Висновки до другого розділу**

1. Впровадження wellness послуг може мати значний позитивний вплив на економіку країни. Зокрема, це стосується розвитку туризму та готельної індустрії. За даними Світової організації туризму, вже зараз більше 15% міжнародних туристів виїжджають за кордон з метою отримання медичних та wellness послуг. З розвитком wellness туризму збільшується інвестиційний потенціал у готельну та медичну інфраструктуру, що створює нові робочі місця та підвищує доходи регіонів. Крім того, розвиток wellness туризму може сприяти вдосконаленню виробничих технологій та інновацій в галузі медицини та косметології.

2. Особливості впровадження Wellness послуг у готелях України полягають у використанні спеціальних приміщень, обладнання та технологій, що дозволяють надавати високоякісні послуги зі збереження здоров'я та підтримки фізичної форми гостей готелю. Для ефективного впровадження таких послуг необхідно мати кваліфіковану команду фахівців, які знають особливості надання таких послуг та розуміють потреби та очікування клієнтів.

3. Wellness & SPA послуги мають великий потенціал розвитку в готельній індустрії як світової, так і української. Зокрема, ці послуги сприяють покращенню якості обслуговування та конкурентоспроможності готелів, збільшенню доходів та привабливості для туристів. У світовій готельній індустрії спостерігається тенденція до розширення спектру Wellness & SPA послуг, їх інтеграції з іншими послугами готелів, такими як харчування, проживання та розваги. Окрім того, у світі зростає популярність екологічної та етичної спрямованості Wellness & SPA послуг, що відповідає світовим тенденціям до збереження навколишнього середовища та етичного споживання. Українські спа та велнес послуги також мають свій потенціал для розвитку, зокрема, завдяки багатій культурній спадщині України, що дає можливість використовувати місцеві традиції та інгредієнти в Wellness & SPA послугах. Пріоритетні напрямки розвитку українських спа та велнес послуг включають покращення якості обслуговування, розширення спектру послуг, підвищення кваліфікації фахівців та використання інноваційних технологій та матеріалів.

## ВИСНОВКИ

1. Поняття SPA & Wellness послуг розуміється як комплексні процедури та послуги, спрямовані на поліпшення фізичного та психічного стану людини. Ці послуги можуть бути надані як окремими процедурами в спа-центрі, так і як складова частина готельних послуг. Зараз в сучасному світі SPA & Wellness послуги набувають все більшої популярності, оскільки люди все більше звертають увагу на своє здоров'я та добробут. Wellness-послуга – це організована взаємодія гостя та персоналу готелю, спрямована на підтримку фізичного та ментального здоров'я та безперервно надає позитивний вплив на гостя протягом усієї тривалості його перебування в готелі.

2. SPA є важливою галуззю готельної індустрії, яка знаходиться в постійному розвитку. Розвиток SPA-туризму відбувався в різних напрямках, починаючи з класичного лікувального SPA до сучасних wellness-центрів, які пропонують різноманітні послуги для збереження і покращення здоров'я, краси і психічного стану клієнтів. Особливості сучасного етапу розвитку SPA-туризму включають поширення нових технологій та інновацій, підвищення якості послуг, створення ексклюзивних та індивідуальних програм, а також зосередження уваги на екологічності та сталому розвитку. SPA-туризм має великий потенціал для подальшого розвитку, тому його врахування у стратегії розвитку готельного бізнесу може стати ключовим чинником для привернення нових туристів.

3. Готельна галузь Німеччини відображає основні тенденції загальносвітового і загальноєвропейського розвитку туризму. Серед факторів, що привертають потік туристів до Німеччини особливого значення набуває висока концентрація культурних та історичних пам'яток, можливості широкого спектра комплексних турів, а також високий рівень основного і супутнього сервісу.

4. Найбільш перспективними напрямками виступають культурний туризм, агротуризм, подієвий туризм, а також види туризму, пов'язані з інтернет-технологіями. З організаційних особливостей розвитку слід відзначити значний розвиток внутрішнього туризму, позиціонування туристичної галузі як інтегрованої невід'ємної частини економіки, підпорядкованість її федеральному і регіональному законодавствам з широким спектром пільг в сфері середнього та малого підприємництва, пряма участь держави в просуванні національного туристичного продукту та ін.

