

Министерство образования и науки российской федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра туризма и
культурного наследия

**КОНЦЕПЦИЯ "WELLNESS" КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ
САНАТОРИЕВ (НА ПРИМЕРЕ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 5 курса 541 группы

направления 43.03.02 - туризма

Института истории и международных отношений
наименование факультета, института

Пластинкиной Дарьи Андреевны
фамилия, имя, отчество

Научный руководитель

доцент, к.э.н., доцент
должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Е.В. Иванова
инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой,
профессор, д.э.н., профессор
должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Т.В. Черевичко
инициалы, фамилия

Саратов 2017

Введение. Тема wellness распространилась в России довольно быстрыми темпами. Люди во все времена хотели себе и своим близким здоровья и долголетия, и благодаря стараниям маркетологов и стратегов появился такой новый стиль жизни как wellness.

Wellness – в переводе означает хорошее здоровье, как результат здорового образа жизни. Это определение полной и гармоничной жизни, высокого эмоционального тонуса, положительной энергии и жизнелюбия, исходящих от позитивно мыслящего современного человека. Поэтому сейчас создаётся всё больше и больше центров по обеспечению этих благ для человека.

В бакалаврской работе будет рассмотрено: история и эволюция wellness услуг, их характеристика и роль в деятельности предприятия сферы услуг, а также различия Spa от Wellness услуг. Так же предстоит решить следующие задачи: проанализировать различные статьи и рассмотреть основные понятия лечебно-оздоровительного туризма и wellness, выявить их специфические особенности и показать основные тенденции развития в России. Кроме того разработана PR- компания по продвижению санаторных услуг с помощью идеи wellness.

Практическая значимость исследования состоит в том, что полученные автором результаты исследований могут быть использованы санаторно-курортными предприятиями и учреждениями для повышения экономической эффективности деятельности.

Данная работа состоит из введения, трех глав и заключения. В первой главе описана история и эволюция понятия wellness, понятия, принципы и функции философии wellness, а так же отличия wellness услуг от spa и fitness. Во второй главе представлен анализ рынка санаториев России и их сравнительная характеристика. Третья глава посвящена разработке рекламной компании для продвижения санаторных услуг саратовской области с помощью wellness услуг, также рассмотрено дальнейшее развитие

wellness индустрии. В заключении приведены основные выводы и итоги по работе.

В работе были использованы научные статьи В.О. Сычевой «Теоретические подходы к определению SPA-туризма и моделей организации SPA-услуг»¹, Л.Юрканис «Что такое Wellness? Велнесс-индустрия. Принципы велнеса»², Е.Олешкевич «Философия велнес: жизнь ради чистой радости жить»³, А.А. Григорьев «Велнесс-индустрия. Принципы велнеса»⁴, Ю.Т. Шарабчиев «Спа и велнес: что это такое?»⁵, И. Кардашова «Велнесс - это... Велнес и фитнес – в чем отличие?», Л.Пирхал «Отрывки из интервью Пола Пилзера журналу Network Marketing Lifestyles.»⁶, учебные пособия М.В. Ефремовой «Технология и организация спа и велнес услуг в

¹ Сычева В. О. «Теоретические подходы к определению SPA-туризма и моделей организации SPA-услуг» // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 33. – С. 1–5. Режим доступа <http://e-koncept.ru/2015/95385.htm> [Электронный ресурс] Дата обращения (06.06.2016).

² Юркалис Л. «Что такое Wellness? Велнесс-индустрия. Принципы велнеса». Режим доступа <http://www.inflora.ru/diet/diet193.html> [Электронный ресурс] Дата обращения (15.05.2016).

³ Олешкевич Е. «Философия велнес: жизнь ради чистой радости жить». Режим доступа <http://www.wellcomclub.ru/?str=stat-wph> [Электронный ресурс] Дата обращения (17.05.2016).

⁴ Григорьев А.А. «Велнесс-индустрия. Принципы велнеса». Режим доступа <http://zr-ok.ru/zd17.html> [Электронный ресурс] Дата обращения (03.06.2016).

⁵ Шарабчиев Ю.Т «Спа и велнес: что это такое?». Режим доступа <http://cyberleninka.ru/article/n/spa-i-velnes-chto-eto-takoe> [Электронный ресурс] Дата обращения (25.05.2016).

⁶ Пирхал Л. «Отрывки из интервью Пола Пилзера журналу Network Marketing Lifestyles.» Режим доступа <http://net-way.org/mlm/cleduyushhaya-industriya-obemom-v-1-trillion-dollarov-budet-industrijej-wellness/> [Электронный ресурс] Дата обращения (06.06.2016).

