

АННОТАЦИЯ

Студентки группы Б1410 кафедры Сервиса и туризма Школы экономики и менеджмента Чистяк Викторией Владимировной к выпускной квалификационной работе на тему «Особенности технологии и организации Wellness–услуг в гостинице». Научный руководитель – старший преподаватель Фролова Снежана Николаевна.

Общий объем работы – 82 страницы. Выпускная квалификационная работа содержит 21 рисунок, 21 таблицу, 6 приложений.

Список литературы представлен источниками периодической и непериодической литературы, данными сети Интернет и источниками иностранной литературы.

Объектом исследования является изучение понятия велнесс-центра в индустрии гостеприимства.

Предметом исследования является бизнес-предложение по созданию велнесс-центра при гостинично-ресторанном комплексе «Aurora Park Hotel».

Целью работы является разработка велнесс-центра при гостинично-ресторанном комплексе «Aurora Park Hotel».

Исследовательские задачи работы:

- рассмотреть понятие велнесс-услуг;
- изучить особенности предоставления велнесс-услуг в предприятиях гостеприимства;
- исследовать рынок велнесс-услуг в гостиничных предприятиях Владивостока и возможных конкурентов проектируемого велнесс-центра;
- разработать бизнес-предложение по созданию велнесс-центра при гостинично-ресторанном комплексе «Aurora Park Hotel».

В ходе написания работы были использованы следующие виды теоретических и эмпирических методов исследования: анализ, статистические методы, наблюдение, описание, сравнение, анкетирование.

В ходе работы была выявлена сущность понятия «гостиничная велнесс-услуга», выявлены особенности предоставления велнесс-услуг в предприятиях гостеприимства. Было проведено исследование рынка велнесс-услуг в гостиничных предприятиях Владивостока и возможных конкурентов проектируемого велнесс-центра. Была проведена разработка бизнес-предложения по созданию велнесс-центра при гостинично-ресторанном комплексе «Aurora Park Hotel».

Ключевые слова: велнесс; услуга; средство размещения; гостиница; оздоровление.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Название кафедры

Чистяк Виктория Владимировна

**ОСОБЕННОСТИ ТЕХНОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИИ WELLNESS–УСЛУГ В
ГОСТИНИЦЕ**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

по образовательной программе подготовки бакалавров

по направлению 43.03.03 «Гостиничное дело»

профиль «Гостиничная деятельность»

г. Владивосток
2018

Автор работы _____
(подпись)

« _____ » _____ 2018 г.

Консультант (если имеется)

_____ (подпись) _____ (Ф.И.О)

« _____ » _____ 2018 г.

Руководитель ВКР _____
(должность, ученое звание)

_____ (подпись) _____ (Ф.И.О)

« _____ » _____ 2018 г.

Назначен рецензент _____
(ученое звание)

_____ (фамилия, имя, отчество)

«Допустить к защите»

Заведующий кафедрой _____
(ученое звание)

_____ (подпись) _____ (Ф.И.О)

« _____ » _____ 2018 г.

Защищена в ГЭК с оценкой _____

Секретарь ГЭК (для ВКР)

_____ (подпись) _____ (Ф.И.О)

« _____ » _____ 2018 г.

ЗАВЕРЯЮ

Е.Б. Гаффорова / _____ /
Подпись

Директор Школы экономики и менеджмента
Директор/ наименование структурного подразделения

« _____ » _____ 2018 г.

В материалах данной выпускной квалификационной работы не содержатся сведения, составляющие государственную тайну, и сведения, подлежащие экспортному контролю.

Е.А. Тюрина / _____ /
Подпись

Заместитель директора по науке и инновациям
Школы экономики и менеджмента
Уполномоченный по экспортному контролю

« _____ » _____ 2018 г.

Оглавление

Введение.....	4
1 Велнесс-услуги как направление и тенденция развития гостиничного бизнеса.....	7
1.1 Велнесс-услуги: понятие, сущность, особенности	7
1.2 Значение в гостиничном бизнесе велнесс-услуг, их роль в формировании интереса к гостиницам.....	12
1.3 Важнейшие характеристики и особенности внедрения велнесс-услуг в гостиницах.....	18
2 Разработка бизнес-предложения по созданию велнесс-центра при гостинично- ресторанном комплексе «Aurora Park Hotel»	30
2.1 Анализ предложения велнесс-услуг в гостиничных предприятиях Владивостока. Характеристика гостинично-ресторанного комплекса «Aurora Park Hotel»	30
2.2 Анализ заинтересованности потенциальных потребителей и руководства гостиницы в создании велнесс-центра при гостинично-ресторанном комплексе «Aurora Park Hotel».. ..	41
2.3 Бизнес-предложение по созданию велнесс-центра при гостинично-ресторанном комплексе «Aurora Park Hotel».. ..	44
Заключение	61
Список использованных источников	64
Приложение А	68
Приложение Б	70
Приложение В.....	76
Приложение Г	80
Приложение Д.....	81
Приложение Е.....	82

Введение

В настоящее время в индустрии гостеприимства набор услуг, предоставляемых в предприятии, является одним из важнейших критериев оценки всего средства размещения. В то же время здоровый образ жизни и забота о своем благополучии стали не просто модной тенденцией, а стилем жизни, который многие путешественники не хотят менять, покидая дом. Поэтому услуги, направленные на поддержание физического и психического здоровья гостей, могут стать не только приятным дополнением к основным услугам гостиницы, но и решающим фактором, влияющим на выбор отеля.

Велнесс-услуги уже стали устоявшимся трендом зарубежом, продолжающим набирать популярность и в России. Данный тренд заслуживает внимания представителей многих индустрий, особенно индустрии гостеприимства, ведь именно на базе отелей существует множество различных возможностей внедрения велнесс-услуг.

Современные гостиницы, желающие соответствовать требованиям различных групп потребителей, должны быть озабочены тем, что могут предложить гостям, не желаям жертвовать своими полезными привычками. Это не только создаст положительный облик предприятия среди потенциальных клиентов, но и сможет стать прибыльной составляющей деятельности гостиницы.

Актуальность выбранной темы заключается в значимости различных оздоровительных видов деятельности для современных потребителей. Комплекс велнесс-услуг являются не только популярным направлением среди широкого круга потребителей, но и экономически выгодным вложением. Именно поэтому он должен быть изучен, с целью дальнейшего внедрения в предприятие гостеприимства и использования не только на благо гостей, но и средства размещения в целом.

Целью данной работы является разработка велнесс-центра при гостинично-ресторанном комплексе «Aurora Park Hotel». Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие исследовательские задачи:

- рассмотреть понятие велнесс-услуг;
- изучить особенности предоставления велнесс-услуг в предприятиях гостеприимства;
- исследовать рынок велнесс-услуг в гостиничных предприятиях Владивостока и возможных конкурентов проектируемого велнесс-центра;
- разработать бизнес-предложение по созданию велнесс-центра при гостинично-ресторанном комплексе «Aurora Park Hotel».

Объектом исследования является изучение понятия велнесс-центра в индустрии гостеприимства.

Предметом исследования является бизнес-предложение по созданию велнесс-центра при гостинично-ресторанном комплексе «Aurora Park Hotel».

Практическая значимость состоит в возможности использования разработанного бизнес-предложения в гостинично-ресторанном комплексе «Aurora Park Hotel», использования результатов исследований для улучшения его работы, повышения качества предоставляемых услуг, расширения ассортимента, привлечения новых потребителей, повышения экономической эффективности деятельности предприятия.

В ходе написания работы были использованы следующие виды теоретических и эмпирических методов исследования: анализ, статистические методы, наблюдение, описание, сравнение, анкетирование.

При подготовке работы были использованы законодательные и нормативные документы, теоретическую базу исследования составили работы таких авторов, как Х.Л. Данн, М. Смитт, Г. Джакетт, Б. Регер-Нэш, Т.А. Бурменко, М. Парчева, А.Н. Корякина, Н.Н. Строева, Т.П. Бацунова, статьи из научной электронной библиотеки «eLIBRARY.RU» и электронные ресурсы, такие как <https://skift.com> и

<http://hotelier.pro> и другие источники, посвященные работе предприятий гостеприимства.

Дипломная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников, приложений.

Во введении обоснована актуальность выбранной темы, сформулированы объект и предмет исследования, цель и содержание поставленных задач выпускной квалификационной работы.

В первой главе рассмотрены понятие велнесс-услуг и их особенности, значение велнесс-услуг для гостиничного бизнеса, изучены особенности внедрения велнесс-услуг в гостиницах.

Во второй главе проанализирован рынок гостиничных предприятий, предоставляющих велнесс-услуги во Владивостоке, выявлены и проанализированы возможные конкуренты проектируемого велнесс-центра, представлено бизнес-предложение по созданию велнесс-центра, его экономическое обоснование, проведен расчёт затрат на реализацию, определена рентабельность и окупаемость проекта.

В заключении отражены основные результаты работы, уточнены выводы.

Список использованных источников включает в себя 47 источников.

1 Велнесс-услуги как направление и тенденция развития гостиничного бизнеса

1.1 Велнесс-услуги: понятие, сущность, особенности

Говоря об организации велнесс-услуг в индустрии гостеприимства, в первую очередь следует определить, что подразумевают на сегодняшний день под понятием «велнесс» и в чем его основные отличия от концепции здорового образа жизни и других видов оздоровительных услуг. Также следует выявить суть основополагающего явления в гостиничной индустрии – услуги и понять, что такое гостиничная велнесс-услуга.

Здоровый образ жизни – это образ жизни человека, направленный на предупреждение заболеваний и укрепление здоровья. К элементам здорового образа жизни относятся:

- знания о влиянии неблагоприятных факторов окружающей среды на здоровье;
- отказ от курения, наркотиков и употребления алкоголя;
- здоровое питание: умеренное, соответствующее физиологическим особенностям конкретного человека, информированность о качестве употребляемых продуктов;
- физически активная жизнь, выполнение физических упражнений с учётом возрастных и физиологических особенностей;
- личная и общественная гигиена: совокупность гигиенических правил, соблюдение и выполнение которых способствует сохранению и укреплению здоровья [33].

Слово «велнесс» (в английском языке «wellness») происходит от «be well», что означает «хорошее самочувствие» или «благополучие». Авторы рассматривают велнесс применительно к различным областям жизни. Так, Х.Л. Данн, известный как основоположник велнесс-движения в США, применяет понятие велнесс в

следующем обобщающем значении: «велнесс отражает здоровый баланс разума, тела и духа, что становится результатом общего чувства благополучия». В то же время, в своей книге «Foundations of wellness» («Основы велнесса») М. Смитт, Г. Джакетт, Б. Регер-Нэш дают понятие велнессу применительно к здоровью человека: «предотвращение проблем со здоровьем с помощью собственных сил без использования медикаментов» [14], [13, с. 45]. Другие авторы в своих работах приводят тождественные определения понятию. Тем не менее, в литературе тема велнесса в индустрии гостеприимства освещена на недостаточном уровне. Поэтому в дипломной работе велнесс-услуги рассматриваются в отношении гостиничных предприятий.

Далее приведено наиболее общее понятие велнесса, которое будет использоваться в настоящей работе по отношению к данному термину. Велнесс – это концепция здорового образа жизни, сочетающая в себе здоровый баланс ума, тела и духа, который достигается с помощью правильного питания, физических нагрузок и отказа от вредных привычек, что приводит к общему чувству благополучия [13].

Велнесс тесно связан с поддержанием здоровья. Поэтому возникает вопрос, почему велнесс в индустрии гостеприимства не следует приравнять к оздоровительному туризму и его вариациям. В Таблице 1 приведены основные отличия велнесс-услуг от других видов туристических оздоровительных услуг.

Таблица 1 – Отличия велнесс-услуг от других видов туристических оздоровительных услуг

	Мотивация клиентов, цели использования услуг	Основное отличие от велнесс-услуг
Велнесс-услуги	Поддержка и сохранение душевного и физического здоровья, избавление от стрессов, достижение гармоничного состояния души и тела	
Спа-услуги	Оздоровление с использованием природных и искусственных факторов, с преобладанием водных процедур	Велнесс включает в себя более широкий спектр услуг в отличие от спа-услуг, основанных на применении водных ресурсов

Окончание таблицы 1

	Мотивация клиентов, цели использования услуг	Основное отличие от велнесс-услуг
Оздоровительный туризм	Поддержка здоровья, реабилитация после заболеваний или операций, облегчение течения хронических заболеваний без применения арсенала клинической медицины, а с использованием свойств природных ресурсов, профилактика болезней	Оздоровительный туризм направлен на восстановление после заболеваний, он носит корректирующий характер. Велнесс направлен на поддержание и улучшение здоровья, он носит превентивный характер в отношении болезней
Медицинский туризм	Получение недоступного медицинского обслуживания. Улучшение или восстановление здоровья путем медицинских вмешательств, получение инвазивных, диагностических или иных медицинских услуг	Медицинский туризм направлен на лечение болезней с использованием медикаментов, применением операционных вмешательств, прохождением медицинских обследований. Велнесс-услуги не удовлетворяют данные потребности
Лечебный туризм	Поправка здоровья, реабилитация, предполагающая пребывание в санаторно-курортных учреждениях	Велнесс носит превентивный характер в отношении болезней, в отличие от корректирующего характера лечебного туризма. Также, велнесс-услуги могут предоставляться вне санаторно-курортных учреждений, а в других типах средств размещения
Санаторно-курортные услуги	Лечение и оздоровление на курорте – учреждении с природной территорией и наличием природных лечебных ресурсов	Велнесс-услуги могут предоставляться в различных типах средств размещения. Наличие природных ресурсов является предпочтительным, но не обязательным условием для средства размещения, в отличие от курорта

Источник: 20, с. 44

Из Таблицы 1 следует, что велнесс-услуги имеют превентивную функцию, так как основная цель велнесса – это профилактика болезней и недугов, а также сохранение физической и внутренней молодости. Оздоровительные услуги оказывают корректирующее действие на здоровье. В этом заключается основное отличие велнесс-услуг от оздоровительных услуг.

Разница между этими услугами подтверждается и в одном из исследований. «Global Wellness Institute» – это некоммерческая организация, целью которой

является распространение велнесс-философии среди населения [45]. В одном из своих исследований «Global Wellness Institute» определяют, что, если рассматривать диапазон между реактивным и проактивным подходом к здоровью человека, велнесс относится к проактивному. В отличие от реактивного подхода, который выражается в действиях, возникающих как ответная реакция на болезнь, проактивный подход основывается на предупреждении болезней. Разница между этими двумя подходами отражена в Таблице 2.

Таблица 2 – Сравнение медицинской парадигмы и велнесс парадигмы

Реактивный подход – медицинская парадигма	Проактивный подход – велнесс парадигма
Лечение заболеваний	Направленность на поддержание и улучшение состояния здоровья
Корректирующая парадигма	Превентивная парадигма
Фрагментарный подход	Комплексный подход
Ответственность клиники (медиков)	Индивидуальная ответственность

Источник: 15

Как видно из Таблицы 2, для велнесса характерно направление исключения возможности болезни или плохого состояния. Тенденция такова, что все большая часть современного общества осознанно готова платить деньги за поддержание хорошего здоровья тела, ума и общего психоэмоционального состояния, нежели выплачивать огромные суммы за лечение уже существующих болезней.

Велнесс строится на следующих принципах:

- движение;
- умственная активность;
- расслабление и гармония;
- красота и уход за телом;
- сбалансированное питание [30].

Понимание сути велнесса дает возможность для разработки всевозможных гостиничных услуг, направленных на улучшение состояния человека.

В соответствии с ГОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определения» понятие услуги определяется как: «результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя услуг по удовлетворению потребности потребителя услуг» [2].

В свою очередь все услуги делятся на материальные – услуги по удовлетворению материально-бытовых потребностей клиента (пользование тренажерами в фитнес-зале, посещение спа-комплекса и т.д.) – и социально-культурные или нематериальные – услуги по удовлетворению духовных, интеллектуальных потребностей и поддержанию нормальной жизнедеятельности потребителя (арт-терапии, сеансы медитации и другие услуги) [7].

Велнесс-услуги разнообразны: к ним относятся услуги, обеспечивающие материальную базу для велнесса, – фитнес-залы, спа-комплексы, бани и сауны, рестораны и кафе с правильным питанием, бассейны и спортивные площадки, парки с природными ресурсами – а также услуги, направленные на ментальное здоровье человека, – культурные программы, звукотерапия, йога, сеансы медитации и другое [15].

