ISSN 2310–9513
2022. Випуск/Issue **15**

DOI: 10.26565/2310-9513-2022-15-13
УДК 338.46:615.8]:[616.98:578.834.1]-036.21COVID-19

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ SPA ГОТЕЛІВ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Парфіненко Тетяна Олексіївна
канд. пед. наук, доцент
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
мн. Свободи, 6, м. Харків, Україна, 61022
e-mail: t.parfinenko@karazin.ua
ORCID: https://orcid.org/ 0000-0001-7442-9027

В умовах пандемії COVID-19 попит на SPA-процедури став значно зменшуватися і це призвело до часткового або повного припинення роботи низки SPA-комплексів. У такій ситуації, індустрія краси стала стрімко втрачати свій авторитет на міжнародному ринку послуг. Відновлення позицій SPA-індустрії можливе за умов адекватного реагування та швидкого адаптування до сучасних викликів. Предметом дослідження публікації стало з'ясування особливостей роботи готелів під час пандемії COVID-19. Метою статті є визначення заходів підвищення ефективності роботи SPA готелів в умовах пандемії. Завдання: з'ясування поняття «SPA» у сучасному науковому дискурсі, а також розробка механізмів оптимізації роботи SPA готелів у період кризи. Загальнонаукові методи, які застосовувалися для досягнення мети дослідження: аналіз, синтез, систематизація, порівняння, абстрактно-логічний метод. Результати дослідження свідчать, що пандемія COVID-19 суттєво змінила життя людей. З одного боку більша частина населення стала значно біднішою, що позначилось на її добробуті, а з іншого – наслідки хвороби призвели до порушень фізичного та психічного здоров'я людей. В ситуації, що склалася, з метою підтримки і відновлення здоров'я населення, SPA установам доцільно запропонувати споживачам програми лояльності, індивідуальний підхід до кожного клієнта, розширений асортимент безконтактних SPA-послуг, а також впровадити інноваційні програми оздоровлення, які будуть спрямовані на відновлення організму у постковідний період з дотриманням усіх протиепідемічних заходів безпеки. Висновок: грамотне побудування стратегії підтримки здоров'я та гарного самопочуття дозволить власникам підвищити ефективність роботи готельних закладів завдяки цікавим пропозиціям, що сприятиме збільшенню прибутковості, тривалості перебування, перехресному продажу та коефіцієнту утримання.

Ключові слова: готельна індустрія, пандемія COVID-19, SPA-готелі, SPA-послуги, SPA-процедури, індустрія здоров'я.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день SPA-індустрія є одним з провідних секторів глобальної економіки, що найбільш динамічно розвивається. У всьому світі стрімко впроваджуються цікаві інноваційні технології та нові SPA послуги. Однак, дослідження Міжнародної SPA асоціації показало, що за останні два роки, масштаби проблем у галузі SPA-індустрії значно збільшились [6]. Передумовою для такої ситуації стала пандемія COVID-19, яка майже повністю призупинила міжнародні подорожі з метою лікування, оздоровлення та відпочинку; зменшила доходи населення; обмежила, а іноді і зовсім скасувала відвідування SPA-центрів, SPA-клубів, салонів краси і будь-яких розважально-естетичних установ. Це стало поштовхом для пошуку нових шляхів оновлення SPA-послуг, які були б більш безпечними, доступними та привабливими для споживачів.

Враховуючі сучасні тенденції, виникає необхідність вивчення особливостей SPA-послуг з метою їх модернізації та розробки низки заходів спрямованих на відновлення туристично-рекреаційної галузі.

Аналіз останніх досліджень. Пандемія COVID-19 внесла суттєві зміни у організацію роботи готельно-ресторанної сфери, туристичного бізнесу, санаторно-рекреаційних установ та SPA-підприємств. Про це свідчать чисельні публікації [1, 2, 8] та звіти міжнародних організацій [5, 6], які висвітлюють низку проблем з якими прийшлось зіткнутися туристично-рекреаційним комплексам під час карантину.