гостиничных комплексах»⁷, А.М. Ветитнев «Лечебный туризм»⁸, Е.Л. Драчева «Специальные виды туризма. Лечебный туризм»⁹, Н.В. Маньшина «Лечебно-оздоровительный и медицинский туризм: статистика и тренды мирового и российского рынка»¹⁰, В.А. Козлова, Е.Н. Артёмов «Курортные ведомости»¹¹, И.И. Брехман «Валеология — наука о здоровье»¹², В.Л. Кургузов «Философия здоровья, гуманитарная культура и образование как детерминанты интенсивного развития»¹³.

Актуальность темы данной бакалаврской работы на сегодняшний день велика, поскольку большинство людей стараются придерживаться современного образа жизни, а он уже не возможен без посещения различных wellness-центров. Многие люди сейчас ездят отдыхать и выбирают отели, которые предоставляют wellness-услуги. Все это говорит о том, что необходимо развивать дальше эту сферу услуг, ведь спрос на них увеличивается с каждым годом.

Основное содержание работы. В последние годы в России активно используется новое слово «wellness». Термин «wellness» («optimal well being»

⁷Ефремова М.В. «Технология и организация спа и велнес услуг в гостиничных комплексах». Учебно-методическое пособие. /М.В. Ефремова – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2014.

⁸ Ветитнев А. М. Лечебный туризм / А. М. Ветитнев. – М.: Форум, 2013.

⁹ Драчева Е.Л. Специальные виды туризма. Лечебный туризм. : учеб. пособие для студентов вузов / Е. Л. Драчева. – М. : КноРус, 2008.

¹⁰ Маньшина Н.В. «Лечебно-оздоровительный и медицинский туризм: статистика и тренды мирового и российского рынка» / Н.В. Маньшина. – М.: Вече Год, 2006.

¹¹ Козлова В.А., Артёмов Е.Н. «Курортные ведомости» / В.А. Козлова, Е.Н. Артёмов , - Издательство: Орёл ГТУ , 2005.

¹² Брехман И. И. Валеология — наука о здоровье. /И.И. Брехман— 2-е изд., доп., перераб. — М.: Физкультура и спорт, 1990.

¹³ Кургузов В.Л. Философия здоровья, гуманитарная культура и образование как детерминанты интенсивного развития / В.Л. Кургузов / Советник Президента. - 2004. - №26.

- «оптимальное здоровье, благополучие») появился в 1654 г. Философия здорового образа жизни, которая, безусловно, не ограничивается только физическим состоянием тела, прошла долгий путь развития с древности до наших времен. Самый близкий предшественник wellness – это валеология.

Валеология - это наука о здоровье человека, о путях его обеспечения, формирования и сохранения в конкретных условиях жизнедеятельности. Российский ученый И. И. Брехман одним из первых в новейшее время заострил проблему необходимости разработки основной науки. В 1980 году он ввел в обиход термин «валеология» (как производное от латинского valeo – «здоровье», «быть здоровым»). С тех пор термин стал общепринятым, а валеология как наука и как учебная дисциплина получает все более широкое признание не только в России, но и далеко за ее пределами.

Впервые, понятие "wellness", а вместе с ним философия "wellness", были представлены американцем, доктором Хэлберт Дан в 1959 г. Он назвал его «high-level wellness», что в переводе с английского на русский означает «чувство полного благосостояния».

Немаловажную роль в популяризации этого образа жизни и философии сыграл американец, профессор Пол Зейн Пилзер, автор трех бестселлеров, и в частности, книги «Революция Wellness — следующий триллион долларов». Пол Зейн Пилзер в 25 лет стал миллионером, в 30 лет – уже декамиллионером. Этот человек заранее предсказал бум персональных компьютеров, а затем и бум Интернета. Он так же предсказал будущее активное развитие wellness индустрии. В связи с тем, что темп жизни постепенно ускоряется, всё большее количество людей становятся заинтересованными в том, чтобы сохранить и сберечь духовное и физическое здоровье. По его мнению, «Wellness - это деньги, потраченные на то, чтобы чувствовать себя более здоровым, даже если вы не «больны» по обычным медицинским параметрам. Сегодня главная потребность большинства людей не в деньгах, а в здоровье».

Так же существует такой термин как - fitness, многие сравнивают и иногда путают fitness и wellness друг с другом. Fitness (англ. to be fit — быть в форме) - система упражнений, способствующих оздоровлению организма, достижению хорошей спортивной формы, стройности, включающая аэробику, занятия на различных тренажерах и т.п.