Как было отмечено выше, особенность велнесс-философии – это сочетание физического и духовного здоровья. Сущность гостиничной услуги также состоит в ее двойственности – удовлетворении невещественной потребности с помощью материальной базы. Исходя из этого и других вышеперечисленных фактов, можно заключить, что гостиничная велнесс-услуга – это организованное взаимодействие гостя и персонала гостиницы, направленное на поддержание физического и ментального здоровья и непрерывно оказывающее положительное воздействие на гостя в течение всей длительности его пребывания в гостинице.

1.2 Значение в гостиничном бизнесе велнесс-услуг, их роль в формировании интереса к гостиницам

Одной из наиболее быстро развивающихся сфер в экономике, которая обладает потенциалом устойчивого роста, является велнесс-индустрия [26, с.1]. Тема здорового образа жизни, ухода за собой и поддержания психического здоровья продолжает набирать популярность в мире [11].

Это во многом связано с развитием и усложнением жизни человека. Постоянно изменяющиеся общественные процессы, увеличение рисков техногенного, экологического, психологического, политического и военного характеров накладывают отпечаток на общее состояние человека в виде нагрузок на его организм. Поэтому люди стараются снизить эти нагрузки, независимые от их действий, ведя здоровый образ жизни, а теперь и посещения мест, где они могут расслабиться и отдохнуть физически и ментально [33].

Несмотря на то, что постоянно придерживаться здорового образа жизни не так просто, приверженцев такого стиля жизни с каждым годом становится все больше. Данная тенденция не случайна, ведь за последние годы с массовым появлением спа-салонов, фитнес-центров, кафе здорового питания и студий йоги ресурсы для поддержания здоровья стали гораздо доступнее [25]. Это привело к тому, что здоровый образ жизни постепенно перерос в новую философию – велнесс, которая сформировала у людей особую систему ценностей.

В контексте велнесса преследуются цели достижения хорошего здоровья в следующих шести аспектах:

- физическом;
- умственном;
- духовном;
- эмоциональном;
- экологическом;
- социальном [43].

Результаты исследований «Global Wellness Institute» показывают, что наиболее развитыми сегментами велнесс-индустрии на данный момент являются:

- спа-индустрия;
- велнесс-туризм;
- здоровое питание;
- фитнес;
- красота и замедление процессов старения;
- альтернативная медицина;
- превентивная медицина [15].

Спа- и велнесс-туризм выступает в качестве растущего сегмента на мировом рынке туризма. По своей сути, велнесс-туризм представляет собой путешествие и проживание, основной целью которых является сохранение и укрепление здоровья или путешествие, при котором велнесс – его существенный компонент. Велнесс-туризм составляет 6% от числа всех туристических поездок, 14% общих расходов на туризм и создает 11,7 миллиона рабочих мест. Наблюдается тенденция устойчивого роста велнесс-туризма [26, с. 6].

Среди всех рынков, связанных с велнесс сегментом туриндустрии, особо выделяются США и страны Европы. В то же время самым быстрорастущим в этом направлении является Азиатско-Тихоокеанский регион (АТР), где совершается до 200 миллионов поездок, а общее количество потраченных велнесс-туристами средств составляет более 110 миллиардов долларов США, при среднегодовом приросте около 28% и 32% соответственно [38].

В Таблице 3 приведены 20 мировых рынков велнесс-туризма в 2016 году.

Таблица 3 – Мировые рынки велнесс-туризма в 2016 году

Место	Страна	Число поездок, млн	Число занятых в отрасли работников, млн человек	Расходы туристов, млн долл.
1	США	161,2	1,87	20220
2	Германия	58,5	1,11	6020

Окончание таблицы 3

Место	Страна	Число поездок, млн	Число занятых в отрасли работников, млн человек	Расходы туристов, млн долл.
3	Франция	30,6	0,32	3020
4	Китай	48,2	2,37	2950
5	Япония	37,8	0,18	1980
6	Австрия	14,6	0,16	1540
7	Канада	25,3	0,25	1350
8	Великобритания	20,6	0,18	1300
9	Италия	6,6	0,15	1270
10	Мексика	15,3	0,48	1260
11	Швейцария	9,2	0,1	1220
12	Индия	38,6	5,32	1180
13	Таиланд	9,7	0,5	940
14	Австралия	8,5	0,1	820
15	Испания	13,6	0,08	770
16	Южная Корея	18,0	0,13	680
17	Индонезия	5,6	0,52	530
18	Турция	9,3	0,06	480
19	Россия	13,5	0,15	350
20	Бразилия	8,6	0,12	330

Источник: 47

По данным Таблицы 3 видно, что Россия занимает предпоследнюю строчку по расходам путешественников (350 миллионов долларов), несмотря на то, что по количеству поездок с целью велнесс-туризма (13,5 миллионов долларов) она в два раза превосходит Италию (6,6 миллионов долларов), где расходы путешественников в 3,5 раза выше – 1270 миллионов долларов [38].

В то же время, по данным исследования «Global Wellness Institute», только 7% (691 миллион) от общемирового числа поездок напрямую связаны с оздоровлением. При этом лишь в 11% из них оздоровление становится собственно основной целью путешествия, в остальных же случаях велнесс – это своеобразное дополнение к основному отдыху. Большинство таких поездок обычно включает в себя посещение спа, целебных источников или классов йоги, что очень сильно отличается от путешествий исключительно ради восстановления физического или ментального здоровья – когда человек остается на некоторое время в санатории или ашраме.

Большинство заботящихся о себе путешественников предпочитают сегодня совмещать оздоровительные процедуры с обычной туристической или деловой активностью: посещениями достопримечательностей и ресторанов, шопингом и бизнес-переговорами. На подобные поездки с «дополнительным велнесом», по данным исследования тратится около 500 миллиардов долларов в год, что более чем в 5 раз больше затрат на отдых, связанный только с оздоровлением (81 миллиард долларов). В исследовании также отмечается что, в 2014-2017 гг. глобальный велнес-туризм показал рост на 20% в поездках и рост на 16% в тратах путешественников, при этом прямой лечебный и оздоровительный туризм вырос за такой же срок всего на 2% и 5% соответственно. Проведенный в рамках исследования финансово-экономический анализ показывает, что основная часть велнес-туризма (67%) приходится на поездки в пределах страны проживания путешественников. Речь идет, главным образом, о маршрутах малой протяженности или же о туризме выходного дня [38].

Поэтому для российских отелей внедрение дополнительных велнес-услуг в перечень предложений может привлечь как отечественных туристов из домашних регионов, продолжительность пребывания которых будет ограничена несколькими днями, так и зарубежных туристов, более осведомленных в вопросах велнеса и более заинтересованных в данном направлении [16].

В потенциале велнес-услуг в качестве дополнительных гостиничных услуг уверены и российские специалисты. По словам Илоны Ансоне, руководителя Балтийского отделения Российского Союза Туриндустрии, у гостиницы, предлагающей велнес-услуги, увеличивается привлекательность и конкурентоспособность на рынке отельного бизнеса. Например, для клиента, находящегося в бизнес-поездке или на конференции, спа-услуга является дополнительной: помимо деловой деятельности, появляется возможность уделить время и себе. А это значит, что сервис становится более разноплановым и интересным.

На открытии, например, спа-центра многие даже делают акцент, особенно это касается загородных и курортных отелей, так как наличие спа привлекает гостей в любое время года, то есть бизнес перестает быть только сезонным.

Благодаря привлекательности услуги возрастает и прибыль. Дополнительный доход может вырасти на всем, что интересно гостям, главное – сделать верные расчёты и грамотный продукт [39].

Среди всех велнесс-услуг, которые могут быть предложены отелем, пресс-секретаря американского курортного отеля «Carillon Miami Wellness Resort» Тейлор Чиналли, также выделяет спа-услуги. «Список услуг, которые предлагаются клиентам, включает в себя самые разнообразные занятия по фитнесу, оздоровительные программы и бьюти-сервис. Однако самым популярным и востребованным среди гостей курорта остается спа-комплекс», – утверждает Чиналли.

Сегодня путешественники тратят на спа-процедуры в отелях, где подобные услуги не являются бизнес-образующими, более 25,6 миллиардов долларов в год. При этом на долю специализированных спа-курортов приходится всего 7,7 миллиардов долларов. Кроме того, именно отельные комплексы и центры становятся сейчас наиболее быстро растущей категорией спа – на данный момент их число превышает 30 000 объектов по всему миру (прирост за последние три года – 36,7%) [38].

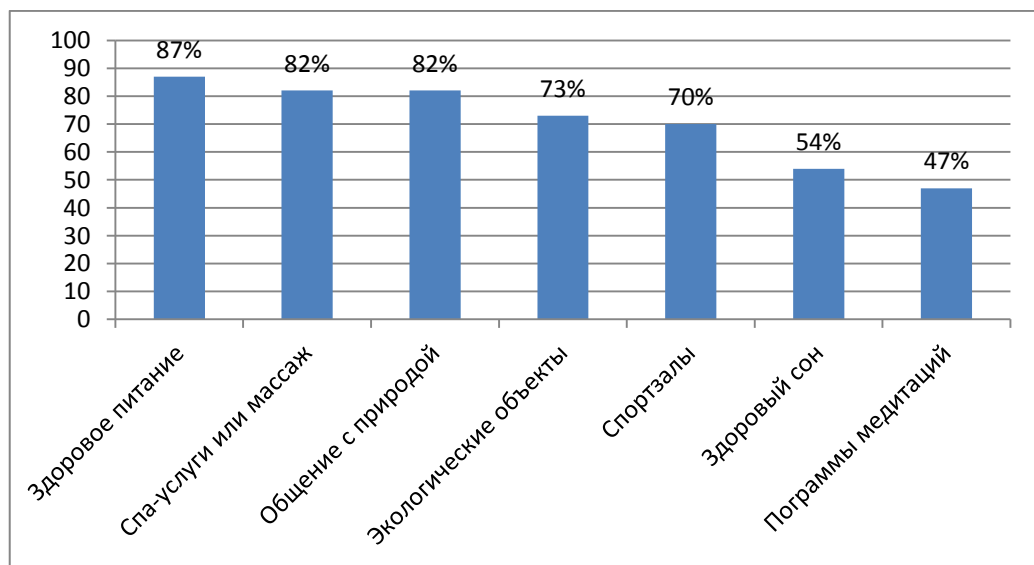
Еще один плюс для отеля, придерживающегося велнесс направления, это его позиционирование, как «здоровый отель». Для современных путешественников такая репутация гостиницы имеет большое значение при выборе средства размещения. Об этом свидетельствуют многочисленные опросы потребителей гостиничных услуг.

Так, опрос, проведенный «SpaFinder Wellness 365» – крупнейшей в мире медиа-, маркетинг-компанией велнесс-индустрии, показал, что 85% туристов вернулись из путешествия, чувствуя себя еще менее здоровыми и бодрыми, чем в

момент отъезда [8, с. 39]. Данный факт может показаться парадоксальным, так как традиционно одна из основных целей туристов – это отдых и рекреация. Тем не менее, большое количество новых впечатлений, трудности, связанные с дорогой и перемещением в место отдыха, и другие факторы могут заметно истощить как физические, так и духовные силы человека. К сожалению, не все отели могут справиться с этой проблемой, оказывая сервис своим гостям.

Такое положение вещей наталкивает туристов на организацию по-настоящему здорового отдыха, значительную роль в котором играет средство размещения и его услуги. По данным все того же опроса, путешественники заявляют, что им необходим полный комплекс велнесс-услуг, куда бы они ни направлялись. 87% респондентов хотят получать более здоровое питание, 82% – спа-услуги или массаж, 82% – желают возможности общения с природой, 73% – посещать экологически-ответственные объекты, 70% – ждут спортзалы с кардио- и силовыми тренажерами, 54% – хотели бы программы здорового сна, а 47% – ожидают от отелей программы, посвященные медитациям [8, с. 39].

Сравнение приоритетности различных велнесс-услуг показывает рисунок 1.



Источник: 46

Рисунок 1 – Сравнение приоритетности различных велнесс-услуг

В то же время, отель, предоставляющий велнесс-услуги, не должен ограничивать своих гостей в чем либо, ведь главное для гостиницы – это удобство её постояльцев. Поэтому, несмотря на предоставление «здоровых услуг», клиенты должны четко осознавать, что они не ограничены, например, в выборе питания и могут заказать вредную, но вкусную пищу. Они должны понимать, что после не вполне здорового удовлетворения своих потребностей, у них всегда будет возможность восстановить силы здесь же в отеле, а задача гостиницы грамотно донести до гостей и потенциальных клиентов эту информацию [38].

Таким образом, роль популярности велнесса в формировании интереса к средствам размещения нельзя переоценить. В современном мире с множеством стрессов постояльцы отелей хотят получить максимально-возможное оздоровление тела и души, неважно, имеет ли их путешествие целью отдых, или же это бизнес-поездка. Развитие велнесс-индустрии и внедрение ее элементов в услуги гостиницы дает шанс отельерам привлечь как можно больше посетителей в их предприятие.

1.3 Важнейшие характеристики и особенности внедрения велнесс-услуг в гостиницах

Разнообразие велнесс-услуг позволяет отельерам, стремящимся организовать в гостиницах велнесс-программы, выбрать определенный набор услуг, соответствующий имеющимся в отеле ресурсам и отвечающий определённым потребностям. Какая бы услуга не была выбрана для внедрения, она должна быть организована надлежащим образом.

Венгерская ассоциация велнесса разработала требования, предъявляемые к велнесс-отелям на основе действующей западно-европейской системы. Согласно данным разработкам, минимальный состав услуг в велнесс-отеле должен быть следующим: крытый бассейн, два различных типа бань, четыре различные косметологические услуги, шесть видов массажных и релаксационных процедур, кардиологическое оборудование и фитнес-зал, четыре различных спортивные

программы свободного времени или восточные двигательные программы, тренинг категории аэробика, три общественные (культурные, музыкальные, художественные) программы. На рисунке 2 отражена схема минимального состава функциональных помещений в велнесс-отеле [44].



Источник: 44

Рисунок 2 – Функциональные группы помещений в велнесс-отеле

Рассмотрим некоторые виды гостиничных велнесс-услуг подробнее.

Одной из важнейших дополнительных услуг в гостинице в контексте велнесса является фитнес-центр. Для крупных отелей тренажерные залы стали неотъемлемой частью гостиничного сервиса, однако и гостиницы средних размеров не отстают, ведь данная услуга весьма популярна среди гостей.

Согласно статистическим исследованиям, большинство клиентов гостиничных фитнес-центров посещают тренажерный зал. Чтобы правильно оборудовать зал, нужно определить, какие марки тренажеров подойдут отелю, и рассчитать принцип расстановки тренажеров. Также важно понять, на какое количество человек будет рассчитан зал. Не стоит забывать о мелочах: фитнес-бар, расположенный в непосредственной близости от тренажерного зала и постоянно попадающийся гостям на глаза, может принести гостинице дополнительный доход.

Однако прежде всего, специалисты советуют определить концепцию клуба – именно от нее будет зависеть выбор силовых и кардиотренажеров, а также набор фитнес-программ. К примеру, комплектация тренажерного зала, ориентированного на мужчин, может несколько отличаться от зала для женщин. Зал семейного направления нужно оборудовать с расчётом, что его будут посещать как мужчины, так и женщины. При организации зала учитывается также его зонирование. Есть несколько вариантов деления зала на зоны, самые распространенные из которых – это деление по типу тренажеров (кардио, силовые и зона стретчинга) и по уровню подготовки посетителей – зоны для новичков и для более опытных клиентов [5]. Рисунок 3 отражает один из вариантов зонирования фитнес-центра.



Источник: 40

Рисунок 3 – Зонирование фитнес-центра

Помимо зала с тренажерами фитнес-центр предусматривает наличие зала для занятий аэробикой. Данное спортивное направление особенно популярно среди женской части населения, поэтому наличие зала аэробики в гостинице станет приятным дополнением для посетительниц отеля. Существуют различные виды

аэробики, многие из которых связаны с танцами и соединяют в себе различные танцевальные элементы. В зависимости от ключевого стиля танца выделяют фанк-аэробику, хип-хоп, джаз-модерн, русский фолк и другие. Танцевальная аэробика очень эмоциональна, она помогает не только укрепить свое тело, но весело и приятно провести время. Поэтому как дополнительная услуга такой вид фитнеса весьма конкурентоспособен.