5. Поєднання багатого туристично-рекреаційного потенціалу з ефективною системою регулювання готельної індустрії обумовлює високу результативність бізнесу даної сфери. Німеччина стабільно входить в десятку країн – лідерів за доходами і відвідуваності туристами, а темпи розвитку даної галузі значно перевищують середньоєвропейські. Німецький досвід розвитку готельної сфери дозволяє висловити ряд практичних рекомендацій для організацій, які займаються туристичним бізнесом, це:

- включення відповідного пункту в плани економічного розвитку регіонів. Розвиток готельної індустрії має відбуватися «знизу вгору», в цьому повинні бути зацікавлені підприємці;

- інформування про можливості регіонального туризму, в першу чергу через інтернет-сайти відомчих організацій, відповідальних за розвиток туризму і підприємництва, а також регіональні і федеральні ЗМІ;

- внутрішня орієнтація розвитку сфери туризму, формування стійких переваг у туристів до відвідування вітчизняних курортів і визначних пам'яток;

- системний розвиток інфраструктури як туристичної, так і соціально-інженерної;

- формування єдиного зонтичного туристичного бренду країни, який гармонійно поєднував би всі регіональні суб-бренди.

6. Впровадження wellness послуг може мати значний позитивний вплив на економіку країни. Зокрема, це стосується розвитку туризму та готельної індустрії. За даними Світової організації туризму, вже зараз більше 15% міжнародних туристів виїжджають за кордон з метою отримання медичних та wellness послуг. З розвитком wellness туризму збільшується інвестиційний потенціал у готельну та медичну інфраструктуру, що створює нові робочі місця та підвищує доходи регіонів. Крім того, розвиток wellness туризму може сприяти вдосконаленню виробничих технологій та інновацій в галузі медицини та косметології.

7. Особливості впровадження Wellness послуг у готелях України полягають у використанні спеціальних приміщень, обладнання та технологій, що дозволяють надавати високоякісні послуги зі збереження здоров'я та підтримки фізичної форми гостей готелю. Для ефективного впровадження таких послуг необхідно мати кваліфіковану команду фахівців, які знають особливості надання таких послуг та розуміють потреби та очікування клієнтів.

8. Wellness & SPA послуги мають великий потенціал розвитку в готельній індустрії як світової, так і української. Зокрема, ці послуги сприяють покращенню якості обслуговування та конкурентоспроможності готелів, збільшенню доходів та привабливості для туристів. У світовій готельній індустрії спостерігається тенденція до розширення спектру Wellness & SPA послуг, їх інтеграції з іншими послугами готелів, такими як харчування, проживання та розваги. Окрім того, у світі зростає популярність екологічної та етичної спрямованості Wellness & SPA послуг, що відповідає світовим тенденціям до збереження навколишнього середовища та етичного споживання. Українські спа та велнес послуги також мають свій потенціал для розвитку, зокрема, завдяки багатій культурній спадщині України, що дає можливість використовувати місцеві традиції та інгредієнти в Wellness & SPA послугах. Пріоритетні напрямки розвитку українських спа та велнес послуг включають покращення якості обслуговування, розширення спектру

