

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ  
ЗАОЧНОЇ ТА ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ**

Кафедра туризму

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

Ступінь вищої освіти БАКАЛАВР

на тему **“СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ  
РОЗВИТКУ SPA- ТА WELLNESS-ТУРИЗМУ В УКРАЇНИ  
ТА СВІТІ”**

Виконала: здобувачка вищої освіти  
групи Тур-43зСП  
спеціальності 242 Туризм  
(шифр і назва спеціальності)

освітньої програми Туризм

СИДОРСЬКА Вікторія Сергіївна  
(прізвище, ім'я, по-батькові)

Керівник \_\_\_\_\_  
(наук.ступ., вчене звання, ім'я та прізвище )

Рецензент: \_\_\_\_\_  
(ім'я та прізвище)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ  
ЗАОЧНОЇ ТА ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ

Кафедра \_\_\_\_\_ туризму \_\_\_\_\_

Ступінь вищої освіти \_\_\_\_\_ Бакалавр \_\_\_\_\_

Галузь знань \_\_\_\_\_ 24 \_\_\_\_\_ Сфера обслуговування \_\_\_\_\_  
(шифр і назва)

Спеціальність \_\_\_\_\_ 242 \_\_\_\_\_ Туризм \_\_\_\_\_  
(шифр і назва)

Освітня програма \_\_\_\_\_ Туризм \_\_\_\_\_  
(назва ОП)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
**Завідувачка кафедри**  
**ТУРИЗМУ**  
(назва кафедри)

\_\_\_\_\_ (підпис)

\_\_\_\_\_ (ім'я та прізвище)

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2024 року

**ЗАВДАННЯ**  
**на кваліфікаційну роботу здобувачки вищої освіти**

**Сидорської Вікторії Сергіївни**  
(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи \_\_\_\_\_ ”Сучасний стан і перспективи розвитку spa- та wellness-туризму в Україні та світі”

керівник роботи \_\_\_\_\_  
(ім'я та прізвище, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ЛНУП від “ 08 ” березня 2024 р. № 172/к-с

2. Строк подання здобувачем роботи \_\_\_\_\_ до 11 листопада 2024 року

3. Вихідні дані до роботи: вітчизняні та зарубіжні законодавчі й нормативно-правові акти з питань розвитку розвитку spa і велнес-туризму в Україні та світі, аналітичні та статистичні матеріали Державної служби статистики України та Державного агентства розвитку туризму, матеріали всеукраїнських і міжнародних конференцій, результати наукових досліджень вітчизняних та зарубіжних учених, методичні рекомендації до виконання кваліфікаційних робіт

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ SPA- ТА WELLNESS-ТУРИЗМУ
Поняття, структура та особливості Spa- та wellness-туризму
Wellness-туризм як сервісна інновація індустрії гостинності
Сучасні тенденції розвитку Spa» і «Wellness» туризму
АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ SPA- I WELLNESS-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ
Динаміка розвитку Spa- та wellness-туризму в світі
Аналіз сучасного стану Spa- та wellness-туризму в Україні
Вплив туристичної діяльності на навколишнє середовище
ШЛЯХИ РОЗВИТКУ SPA- I WELLNESS-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ НА ПЕРСПЕКТИВУ
Перспективні напрямки застосування Spa- та wellness-інновацій в індустрії гостинності України
Новітні напрямки розбудови ефективного маркетингу СПА-центрів та салонів
Імплементація міжнародного стандарту ISO 17679:2016 tourism end related services. wellness spa – servise requirements у туристичну практику України
ОХОРОНА ПРАЦІ
Аналіз стану охорони праці і заходи покращення виробничої санітарії і гігієни праці у підприємствах та організаціях туристичної галузі

Пожежна безпека

**Інструкція з охорони праці для менеджера з туризму**

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): рисунки, таблиці, схеми

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Ім'я, прізвище та посада консультанта	Підпис, дата		Відмітка про виконання
		завдання видав	завдання прийняв	
Стан охорони навколишнього середовища				
Охорона праці				

7. Дата видачі завдання

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Відмітка про виконання
1.	Отримання завдання для написання кваліфікаційної роботи.	11.03.2024	
2.	Розробка та затвердження плану кваліфікаційної роботи, ознайомлення з літературними джерелами за темою, збір практичних матеріалів	до 19.04.2024	
3.	Написання вступу і I розділу	до 20.05.2024	
4.	Написання II розділу	до 28.06.2024	
5.	Написання III розділу	до 23.09.2024	
6.	Написання IV розділу і висновків	до 14.10.2024	
7.	Оформлення кваліфікаційної роботи і подання науковому керівнику для написання відгуку	до 25.10.2024	
8.	Перевірка тексту кваліфікаційної роботи на унікальність. Скерування на зовнішню рецензію	до 31.10.2024	
9.	Представлення кваліфікаційної роботи на кафедрі	11.11.2024	
10.	Захист кваліфікаційної роботи перед Екзаменаційною комісією	20.11.2024	