Некоторые высококлассные отели идут еще дальше, чем просто организация фитнес-центра в предприятии. С целью привлечения все новых гостей, такие гостиницы заключают партнерские соглашения со знаменитыми фитнес-тренерами. Таким образом, они создают эксклюзивную услугу для гостей, а также местных жителей. Например, «Mandarin Oriental» в Гайд-парке, Лондон, сотрудничает с Рубеном Табаресом, тренером таких знаменитостей как, актрисой Наоми Уоттс и рэп-исполнителем Шоном Комбсом. Сеть отелей «W Hotels Worldwide» заключили соглашение с популярным инструктором йоги из Нью-Йорка Тарой Стайлс. Программы тренировок под руководством Тары Стайлс доступны в четырех гостиницах сети. Данные программы имели большой успех, при этом получив широкий отклик в социальных сетях, тем самым обеспечивая отличную рекламу гостиницам и их услугам [35].

Одно из главнейших направлений в велнесс-индустрии – это йога. Занятия йогой включают в себя комплексы физических и дыхательных упражнений, цель которых – достижение и поддержание гармонии трех начал человека: физического, психического и духовного [42]. Курсы йоги, проводимые в гостинице, придерживающейся философии велнесса привлекают посетителей, желающих привести в норму не только свое физическое состояние, но и расслабиться в духовном плане. В дополнение организовываются и сеансы медитаций, проводимые профессиональным наставником. Одним из популярных видов йоги является аэройога. Основной принцип этого направления йоги заключается в снижении или ослаблении силы гравитации путем «подвешивания» людей в воздухе. Это делается,

чтобы обеспечить занимающимся возможность поддержки тела без нагрузки на шею и голову. Такой способ занятий позволяет выполнять различные движения, дольше удерживать и лучше контролировать позиции и сильнее растягивать мышцы. Кроме того, хорошо растягивается позвоночник, что снижает риск травм и лечит боли в спине. Так, американский отель «Fairmont Scottsdale» отмечает, что занятия по аэройоге имеют огромный успех, как среди туристов, так и среди местных жителей.

Бассейн для велнесс-направленной гостиницы играет важную роль. Бассейн как таковой – это сооружение, где люди расслабляются и снимают стресс, а также занимаются физической активностью. Бассейн также может помочь и в проведении различных фитнес-тренировок на воде: аквааэробики, акваспиннинга (тренировки на специальном водном велотренажере), сапсёрфинга (занятия на воде на досках для серфинга с веслом) и других видов спорта. Активный интерес к акваспиннингу отмечают в гостиничном комплексе «Dolphin Square» в Лондоне, а занятия по сапсёрфингу имеют успех в отеле «Raffles Praslin Seychelles» на Сейшелах и в отеле «Paresa Resorts» в Таиланде [8].

Баня или сауна – это еще одна популярная услуга, особенно в курортных гостиницах. Оздоровительная польза от банных процедур издавна известна человеку. Как сам процесс очистки тела, так и процесс «парки» стимулируют процессы в организме человека, тем самым помогая избавиться от вредных шлаков и токсинов. Посещение бани также расслабляет человека и с психологической точки зрения. У различных народов мира можно найти свои уникальные традиции в строительстве бань и в пользовании ими [29]. В зависимости от типа гостиничного предприятия и его концепции, организуют бани русского типа, сауны и бани восточного типа.

При обустройстве русской бани очень важно правильно определить планировку помещения. Много зависит от наличия свободного пространства, в идеальном варианте баня должна состоять из нескольких комнат, минимальный набор которых, это: прихожая-раздевалка, душевая и парная. Классическая русская

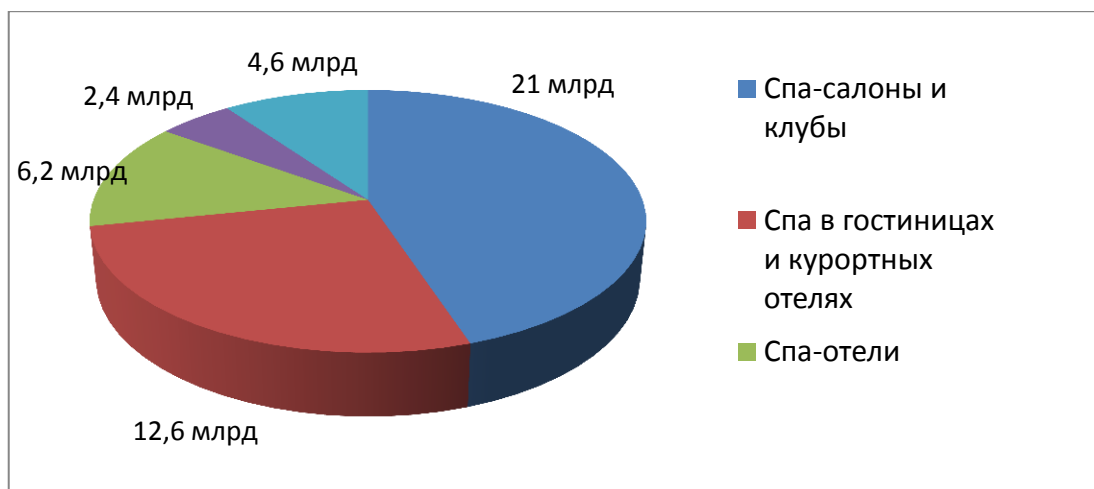
баня изготавливается из натуральных древесных материалов, обустроивается печью с закрытой или открытой каменкой.

Для средней гостиницы правильная организация классической русской бани может быть весьма трудноосуществима. Более простой альтернативой бане служит сауна. В отличие от бани, сауна может быть совершенно любых размеров, а также ее установка может осуществляться в пределах здания гостиницы. Существуют полностью готовые наборы, с печкой и внутренней отделкой, так что отельеры могут подобрать уже укомплектованную сауну, подходящую их предприятию.

Существуют различные восточные бани. Одни из самых знаменитых, это хаммамы и термы. Отличительной особенностью восточных бань является не древесная облицовка, а каменная: роскошная мраморная отделка и яркая мозаика из камня. Пол в таких банях с подогревом, несущим тепло. В восточных банях несколько комнат, с различными температурами – от прохладной до горячей – а также бассейн. В банях восточного типа также принято осуществлять массажные процедуры, а заканчивать посещение бани чаем или кофе.

Во всех типах бань часто используют ароматические масла и благовония. Это может стать отличной практикой и для гостиничных банных комплексов, ведь целительные свойства многих ароматов людям известны издревле. Например, лаванда – это натуральный антидепрессант, снимающий головную боль, стабилизирующий давление и помогающий при бессоннице. Главное, при использовании ароматов, – не переусердствовать [9].

Спа-центр – это, возможно, первое, что приходит на ум, когда говорят о велнесс-индустрии. Для гостиницы наличие спа-центра обеспечивает возможность повышения прибыли предприятия. Исследования показывают, что спа-индустрия – это весьма прибыльный бизнес, весомая доля в котором принадлежит именно гостиницам и курортным отелям. На рисунке 4 отражены данные о мировых доходах спа-индустрии на 2014 год, всего 46,8 миллиардов долларов.



Источник: 6

Рисунок 4 – Мировые доходы спа-индустрии в 2014 году

Основная цель любого спа – борьба с усталостью и стрессами. Так как философия велнесс и спа основана на комплексном подходе, важно создать сбалансированный набор услуг. Говоря о спа-центре, как о материальной базе для предоставления услуг, подразумевают специально оборудованное зонированное пространство, предлагающее гостям комплекс всевозможных процедур для полноценной релаксации, восстановления сил и ухода за собой. В программу спа-комплекса могут включаться различные процедуры:

- ванны с солями и настоями целебных трав;
- гидромассаж;
- талассотерапия – использование в лечебных и косметических целях морской воды, водорослей, морской грязи и ила, морского воздуха [24];
- бальнеотерапия – использование минеральных вод для профилактики и лечения различных заболеваний;
- обертывания с терморегуляцией;
- «сухие» процедуры: западные и восточные массажи, солярии.

К другим возможностям современных спа относятся ароматерапия (лечение запахами), хромотерапия (лечение светом и цветом), мелотерапия (лечение музыкой).

Традиционно в гостиничных спа-центрах существует «зона свободного посещения», за использование которой гость платит непосредственно при поселении (в России стоимость номера зачастую уже включает плату за посещение бассейна, а в европейских спа-отелях, помимо этого, постояльцу доступны термальные процедуры и зона релаксации). В действительности спа – это самостоятельный коммерческий продукт, способный приносить прибыль, равную примерно 30% дохода от основной деятельности гостиницы. К наиболее доходным можно отнести все процедуры, для выполнения которых требуются спа-терапевт, массажист или косметолог. Это все виды массажей, особенно экзотические (например, тайский, шиаци и тибетский и другие), требующие высокой квалификации специалистов, разнообразные пилинги, грязевые, водорослевые обертывания, гидротерапия, косметический уход за лицом и телом.

Для городского бизнес-отеля, при условии правильной организации потоков клиентов и зонирования пространства, актуально предоставление спа-услуг сторонним клиентам без проживания в гостинице. Так как городские жители находятся в агрессивной среде, они вынуждены заботиться о повышении жизненного тонуса и восстановлении энергетического баланса. Комплекс процедур в спа-комплексе направлен на быстрое восстановление физического и психического здоровья путем воздействия на различные органы чувств человека с использованием природных лечебных ресурсов или их искусственных аналогов [6].

Одним из важных аспектов в организации спа-центра является особая планировка рабочих помещений. Для комфорта клиентов, а также самих работников спа-центра необходимо придерживаться четкого зонирования, которое бы делило помещение на зоны для сухих, влажных и стилистических процедур, не позволяя потокам клиентов пересекаться, нарушая их уединённость.

Также стоит обратить внимание на создание при спа-центре фитобара. Фитобар станет местом, где можно продолжить оздоровление организма изнутри и одновременно пообщаться с друзьями, насладиться зеленым чаем или

свежевыжатым соком. Кроме того, фитобар сочетается с любыми комплексами спа-услуг. Это также источник дополнительного дохода [34].

Велнесс-отель – это не только специфические дополнительные услуги, но и сама велнесс-философия, которой придерживается предприятие. Одна из составляющей данной философии – это здоровый сон постояльцев. В последние годы все больше гостиниц стали уделять внимание роли здорового сна. В пользу такого подхода свидетельствуют недавние результаты крупного медицинского исследования, подтверждающие, что основной причиной депрессии может являться хроническое недосыпание. Так, некоторые отели, как, например, «JW Marriott», разработали специальные программы, включающие определенные закуски, благотворно влияющие на сон, и фитнес-занятия. Отель «Karma Resorts» на Бали запустил программу «Sleep Well Tonight», состоящую из утренней йоги, стоунтерапии (массаж с помощью камней) и вечернего рефлексологического сеанса под названием «Soul Reflexology» [8].

Велнесс имеет отношение и к дизайну гостиницы. Так, для отеля открыты широкие возможности в данном направлении: дизайн номеров, начиная со стен из живых растений и заканчивая водой с естественными ароматизаторами, очистка воды и воздуха, гипоаллергенная обстановка комнат, высокотехнологичное освещение, благотворно влияющее на сон и бодрствование гостей. Интерьеры должны отличаться «чистотой» пространства, лаконичностью, единством светового и цветового решения. Большое внимание должно уделяться максимально-возможному использованию экологически чистых материалов, таких как дерево, камень, натуральные ткани [8].

Наиболее отличившимся отелем в данном направлении на данный момент является американский гостиничный комплекс «MGM Grand Las Vegas». В 2012 году отель запустил концепцию номеров «Stay Well». В каждом номере есть различные элементы, работающие на пользу гостей, среди них: душ, обогащенный витамином С, система легкого пробуждения, фильтрация воздуха с помощью

усовершенствованной системы очистки, комфортный матрас с эффектом «памяти», гипоаллергенное белье, антибактериальные поверхности и другие. По словам управляющих отеля, заполняемость номеров данной концепции была равна 92%, что являлось отличным результатом. Поэтому в 2014 году, чтобы удовлетворить повышенный спрос, было решено переоборудовать под концепцию целый этаж гостиницы, так что количество номеров с 42 увеличилось до 171 [8], [35].

При возможности, территория гостиницы также должна отвечать требованиям велнесса. Так, многие курортные отели устраивают спортивные площадки и корты, а также беговые дорожки. Озеленение территории, представленное парковыми зонами, положительно влияет не только на физическое состояние гостей (оздоровление на свежем воздухе), но и оказывает успокаивающее воздействие.

Одним из основных элементов отеля, придерживающегося философии велнесса, является здоровое питание гостей. В последние годы в индустрии питания прослеживается тенденция к приготовлению экологически чистых, питательных блюд, не наносящих вред здоровью клиентов. Основное требование к пище, которую можно назвать здоровой, – это максимально-возможное использование в приготовлении блюд экологически чистых продуктов (также называемых органическими) [21]; применение щадящих технологий обработки (например, тушение или приготовление на пару, использование минимального количества масла при жарке и т.п.), благодаря которым сохраняются важные свойства продуктов – витамины и питательные элементы [4]. Также следует соблюдать правила хранения продуктов. Еще одна тенденция, уже завоевавшая популярность в зарубежных странах, – это безглютеновая диета. Как отмечают специалисты, число людей, страдающих тем или иным видом пищевой аллергии, растет с каждым годом. Значительную часть аллергических реакций вызывают продукты, содержащие глютен. Поэтому, разработка блюд безглютеновой диеты целесообразна для предприятий, оказывающих услуги питания, в особенности позиционирующих себя, как велнесс-предприятия [18]. Если вегетарианское меню уже давно известно в

российской индустрии питания и широко применяется многими ресторанами и кафе, то блюда, приготовленные из продуктов, не содержащих в составе глютен, пока не заслужили такого признания у отечественных рестораторов.

Распространённое мнение о том, что здоровая пища – это невкусная пища, уже неактуально: при правильном приготовлении продукт может сохранить не только полезные, но и вкусовые свойства. Сочетание различных продуктов, а также разнообразие рецептов также помогают поварам готовить первоклассные блюда. Поэтому, при правильной организации предприятия питания в отеле, придерживающегося философии велнеса, гости останутся довольны не только качеством блюд, но и их вкусом.

Дополнительные услуги в велнесс-гостинице, затрагивающие духовный, эмоциональный и социальный аспекты, могут быть представлены различными мероприятиями. Сеансы медитации, культурные программы (например, музыкальные концерты и танцевальные вечера), анимационные программы – все ограничивается лишь фантазией отельеров [23].

Итак, разнообразие велнесс-услуг, которое успешно может быть внедрено в гостиничное предприятие, весьма широко. Среди особенностей организации велнесс-услуг в индустрии гостеприимства можно выделить принцип комплексности, особенности зонирования площади, предназначенной для той или иной услуги, персонал. Для обеспечения качественного сервиса, все услуги должны осуществлять специалисты в данной области, начиная от фитнес-инструкторов и заканчивая профессионалами в области спа [22]. Питание, как одна из основных услуг, предоставляемых многими гостиницами, также должно отвечать требованиям велнеса. Пристального внимания также заслуживает дизайн отеля, ориентированного на поддержание велнесс-философии. Наиболее важным моментом является создание общей атмосферы, отражающей идеи гармонии и равновесия, оздоровления тела и души.

Таким образом, велнесс оказывает значительное влияние на развитие индустрии гостеприимства. Гостиница – это предприятие, где помимо размещения и питания предоставляются различные дополнительные услуги. В связи с набирающей популярность среди населения тенденцией вести здоровый образ жизни, в гостиницы внедряются услуги, призванные положительно влиять на физическое и духовное состояние гостей – велнесс-услуги.

Данные услуги не могут не вызывать интерес, ведь они совмещают в себе приятное и интересное времяпрепровождение с полезным эффектом. Это обстоятельство привлекает в гостиничные комплексы с велнесс-услугами новых клиентов, а постоянные готовы дополнительно оплачивать такие услуги. Так, в плюсе остаются не только гости отелей, избавляющиеся от стрессов будничных дней, но и отельеры, получающие дополнительную прибыль.