Понятия «wellness» и «fitness» во многом схожи. Однако, фитнес предполагает комплекс упражнений для поддержания хорошей физической формы и конечной целью fitness является стремлению к совершенствованию своего тела. Но если дух и тело человека находятся в дисгармонии, личность нельзя считать абсолютно здоровой, поэтому с развитием духовной личности человека, fitness начал эволюционировать. Впоследствии физическая красота человека стала наряду с такими обязательными ценностями жизни как: здоровье, гармония душевного состояния и прекрасное внутреннее и внешнее самочувствие. Именно эти ценности и легли в основу понятия wellness.

В связи с внедрением wellness философии, открывающиеся «wellness» - объекты представляют собой новый бизнес-продукт, появившийся на российском рынке. Они объединяют следующие направления: эстетика, spa, fitness, медицина (диагностика и профилактика, диетология и физиотерапия, геронтология и гериатрия, anti-age-терапия), психология. С популярностью этой философии начала развиваться и wellness индустрия. Всё больше появляется новых fitness, wellness клубов, специализированного оборудования для предоставления качественных и новейших wellness услуг и т.д

Wellness-индустрия – это не только специальное сбалансированное питание, средства личной гигиены и анти-возрастная косметика. Это ещё и ортопедическая обувь, и подушки, оборудование для wellness-салонов, тренажерных залов. Это бассейны и сауны, различные дезинфицирующие средства, после загара и солнцезащитные, оздоровительный туризм и даже духовные практики – целый комплекс услуг для активной, успешной и здоровой жизни.

С развитием wellness индустрии, появилось новое направление в туризме - wellness туризм.

Среди самых популярных маршрутов wellness туризма являются: Бали, Мексика, Испания, американские штаты Флорида, Аризона и Гавайи.

Опросив 3352 респондента по всему миру, аналитики Spafinder Wellness 365 пришли к выводу, что 85% путешественников приезжают из поездок не отдохнувшими, а наоборот, еще более усталыми. И только тем, кто ездил в тур, включающий специальные wellness-мероприятия или процедуры, удалось полностью расслабиться и отдохнуть.

Эксперты в основном отмечают, что wellness туризм рассматривается именно как подкатегория лечебно - оздоровительного туризма. Однако, wellness не правильно ассоциировать с лечебным туризмом, ведь это понятие подразумевает первоначальную профилактику заболеваний. Тогда как лечебный туризм – это скорее реабилитация, направленная на остановку развития уже возникших заболеваний или восстановления здоровья.

Лечебно-оздоровительный туризм — это особый вид отдыха, который подразумевает под собой сочетание поездки, путешествия и прогулки в определенной местности с природно-климатическими условиями, благоприятными здоровью человека.

В России к концу 2015 г насчитывалось около 1,88 тыс санаторно-курортных учреждений. Эти организации неоднородны по виду, численности персонала и количеству обслуживаемых клиентов. Единицей учета может быть как небольшой пансионат на 100 мест, так и огромный многопрофильный курорт, состоящий из нескольких санаториев и имеющий оборот в сотни миллионов рублей в год.

Санаторно-курортные учреждения в России финансируются как за счет бюджетных средств, так и за счет средств организаций, ведомств, госкорпораций, граждан. Санаторно-курортное лечение некоторых категорий граждан предусмотрено «Программой государственных гарантий» бесплатного оказания гражданам медицинской помощи и осуществляется за

счет бюджетных ассигнований федерального бюджета и бюджетов субъектов РФ.

Развитию санаторно-курортного дела в России в последние годы уделяется значительное внимание. Связано это, прежде всего с тем, что имевшаяся в СССР курортная инфраструктура в 90-х годах была заброшена и к настоящему времени обветшала, а также с растущим платежеспособным спросом на оздоровительные услуги.

Санаторно-курортные зоны рассредоточены по всей территории России: на юге это Кавказские Минеральные Воды и Азовско-Черноморское побережье Краснодарского края, в центральной части – лесные уголья Подмосковья, на северо-западе – Балтийское побережье Калининградской области и Карелия, в Зауралье и Сибири – минеральные реки Бурятии, горные цепи Алтая и озеро Байкал, на Дальнем Востоке – Камчатка. Каждая из этих территорий предлагает уникальные оздоровительные программы. Продолжительность стандартного курса лечения в санаторно-оздоровительных учреждениях нашей страны составляет 21-24 дня. Рассмотрим некоторые из них подробнее.