Теоретичні аспекти діяльності туристично-рекреаційної сфери було висвітлено у працях таких учених, як Н. Балацька, Т. Баума, Н. Корж, Н. Ніколайчук, Н. Онищук, Н. Хая, Р. Дудяк, С. Бугіль, Н. Бугас, М. Рутинський, Г. Кушнірук, С. Кучмистий, М. Одрехівський та ін.

Загалом дослідники розглядають основні проблеми туристично-рекреаційної галузі, які виникли

© Парфіненко Тетяна, 2022

внаслідок впровадження спеціальних заходів щодо подолання пандемії COVID-19 у світі та в Україні. Зокрема, Л. Погребняк наводить основні напрямки виходу з кризової ситуації. Одним із перспективних напрямів дослідниця вважає розвиток рекреаційного туризму, який стане потужним джерелом попиту і водночас привабливим для інвестицій. На думку Л. Погребняк, розвиток лікувального туризму в Україні може стати самостійною галуззю туристичного ринку і приносити високий рівень прибутків [2].

Перспективи відродження ресторанної індустрії після карантину розглядає М. Рутинський та Г. Кушнірук. Дослідники пропонують робити акцент на українській етнічній кухні, яка є однією з найбагатших і найколоритніших національних кухонь Центральної та Східної Європи [8].

Н. Бугас визначає заходи для подолання кризових явищ у санаторно-курортній галузі. До яких можна віднести: вдосконалення фінансово-економічного управління, відтворення туристично-рекреаційного потенціалу, зниження цін на лікувальні та оздоровчі послуги для задоволення рекреаційних потреб населення, проведення приватизації санаторно-курортних установ, спонукання до конкуренції та поліпшення управління цими закладами [1]. Також, з метою збереження робочих місць туристичного сектору, дослідниця пропонує відмовлятися від використання технологій і віддавати перевагу людському ресурсу або поєднувати їх.

Втім, питання щодо подолання негативних наслідків пандемії у сфері SPA-індустрії залишаються невирішеними й потребують вивчення.

Мета статті. Визначення заходів підвищення ефективності роботи SPA готелів в умовах пандемії.

Сьогодні модна фраза «Sanus Per Aquam» дала назву цілому оздоровчому напрямку. Абревіатура «SPA» додається до назви курортів, сучасних медичних технології, оздоровчих й косметологічних центрів, тобто до всіх установ, які поставлені на службу краси й здоров'я. Метою функціонування цих підприємств є відновлення фізичних і духовних сил організму людини з використанням води й інші природних факторів: світло- й теплолікування, ароматерапії й чарівних звуків природи.

Швидке зростання популярності висококатегорійних готелів в першу чергу зобов'язане підвищенню попиту на SPA-послуги. Наявність SPA-центру у п'яти або чотирьох зірковому готелі майже вдвічі збільшує його привабливість для споживачів.

SPA є незначною частиною Wellness-індусрії, вся діяльність якої здебільшого пов'язана з відновленням краси та здоров'я. Термін «SPA» виник задовго до «Wellness», який став використовуватися лише з 1961 року [5]. На той час була дуже низька тривалість життя, через те, що більшість людей не дотримувалися правил здорового існування. У зв'язку з цим виникла потреба у конструктивній зміні способу життя, а саме: звичок, правил поведінки, харчування, світогляду тощо [9]. У 1961 році Х. Данн офіційно запропонував у своїй книзі «Здоров'я високого рівня» концепцію Wellness як гарного самопочуття у повсякденному житті. На його думку, Wellness – це філософія благополуччя людини в усіх сферах її буття: духовній, соціальній і фізичній. [4]. За словами Х. Данна, людина має почуватися гармонійно для досягнення бажаного результату. Краса не повинна бути самоціллю, краса – це стиль життя. Складовою ланкою відповідного розуміння здоров'я є SPA процедури. Таким чином, обидві концепції не слід розглядати окремо одну від одної, вони повинні працювати одночасно як два механізми, які призначені для допомоги людям у покращенні їхнього загального благополуччя [11].