послуг, підвищення кваліфікації фахівців та використання інноваційних технологій та матеріалів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. БЛАНЮК, Ольга; ЧЕРНЕГА, Юлія. WELNESS & SPA ТУРИЗМ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ. Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід/Матеріали XIV Міжнародної наукової конференції.–Львів, 2020.–458 с.
2. Бугас Н. В., Гутман А. І. Вплив ризиків та невизначеностей на ефективність діяльності санаторно-курортних закладів України в умовах пандемії COVID-19. URL: <https://cutt.ly/oRVSe98>
3. ВЛАДІМІРОВА, О. В. Класифікація сучасних оздоровчих центрів України в яких працюватимуть майбутні фахівці з фізичної реабілітації. Фізична культура, спорт та здоров'я нації:[зб. наукових праць].–Вінниця, 2009, 173-179.
4. Д'ЯКОНОВА, А. К. Світові тенденції розвитку ринку SPA-і Wellness послуг. 2016.
5. ДАВІД, А. Г. ІННОВАЦІЇ В СФЕРІ РЕКРЕАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ. Рекомендовано до друку Вченою радою Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (протокол № 4 від 20 листопада 2017 року), 271.
6. Іщенко Т. І., Шидловська О. Б., Стоян І. М. Перспективи розвитку wellness-індустрії в готельному господарстві України / Т. І. Іщенко, О. Б. Шидловська, І. М. Стоян. Географія та туризм. 2013. Вип. 26. С. 87-93.
7. Марченко Н. І., Дітріх І. В. Перспективи застосування Wellness-інновацій в індустрії гостинності. Вчені записки. 2020. Том 31 (70) № 6 Ч. 2. С. 65-70.
8. МОРОЗ, О.; П'ЯТКА, Наталія Степанівна. Роль спа-індустрії в географічних дослідженнях. 2020.

9. НАЗАРЕНКО, Ірина Анатоліївна, et al. Сучасні тенденції розвитку Spa-готелів України та визначення їх ролі у структурі Spa-індустрії. Науковий журнал «Вісник Хмельницького національного університету», Серія: Економічні науки, 2018, 1.5: 73-77.
10. П'ЯТКА, Наталія Степанівна; МОРОЗ, О. Ф. Роль спа-індустрії у сфері гостинності. 2020.
11. ПАРФІНЕНКО, Тетяна Олексіївна. Шляхи підвищення ефективності роботи SPA готелів в умовах пандемії. Вісник Харківського національного університету імені ВН Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм, 2022, 15: 125-130.
12. ПАРФІНЕНКО, Тетяна. КОНЦЕПЦІЯ WELLNESS ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМОК ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ. Економіка та суспільство, 2023, 48.
13. Погребняк Л. Вплив пандемії Covid-19 на стан туристичного та рекреаційного бізнесу в Україні. Л: ЛНАУ, 2020.
14. Постанова «Про затвердження Тимчасових рекомендацій щодо організації протиепідемічних заходів в перукарнях та салонах краси на період карантину у зв'язку з поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19)» від 09.05.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0020488-20>
15. СОВЕРДА, І.; ПАСІЧНЯК, Л.; ТКАЧУК, В. Характеристика спектру надання “Spa” та “Wellness” послуг у фітнес-індустрії. Вісник Прикарпатського університету. Серія: Фізична культура, 2019, 31: 147-152.
16. ШАЙХУТДІНОВА, К. Г.; ТРУНІНА, І. ВПЛИВ WELLNESS-ТУРИЗМУ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ. Редакційна колегія, 311.
17. ШАПОВАЛОВА, О.; САПА, Ю. Сучасні тенденції розвитку «SPA» і «WELLNESS» туризму. Вісник Харківського національного університету імені ВН Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм, 2013, 1042: 154-158.

18. ШАПОРЕНКО, К. В.; КАШИНСЬКА, О. Є. SPA і WELLNESS послуги в готельному комплексі. ТУРИЗМ І ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА, 2017, 396.
19. ЩУКА, Г. П.; КОВАЛЬСЬКА, Л. В.; ГАЛЬКІВ, Л. І. Визначення змісту та структури лікувально-оздоровчого туризму. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі, 2022, 5: 91-97.
20. Яворська Г. Велнес концепція в готельній індустрії. Інновації розвитку харчових технологій та індустрії гостинності в контексті сучасних тенденцій готельно-ресторанного бізнесу: зб. тез доп. І Всеукраїнської наук.-практ. конф., 13 травня 2020 р. Тернопіль, 2020. С. 63.
21. Aijaz, A., & Khan, M. A. (2019). Role of Spa & Wellness in Tourism Industry. *International Journal of Hospitality and Tourism Systems*, 12(1), 45-54.
22. Akbaba, A. (2019). The Future of Spa and Wellness Tourism: Identifying Trends in the Literature. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(2), 225-243.
23. American Hotel and Lodging Association URL: <https://www.ahla.com/>
24. Berry, L. L., Shankar, V., Parish, J. T., Cadwallader, S., & Dotzel, T. (2006). Creating new markets through service innovation. *MIT Sloan Management Review*, 47(2), 5663.
25. Berry, L. L., Shankar, V., Parish, J. T., Cadwallader, S., & Dotzel, T. (2006). Creating new markets through service innovation. *MIT Sloan Management Review*, 47(2), 5663.
26. Čerović, S., (2008). Designing and construction of hotels, University Singidunum, Belgrade.
27. Čerović, S., (2008). Designing and construction of hotels, University Singidunum, Belgrade.
28. Chen, M., & Tsai, C. (2020). Exploring the Linkages between Wellness Tourists' Behavioral Intentions, Wellness Destination Image, Perceived