Кавказские Минеральные Воды (КавМинВоды) - признанный бальнеоклиматический курорт. Крупнейший санаторно-оздоровительный комплекс – климатобальнеогрязевые курорты Кавказских Минеральных Вод расположены в самом сердце Северного Кавказа. Главное богатство курорта - его уникальные по разнообразию и целебным свойствам минеральные источники и месторождения лечебной грязи. Лечение в санаториях КавМинВод ведется строго на научной основе. Этот курорт соединяет в себе 4 здравницы: Пятигорск, Ессентуки, Кисловодск и Железноводск в которых располагаются главные санаторные центры. Каждый из этих курортных городов в зависимости от состава источников и микроклимата специализируется на лечении различных заболеваний.

Курорты Карелии славятся не только лучшими санаториями, но и имеют давнюю историю. Так, еще в 1719 г. по указу Петра Великого в Карелии был

открыт первый в стране курорт «Марциальные воды», который действует и сегодня. Санатории Петрозаводска принимают больных, перенесших травмы и операции. Лечебные курсы направлены на восстановление обмена веществ, полноценной работы дыхательной, нервной, сердечнососудистой систем. Также есть методики лечения гинекологических, гастроэнтерологических недугов. Курорт Марциальные воды принимает людей, страдающих анемией. В лечебный курс входит прием воды с содержанием железа. Ее употребление уменьшает железodeficit. А в здравницах практикуется лечение шунгитом.

Алтайские курорты – одни из самых старых в России. Помимо удивительного микроклимата и живописных пейзажей, они знамениты лечебными грязями и радоновыми серебросодержащими глинами. На курорте Белокуриха, существующем вот уже более 100 лет, применяются бальнеотерапевтические методики, грязелечение и целительные ванны с экстрактом из рогов марала.

Окрестности Байкала – это район многочисленных лечебных грязевых озер и минеральных источников. В Иркутской области расположен крупнейший в мире Ангаро-Ленский артезианский бассейн минеральных вод, представленный тремя сотнями источников и шестью крупными лечебными озерами. У подножия Саян в Бурятии находится горно-климатический курорт Аршан, где применяют термальные воды и сульфидные грязи. Более 300 минеральных источников и 30 грязевых озер находятся на территории Читинской области. Особенно востребованы среди туристов из европейской части России нарзаны курорта Дарасун, радоновые воды Молоковки и сульфидные иловые грязи озера Угдан.

Одним из лучших лечебно-курортных комплексов России располагает Московская область. Подмосковные санатории и пансионаты утопают в хвойной зелени, окруженные живописными реками и озерами. Здесь расположены курорты всероссийского значения – Тишково и Дорохово, которые используют в лечебных и профилактических целях природно-кальциевые и хлоридно-натриевые минеральные воды.

Так же хотелось бы отметить саратовскую область. Несмотря на то, что санатории области не так популярны в сравнении с другими курортными зонами, она так же богата природными дарами и большим выбором санаторных учреждений. В Саратовской области находятся около 14 санаториев. Здесь располагаются такие известные санатории как: Синяя птица, Черемшаны, Октябрьское ущелье и пансионат с лечением Дубрава . Лечение в санатории региона возможно двух типов: минеральными водами или солями. Родники целебных вод спрятаны глубоко под землей. Они поднимаются с глубины нескольких сотен метров. Так же, активно используют соляные пещеры в лечебных и профилактических целях. В непосредственной близости от города и в самом городе Саратове находятся такие санатории как: «Октябрьское ущелье», «Светлана», «Волжские дали». В основном, в санаториях области присутствуют услуги направленные только на лечение и оздоровление, из всех перечисленных только «Волжские дали» и «Синяя птица» предлагают некоторые услуги wellness.

Так же можно отметить, что сегодня с изменением качества услуг и расширением ассортимента услуг санаториев меняется и «портрет» гостей санаториев. Если 7-10 лет назад можно было сказать, что основная масса поправляющих свое здоровье – пенсионеры, то сегодня в санатории ездят и молодые пары (30-40 лет), семьи с детьми, топ-менеджеры и предприниматели. Это обусловлено тем, что более молодые поколения благодаря активной пропаганде здорового образа жизни и wellness философии только сейчас начинают внимать старому высказыванию «Болезнь легче предотвратить, чем вылечить». И ещё одному: «Нельзя вылечить болезнь, не изменив образа жизни», хотя пока ещё очень недоверчиво. Поэтому портретом целевой аудитории санаториев в настоящее время является молодежь в возрасте от 17 до 25 лет, а так же люди среднего возраста от 26 до 35 лет.