У сучасному розумінні SPA – це комплекс оздоровчих послуг, які пропонує індустрія краси та відпочинку. Майже всі SPA процедури здійснюються через шкіру, насичують організм корисними речовинами, що покращує її зовнішній вигляд та сприяє оздоровленню.

Реалізація SPA-послуг здійснюється за допомогою інноваційних технологій. SPA-технології є «полегшеною» версією санаторно-курортного лікування. Сучасні SPA технології представлені різноманітним асортиментом і мають широкий спектр дії (рис. 1). Здебільшого вони використовуються у косметологічних та естетичних цілях, а також для оздоровлення і релаксації. SPA-технології сприяють цілісному оздоровленню, зняттю стресів у повсякденному житті, спрямовані на гармонізацію «тіла, розуму і духу» людини.

Пандемія Covid-19 вплинула на організацію роботи SPA-індустрії як в Україні, так і в усьому світі. Під час карантину власники готелів, SPA-центрів, рекреаційних установ понесли значні збитки, але водночас ставлення до SPA-послуг набуло іншого значення. Якщо раніше SPA розцінювалось як «розкіш», можливість відновити життєві сили, покращити настрій через дорогі процедури і було орієнтовано на заможні верстви населення, то в умовах пандемії реабілітація людей на основі оздоровчих підходів SPA перетворилася на необхідність. Відповідно, це сприяло розширенню ринкового потенціалу SPA-комплексів вплинуло на супутні галузі економіки.

Так, згідно даних Світового інституту здоров'я, COVID-19 завдав величезних збитків глобальній галузі Wellness та SPA. Протягом карантину відбулося скорочення надходжень в різних секторах даної галузі: Wellness-туризм (-39,5%), SPA-центри (-38,6%), SPA-курорти (-38,9%). Ці сектори найбільше постраждали від COVID-19 через обмеження на поїздки та режим самоізоляції. Але навіть попри таке падіння, прибуток світової економіки від

ISSN 2310–9513
2022. Випуск/Issue **15**

Wellness індустрії в 2020 році склав 4,4 трлн. дол. США (рис. 2) [10].

В постпандемічний період стратегія відновлення SPA-галузі полягає у вдосконаленні її продукту (послуги). Такий підхід вважається одним з базових елементів маркетингового комплексу підприємства. Для споживачів вона повинна, перш за все, бути безпечною, доступною та безумовно приносити задоволення. Дотримання таких вимог буде запорукою сталого просування SPA послуг на сучасному ринку індустрії краси. Тимчасові рекомендації щодо організації протиепідемічних заходів в перукарнях та салонах краси на період карантину у зв'язку з поширенням коронавірусної хвороби були затверджені постановою Головного державного санітарного лікаря України від 9 травня 2020 року № 20. Але їх доцільно використовувати й туристично-рекреаційним підприємствам. Серед основних рекомендацій зазначимо наступні:

Spa технології

- Аквамедитація. Медитація з використанням води
- Ароматерапія. Профілактика та лікування з використанням ароматів
- Аюрведа від А до Я. Цілісний, холістичний підхід до здоров'я людини
- Бальнеотерапія. Оздоровлення мінеральною водою
- Вінотерапія. Терапія з використанням похідних виноградної лози
- Геліотерапія. Терапія з використанням прямого сонячного випромінювання
- Гідротерапія. Оздоровлення водою
- Гурманотерапія. Шоколад, кава та трюфелі на десерт
- Кріотерапія. Лікування холодом
- Масажні технології. Масаж у СПА
- Музикотерапія. Цілюща дія музики, ретельно підібраного музичного ряду
- Парафанготерапія. Альготерапія/Фанготерапія + Термотерапія
- Стоунтерапія. Використання каменів, як термоакумуляторів, підсилювачів рук масажиста та енергорегуляторів "інь-янь"
- Таласотерапія. Оздоровлення морською водою та дарами моря Термотерапія. Оздоровлення за допомогою природних та штучних джерел тепла
- Флоатінг. Від англ "float" - плавати на поверхні
- Хромотерапії. Кольоротерапія + світлотерапія