Важно всегда помнить о качестве сервиса. Поэтому, при внедрении в отель велнесс-услуг, следует учитывать специфические особенности, связанные с организацией той или иной услуги. Особого внимания заслуживает персонал, который должен быть представлен профессионалами своего дела. Также нужно позаботиться о комплексности услуг, так как поддержание хорошего самочувствия гостей базируется именно на этом принципе. Создание в отеле гармоничной атмосферы дополнит концепцию велнесс-предприятия.

2 Разработка бизнес-предложения по созданию велесс-центра при гостинично-ресторанном комплексе «Aurora Park Hotel»

2.1 Анализ предложения велнесс-услуг в гостиничных предприятиях Владивостока. Характеристика гостинично-ресторанного комплекса «Aurora Park Hotel»

Рассматривая рынок велнесс-услуг Владивостока, следует отметить, что услуги данного типа в основном предоставляются не в средствах размещения, а в таких предприятиях, как спа-салоны, массажные салоны, тренажерные залы и фитнес-центры, а также такие женские велнесс-центры, как, например, «WELLness WAY» и «Wellness Sfera».

Хотя велнесс-услуги предоставляются не в гостиницах, тем не менее, они могут оказывать значительное влияние на востребованность средства размещения. Так, гостиницы часто выбирают не только по набору услуг, которые оказывают непосредственно в отеле, но и по инфраструктуре, окружающей средство размещения: ресторанам и кафе, паркам, местным достопримечательностям, а в случае клиентов, придерживающихся философии велнесса, – тренажерным залам, спа-салонам, находящимся в ближайшей доступности.

Примером гостиницы, преимуществом которой является близкое расположение велнесс-предприятия, является отель «Аванта». В здании напротив гостиницы располагается спортивный комплекс «Чемпион», оснащенный игровыми и тренажерными залами, спортивными площадками на открытом воздухе. Также в комплексе существует широкий выбор программ аэробики и йоги.

В большинстве гостиниц города наиболее популярной дополнительной велнесс-услугой является сауна. В число гостиниц Владивостока с сауной входят: «Аквилон», «Островок», «Релакс», «Атлант», «Хуторок», «Гостиный двор», «Буссе», «Вариант», «Славянская» и «Villa Arte». В гостиницах «Жемчужина» и «Моряк» также есть бассейны. Все данные средства размещения расположены в пределах

Владивостока, кроме отеля «Villa Arte», который находится на загородной территории. Факт того, что баня или сауна, встречается в гостиницах довольно часто, может быть связан с русским менталитетом: баня всегда была популярным местом у русских людей, она служила не только местом для оздоровления, но и для приятного времяпрепровождения.

Несмотря на то, что сауна – это яркий пример велнесс-услуги, сауны в данных гостиницах должны рассматриваться скорее как досуговые элементы, нежели велнесс-элементы, так как в остальных аспектах вышеперечисленные гостиницы не придерживаются философии велнесса.

В других отелях Владивостока наблюдается большее разнообразие велнесс-предложений. Услуги, отвечающие требованиям велнесса, и предоставляющие их гостиницы Владивостока представлены в Таблице 4.

Таблица 4 – Гостиницы Владивостока, предоставляющие велнесс-услуги

Гостиница	Дополнительные велнесс-услуги
Hyundai	Тренажёрный зал, бассейн, сауна, массажный кабинет
Azimut Отель Владивосток	Тренажёрный зал, массажный салон, салон красоты, душ с эффектом тропического ливня и функцией расслабляющего массажа
А-отель Амурский залив	Салон красоты, массажный кабинет
Гавань	Сауна, душ с гидромассажем, бассейн, тренажерный зал
Приморье	Салон красоты, услуги массажа
Версаль	Тренажерный зал
Экватор	Салон красоты

Источник: исследование автора

Тем не менее, данные отели также не являются велнесс ориентированными средствами размещения, потому что предоставляемые услуги служат лишь дополнением к основным услугам, а не образуют единую концепцию велнесс-гостиницы с особым дизайном, спортивными программами, программами здорового питания и другими велнесс-элементами.

Несмотря на то, что рынок велнесс-услуг в средствах размещения Владивостока развит на низком уровне, средства размещения города имеют отличный потенциал для развития в велнесс направлении.

Владивосток расположен на побережье Японского моря, что является дополнительным преимуществом для средств размещения города, стремящихся соответствовать статусу велнесс ориентированного отеля. Использование морских ресурсов не только может привлечь клиентов в гостиницу, но и стать ее отличительной особенностью: свежие морепродукты в меню ресторана гостиницы, не только полезны, но и вкусны; многие процедуры в спа-комплексе могут включать в себя использование целебной морской воды или водорослей. Морской воздух и само море – это ценные природные ресурсы для гостиниц, расположенных за городской чертой на побережье [17].

Несмотря на удачное расположение города, лишь несколько гостиниц используют данное преимущество. Другие составляющие велнесса, которые могут быть внедрены в средства размещения, как например фитнес-центры или рестораны со здоровым питанием, также используются лишь некоторыми гостиницами Владивостока.

Рассматривая пригородные средства размещения, следует отметить особенность, отличающую их от городских гостиниц, – расположение в природной местности. Данная особенность является важной составляющей велнесс ориентированных гостиниц, так как территория с природными ландшафтами и свежим воздухом благотворно влияет на человеческий организм. Следовательно, в данном случае пригородные гостиницы обладают дополнительными конкурентными преимуществами в сравнении с городскими отелями [27], [19].

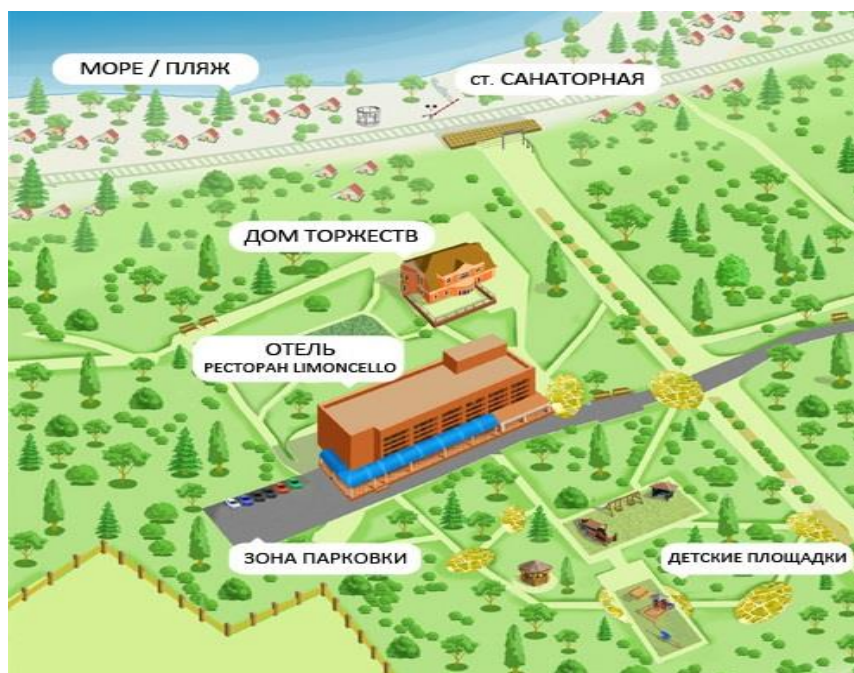
Пригородные средства размещения и их характеристики с точки зрения велнесса представлены в Таблице 5.

Таблица 5 – Пригородные средства размещения, предоставляющие велнесс-услуги

Гостиничный комплекс	Велнесс характеристика
Маяк	Услуги спа и массажа, бани, хамам, бассейн, фитнес-зал, спортивные площадки для волейбола, баскетбола, футбола, бадминтона или тенниса, парк для занятий, уличный фитнес-парк, благоустроенная территория с парковой зоной, пляж, мастер-классы
Кедровая падь	Русская баня с бассейном и джакузи, турецкий хамам, массажный кабинет, хвойный парк с прогулочными аллеями
Союз	Сауна с бассейном, тренажерный зал благоустроенная территория с аллеями для прогулок
Седанка	Сауна, фитобочка, веревочный городок, эко-парк, спортивные площадки для мини-футбола, волейбола, баскетбола, бадминтона
Лесная поляна (санаторий)	Финская сауна, хамам, русская баня, инфракрасная сауна, услуги спа и массажа, бассейн, благоустроенная территория, летний аквапарк, спортивные площадки для волейбола, баскетбола, тенниса
Золотой берег (санаторий)	Сауна, тренажерный зал, благоустроенная территория в природной местности, прокат спортивного инвентаря, пляж, медицинские услуги
Novik Country Club (Остров Русский)	Баня, спортивные площадки для волейбола, футбола, пляж, ресторан с блюдами из морепродуктов
Белый лебедь (санаторий-профилакторий) (Остров Русский)	Благоустроенная территория в природной местности, бассейн с морской водой, инфракрасная сауна, русская баня, услуги по грязе- и водолечению, физиотерапии и косметологии, массажа
Русский ренессанс (Остров Русский)	Две бани, бассейн, волейбольная площадка, пляж, благоустроенная территория в природной местности

Источник: исследование автора

Гостинично-ресторанный комплекс «Aurora Park Hotel» на данный момент не имеет в перечне услуг велнесс-услуги. Однако данный комплекс находится в пригородной территории Владивостока в 14 километрах от центра города, в районе электростанции «Санаторная», в непосредственной близости от пляжа. Также «Aurora Park Hotel» имеет свою лесопарковую зону, с прогулочными аллеями, на базе которой могут быть построены такие объекты для отдыха, как беседки и спортивные площадки. На рисунке 5 отражена карта гостинично-ресторанного комплекса «Aurora Park Hotel» [32].



Источник: 32

Рисунок 5 – Карта «Aurora Park Hotel»

Наличие потенциала для развития в велнесс-направлении позволяет выбрать гостинично-ресторанный комплекс «Aurora Park Hotel» как базу для разработки и проектирования велнесс-центра.

Гостинично-ресторанный комплекс «Aurora Park Hotel» был открыт в 2015 году, поэтому здание отеля можно охарактеризовать как новую постройку. Также гостинично-ресторанный комплекс «Aurora Park Hotel» имеет отдельное двухэтажное здание для проведения мероприятий с конференц-залом и торжественным холлом.

Гостиница имеет свой логотип, в котором отражено название предприятия и его класс – 3 звезды. Логотип гостиницы «Aurora Park Hotel» представлен на рисунке 6.



Источник: 32

Рисунок 6 – Логотип гостиницы «Aurora Park Hotel»

Гостинично-ресторанный комплекс «Aurora Park Hotel» по форме собственности является обществом с ограниченной ответственностью.

Полное фирменное наименование общества: Общество с ограниченной ответственностью «Гостиничная компания «Аврора».

Сокращенное фирменное наименование: ООО «Гостиничная компания «Аврора».

Место нахождения комплекса: 690024, Россия, Приморский край, г. Владивосток, ул. Двенадцатая, д. 8.

Юридический адрес компании: 690024, Россия, Приморский край, г. Владивосток, ул. Двенадцатая, д. 8.

Контакты компании:

Телефон: +7 (423) 238-79-32.

E-mail: sales@auroravl.ru.

Номерной фонд отеля состоит из 85 номеров. Номерной фонд гостиницы представлен одноместными и двухместными номерами различных типов:

- стандарт одноместный;
- стандарт двухместный;
- стандарт двухместный TWIN;
- люкс двухместный однокомнатный;
- люкс двухместный двухкомнатный.

Все номера гостиницы укомплектованы эргономичной мебелью, ЖК-телевизором, телефоном, кондиционером, холодильником, разовыми гигиеническими принадлежностями, феном, тапочками, ванной комнатой с душем. Также во всех номерах есть балконы. Все виды номеров кроме одноместных стандартов также укомплектованы фригобарами, электрическими чайниками. Часть номеров имеет сейфы.

Информация о номерном фонде гостиницы «Aurora Park Hotel» представлена в Таблице 6.

Таблица 6 – Номерной фонд гостиницы «Aurora Park Hotel»

Номер	Количество номеров	Площадь, м ²	Цена номера за сутки, р.
Стандарт одноместный	40	13,2	2975
Стандарт двухместный	19	17,4	3400
Стандарт двухместный TWIN	19	17,4	3400
Люкс двухместный однокомнатный	4	31,1	7650
Люкс двухместный двухкомнатный	3	32,3	7650

Источник: 32

Загрузка номерного фонда гостиницы «Aurora Park Hotel» зависит от сезона. Высокий сезон, когда заполняемость номерного фонда достигает 100%, длится с июня по октябрь. С ноября по февраль наблюдается низкий сезон с заполняемостью 50%. Переходный период – с февраля по май – заполняемость номерного фонда колеблется между 50% и 65%.

График загрузки номерного фонда гостиницы «Aurora Park Hotel» представлен на рисунке 7.



Источник: исследование автора

Рисунок 7 – График загрузки номерного фонда гостиницы «Aurora Park Hotel»

В гостинице предоставляются дополнительные услуги. Перечень дополнительных услуг гостиницы «Aurora Park Hotel» представлен в Таблице 7.

Таблица 7 – Дополнительные услуги гостиницы «Aurora Park Hotel»

Бесплатные дополнительные услуги	Платные дополнительные услуги
Услуги беспроводной локальной сети Wi-Fi во всех номерах; Побудка; Вызов такси; Охраняемая парковка; Детская площадка; Детская комната; Детская кроватка; Диспенсер с горячей и холодной питьевой водой на этажах гостиницы; Доставка корреспонденции в номер; Гладильные комнаты на этажах гостиницы;	Room Service; Услуги факса, копировальные услуги, услуги печати; Камера хранения для багажа; Услуги прачечной (стирка, глажка); Аренда халата; Аренда ноутбука; Аренда сейфовой ячейки; Трансфер; Аренда конференц-зала с необходимым оборудованием, проведение кофе-брейков; Аренда банкетного зала в Доме торжеств; Аренда свадебного шатра; Организация выездной регистрации брака; Организация свадебной фотозоны; Организация свадебного декора.

Источник: 32

Собственного пищевого комплекса гостиница не имеет. Поэтому его функции выполняет ресторан итальянской кухни «Limoncello», находящийся в здании отеля и осуществляющий свою деятельность на основании договора об аренде. При остановке в отеле гостям предоставляется завтрак в ресторане.

Структура управления в гостиничном комплексе «Aurora Park Hotel» является линейной, что связано с относительно небольшим размером гостиницы и её номерного фонда в 85 номеров, ограниченным перечнем предоставляемых дополнительных услуг и количеством персонала в 29 человек.

Данная структура управления обладает своими преимуществами и недостатками. К положительным чертам относятся простота, конкретность заданий и исполнителей, четкость распоряжений. К отрицательным - высокие требования к квалификации директоров и их высокая загрузка [36].

Организационная структура управления в гостинице «Aurora Park Hotel» представлена на рисунке 8.



Источник: исследование автора

Рисунок 8 – Структура управления гостиницы «Aurora Park Hotel»

Гостинице «Aurora Park Hotel» 28 марта 2018 года на основании решения аккредитованной организации ООО «ЦСКК» присвоена категория «три звезды» по звёздной системе классификации. В соответствии с данной категорией, в гостинице существует несколько категорий номеров, представленных в Таблице 8.

Таблица 8 – Категории номеров в гостинице «Aurora Park Hotel»

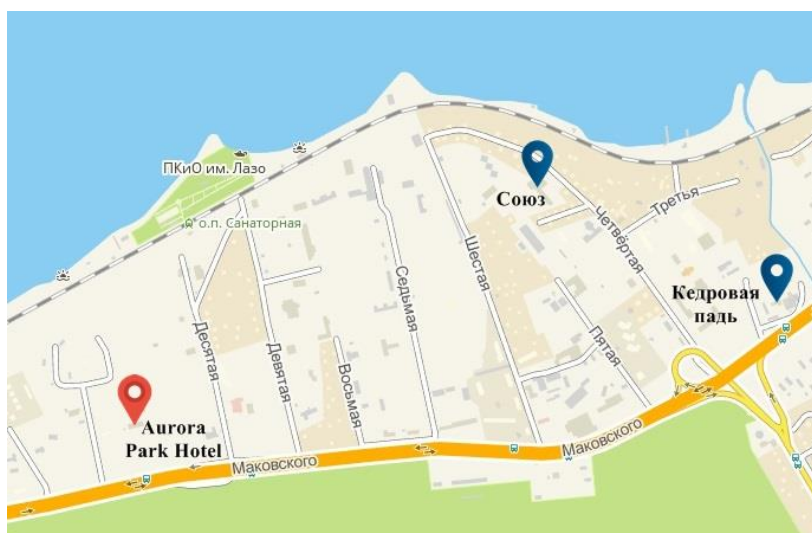
Категория номера	Номера	Количество номеров
Люкс	320, 321, 420, 421	4
Джуниор 스위트	202, 302, 402	3
1 категория	201, 203-223, 301, 303-319, 401, 403-419, 501, 505-521, 523	78

Источник: исследование автора

Также гостиницей пройдена сертификация гостиничных услуг.