Для того что бы санатории саратовской области стали популярнее и имели более расширенный круг потребителей, необходимо составить

грамотную PR-компанию. Примером оптимальной PR-кампании на рынке Саратовской области можно привести санаторий «Волжские дали». Санаторий часто устраивает различные PR-акции и мероприятия, так в декабре 2015 года был проведен турнир по мини-футболу «Кубок Открытие», участвовали 12 крупных предприятий Саратовской области, кроме того гости санатория постоянно посещают событийные мероприятия. Например, в этом году гости и сотрудники санатория «Волжские дали» приняли участие в митинге, посвященном 72-ой годовщине Победы в Великой Отечественной войне и в масштабной патриотической Акции Памяти «Бессмертный полк». На туристской выставке в Пензенском регионе, 25 апреля 2017 года, туристский потенциал Саратовской области был представлен санаторием «Волжские дали», так же в марте этого года в Саратове на базе санатория "Волжские Дали" состоялся отборочный тур игр КВН "Лига РЖД".

В этой работе разработана PR-компания для санатория Волжские дали для продвижения новых услуг и привлечения новой аудитории молодежи и студенческой молодежи.

Мероприятие по подготовке и проведению «Студенческого Волейбольного турнира»

Цель- привлечение новой целевой аудитории в санаторий - молодежи и студенческой молодежи и разрушение стереотипа, что в санаториях отдыхают только люди преклонного возраста.

Задачи продвижения санаторно-курортных услуг среди молодежи:

- 1) информирование целевой аудитории;
- 2) напоминание об оказываемых услугах;
- 3) пропаганда здорового образа жизни среди студентов филиала СГСЭУ г. Балаково;
- 4) создание и поддержание благоприятного имиджа санатория «Волжские дали»;
- 5) повышение лояльности существующих клиентов;

- б) привлечение новых гостей в санаторий;
- 7) управление распространением информации по типу «сарафанное радио»;
- 8) увеличение прибыли от продажи оздоровительных услуг.
- 9) При проведении «Студенческого Волейбольного Турнира» игроки победившей волейбольной команды получают путевки выходного дня в санаторий «Волжские дали». Участвуют две команды, от каждой команды по 6 участников. Параллельно на мероприятия пропагандируется здоровый образ жизни, Wellness философия, происходит распространение рекламных буклетов и листовок санатория. Среди болельщиков и зрителей также происходит розыгрыш путевки выходного дня с wellness услугами.

Преимуществом проведения «Студенческого Волейбольного турнира» является то, что такая реклама обладает длительным эффектом, поскольку эффект ощущается до самого мероприятия и продолжается в СМИ уже после проведения турнира. Данное спортивное мероприятие - хорошее средство стимулирования потенциальных гостей санатория, которые находятся на стадии принятия решений относительно приобретения путевки выходного дня. Для санатория разработка тура выходного дня будет являться дополнительной рекламой, в том числе и посредством сарафанного радио. Приятные бонусы и скидки привлекут большое количество новых посетителей.

Заключение. Итак, можно сказать, что wellness представляет собой довольно сильную и быстрорастущую индустрию, которая помогает своим потребителям замедлить старение, продлить молодость и повысить свой жизненный тонус.

Индустрия wellness охватывает множество секторов мировой экономики от производства продуктов питания до косметологии, стоматологии, туризма. Одна из наиболее динамично развивающихся отраслей этой индустрии — производство витаминов, продуктов для сбалансированного питания,

пищевых добавок, средств персонального ухода и препаратов для снижения веса, потому что избыточный вес является одним из основных препятствий на пути к wellness.

Интерес к Wellness будет неуклонно расти. Сегодня, когда скоростной ритм жизни подвергает организм негативному воздействию, у человека возникает естественная потребность привести свое физическое и душевное состояние в гармонию. Предоставление соответствующих услуг с каждым днем становится все более востребованным и прибыльным. Таким образом, можно сказать, что мировая индустрия wellness сегодня находится на стадии активного развития.

Так же необходимо отметить, анализ проведенный в работе показал, что, несмотря на то, что санаторий «Волжские дали» довольно успешно работает в современных условиях, необходимо уделить особое внимание проблеме организации ее рекламной и PR деятельности, чтобы добиться поставленных целей и умело воздействовать на потенциальных потребителей. Для осуществления данных задач в дипломном проекте разработана PR-компания для санатория «Волжские дали», применение которой на практике позволит санаторию добиться организации эффективной рекламной деятельности.

Успешной PR-компания сможет стать лишь в том случае, если она будет соответствовать поставленным целям санаторной организации, коммуникационной стратегии, а также четкому плану, сочетающемуся с исследованиями санаторно-курортного рынка.