Рис. 1. Сучасні SPA технології

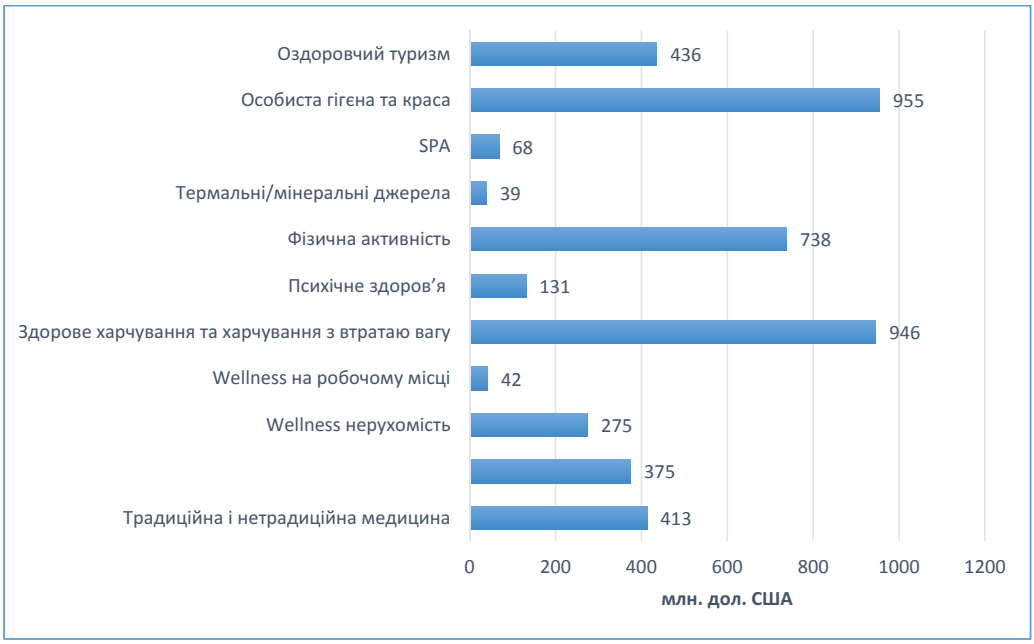

Рис. 2. Грошові надходження світової Wellness-індустрії від надання рекреаційно-оздоровчих послуг за секторами [10]

– проводити температурний скринінг усім працівникам;

– здійснювати прийом виключно за попереднім записом з дотриманням інтервалу між клієнтами;

–заборона на перебування у закладах сторонніх осіб і очікування клієнтами послуги;

– обов'язкове облаштування місць з антисептичними засобами для обробки рук;

– одночасне перебування клієнтів у закладі з розрахунку не більш однієї особи на 5 квадратних метрів площі зали обслуговування;

– між місцям надання послуг потрібно забезпечити дистанцію не менш ніж 1,5 метри, з урахуванням розміщення клієнта за різних умовах (сидячи, лежачі, тощо). Заборонено роздавати рекламні брошури та журнали;

– працівники перукарень та салонів краси повинні бути одягненні в медичну маску або респіратор (без клапану) та одноразові рукавички;

– після кожного клієнта потрібно проводити дезінфекцію та поточне прибирання поверхонь, яких торкається клієнт;

– установа, що надає SPA-послуги має бути забезпечена усіма дезінфікуючими та антисептичними засобами у тому числи медичними масками та рукавичками, а також дотримуватися усіх правил безпеки карантинного періоду;

– працівники повинні мити руки і обробляти їх спиртовими розчинами не рідше 1 разу у 3 години, уникати контакту з людьми, які мають симптоми респіраторних захворювань, самоізолюватися у разі появи симптомів респіраторних захворювань [3].

Між тим, SPA-готелям доцільно запроваджувати у карантинний період процедури, які можна проводити на свіжому повітрі відповідно до пори року. Так, наприклад, деякі види масажів можна робити на спеціально облаштованих для цього майданчиках з красивими краєвидами, що є більш безпечним і приємним для споживачів.