Здобувачка вищої освіти \_\_\_\_\_

(підпис)

(ім'я та прізвище)

Керівник кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_

(підпис)

(ім'я та прізвище)

## **УДК 338.48:615.8(477)**

Сидорська В.С. Сучасний стан і перспективи розвитку spa- та wellness-туризму в Україні та світі: кваліф. робота за спеціальністю “Туризм”. Львів : ЛНУЦ, 2024. 92 с. На правах рукопису.

Обсяг роботи становить 91 сторінка, включаючи 15 таблиць, 5 рисунків, 67 джерел.

У роботі висвітлені теоретичні та методичні засади розвитку spa- та wellness-туризму, зокрема розкрито поняття, структуру та особливості spa- та wellness-туризму, досліджені сучасні тенденції розвитку Spa» і «Wellness» туризму.

Проведено аналіз тенденцій та динаміку розвитку Spa- та wellness-туризму в світі, проаналізовано сучасний стан Spa- та wellness-туризму в Україні.

Розроблено перспективні шляхи розвитку spa- та wellness-туризму в Україні та світі. Розроблено напрямки застосування Spa- та wellness-інновацій в індустрії гостинності України та розбудови ефективного маркетингу СПА-центрів та салонів. Запропоновано шляхи імплементація міжнародного стандарту ISO 17679:2016 tourism end related services. wellness spa – servise requirements у туристичну практику України.

## **Анотація**

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню сучасного стану Spa- та wellness-туризму в Україні і світі та розроблено рекомендації щодо перспектив його розвитку в сучасних умовах.

В першому розділі кваліфікаційної роботи розкрито теоретичні та методичні засади розвитку spa- та wellness-туризму.

В другому розділі дослідження проведено аналіз тенденцій та оцінку проблем розвитку spa- та велнес-туризму в Україні та світі. Систематизовано основні групи проблем розвитку Spa- та wellness-туризму в Україні.

В третьому розділі роботи розроблені шляхи розвитку spa- та wellness-туризму в Україні і світі на перспективу. Запропоновані напрямки розбудови ефективного маркетингу СПА-центрів та салонів. Рекомендовані шляхи гармонізація сфери spa- та велнес-туризму в Україні з відповідними міжнародними практиками.

***Ключові слова:** spa- та велнес-туризм, Spa-курорти, Spa-готелі, інновації, маркетинг.*

## **Annotation**

The qualification work is devoted to the study of the current state of Spa and wellness tourism in Ukraine and the world and recommendations are developed regarding the prospects for its development in modern conditions.

The first section of the qualification work reveals the theoretical and methodological principles of the development of spa and wellness tourism.

The second section of the study analyzes trends and assesses the problems of the development of spa and wellness tourism in Ukraine and the world. The main groups of problems of the development of Spa and wellness tourism in Ukraine are systematized.

The third section of the work develops ways to develop spa and wellness tourism in Ukraine and the world in the future. Directions for developing effective marketing of SPA centers and salons are developed. Recommended ways to harmonize the sphere of spa and wellness tourism in Ukraine with relevant international practices.

***Keywords:** spa and wellness tourism, Spa resorts, Spa hotels, innovations, marketing.*

## ЗМІСТ

ВСТУП		7
Розділ 1.	ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ SPA-ТА WELLNESS-ТУРИЗМУ	9
1.1.	Поняття, структура та особливості Spa- та wellness-туризму	9
1.2.	Wellness-туризм як сервісна інновація індустрії гостинності	16
1.3.	Сучасні тенденції розвитку «Spa» і «Wellness» туризму	23
Розділ 2.	АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ SPA- І WELLNESS-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	28
2.1.	Динаміка розвитку Spa- та wellness-туризму в світі	28
2.2.	Аналіз сучасного стану СПА- та велнес-туризму в Україні	38
2.3.	Вплив туристичної діяльності на навколишнє середовище	48
Розділ 3.	ШЛЯХИ РОЗВИТКУ SPA- І WELLNESS-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ НА ПЕРСПЕКТИВУ	53
3.1.	Перспективні напрямки застосування Spa- та wellness-інновацій в індустрії гостинності України	53
3.2.	Новітні напрямки розбудови ефективного маркетингу СПА-центрів та салонів	61
3.3.	Імплементация міжнародного стандарту ISO 17679:2016 tourism end related services. wellness spa – servise requirements у туристичну практику України	68
Розділ 4.	ОХОРОНА ПРАЦІ	73
4.1.	Аналіз стану охорони праці і заходи покращення виробничої санітарії і гігієни праці у підприємствах та організаціях туристичної галузі	73
4.2.	Пожежна безпека	77
4.3.	<b>Інструкція з охорони праці для менеджера з туризму</b>	79
	ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	82
	СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	85