Характеризуя гостинично-ресторанный комплекс «Aurora Park Hotel», следует также уделить внимание краткой характеристике конкурентов комплекса.

В связи с тем, что расположение проектируемого веллесс-центра предполагается при гостинично-ресторанный комплексе «Aurora Park Hotel», то среди возможных конкурентов центра следует выделить предприятия гостеприимства, предоставляющие веллесс-услуги, также расположенные на пригородной территории вблизи от «Aurora Park Hotel», а именно «Кедровая падь» и «Союз». На рисунке 9 отражена карта с расположением предприятий-конкурентов.



Источник: исследование автора

Рисунок 9 – Расположение предприятий-конкурентов

Сведения о предприятиях-конкурентах, а также об их дополнительных услугах представлены в Таблице 9.

Таблица 9 – Сведения о предприятиях-конкурентах

Основная информация	Название предприятия гостеприимства		
	Aurora Park Hotel	Кедровая падь	Союз
Тип предприятия	Гостинично-ресторанный комплекс	Центр отдыха	Гостиничный комплекс
Адрес	690024, Россия, г. Владивосток, край Приморский, ул. Двенадцатая, д. 8	690024, Россия, г. Владивосток, край Приморский, ул. Маковского, д. 103А	690024, Россия, г. Владивосток, край Приморский, ул. 4-ая, д. 11
Телефон	(423) 238-79-32	(423) 238-65-26	(423) 238-87-34
Веб-сайт	www.auroravl.ru	www.кедроваяпадь.рф	www.souz-hotel.com
Дополнительные услуги	Ресторан, конференц-зал, Дом торжеств с банкетным залом, свадебный шатер, организация выездной регистрации брака, организация свадебной фотозоны, организация свадебного декора	Ресторан, организация выездной регистрации брака, организация свадебного декора	Ресторан, конференц-зал, свадебный шатер

Окончание таблицы 9

Основная информация	Название предприятия гостеприимства		
	Aurora Park Hotel	Кедровая падь	Союз
Дополнительные велнесс-услуги		Русская баня с бассейном и джакузи, турецкий хамам, массажный кабинет	Сауна с бассейном, тренажерный зал

Источник: [31], [32], [41]

Изучив возможных конкурентов проектируемого велнесс-центра, можно отметить, что представленные заведения предоставляют гостям велнесс-услуги, в отличие от «Aurora Park Hotel». Однако среди проанализированных предприятий гостеприимства нет заведений, которые могли бы предложить отдельный велнесс-центр своим потребителям. В то же время, комплекс «Aurora Park Hotel» обладает потенциалом для развития в данном направлении.

2.2 Анализ заинтересованности потенциальных потребителей и руководства гостиницы в создании велнесс-центра при гостинично-ресторанном комплексе «Aurora Park Hotel»

Как и любые нововведения, которые могут быть внедрены в средство размещения, велнесс-услуги прежде всего должны быть тщательно изучены с точки зрения их востребованности среди клиентов. Также нужно определить, в какой степени заинтересовано руководство гостиницы во внедрении нового типа услуг. Для этого могут быть проведены маркетинговые исследования, целью которых является анализ заинтересованности потенциальных потребителей в создании велнесс-центра и интервью с менеджерами отеля.

Для того чтобы узнать, насколько руководство гостиницы «Aurora Park Hotel» заинтересовано в создании велнесс-центра при гостинице, был составлен топ-гайд для проведения интервью с представителями руководства гостиницы, представленный в приложении А.

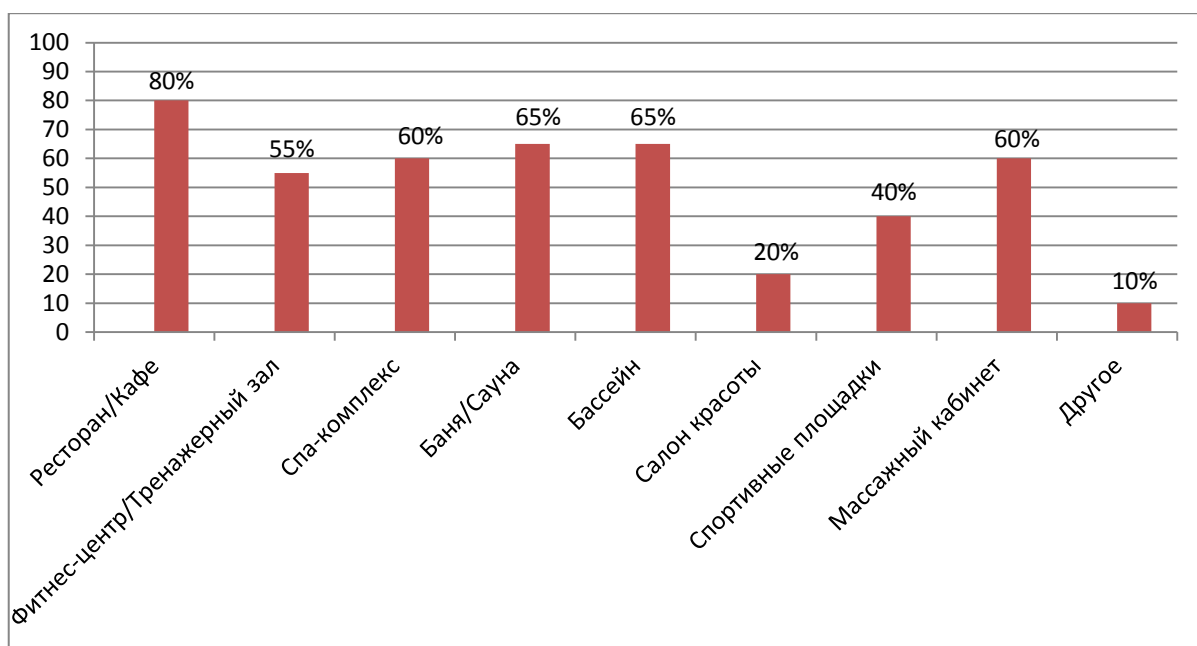
Интервью показало, что менеджеры компании знают о велнесс-услугах и о том, какие из услуг присутствуют во Владивостоке, но не объединяют эти понятия под общим термином «велнесс-услуги», так как не знают, что такое велнесс.

На вопрос «Почему в гостиничном комплексе «Aurora Park Hotel» не предлагаются какие-либо велнесс-услуги?» был получен ответ о том, что при проектировке гостиницы изначально не планировалось внедрять данный тип услуг, так как упор был сделан на бизнес-услуги и свадебные услуги. В то же время, менеджеры выразили уверенность в том, что велнесс-услуги могут оказаться полезны для гостиницы, потому что многие путешественники озабочены вопросами здоровья и поддержания формы. Поэтому в сочетании с экологически дружелюбной окружающей средой гостиницы, велнесс-услуги могли бы привлечь дополнительных клиентов и повысить доходы гостиницы от дополнительных услуг.

Опрос менеджеров показал, что руководство гостиницы «Aurora Park Hotel» заинтересовано в предоставлении велнесс-услуг и создании велнесс центра при гостинице.

Для определения актуальности гостиничных велнесс-услуг среди постояльцев гостиничного комплекса «Aurora Park Hotel» был разработан и проведен опрос, представленный в приложении Б, целью которого являлось выяснение степени востребованности услуг. В опросе приняли участие 120 человек в возрасте от 25 до 65 лет. В связи с тем, что 95% опрошенных указало наиболее частой целью остановки в отеле отдых и командировку, опрос анализировался с точки зрения данных сегментов туристов.

Исследование показало, что наиболее востребованными дополнительными велнесс-услугами в отеле могли бы являться кафе со здоровыми и вкусными закусками и напитками, бассейн, баня или сауна, что четко отражено на рисунке 10.



Источник: исследование автора

Рисунок 10 – Сравнение востребованности дополнительных услуг среди постояльцев гостиничного комплекса «Aurora Park Hotel»

Рассматривая вопрос питания в гостинице подробнее, следует обозначить, что 65% респондентов в опросе отметило, что старается следить за своим питанием во время поездок, и 40% – питается в гостинице. На втором месте по значимости идут спа-комплекс и массажный кабинет.

Занятия спортом во время путешествий оказались менее актуальными: лишь 55% опрошенных поддерживают данную привычку во время отдыха. На это указывает и довольно средний интерес к тренажерным залам и спортивным площадкам при гостиницах. Однако, занятия фитнесом и йогой, организованные гостиницей и проводимые профессионалами, заинтересовали 65% опрошенных, несмотря на то, что регулярно их посещают лишь 40%.

Респонденты также отметили важность благоустроенной территории в природной зоне с прогулочными аллеями. 85% опрошенных выразили уверенность в том, что отель с озелененной территорией с парками и спортивными площадками привлечет их больше, чем отель без них.

Велнесс-услуги в гостиницах являются дополнительными услугами. На вопрос «Готовы ли Вы платить за дополнительные услуги?» 60% респондентов ответило утвердительно, что показывает довольно высокую степень рентабельности данных услуг, так как они могут приносить предприятию дополнительную прибыль. В пользу велнесс-услуг в средствах размещения свидетельствует и возрастающий спрос на данные услуги в мире, который, возможно, в скором времени начнет повышаться и в России в связи с популяризацией велнесс-тренда [12].

Суммируя вышеприведенную информацию, можно сделать вывод, что разработка велнесс-услуг при гостинично-ресторанном комплексе «Aurora Park Hotel» может происходить в направлении организации здорового питания, организации водных комплексов, а также оказания массажных услуг. Хотя спортивные услуги оказались менее популярны среди опрошенных, их не стоит игнорировать, потому что востребованность данных услуг среди местного населения, а не только гостей отеля, высока, и гостиница может получать прибыль не от постояльцев гостиницы, а от клиентов именно спортивного комплекса гостиницы.

2.3 Бизнес-предложение по созданию велнесс-центра при гостинично-ресторанном комплексе «Aurora Park Hotel»

Бизнес-предложение посвящено созданию велнесс-центра «Aurora Wellness Center» при гостинице «Aurora Park Hotel».

Идея создания велнесс-центра заключается в открытии центра при гостиничном комплексе «Aurora Park Hotel», который бы стал материальной базой для предоставления различных велнесс-услуг, направленных на улучшение физического и душевного состояния гостей центра.

Цель проекта: создание велнесс-центра при гостинице, обслуживающего гостей, останавливающихся в комплексе «Aurora Park Hotel» и городских жителей, приезжающих отдохнуть в окрестностях гостиничного комплекса, для привлечения

новых клиентов и увеличения прибыли гостинично-ресторанного комплекса «Auroga Park Hotel».

Из результатов проведенного анализа рынка велнесс-услуг на базе гостиничных предприятий Владивостока, видно, что в городе существует ряд гостиниц, предоставляющих велнесс-услуги и несколько велнесс-центров, однако все ещё нет велнесс-центра, функционирующего при гостинице.

Велнесс-центр разрабатывается как для гостей, останавливающихся в комплексе «Aurora Park Hotel», так и для городских жителей, приезжающих отдохнуть в окрестностях гостиничного комплекса.

Разрабатываемый велнесс-центр будет располагаться на 5 этаже на территории нынешнего зала «Аврора» площадью 70 м² гостиницы «Aurora Park Hotel», расположенной в лесопарковой зоне в 15 минутах ходьбы от пляжа. Это очень удобное место, сочетающее в себе тридцатиминутную доступность проезда от центра города и спокойствие природной местности. До гостинично-ресторанного комплекса можно добраться как на автотранспорте, так и на электропоезде.

Учитывая мнения опрошенных респондентов, а также возможности реализации отдельных видов велнесс-услуг в велнесс-центре при гостинице, центр будет предоставлять следующие услуги:

- массажный кабинет;
- комната отдыха, оборудованная солевыми панелями и средствами для звукотерапии;
- спортивный зал;
- фитобар со здоровыми и вкусными напитками и закусками.

Общая площадь центра: 70 м², из них: 14 м² – массажный кабинет, 14 м² – комната отдыха, 34 м² – спортивный зал, 8 м² – фитобар.

Интерьер и оформление велнесс-центра являются важными компонентами для его восприятия клиентами. Посетители центра должны испытывать прилив сил или расслабляющее воздействие от посещения центра, в зависимости от их целей.

Интерьер будет оформлен в современном стиле, с использованием темно- и светло-коричневых цветов, лазурного и бежевого, то есть фирменных цветов гостиницы. Для декора комнаты отдыха будут использованы панели из гималайской соли с подсветкой, которые не только имеют приятный вид с теплым светом, создающим уютную атмосферу, но и оказывают оздоровительное воздействие на присутствующих в комнате. Соляные панели при нагревании ионизируют воздух и насыщают его богатым комплексом микроэлементов, что оказывает на человека оздоровительный эффект и повышает его иммунитет. Также панели обладают свойствами, положительно влияющими на профилактику неврозов, и помогают при ряде заболеваний, таких как, пульмонологические и дерматологические проблемы [37]. Некоторые элементы оформления интерьера велнесс-центра, а также его оснащения и используемого оборудования, представлены в приложении В.

Помещение будет разделено на три части. В одной комнате будет расположен массажный кабинет, во второй – комната отдыха, в третьей будет находиться спортивный зал, а также зона фитобара.

Гостям будут предоставляться услуги массажа различных видов. Среди них: классический общеукрепляющий массаж, спортивный, расслабляющий и экзотический массажи. Также в кабинете гости смогут получить оздоровительную услугу «Сеанс в кедровой фитобочке». Подробный перечень услуг массажного кабинета представлен в приложении Г.

В меню фитобара будут включены различные напитки, приготовленные из натуральных ингредиентов, такие как, смузи, фреши, лимонады, детокс-коктейли и другие, а также зеленые и фруктовые чаи. Помимо этого гости смогут попробовать полезные и вкусные кислородные коктейли. Также фитобар будет предоставлять услугу «Сделай сам»: с помощью консультации продавца гости смогут сами выбрать из предложенного перечня продуктов те, которые им понравятся и, таким образом, составить коктейль по своему вкусу. Кроме всего прочего, в фитобаре гости смогут приобрести натуральные закуски, например, смесь из сухофруктов и орехов или

натуральные йогурты. Подробный перечень позиций фитобара представлен в приложении Д.

График обслуживания клиентов отдельных подразделений центра:

- массажный кабинет: с 10:00 часов до 20:00 часов, без выходных;
- комната отдыха: круглосуточно, без выходных;
- спортивный зал: круглосуточно, без выходных;
- фитобар: с 10:00 часов до 20:00 часов, без выходных.

«Aurora Wellness Center» будет являться структурным подразделением гостиницы. Для организации работы велнесс-центра потребуется ввести дополнительный персонал, а именно 2 массажиста и 2 продавца-кассира в фитобар. Ниже в Таблице 10 представлено штатное расписание, разработанное для сотрудников велнесс-центра.

Таблица 10 – Штатное расписание

Должность	Обязанности	Количество
Массажист	Проводит профессиональную консультацию по подбору массажа, выполняет программу массажа. Поддерживает чистоту и порядок в кабинете.	2
Продавец-кассир в фитобаре	Изготавливает и отпускает напитки, принимает оплату и выдает чек, консультирует гостей по продукции, пополняет витрину с закусками, следит за чистотой и порядком на баре, оставляет заявки менеджеру по необходимости закупок для бара. В конце рабочего дня сдает кассу менеджеру.	2
Итого:		4

Источник: исследование автора

Массажист работает с 10:00 часов до 20:00 часов, 2 дня через 2, по 1 человеку на смене.

Продавец-кассир в фитобаре работает с 10:00 часов до 20:00 часов, 2 дня через 2, по 1 человеку на смене.