За даними звіту сучасного мобільного додатку Mindbody, який розроблено спеціально для індустрії фітнесу, здоров'я та краси, було зазначено, що за період пандемії значна увага приділялась саме підвищенню норм безпеки. У звіті акцент робиться на використанні безконтактних SPA-процедур, таких як кріотерапія, компресійна терапія, соляні печери, інфрачервоні сауни, крапельниці з плюща, гіпербаричні камери та флоат-камери [7].

Слід також зазначити, що пандемія COVID-19 значно вплинула на платоспроможність населення. Багато людей втратили роботу, у деяких доходи значно знизились і велика кількість постраждали від тяжкої хвороби. Так опитування, яке було проведено Mindbody, показало, що при відвідуванні SPA установ споживачі перш за все звертають увагу на три фактори: ціну (49%), чистоту (36%) і кваліфіковані послуги (29%) [7]. Тобто ціна для людей має важливе значення, а фінансові обмеження унеможливлюють отримання багатьох необхідних SPA-послуг. З іншого боку, для осіб, які перенесли такий недуг, вони є вкрай необхідними для відновлення фізичного і психічного здоров'я. Таким чином, пропозиції мають бути гнучкими і лояльними, щоб споживачів приваблювала не тільки SPA-процедура, але ї її доступна ціна.

З метою залучення клієнтів доцільно більш ширше використовувати подарункові сертифікати, який можна подарувати як на день народження, так і на будь яке свято. Крім того це може бути вигідним як для людини, що отримує цей сертифікат у подарунок, так і для особи, яка купує сертифікат. Покупцю буде цікаво, якщо йому запропонувати знижки на деякі SPA-послуги, або безкоштовну одноразову процедуру. Таким чином, установи, що надають SPA-послуги можуть отримати відразу двох клієнтів і ввести їх до клієнтської бази. Такий підхід дасть можливість бути завжди на зв'язку з клієнтами і час від часу нагадувати їм про акції та цікаві пропозиції, які будуть проходити у SPA-центрах. Використовуючи клієнтську базу фахівці можуть запропонувати онлайн майстер класи з догляду за волоссям, шкірою, обличчям на різних інтернет платформах. Постійний зв'язок стане в нагоді для підтримки стосунків між продавцем та споживачем, допоможе SPA-установам утримати своїх клієнтів і відчувати їх потреби у непростий час, пов'язаний з пандемією COVID-19.

Безумовно, що SPA-салони, SPA-центри, SPA-готелі не можуть конкурувати зі спеціалізованими медичними установами з відновлення здоров'я людини у постковідний період. Однак низка готелів може запропонувати програми, які будуть спрямовані на відновлення психічного і фізичного здоров'я для осіб, які перенесли хворобу COVID-19. Такі пропозиції мають включати профілактичні заходи, перевірку та підтримку фізичної форми, неінвазивні методи лікування.

Такі програми можуть бути побудовані на поєднанні основних компонентів:

Дієтичний детокс: доцільно клієнтам, які бажають скинути зайві кілограми. Дієта сприяє детоксикації організму і ґрунтується на рекомендаціях спеціаліста. Крім того, в готелі може бути запропоновано спеціальне меню кухні, прив'язане з рекомендаціями кожної окремої програми.

Стрес та управління емоціями. Перебування в готелі надає ідеальну можливість зробити перерву та вивчити інноваційні методи релаксації, медитації та управління стресом.

Інтегративний та персоналізований фітнес: після прибуття клієнтам може бути запропонована індивідуальна фітнес-програма з певними вправами за спеціальним розкладом під наглядом команди фітнес-експертів.

Сон і відновлення: хороший нічний сон, яким часто нехтують, є важливим ключем до щоденного відновлення здоров'я, життєвих сил і хорошого самопочуття. Готель в цьому випадку може стати кращим місцем для такого лікування.