Value, and Satisfaction: The Moderating Role of Spa Experiences. *Sustainability*, 12(5), 2019.

29. Chi, C. G. Q., Chi, O. H., & Ouyang, Z. (2020). Wellness hotel: Conceptualization, scale development, and validation. *International Journal of Hospitality Management*, 89, 102404.

30. Chi, C. G. Q., Chi, O. H., & Ouyang, Z. (2020). Wellness hotel: Conceptualization, scale development, and validation. *International Journal of Hospitality Management*, 89, 102404.

31. Connell, J. (2018). The Role of the Spa Industry in Tourism in Australia. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 6(2), 33-44.

32. Dictionary : Merriam. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/wellness>

33. Dictionary : Merriam. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/wellness>

34. Dunn, H. High-level wellness: A collection of twenty-nine short talks on different aspects of the theme «High-level wellness for man and society». Beatty. 1961.

35. Ellis, S. Is wellness part of spa, or is spa part of wellness? Spafinder. [online] <https://www.spafinder.com/blog/health-and-well-being/wellness-part-spa-spa-part-wellness/>

36. European Chains and Hotels Report, 2018. URL: [https://corporate.cms-horwathhtl.com/wp-content/uploads/sites/2/2018/11/HHTL\\_2018-EU-CHAINS-REPORT.pdf](https://corporate.cms-horwathhtl.com/wp-content/uploads/sites/2/2018/11/HHTL_2018-EU-CHAINS-REPORT.pdf)

37. European Chains and Hotels Report, 2018. URL: [https://corporate.cms-horwathhtl.com/wp-content/uploads/sites/2/2018/11/HHTL\\_2018-EU-CHAINS-REPORT.pdf](https://corporate.cms-horwathhtl.com/wp-content/uploads/sites/2/2018/11/HHTL_2018-EU-CHAINS-REPORT.pdf)

38. European Spas Association URL: <https://www.espa-ehv.eu/>

39. Global Wellness Institute URL: <https://globalwellnessinstitute.org/>

40. Heyes, A. (2017). Hotel spa and wellness management. In *Hotel Accommodation Management* (pp. 83-93). Routledge.

41. Heyes, A. (2017). Hotel spa and wellness management. In Hotel Accommodation Management (pp. 83-93). Routledge.
42. Horwath HTL: Health & Wellness. URL: [https://cdn.horwathhtl.com/wp-content/uploads/sites/2/2018/08/HHTL\\_HealthWellness.pdf](https://cdn.horwathhtl.com/wp-content/uploads/sites/2/2018/08/HHTL_HealthWellness.pdf)
43. Horwath HTL: Health & Wellness. URL: [https://cdn.horwathhtl.com/wp-content/uploads/sites/2/2018/08/HHTL\\_HealthWellness.pdf](https://cdn.horwathhtl.com/wp-content/uploads/sites/2/2018/08/HHTL_HealthWellness.pdf)
44. International Association of Hotel Executives URL: <https://www.ihea.com/>
45. International Hotel and Restaurant Association URL: <https://www.ih-ra.com/>
46. International Hotel Association URL: <https://www.ih-ra.org/>
47. International Society of Hospitality Consultants URL: <https://ishc.com/>
48. International SPA Association URL: <https://experienceispa.com/>
49. International Spa Association. URL: <https://experienceispa.com/>
50. Ishchenko T. I., Shydlovska O. B., Stoian I. M. Perspektyvy rozvytku wellness-industrii v hotelnomu hospodarstvi Ukrainy / T. I. Ishchenko, O. B. Shydlovska, I. M. Stoian. Heohrafiia ta turyzm. 2013. Vyp. 26. S. 87-93.
51. Kessler, M. (2020). Destination Wellness: The Global Growth of the Wellness Tourism Industry. Journal of Tourism and Cultural Change, 18(3), 235-238.
52. Kim, S., & Lee, C. (2019). Exploring the Wellness Tourism Experience: The Role of Spa and Beauty Treatments. Journal of Hospitality Marketing & Management, 28(2), 119-136.
53. Marchenko N. I., Ditrikh I. V. Perspektyvy zastosuvannia Wellness-innovatsii v industrii hostynnosti. Vcheni zapysky. Tom 31 (70) № 6 Ch. 2. 2020. S. 65-70.