Далее требуется рассчитать стоимость реализации проектируемого велнесс-центра. Для этого необходимо учесть следующие затраты:

- ремонт и отделка помещений;
- необходимый инвентарь;
- содержание (электроэнергия, водоснабжение);
- заработная плата сотрудников;
- затраты на необходимые продукты.

Отделкой помещения будет заниматься строительная компания. Так как помещение для велнесс-центра уже имеет ремонт, а именно отделку пола, стен и потолка, то потребуются небольшие изменения. Исходя из средних цен строительных компаний по Владивостоку, можно посчитать затраты на отделку помещения. Затраты на ремонт и отделку велнесс-центра представлены в Таблице 11.

Таблица 11 – Расчёт затрат на ремонт и отделку велнесс-центра

Наименование	Цена за установку, р.	Цена за шт, р.	Количество	Сумма, р.
Межкомнатные перегородки из пеноблока	1500 руб. за м ³		12	18000
Обои для перегородок	6600	650 за рулон	12	14400
Плинтус (200 мм)	8000	150	40	14000
Межкомнатные двери	-	5000	3	15000
Раковина с пьедесталом	1100	4500	1	5600
Раковина встраиваемая	1500	7300	1	8800
Розетка для электроприборов	10000	60	20	11200
Напольное покрытие для спортивного зала	6300	1000 за 1 м ²	42	48300
Зеркала (6*3210*2250 мм)	3360	1600	3	8160
Ковровое покрытие	3500	850 за 1 м ²	14	15400
Соляная панель с LED подсветкой	35000 за 1 м ²		6	210000
Итого:				368860

Источник: исследование автора

Общая сумма затрат на ремонт и отделку семейного кафе составит 368860 рублей.

Затем следует рассчитать затраты на оборудование. Расчёт стоимости необходимого инвентаря, оборудования и техники представлен в Таблице 12.

Таблица 12 – Расчёт стоимости необходимого инвентаря, оборудования и техники

Помещение	Оборудование	Количество	Цена за шт, р.	Сумма, р.
Спортивный зал	Набор виниловых гантелей «Andy», 6 шт	3	1500	4500
	Набор гантелей от 2 до16 кг, 12 пар	1	65500	65500
	Трос силовой «Demix»	10	150	1500
	Ролик-тренажер для прессы двойной	5	270	1350
	Степ-платформа «Togres AL1005»	5	1300	6500
	Коврик для фитнеса «Demix»	10	280	2800
	Весы напольные «Торнео»	1	1000	1000
	Беговая дорожка «Stingray KD340C»	1	14700	14700
	Велотренажер «Stingray ST-9107»	1	7900	7900
	Эллиптический тренажер «K-Power K8501H-1»	1	11300	11300
	Музыкальный центр «LG CM2460»	1	6600	6600
Итого:				123650
Массажный кабинет	Раскладной массажный стол «Wendermann Steel 02 (JFST02)»	1	11000	11000
	Кедровая фитобочка	1	29900	29900
	Массажный валик	1	1000	1000
	Полка навесная	1	1000	1000
	Стол компьютерный	1	2500	2500
	Стул офисный	1	1500	1500
	Массажный стул «МЕД-МОС МА02»	1	2900	2900
	Нетбук Irbis NB24	1	8000	8000
	Аксессуары	-	1000	1000
	Полотенце для рук	1	100	100
	Мыло для рук	1	50	50
	Крема и масла	-	5000	5000
	Фито-сборы для фитобочки	10	350	3500
	Набор одноразовых полотенец	1	200	200
	Набор одноразовых простыней	1	170	170
	Набор для ароматерапии (масла и свечи)	1	1050	1050
Контейнер для мусора	1	500	500	
Итого:				69370
Фитобар	Витрина холодильная «Полюс ВХС-1.5 ЭКО MINI»	1	25000	25000
	Холодильный шкаф «Капри 0,5СК МХМ»	1	26600	26600
	Прилавок кассовый	1	3000	3000
	Стул офисный	1	1500	1500
	POS-система «АТОЛ Ритейл 54»	1	45000	45000
	Одноразовая посуда	-	6000	6000
	Столы-прилавки	3	4000	12000
	Кислородный коктейлер «АРМЕД»	1	4500	4500
	Соковыжималка «HURAKAN HKN-CFV60»	1	5400	5400
	Блендер «GEMPLUX GL-BL850G»	1	2550	2550

Окончание таблицы 12

Помещение	Оборудование	Количество	Цена за шт, р.	Сумма, р.
Фитобар	Кипятильник «Eksi WBE 8»	1	2850	2850
	Льдогенератор HURAKAN HKN-IMF15	1	9000	9000
	Контейнер для мусора	1	1000	1000
Итого:				144400
Комната отдыха	ТРЕУГОЛЬНОЕ КРЕСЛО VELOUR MINT и комплект из 2 подушек	1	10000	10000
	КРЕСЛО ПОДУШКА BROWN VELVET	1	6000	6000
	КРЕСЛО МЕШОК XL DIAMONDS	1	4900	4900
	КРЕСЛО МЕШОК XXL COFFEE AND MILK VELVET	1	6000	6000
	КРЕСЛО ГРУША XXL MINT VELVET	1	6000	6000
	Подушка звезда MINT VELVET	1	700	700
	Подушка звезда COFFEE AND MILK VELVET	1	700	700
	Музыкальный центр «LG CM2460»	1	6600	6600
Итого:				40900
Всего:				378320

Источник: исследование автора

По данным Таблицы 12 видно, что затраты на необходимый инвентарь, оборудование и технику составят 378320 рублей. В данной сумме учтены затраты на оснащение спортивного зала, массажного кабинета, фитобара и комнаты отдыха. Цены указаны исходя из реальных цен, представленных в Интернете.

Рассчитаем амортизацию основных фондов. Начисление амортизации производится по формуле (1):

$$K = \frac{100}{n}, \quad (1)$$

где K – норма амортизации, %;

n – срок полезного использования объекта.

Для того чтобы узнать расчёт суммы амортизационных отчислений за год, следуем формуле (2):

$$A_{zo} = \frac{(C\phi * K)}{100}, \quad (2)$$

где A_{zo} – сумма амортизационных отчислений в месяц, рублей;

$C\phi$ – стоимость основного фонда, рублей.

Примерные данные расчёта суммы амортизационных отчислений приведены в Таблице 13.

Таблица 13 – Расчёт суммы амортизационных отчислений

Наименование основных фондов	Стоимость основных фондов, р.	Размер амортизационных отчислений в год, %	Сумма отчислений в месяц, р.	Сумма отчислений в год, р.
Холодильное оборудование	51600	0,83	428	5136
Техника	91500	1,7	1556	18672
Прочее оборудование	33500	1,7	570	6840
Мебель	69700	1,2	836	10032
Спортивный инвентарь	116050	1,7	1973	23676
Итого:	331750		5363	64356

Источник: исследование автора

В Таблице 13 представлен следующий расчёт: находим размер амортизационных отчислений, 100 делим на 120, получаем 0,83 (так как срок полезного использования холодильного оборудования составляет 10 лет или 120 месяцев, у техники – 5 лет или 60 месяцев, а у мебели – 7 лет или 84 месяца) [3]. Далее умножаем стоимость основного фонда в 51600 рублей на размер амортизационных отчислений, равный 0,83, и делим на 100, получаем 428 рублей. Таким образом, мы получаем сумму, которую следует списывать каждый месяц. Сумма списаний в год составляет 5136 рублей (428 рублей умножили на 12). Общая сумма амортизационных отчислений в год составит 64356 рублей.

Следует также спланировать фонд заработной платы. В велнесс-центре зарплата продавцов-кассиров будет рассчитываться исходя из почасовой ставки. Заработная плата массажистов будет рассчитана на основе средней месячной

зарплаты массажистов по Владивостоку в 45000 рублей и процента от выручки, потому для расчётов в таблице берется средний показатель в 65000 рублей. В месяц на одного сотрудника выходит в среднем по 16 рабочих дней. Расчёт фонда заработной платы представлен в Таблице 14.

Таблица 14 – Расчёт фонда заработной платы персонала

Должность	Количество сотрудников, человек	Ставка в час, р.	Зарботная плата за месяц, одному сотруднику, р.	Зарботная плата за год, одному сотруднику, р.	Общая зарботная плата за год, р.
Массажист	2	-	65000	780000	1560000
Продавец-кассир	2	120	19200	230400	460800
Итого:	4				2020800

Источник: исследование автора

В Таблице 14 отражен фонд заработной платы в год в 2020800 рублей.

Показатели ставок продавцов-кассиров взяты на основе средних реальных ставок данного вида сотрудников по Владивостоку и смоделированы для проектируемого велнесс-центра. В таблице представлен следующий расчёт: 10 рабочих часов в день умножаем на ставку в 120 рублей и на 16 рабочих дней, получаем 19200 рублей – фонд заработной платы для одного продавца-кассира в месяц.

Затраты на коммунальные платежи в среднем составят 84000 рублей в год, куда входят оплата за электроэнергию и водоснабжение. Примерный расчёт: потребление воды в месяц будет обходиться максимум в 1000 рублей, а электроэнергии – примерно в 1000 киловатт в месяц, данное число умножаем на примерную ставку в 6 рублей за киловатт, получаем 6 рублей в месяц.

Далее необходимо учесть расходы на рекламу. Основная реклама центра будет происходить через социальную сеть «Instagram» на личном профиле гостиничного комплекса «Auroga Park Hotel», а также с помощью рекламных флаеров, которые будут распространяться в различных общественных местах, например, в торгово-

развлекательных центрах, таких как «Седанка Сити», который находится в непосредственной близости от гостиницы. Расчёт затрат на рекламу представлен в Таблице 15.

Таблица 15 – Расчёт расходов на рекламу

Наименование статьи расходов	Сумма в месяц, р.	Сумма в год, р.
Реклама в социальной сети «Instagram»	0	0
Реклама на печатной продукции (изготовление флаеров)	3000	36000
Изготовление фасадной вывески	15000	15000
Изготовление вывески для фитобара	7000	7000
Итого:		58000

Источник: исследование автора

Из Таблицы 15 видно, что предполагаемая сумма расходов на рекламные мероприятия в год составит 36000 рублей, дополнительный единовременный расход в 15000 рублей потребуется для создания вывески для велнесс-центра и 7000 рублей – для фитобара.

В следующей Таблице 16 представлены расходы на униформу персонала.

Таблица 16 – Расчёт затрат на униформу для персонала

Форма	Наименование	Количество	Цена за один комплект, р.	Сумма, р.
Массажист	Рабочая роба из хлопка, рабочая роба из трикотажа	2	3000	6000
Продавец-кассир	Фирменный фартук	2	1700	3400
Итого:				9400

Источник: исследование автора

Из Таблицы 16 видно, что общие затраты на униформу составляют 9400 рублей. Наибольшая сумма расходов – 6000 рублей связана с формой для массажистов, это можно объяснить тем, что для каждого из двух массажистов потребуется две рабочие формы. Образец униформы персонала велнесс-центра представлен в приложении Е.

Создание стратегического запаса продуктов, а также текущие продукты для фитобара на первый месяц обойдутся примерно в 85000 рублей, а примерная сумма, расходуемая на продукты в год, составит 1020000 рублей.

Таким образом, данный раздел показывает наименования и суммы затрат, связанные с ремонтом и отделкой помещений, покупкой инвентаря, мебели и техники. Кроме того, отражены затраты на рекламную деятельность и на униформу для персонала, его заработную плату и прочие расходы.

Ниже представлен сводный расчёт издержек на реализацию и оснащение проекта велнесс-центра на год, который представлен в Таблице 17.

Таблица 17 – Сводный расчёт издержек на реализацию и оснащение проекта велнесс-центра на год

Наименование статьи расходов	Сумма, р.
Ремонт и отделка помещения	368860
Инвентарь, оборудование, техника	378320
Амортизационные отчисления	64356
Заработная плата персонала	2020800
Содержание предприятия	84000
Реклама	58000
Униформа для персонала	9400
Примерная сумма на продукты	1020000
Итого:	4003736

Источник: исследование автора

Исходя из Таблицы 17, в которой представлены затраты, необходимые для реализации проекта, потребуется 4003736 рублей.

Следующий этап – это расчёт основных экономических показателей прибыльности и эффективности проектируемого велнесс-центра.

Для расчёта необходимо рассчитать предполагаемую проходимость, предполагаемый доход, фонд заработной платы работников, издержки производства и обращения.

Пропускная способность – важный показатель в работе предприятия, так как на основании данных можно рассчитать доход, а затем и прибыль предприятия.

Пропускная способность характеризуется максимальным количеством потребителей, обслуживаемых за период времени, например, месяц.

Исходя из данных о номерном фонде в гостинице «Aurora Park Hotel», рассчитали, что заполняемость в 100% – это 135 человек, проживающих в гостинице в день. Далее, рассчитали, что среднегодовая заполняемость отеля составляет 74%, а это 100 человек, проживающих в день. В связи с тем, что основными посетителями в первые месяцы открытия велнесс-центра будут гости, проживающие в гостинице, для расчёта взяли примерное число гостей, которые могли бы пользоваться услугами центра, в 30% от проживающих, то есть 30 человек. На основе этого в Таблице 18 представлены данные о пропускной способности велнесс-центра.

Таблица 18 – Пропускная способность велнесс-центра

Примерное количество посетителей, человек		
за день	за месяц	за год
30	90	1080

Источник: исследование автора

Далее следует расчёт дохода.

Рассчитаем примерный доход исходя из цены среднего счета на человека и пропускной способностью велнесс-центра. Для фитобара показатель пропускной способности составит 30 человек в день. Для массажного кабинета этот показатель будет меньше, так как эта дополнительная услуга другой категории, стоимостью более высокой, и, следовательно, с меньшей клиентской базой. Для расчёта будем исходить из числа 7 человек в день. Спортивный зал и комната отдыха – это дополнительные бесплатные услуги для гостей отеля, основная цель которых – привлечение клиентов, поэтому данные услуги не будут приносить прямого дохода.

На основе цен на напитки и закуски из меню фитобара, представленного в Приложении Д, средний чек на одного человека составляет 250 рублей.

На основе цен на услуги массажа, представленных в Приложении Г, средняя цена за массаж на одного человека составляет 2000 рублей.

В Таблице 19 представлен расчёт дохода за день, за месяц и за год от фитобара и массажного кабинета в проектируемом велнесс-центре.

Таблица 19 – Расчёт дохода

Показатели	Сумма, р.		
	за день	за месяц	за год
Доход от фитобара:	7500	225000	2700000
Доход от массажного кабинета:	14000	420000	5040000
Итого:	21500	645000	7740000

Источник: исследование автора

По данным Таблицы 19 видно, что доход велнесс-центра составит за день – 21500 рублей, за месяц – 645000 рублей, за год – 7740000 рублей.

Для расчёта основных экономических показателей прибыльности и эффективности проектируемого велнесс-центра необходимо учесть размер налога на доход, а также размер страхового взноса.

По НК РФ к индивидуальным предпринимателям и обществу с ограниченной ответственностью применяется налоговая ставка в размере от 5 до 15% [1]. Для расчёта размера налога на доход будем использовать ставку в размере 6% для расчёта налога по упрощенной системе. Рассчитаем сумму налога за год: умножим общий доход в 7740000 рублей на 6%, получим 464400 рублей.

Страховые взносы от фонда заработной платы составляют 30,2%. Рассчитаем сумму страховых взносов: умножим фонд заработной платы в 2020800 рублей на 32%, получим 646656 рублей. Сумма годовых страховых взносов составила 646656 рублей.

Исходя из расчёта предполагаемого дохода, фонда заработной платы работников, издержек производства и обращения, с учетом налогов, переходим к расчёту основных экономических показателей прибыльности и эффективности проектируемого велнесс-центра.

Прибыль центра ($\Pi_{\text{ч}}$) определяется разностью между доходом, издержками, налогом и страховыми взносами, вычисляется по формуле (3):

$$\Pi_{\text{ч}} = D - I - H - C, \quad (3)$$

где D – доход;

I – издержки;

H – налог от дохода;

C – страховой взнос.

$$\Pi_{\text{ч}} = 7740000 - 4003736 - 464400 - 646656 = 2625208 \text{ рублей.}$$

Показатели экономической эффективности предприятия рассчитываются по следующим формулам (4) и (5):

$$R = \left(\frac{\Pi_{\text{ч}}}{D} \right) * 100, \quad (4)$$

где R – рентабельность предприятия, %;

$\Pi_{\text{ч}}$ – чистая прибыль, рублей;

D – доход, рублей.

$$R = (2625208 / 7740000) * 100 = 33,9\%.$$

Далее рассчитаем окупаемость по формуле (5):

$$C_o = O_z \div \Pi_{\text{ч}}, \quad (5)$$

где C_o – окупаемость предприятия, год;

O_z – стоимость основных затрат на функционирование предприятия;

$\Pi_{\text{ч}}$ – чистая прибыль.

$$C_o = 4003736 / 2625208 = 1,5 \text{ года.}$$

Основные показатели экономической эффективности центра представлены в Таблице 20.