Відновлення після тривожності після COVID: основним наслідком пандемії є тривалий і нестійкий процес відновлення, що викликає неминучу тривогу, засновану на різних страхах, що хвороба може знов повернутися. Для цього слід розробити програми «детоксифікації організму», які б стимулювали імунну систему, знижували стрес і покращували оксигенацію, опірність та витривалість.

Такі комбіновані програми, що базуються на проживанні в готелі від 3 до 12 днів (залежно від бажаних цілей) можуть бути доповнені косметичними процедурами, масажем обличчя, тіла та іншими специфічними підходами. Ефективність програм може вимірюватися для кожного клієнта відповідними контрольними тестами.

Створення таких програм у рамках стратегії диверсифікації послуг SPA центрів позиціонуватиме готелі в сегменті «Відновлення здоров'я та гарного самопочуття» та допоможе людям пристосуватися до життя після того, як перенесли COVID-19.

Висновки. Пандемія COVID-19 призвела до спаду попиту як на SPA-послуги, так і на послуги індустрії гостинності, що спричинило стрімку втрату їх позицій у світовій економіці послуг. Відновлення прибутковості зазначеної галузі можливе у разі підвищення унікальності, модернізації та технологізації SPA-процедур в умовах пандемії. Також слід зазначити, що коронавірус вплинув на усі сфери життєдіяльності пересічних громадян. Особливо криза позначилася на матеріальному стані, фізичному та психічному здоров'ї людей. Інструментом врегулювання зазначених проблем може стати: по-перше, дотримання усіх рекомендації щодо протиепідемічних заходів та впровадження специфічних норм безпеки, які будуть підкреслювати особливість тієї чи іншої SPA установи; по-друге, встановлення гнучких цін, які дадуть можливість залучати клієнтів за допомогою цікавих пропозицій; по-третє, диверсифікація діяльності готельних підприємств шляхом запровадження спеціальних програм, спрямованих на відновлення здоров'я у постковідний період. Таким чином, зазначені заходи стануть дієвим механізмом підвищення ефективності SPA послуг та допоможуть стати більш конкурентоспроможними, покращити прибутковість готелів та тривалість перебування гостів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бугас Н. В., Гутман А. І. Вплив ризиків та невизначеностей на ефективність діяльності санаторно-курортних закладів України в умовах пандемії COVID-19. URL: https://cutt.ly/oRVCe98

2. Погребняк Л. Вплив пандемії Covid-19 на стан туристичного та рекреаційного бізнесу в Україні. Л: ЛНАУ, 2020.

3. Постанова «Про затвердження Тимчасових рекомендацій щодо організації протиепідемічних заходів в перукарнях та салонах краси на період карантину у зв'язку з поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19)» від 09.05.2020. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0020488-20

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

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

6. International Spa Association. URL: https://experienceispa.com/

7. New report focuses on salon & spa business growth URL: https://www.massagemag.com/new-report-focuses-on-salon-spa-business-growth-132128/

8. Rutynskyi, M.; Kushniruk, H. Restaurant Industry in the Tourist City of Eastern Europe: Post-COVID-19 Perspectives – The Case of Lviv, Ukraine. 2022, 220-243, DOI: 10.4018/978-1-7998-9148-2.ch012

9. Stará, J., & Charvát, M. Wellness: Its origins, theories and current applications in the United States. Acta Salus Vitae. URL: https://www.muni.cz/en/research/publications/1174118

10. The Global Wellness Economy: Looking Beyond COVID – December 2021.

11. Uberoi, S. Spa and wellness: What's the difference? Medium. March 2, 2014. URL: https://medium.com/spa-business/spa-and-wellness-whats-the-difference-62e84ae29df1U

Tatiana Parfinenko, Ph.D. (pedagogical sciences), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 6, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: t.parfinenko@karazin.ua; ORCID: https://orcid.org/ 0000-0001-7442-9027