54. Mathur, G. (2018). A Review of Trends and Innovations in Spa and Wellness Industry: An Indian Perspective. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 6(3), 18-34.
55. MOCHULSKA, O. M., et al. Сучасні тенденції, детермінанти та перспективи розвитку медичного та лікувально-оздоровчого spa-та wellness-туризму в світі. *Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України*, 2019, 3: 56-61.
56. Moraga, J. M. (2019). Wellness Tourism and the Impact on the Spa Industry. *Journal of Vacation Marketing*, 25(2), 202-212.
57. Mueller, Hansruedi, and Eveline Lanz Kaufmann. Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of vacation marketing* 7.1 (2001): 5-17.
58. Mueller, Hansruedi, and Eveline Lanz Kaufmann. Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of vacation marketing* 7.1 (2001): 5-17.
59. New report focuses on salon & spa business growth  
URL: <https://www.massagemag.com/new-report-focuses-on-salon-spa-business-growth-132128/>
60. Park, S., & Bae, S. (2020). Exploring the Impact of Wellness Tourism on Emotional Well-being and Life Satisfaction: The Moderating Role of Spa Experiences. *Journal of Travel Research*, 004728752090849.
61. Puczkowski, L., & Rötter, T. (2018). Wellness tourism and spa management in Hungary. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 10(3), 319-329.
62. Rančić, M., Popov-Raljić, J., & Pavić, L. (2013). Spa-wellness center as part of the hotel facility. *Turizam*, 17(2), 45-59.
63. Rančić, M., Popov-Raljić, J., & Pavić, L. (2013). Spa-wellness center as part of the hotel facility. *Turizam*, 17(2), 45-59

64. Rutynskiy, M.; Kushniruk, H. Restaurant Industry in the Tourist City of Eastern Europe: Post-COVID-19 Perspectives – The Case of Lviv, Ukraine. 2022, 220-243, DOI: 10.4018/978-1-7998-9148-2.ch012
65. Stará, J., & Charvát, M. Wellness: Its origins, theories and current applications in the United States. Acta Salus Vitae. URL: <https://www.muni.cz/en/research/publications/1174118>
66. Thailand Hotel Industry Survey of Operations. URL: <https://horwathhtl.com/publication/hhtl-annual-study-2017-thailand/>
67. Thailand Hotel Industry Survey of Operations. URL: <https://horwathhtl.com/publication/hhtl-annual-study-2017-thailand/>
68. The Global Wellness Economy: Looking Beyond COVID – December 2021.
69. Uberoi, S. Spa and wellness: What's the difference? Medium. March 2, 2014. URL: <https://medium.com/spa-business/spa-and-wellness-whats-the-difference-62e84ae29df1U>
70. Wellness Tourism Association URL: <https://www.wellnesstourismassociation.org/>
71. World Travel and Tourism Council URL: <https://www.wttc.org/>
72. Yavorska H. Velnes kontsepsiia v hotelnii industrii. Innovatsii rozvytku kharchovykh tekhnolohii ta industrii hostynnosti v konteksti suchasnykh tendentsii hotelno-restorannoho biznesu: zb. tez dop. I Vseukrainskoi nauk.-prakt. konf., 13 travnia 2020 r. Ternopil, 2020. S. 63.