Таблица 20 – Показатели экономической эффективности

Наименование показателя	Единица измерения	Значение
Уровень рентабельности	%	33,9
Окупаемость	год	1,5

Источник: исследование автора

Сводные экономические показатели проектируемого велнесс-центра представлены в Таблице 21.

Таблица 21 – Экономические показатели велнесс-центра

Наименование показателя	Единица измерения	Сумма за год
Доход	рубль	7740000
Численность работников	человек	4
Фонд заработной платы	рубль	2020800
Издержки производства и обращения	рубль	4003736
Чистая прибыль	рубль	2625208
Рентабельность	%	33,9
Окупаемость	год	1,5

Источник: исследование автора

Проект велнесс-центра характеризуется достаточно высокими показателями эффективности. Чистая текущая стоимость по проекту составляет 4003736 рублей, период окупаемости проекта – 1,5 года, рентабельность – 33,9%.

После того, как велнесс-центр будет введен в эксплуатацию, нужно создать такие условия, при которых о центре сможет узнать как можно большее количество людей.

В первую очередь, нужно будет разместить информацию о новых дополнительных услугах гостиницы «Aurora Park Hotel» в информационных папках гостя на ресепшене и в номерах отеля, а также на официальном веб-сайте гостиницы. Также обновленная информация об услугах отеля должна быть размещена на всех веб-сайтах, в которых присутствует информация об отеле, таких, как, например,

«Booking.com». Доступность информации о гостинице и её услугах в сети Интернет является важным фактором в продвижении услуг отеля [28]. Информация о появлении велнесс-центра должна быть донесена до турфирм, сотрудничающих с гостиницей.

Чтобы привлечь внимание к новому велнесс-центру, следует провести запоминающееся открытие с проведением открытых лекций о велнесе, с проведением дегустации продукции фитобара, приглашением фитнес-инструкторов для проведения показательных тренировок, приглашением местных артистов. Также можно установить стенды с информацией о полезных свойствах соляных панелей и звукотерапии в комнате отдыха, массажных процедурах и сеансов в фитобочке, целебных свойствах фиточаёв и свежих натуральных коктейлей. Для поддержания интереса посетивших открытие гостей, может быть организована выдача скидочных купонов на услуги велнесс-центра. Анонсы об открытии велнесс-центра могут быть размещены на различных информационных порталах Владивостока, например, веб-сайтах «VL.ru», «Владивосток-3000», «The Village Владивосток» и в социальных сетях, например, «ВКонтакте» и «Instagram». Затем фотографии и видео с открытия размещаются на данных порталах и в социальных сетях [10].

Итак, создание велнесс-центра при гостинично-ресторанном комплексе «Aurora Park Hotel» будет включать в себя несколько этапов, включающих: предварительный расчёт издержек, ремонт и отделку помещений, закупку и установку необходимого инвентаря и открытие велнесс-центра. По предварительным расчётам, можно сделать вывод, что проект характеризуется достаточно высокими показателями эффективности, на что указывают показатель окупаемости в 1,5 года и показатель рентабельности в 33,9%.

Таким образом, развитие велнесс-услуг в средствах размещения Владивостока находится на начальной стадии. Подавляющее большинство предприятий города, оказывающих велнесс-услуги, – не являются предприятиями гостеприимства, а имеют узкую специализацию по предоставлению какой-либо конкретной услуги,

как, например, спа-салоны. Гораздо большее развитие велнесс-услуги получили в пригородных средствах размещения Владивостока, по сравнению с городскими отелями. В пригородных гостиницах гостям предлагается более широкий спектр услуг, соответствующих принципам велнесса. Дополнительным преимуществом таких отелей также является гостиничная территория на лоне природы. Гостинично-ресторанный комплекс «Aurora Park Hotel», находящийся в 14 километрах от центра города и располагающий лесопарковой территорией, в связи с наличием потенциала для развития в велнесс-направлении был выбран как база для разработки велнесс-центра.

По результатам проведенного опроса гостей и руководства комплекса «Aurora Park Hotel», было выявлено, что разработка велнесс-услуг в данной гостинице может быть направлена в сторону организации здорового питания, организации водных комплексов, а также оказании массажных услуг. В соответствии с данными, полученными из опроса, а также с опорой на возможности реализации велнесс-услуг при гостинице «Aurora Park Hotel», для разработки были выделены подразделения велнесс-центра, а именно: массажный кабинет, комната отдыха, спортивный зал и фитобар. Проведенные расчёты, связанные с созданием велнесс-центра, выявили достаточно высокие показатели эффективности проекта.

Заключение

Подводя итог проделанной работе, можно заключить, что существуют благоприятные условия для внедрения велнесс-услуг в средствах размещения. Это во многом связано с тем, что на данный момент идеи велнесса становятся всё более популярны в обществе, поэтому людям интересен гостиничный продукт, поддерживающий философию велнесса. Поэтому средства размещения с велнесс-услугами имеют дополнительные ресурсы для привлечения клиентов и, следовательно, получения большей прибыли. Однако следует помнить, что данное утверждение будет верно только в том случае, если велнесс-услуги будут организованы надлежащим образом, с учетом их специфических особенностей.

В процессе работы была достигнута поставленная цель и решены задачи.

После рассмотрения понятия велнесс-услуг было определено, что гостиничная велнесс-услуга – это организованное взаимодействие гостя и персонала гостиницы, направленное на поддержание физического и ментального здоровья и непрерывно оказывающее положительное воздействие на гостя в течение всей длительности его пребывания в гостинице.

Изучение особенностей предоставления велнесс-услуг в предприятиях гостеприимства, выявило значимость квалифицированного персонала, оказывающего велнесс-услуги. Еще одним важным фактором, связанным с оказанием сервиса в велнесс направленности, оказалась комплексность, ведь поддержание физического и ментального здоровья гостей базируется именно на этом принципе. В связи с этим, создание общей атмосферы в отеле, отражающей идеи гармонии и равновесия, оздоровления тела и души, также должно учитываться.

Было проведено исследование рынка велнесс-услуг в гостиничных предприятиях Владивостока и возможных конкурентов проектируемого велнесс-центра. Результаты исследования отразили следующие факты: гостиничный рынок велнесс-услуг в столице Приморского края находится на начальной стадии развития,

о чем свидетельствует тот факт, что в подавляющем большинстве гостиниц города велнесс-услуги либо не предоставляются, либо предоставляются в количестве одной-двух услуг в качестве развлекательного элемента, а не комплексно.

Наличие потенциала для развития в велнесс-направлении позволило выбрать гостинично-ресторанный комплекс «Aurora Park Hotel», располагающий лесопарковой территорией, в качестве базы для разработки велнесс-центра.

В связи с описанным выше дефицитом гостиничных предприятий, оказывающих велнесс-услуги, возможными конкурентами проектируемого велнесс-центра оказались лишь два предприятия гостеприимства, находящиеся в непосредственной близости от гостинично-ресторанного комплекса «Aurora Park Hotel», а именно центр отдыха «Кедровая падь» и гостиничный комплекс «Союз».

Была проведена разработка бизнес-предложения по созданию велнесс-центра при гостинично-ресторанном комплексе «Aurora Park Hotel». Первым шагом в данной работе стал опрос гостей и руководства комплекса, который выявил, что разработка велнесс-услуг в данной гостинице может быть направлена в сторону организации здорового питания, организации водных комплексов, а также оказании массажных услуг.

Учитывая результаты опроса, а также возможности гостиницы, было определено, что проект велнесс-центра включит в себя несколько подразделений, а именно: массажный кабинет, комната отдыха, спортивный зал и фитобар. В рамках бизнес-предложения было рассмотрено несколько этапов создания велнесс-центра, среди них: расчёт издержек, ремонт и отделка помещений, закупка и установка необходимого инвентаря и открытие велнесс-центра. Проведенные предварительные расчёты, связанные с созданием велнесс-центра, выявили достаточно высокие показатели эффективности проекта. На это указывают следующие экономические показатели, полученные в ходе работы: чистая текущая стоимость проекта – 4003736 рублей, чиста прибыль за первый год работы – 2625208 рублей, рентабельность – 33,9%, окупаемость – 1,5 года.

Итак, велнесс-услуги в средствах размещения являются еще одной нишей в гостиничном бизнесе. Так как велнесс-услуги продолжают набирать популярность и становятся настоящим трендом, данная ниша имеет все шансы стать экономически эффективным бизнесом. В то же время, философия велнесса, поддерживаемая отелями, обеспечит гостиницам положительный облик социально- и экологически ответственных предприятий.

Список использованных источников

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Ч. 1 [по состоянию на 1 июня 2018: принят ГД 16 июля 1998]. – КонсультантПлюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
2. ГОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определения»: [принят 29 ноября 2012 г.]. – КонсультантПлюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
3. Брашнов, Д. Г. Гостиничный сервис и туризм: учебное пособие / Д. Г. Брашнов. – М.: Альфа-М : ИНФРА-М, 2015. – 244 с.
4. Лопатин, С. А. Организация рационального питания в гостинице : учебное пособие / С. А. Лопатин, Е. И. Юванен, С. В. Чернова. – СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2017. – 143 с.
5. Матвеев, В. Фитнес-зал в гостинице / В. Матвеев // Гостиничное дело. – 2014. – С. 12–19.
6. Москалев, В. Приоритеты для СПА-услуг в отеле / В. Москалев // Гостиничное дело. – 2014. – С.20–27.
7. Мышьякова, Н. М. Гостиничное дело: учебное пособие / Н. М. Мышьякова, С. Г. Шкуропат. – СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики, 2013. – 314 с.
8. Основные тенденции мировой индустрии спа и велнес в 2014 году // Отель. – 2014. – №7. – С.38–49.
9. Скворцов, Н. Сауна или баня? / Н. Скворцов // Гостиничное дело. – 2014. – С. 10–21.
10. Abbey J. R. Hospitality Sales and Marketing. Michigan, American Hotel & Lodging Educational Institute, 2014. – 619 p.
11. Blazevic O. Health tourism and smart specialization // UTMS Journal of Economics. – 2016. – Vol. 7, № 1. – P. 85–95.
12. Hill L. 2018 Global Wellness Industry Trend Report. Welltodo, 2018. – 31 p.
13. Rančić M., Popov-Raljić J., Pavić L. Spa-Wellness Center as Part of the Hotel Facility // Turizam. – 2013. – Vol. 17. – P. 45–59.
14. Reger-Nash B., Smith M., Juckett G. Foundations of wellness. Human Kinetics, 2015. – 256 p.
15. Yeung O., Johnston K. The Global Wellness Tourism Economy Report 2013 & 2014. Global Wellness Institute, 2015. – 112 p.
16. Айгистова, Я. М. Управление процессом внедрения дополнительных услуг в гостиницах [Электронный ресурс] / Я. М. Айгистова, Н. А. Зайцева // Без границ: продвижение туристского потенциала Калининградской области на российском и зарубежных туристских рынках. – 2017. – С. 4–12. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru>.

17. Акинина, Л. Н. Рекреационные гидроресурсы: динамика на рынке SPA-услуг на южном берегу Крыма [Электронный ресурс] / Акинина Л. Н. // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2015. – № 4. – С. 7–13. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru>.

18. Алексеева, А. А. Пищевая аллергия к глютену. Современная диетотерапия [Электронный ресурс] / А. А. Алексеева, Л. С. Намазова-Баранова, С. Г. Макарова, Е. А. Вишнёва, Ю. Г. Левина, А. Ю. Томилова, Н. И. Вознесенская // Вопросы современной педиатрии. 2014. – № 5. – С. 71–75. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru>.

19. Басюк, А. С. Оздоровительный туризм и его влияние на устойчивое социально-экономическое развитие региона [Электронный ресурс] / А. С. Басюк // Научные труды Кубанского государственного технологического университета. – 2015. – № 14. – С. 10–19. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru>.

20. Бурменко, Т. А. К вопросу о содержании понятия «оздоровительный туризм» [Электронный ресурс] / Т. А. Бурменко // Известия Байкальского государственного университета. – 2016. – № 1. – С. 42–49. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru>.

21. Дёмина, Л. А., Федяшова, О.В. Экологически здоровое питание как важный компонент в специальности «Технология продукции общественного питания» [Электронный ресурс] / Л. А. Дёмина, О. В. Федяшова // Приоритетные направления развития науки и образования. – 2014. – № 3(3). – С. 13–14. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru>.

22. Иванова, С. А. Особенности бизнес-процессов службы оздоровительных услуг в гостиницах [Электронный ресурс] / С. А. Иванова // Современные технологии: актуальные вопросы, достижения и инновации. – 2018. – С. 103–106. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru>.

23. Карпович, И. П. Работа аниматора как одна из главных составляющих успешности туристического предприятия [Электронный ресурс] / И. П. Карпович // Проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства: опыт и инновации. – 2016. – С. 86–89. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru>.

24. Коктыш, М. В. Талассотерапия как дополнительная услуга курортной гостиницы [Электронный ресурс] / М. В. Коктыш // Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма . – 2016. – С. 284–286. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru>.

25. Морева, С. Н. Основные тенденции развития индустрии гостеприимства в России [Электронный ресурс] / С. Н. Морева, Е. В. Зобова, Л. А. Яковлева // Социально-экономические явления и процессы. – 2017. – № 5. – С. 100–105. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru>.

26. Парчева, М. Проявления предпринимательской активности в СПА- и велнесс-индустрии [Электронный ресурс] / М. Парчева // Наука и образование в современном мире. – 2015. – № 1(1). – С. 15–21. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru>.

27. Строева, Н. Н. Классификация велнесс-центров в городской среде [Электронный ресурс] / Н. Н. Строева, Т. П. Бацунова // Известия высших учебных заведений. Строительство. – 2015. – № 9(681). – С. 74–82. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru>.
28. Ульянова, В. М. Процессное управление моделированием и прогнозированием результатов деятельности по продвижению дополнительных услуг гостиницы в сети Интернет [Электронный ресурс] / В. М. Ульянова // Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации. – 2018. – С. 57–59. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru>.
29. Баня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wikipedia.org>.
30. Велнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wikipedia.org>.
31. Гостиничный комплекс «Союз» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.souz-hotel.com>.
32. Гостинично-ресторанный комплекс «Aurora Park Hotel» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.auroravl.ru>.
33. Здоровый образ жизни [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wikipedia.org>.
34. Как открыть фитобар [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.zhazhda.biz>.
35. Какие оздоровительные тенденции будут характерны для путешествий в 2015 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.prohotelia.com>.
36. Организационная структура управления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru>.
37. Соляные панели: изысканная эстетика с сочетанием с лечебным эффектом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.baurum.ru>.
38. Тренды велнес-туризма. Как зарабатывать на здоровом образе жизни. От обязательных услуг к дополнительному сервису. Вызов для России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hotelier.pro>.
39. Тренды SPA & Wellness на выставке «ОТЕЛЬ ЭКСПО» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.frontdesk.ru>.
40. Фитнес-клуб Alex fitness Гулливер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.orenburg.alexfitness.ru>.
41. Центр отдыха «Кедровая падь» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.кедроваяпадь.рф>
42. Что такое йога? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.yoga-time.ru>.
43. Wellness vs здоровый образ жизни. В чем разница? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wellnesslifestyle.ru>.
44. ESPA [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.espaskincare.com>.
45. Global Wellness Institute [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.globalwellnessinstitute.org>.

46. Spafinder [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.spafinder.com>.
47. Wellness Tourism Means Secondary Activities For Most Global Travelers [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.skift.com>.