WAYS TO INCREASE THE EFFICIENCY OF SPA-HOTELS IN A PANDEMIC

In the context of the COVID-19 pandemic, the demand for spa treatments began to decline significantly and this led to the partial or complete cessation of a number of spa complexes. In this situation, the beauty industry began to rapidly lose its credibility in the international service market. Restoring the position of the SPA industry is possible under the conditions of adequate response and rapid adaptation to modern challenges. The subject of the research in the article is the peculiarities of hotel SPA operation during the COVID-19 pandemic. The goal of the article is to determine measures to increase the efficiency of SPA hotels in pandemic conditions. Objectives: elucidation of the concept of "SPA" in modern scientific discourse, as well as the development of mechanisms for optimizing the operation of hotel SPAs in a period of crisis. General scientific methods used to achieve the goal of research: analysis, synthesis, systematization, comparison, abstract-logical method. The results of the study show that the COVID-19 pandemic has significantly changed people's lives. On the one hand, the majority of the population has become much poorer, which has affected their well-being, and on the other hand, the consequences of the disease have led to impaired physical and mental health. In the current situation, in order to maintain and restore the health of the population, SPA institutions should offer consumers loyal prices, individual approach to each client, expand the range of contactless SPA services, implement innovative rehabilitation programs aimed at restoring the body to the post-COVID period in accordance with all anti-epidemic safety measures. Conclusion: therefore, the competent construction of a strategy to maintain health and well-being will allow owners to increase the efficiency of hotels through interesting proposals that will improve profitability, length of stay, cross-selling and retention rates.

Key words: hotel industry, COVID-19 pandemic, SPA-hotels, SPA-services, SPA-procedures, health industry.

REFERENCES

1. Buhas N. V., Hutman A. I. Vplyv ryzykiv ta nevyznachenostei na efektyvnist diialnosti sanatorno-kurortnykh zakladiv Ukrainy v umovakh pandemii COVID-19 [The impact of risks and uncertainties on the effectiveness of the activity of sanatorium-resort institutions of Ukraine in the conditions of the COVID-19 pandemic]. Available at: https://cutt.ly/oRVCe98

2. Pohrebniak L. (2020) Vplyv pandemii Covid-19 na stan turystychnoho ta rekreatsiinoho biznesu v Ukraini [Impact of the Covid-19 pandemic on the state of tourism and recreation business in Ukraine]. L: LNAU.

3. Postanova «Pro zatverdzhennia Tymchasovykh rekomendatsii shchodo orhanizatsii protyepidemichnykh zakhodiv v perukarniakh ta salonakh krasy na period karantynu u zviazku z poshyrenniam koronavirusnoi khvoroby (COVID-19)» vid 09.05.2020 [Resolution «On the approval of Temporary recommendations on the organization of anti-epidemic measures in hairdressers and beauty salons for the period of quarantine in connection with the spread of the coronavirus disease (COVID-19)» dated 05.09.2020]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0020488-20t

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

5. Ellis, S. Is wellness part of spa, or is spa part of wellness? Spafinder. Available at: https://www.spafinder.com/blog/health-and-well-being/wellness-part-spa-spa-part-wellness/

6. International Spa Association. Available at: https://experienceispa.com/

7. New report focuses on salon & spa business growth Available at: https://www.massagemag.com/new-report-focuses-on-salon-spa-business-growth-132128/

8. Rutynskyi, M.; Kushniruk, H. (2022) Restaurant Industry in the Tourist City of Eastern Europe: Post-COVID-19 Perspectives – The Case of Lviv, Ukraine. DOI: 10.4018/978-1-7998-9148-2.ch012

9. Stará, J., & Charvát, M. Wellness: Its origins, theories and current applications in the United States. Acta Salus Vitae. Available at: https://www.muni.cz/en/research/publications/1174118

10. The Global Wellness Economy: Looking Beyond COVID – December 2021.

11. Uberoi, S. Spa and wellness: What's the difference? Medium. March 2, 2014. Available at: https://medium.com/spa-business/spa-and-wellness-whats-the-difference-62e84ae29df1U

Стаття надійшла до редакції 22 травня 2022 р.
Стаття рекомендована до друку 21 червня 2022 р.