Приложение А

Топ-гайд

для проведения интервью с руководством гостинично-ресторанного комплекса «Aurora Park Hotel»

1. Целью данного интервью является узнать об отношении руководства гостиницы «Aurora Park Hotel» к велнессу, а также узнать, насколько руководство заинтересовано в создании велнесс-центра при гостинице. Для начала, пожалуйста, назовите свою должность, стаж в компании и основные обязанности.
2. Скажите, пожалуйста, знаете ли Вы, что такое велнесс-услуги, как обстоит ситуация с велнесс-услугами во Владивостоке?
3. Расскажите, есть ли какие-либо велнесс-услуги, которые оказываются в гостинице «Aurora Park Hotel» (тренажерный зал, сауна, здоровое питание и т.п.)?

Если да:

- Что послужило причиной для их внедрения?
- Есть ли положительный эффект от их внедрения?
- С какими трудностями столкнулась гостиница при их внедрении? Или сталкивается при оказании этих услуг?
- Как Вы считаете, с чего стоит начинать при внедрении велнесс-услуг?
- Есть ли дальнейшие планы в велнесс-направлении?

Если нет:

- Можете ли Вы обозначить причины, по которым компании это не интересно?
- Считаете ли Вы, что данные услуги могут оказаться полезными гостинице?
- Как Вы думаете, какие цели преследуют гостиницы, внедряющие велнесс-услуги?

4. Как Вы считаете, нужны ли людям велнесс-услуги? Существует ли необходимость, особенно у жителей больших городов, в борьбе со стрессом от повседневных обязанностей и ускоренного темпа жизни, необходимость в улучшении здоровья, подорванного экологическими проблемами и неправильным образом жизни?
5. Что Вы думаете о велнесс-услугах в гостиницах: насколько они интересны гостям и жителям, способны ли они привлекать новых клиентов и приносить гостинице дополнительный доход, нужен ли гостиницам данный вид услуг?
6. Скажите, пожалуйста, стараетесь ли Вы следить за своим здоровьем (сон, питание, спорт, отдых и т.д.)?
7. Возможно, в ходе нашего разговора, Вам пришли какие-либо идеи по поводу обсуждаемой темы, но не был задан подходящий вопрос. В таком случае, будем рады выслушать Ваши идеи!

Спасибо за уделённое время!

Примечание: Велнесс – это концепция здорового образа жизни, основанная на сочетании физического и психического здоровья, правильного питания, разумных физических нагрузок. К велнесс-услугам относятся услуги, обеспечивающие материальную базу для велнесса, – фитнес-залы, спа-комплексы, бани и сауны, рестораны и кафе с правильным питанием, бассейны и спортивные площадки, парки с природными ресурсами, – а также услуги, направленные на психическое здоровье человека, – сеансы йоги, медитации и другое.

Приложение Б

Анкета

Уважаемый респондент! В последнее время в мире активно поддерживается философия велнеса. Велнес – это концепция здорового образа жизни, основанная на сочетании физического и психического здоровья, правильного питания, разумных физических нагрузок. К велнес-услугам относятся услуги, обеспечивающие материальную базу для велнеса, – фитнес-залы, спа-комплексы, бани и сауны, рестораны и кафе с правильным питанием, бассейны и спортивные площадки, парки с природными ресурсами, – а также услуги, направленные на психическое здоровье человека, – сеансы йоги, медитации и другое.

Целью данного опроса является изучение востребованности велнес-услуг среди гостей гостинично-ресторанного комплекса «Aurora Park Hotel».

Заполните, пожалуйста, анкету. Анкета строго конфиденциальна.

1. Укажите наиболее частую цель Ваших туристических поездок (бизнес, отдых, ...): _____
2. Путешествуя, Вы предпочитаете останавливаться в гостиницах?
 - Да
 - Скорее да, чем нет
 - Скорее нет, чем да
 - Нет
3. Знаете ли Вы о наличии дополнительных услуг в гостинице?
 - Да
 - Нет
4. Какими дополнительными услугами Вы обычно пользуетесь в гостиницах?
 - Ресторан/Кафе
 - Фитнес-центр/Тренажерный зал
 - СПА-комплекс
 - Баня/Сауна
 - Бассейн
 - Салон красоты
 - Массажный кабинет
 - Спортивные площадки (беговые дорожки, теннисные корты и т.п)
 - Другое (пожалуйста, поясните) _____
5. Хотели бы Вы, чтобы в гостинице были перечисленные выше дополнительные услуги?
 - Да
 - Нет
 - Не имеет значения
6. Готовы ли Вы платить за дополнительные услуги?
 - Да

- Нет
- 7.** Сколько Вы готовы заплатить за дополнительные услуги по отношению к стоимости за размещение?
 - Стоимость размещения + 1-25% от нее за доп.услуги
 - Стоимость размещения + 26-50% от нее за доп.услуги
 - Стоимость размещения + 51-75% от нее за доп.услуги
 - Стоимость размещения + 75-100% от нее за доп.услуги
 - Не готов платить за дополнительные услуги
- 8.** Следите ли Вы за своим питанием во время путешествий (стараетесь ли питаться правильно)?
 - Да
 - Больше да, чем нет
 - Больше нет, чем да
 - Нет
- 9.** Где Вы предпочитаете питаться во время путешествий?
 - В ресторанах/кафе вне отеля
 - В ресторанах/кафе отеля
 - Другое
- 10.** Занимаетесь ли Вы спортом во время путешествий?
 - Да
 - Чаще да, чем нет
 - Чаще нет, чем да
 - Нет
- 11.** Если Вы занимаетесь спортом во время путешествий, где это происходит?
 - В тренажерном зале/фитнес-центре вне отеля
 - В тренажерном зале/фитнес-центре отеля
 - На других спортивных площадках
- 12.** Как Вы расслабляетесь после тяжелого дня, боритесь со стрессом?

- 13.** Посещаете ли Вы сеансы йоги и/или медитации?
 - Да
 - Нет
- 14.** Посещали бы Вы сеансы йоги и/или медитации, проводимые специалистом, при их наличии в отеле?
 - Да
 - Скорее да, чем нет
 - Скорее нет, чем да
 - Нет
- 15.** Посещали бы Вы занятия фитнесом, аэробикой или пилатесом, проводимые специалистом, при их наличии в отеле?
 - Да

- Скорее да, чем нет
- Скорее нет, чем да
- Нет

16. Отель с озелененной территорией с парками и спортивными площадками привлечет Вас больше, чем отель без них? (Поставьте отметку в таблице ниже, оценивая данный вопрос по следующей шкале: 1-полностью не согласен, 2-не согласен, 3-не могу сказать, 4-согласен, 5-полностью согласен)

1	2	3	4	5

17. Укажите Вашу заинтересованность в следующих услугах гостиницы, используя шкалу: (1-полностью не заинтересован, 2-не заинтересован, 3-не знаю, 4-заинтересован, 5-полностью заинтересован)

Тренажерный зал и фитнес-зал	5	4	3	2	1
СПА-комплекс	5	4	3	2	1
Баня/сауна	5	4	3	2	1
Бассейн	5	4	3	2	1
Салон красоты	5	4	3	2	1
Массажный кабинет					
Другое (пожалуйста, поясните ниже)	5	4	3	2	1

18. Укажите Ваш пол:

- Мужчина
- Женщина

19. Укажите Ваш возраст:

- До 25 лет
- 26-35 лет
- 36-55 лет
- 56-65 лет
- 66 и более лет

Спасибо за участие!

The questionnaire

Dear respondent! More recently the wellness philosophy is actively upheld over the world. Wellness is concept of healthy lifestyle which is based on a combination of physical and mental health, healthy eating, rational physical exercises. There are services which provide material base for wellness, like fitness halls, spa complexes, saunas, restaurants and cafes with healthy food, swimming pools and sport grounds, parks with natural resources, and also services which purpose is to improve mental health, like yoga sessions, meditations and other.

The purpose of this questionnaire is to find out the relevance of wellness services among guests of «Aurora Park Hotel».

Please fill in the form. The information here is strictly confidential.

1. Specify the most frequent purpose of you trips (business, recreation, etc.): _____
2. Do you prefer to stay in hotels while travelling?
 - Yes
 - More yes, than no
 - More no, than yes
 - No
3. Do you know about additional services in the hotel?
 - Yes
 - No
4. What facilities do you usually use in hotels?
 - Restaurant/Café
 - Fitness center/Gym
 - Spa complex
 - Sauna
 - Swimming pool
 - Beauty salon
 - Massage salon
 - Sport grounds (running tracks, tennis courts, etc.)
 - Other (please, specify) _____
5. Would you like to have in the hotel the facilities, listed above?
 - Yes
 - No
 - Does not matter
6. Are you ready to pay for additional?
 - Yes
 - No

7. How much money are you ready to pay for additional services to the cost of accommodation?
- The cost of accommodation + 1-25% from it for additional services
 - The cost of accommodation + 26-50% from it for additional services
 - The cost of accommodation + 51-75% from it for additional services
 - The cost of accommodation + 75-100% from it for additional services
 - Not ready to pay for additional services
8. Do you follow your nutrition while travelling (do you try to eat healthy food)?
- Yes
 - More yes, than no
 - More no, than yes
 - No
9. Where do you prefer to eat while travelling?
- In restaurants/cafes outside the hotel
 - In hotel's restaurants/cafes
 - Other
10. Do you go in for sport while travelling?
- Yes
 - Usually yes
 - Usually no
 - No
11. In case you go in for sport while travelling, where do you do it?
- In gym/fitness center outside the hotel
 - In hotel's gym/fitness center
 - Use another sport places
12. How do you relax and cope with stress after hard day?
-
13. Do you go to yoga classes and/or meditation sessions?
- Yes
 - No
14. Would you go to yoga classes and/or meditation sessions, conducted by specialist, in the hotel?
- Yes
 - More yes, than no
 - More no, than yes
 - No
15. Would you go to fitness classes, aerobics or pilates, conducted by specialist, in the hotel?
- Yes
 - More yes, than no
 - More no, than yes
 - No

16. Will hotel with green territory with parks and sport grounds attract you more than without it? (Make a mark in the table below, evaluating this question with the following scale: *1-fully disagree, 2-disagree, 3-cannot tell, 4-agree, 5-fully agree*)

1	2	3	4	5

17. Specify your interest in the following hotel's services, using the scale: (*1-not interested at all, 2-not interested, 3-do not know, 4-interested, 5-very interested*)

Gym and fitness center	5	4	3	2	1
Spa complex	5	4	3	2	1
Sauna	5	4	3	2	1
Swimming pool	5	4	3	2	1
Beauty salon	5	4	3	2	1
Massage salon					
Other (please, specify below)	5	4	3	2	1

18. Write your sex:

- Male
- Female

19. Write your age:

- Less than 25 years
- 26-35 years
- 36-55 years
- 56-65 years
- 66 and more years

Thank you!

Приложение В

Пример используемого материала и мебели в интерьере комнаты отдыха



Рисунок В.1 – Пример соляной панели



Рисунок В.2 – Пример кресел

Приложение В.1

Пример используемого оборудования для массажного кабинета



Рисунок В.1.1 – Пример массажного стола и стула массажиста



Рисунок В.1.2 – Пример кедровой фитобочки

Приложение В.2

Пример используемого оборудования для спортивного зала



Рисунок В.2 – Пример велотренажера, эллиптического тренажера, беговой дорожки

Приложение В.3

Пример используемого оборудования для фитобара



Рисунок В.3 – Пример холодильного шкафа, холодильной витрины, льдогенератора, кислородного коктейлера, соковыжималки, блендера, кипяtilьника

Приложение Г

Пример перечня услуг массажного кабинета



Услуги массажа в AURORA WELLNESS CENTER:

Массаж общеукрепляющий (1 час)	2000 руб.
Массаж спортивный (1 час)	2700 руб.
Массаж антицеллюлитный (1 час)	3000 руб.
Массаж лимфодренажный (1 час)	2700 руб.
Расслабляющий массаж (1 час).....	2500 руб.
Массаж экзотический (1 час)	3000 руб.
Массаж для лица косметический (30 мин)	1500 руб.
Массаж головы (15 мин)	1000 руб.
Массаж стопы и голени (20 мин)	1000 руб.
Массаж воротниковой зоны (30 мин)	1500 руб.
Массаж спины (40 мин)	1700 руб.
Сеанс в кедровой бочке (15 мин)	700 руб.

Приложение Д

Пример меню фитобара

Напитки		0,2	0,4 мл
Чай фруктовый	150		300 руб.
Чай травяной	130		250
Чай «Матча»	250		370
Фреш	250		370
Смузи	250		370
Детокс-коктейль	250		370
Лимонад	200		350
Кисель	150		270
Морс	150		300
Кислородный коктейль	75		150

Полезные снеки		
Фруктовая смесь	175 г	275 руб.
Смесь из сухофруктов	150	250
Ореховая смесь	150	250
Орешки и сухофрукты	175	275
Натуральный йогурт	150	125
Мюсли/гранола	50	75
Мёд	30	50

Рисунок Д.1 – Пример основного меню фитобара



AURORA
PARK HOTEL

Составьте коктейль по Вашему рецепту!

	г/мл	руб.
Фрукт (на выбор)		70
Овощ (на выбор)		50
Свежемороженые ягоды	50	100
Творог (5%)	100	150
Йогурт (10%)	100	100
Молоко (2,5%)	100	50
Сок	100	50

Рисунок Д.2 – Пример предложения для коктейля по акции «Составь сам»

Приложение Е

Образец униформы персонала велнесс-центра



Рисунок Е.1 – Униформа персонала массажного кабинета



Рисунок Е.2 – Униформа персонала фитобара

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Кафедра сервиса и туризма

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ

на выпускную квалификационную работу студента (ки)

Чистяк Виктории Владимировны

(фамилия, имя, отчество)

специальность (направление) 43.03.03 Гостиничное дело группа Б 1410

Руководитель ВКР старший преподаватель Фролова С.Н.

(ученая степень, ученое звание, и.о.фамилия)

на тему «Особенности технологии и организации Wellness – услуг в гостинице»

Дата защиты ВКР « 28 » июня 2018 г.

Представленная дипломная работа выполнена на актуальную тему, так как в условиях стремительного развития сферы туризма и разнообразия предлагаемых услуг в сфере гостиничного бизнеса велнесс-услуги уже стали устоявшимся трендом зарубежом, продолжающим набирать популярность и в России. Данный тренд заслуживает внимания представителей многих индустрий, особенно индустрии гостеприимства, ведь именно на базе отелей существует множество различных возможностей внедрения велнесс-услуг.

В основе выполненной работы лежат научные исследования, направленные на изучение рынка гостиничных услуг г. Владивостока, дано обоснование и целесообразность разработки велнесс-центра при гостинично-ресторанном комплексе «Aurora Park Hotel». Данная работа имеет как теоретическое, так и практическое значение, к новизне идеи можно отнести исследование данного вопроса для рынка гостиничных услуг г. Владивостока.

Работа построена логически верно. Каждая глава имеет свои достоинства. В первой главе подобран интересный теоретический материал, раскрыто в полном объёме понятие велнесс-услуг и значение данного сегмента услуг в мировом и российском гостиничном бизнесе. Во второй главе автор дает обоснование необходимости разработки велнесс-центра при гостинично-ресторанном комплексе «Aurora Park Hotel» в г. Владивосток, проанализировав рынок гостиничных предприятий, предоставляющих велнесс-услуги во Владивостоке, проведя анализ возможных конкурентов проектируемого велнесс-центра, анализ заинтересованности потребителей в г. Владивостоке и руководства гостиницы в создании велнесс-центра при гостинично-ресторанном комплексе «Aurora Park Hotel». Далее представлено бизнес-предложение по созданию данного велнесс-центра, его экономическое обоснование, проведен расчёт затрат на реализацию, определена рентабельность и окупаемость проекта.

ВКР соответствует заданию, текстовый, табличный и графический материал оформлены аккуратно в соответствии с предъявляемыми требованиями к дипломному проектированию.

В процессе работы над ВКР автор проявил себя как самостоятельный, добросовестный человек, ответственно подходил к выполнению заданий по исследованию. Все задания руководителя были выполнены точно в срок.

Квалификационная работа выполнена и оформлена в соответствии с требованиями нормативных документов и заслуживает высокой положительной оценки. Чистяк Виктория Владимировна заслуживает присвоения степени «бакалавра» по направлению «гостиничное дело». Оригинальность текста ВКР составляет 86%.

Руководитель ВКР

старший преподаватель
(уч. степень, уч. звание)


(подпись)

Фролова С.Н.
(и.о.фамилия)

« 19 » июня 2018 г.