## ВСТУП

Туризм є однією зі сфер, яка швидко розвивається, щороку прогресує, вивчає інновації та створює нові напрямки. Темп життя сучасної людини прискорюється, інформаційне навантаження зростає, а також зростає психологічний тиск. Такі численні фактори сприяють зростанню попиту на оздоровлення під час відпочинку. Сучасні технології допомагають у цілісному оздоровленні, знімають стрес повсякденного життя та розроблені для гармонізації «тіла, розуму та духу». Тому Wellness & Spa визначено на сьогодні домінуючим напрямком оздоровчого туризму. Цей вид туризму має перспективи розвитку в Україні, особливо з огляду на наслідки воєнних подій: зростатиме необхідність у психологічному та фізичному відновленні.

Сьогодні теми Spa та Wellness актуальні не лише для професіоналів індустрії краси та оздоровлення, а й для інвестицій, будівництва, експлуатації та управління готелями. Це пов'язано з тим, що наявність Spa- та wellness-центру є дуже важливою для розвитку всього готельного комплексу та дає додаткову конкурентну перевагу, яка приваблює клієнтів та забезпечує збільшення загального доходу. Незважаючи на зростання популярності СПА- та велнес-індустрії, вона залишається маловивченою сферою бізнесу, що обумовлює актуальність даного дослідження.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження сучасного стану Spa- та wellness-туризму в Україні і світі та розробка перспектив його розвитку.

Для досягнення мети в роботі було поставлено наступні завдання:

- розкрити поняття, структуру та особливості Spa- та wellness-туризму;
- вивчити особливості wellness-туризму як сервісної інновації індустрії гостинності;
- дослідити сучасні тенденції розвитку Spa» і «Wellness» туризму;
- проаналізувати динаміку розвитку Spa- та wellness-туризму в світі;
- провести аналіз сучасного стану Spa- та wellness-туризму в Україні;
- запропонувати перспективні напрямки застосування Spa- та wellness-інновацій в індустрії гостинності України;
- розробити новітні напрямки розбудови ефективного маркетингу СПА-центрів та салонів;

- обґрунтувати шляхи імплементація міжнародного стандарту ISO 17679:2016 tourism end related services. wellness spa – servise requirements у туристичну практику України.

Предметом кваліфікаційної роботи є сукупність теоретичних та практичних аспектів формування і розвитку Spa- та wellness-туризму

Об'єктом дослідження є Spa- та wellness заклади України і світу.

В якості інструментів наукового дослідження використані методи дослідження економічних та управлінських процесів, у тому числі системний підхід, логічний, статистичний аналіз, експертні оцінки та ін.



# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ SPA- ТА WELLNESS-ТУРИЗМУ

### 1.1. Поняття, структура та особливості Spa- та wellness-туризму

Spa та wellness – це нові поняття у вітчизняній туризмології, які не мають прямих перекладів та вживаються в транслітерації: СПА та велнес.

Дотепер у вітчизняній та зарубіжній літературі не уніфіковано визначення понять, що стосуються індустрії «Spa&Wellness» (тобто лікувально-оздоровчого туризму). Це пояснюється тим, що галузь позиціонувалася як більш-менш незалежна лише з кінця 20 століття, а через історичні особливості галузі її представники та дослідники пропонували різні концепції розвитку. У той же час у всьому світі спостерігається тенденція до гармонізації визначень, пов'язаних із СПА-індустрією, з метою покращення якості досліджень, кращого порівняння даних і розуміння СПА-термінології та концепцій, у тому числі споживачами.

Аналіз фахової літератури показує, що в дослідженнях у цій галузі використовується багато різних термінів. Проте, аналізуючи визначення цих термінів, можна побачити, що поняття «Spa&Wellness туризм» за змістом і обсягом узгоджується з поняттям «лікувально-оздоровчий туризм», який використовується в вітчизняній літературі та «healthtourism» (подорожі за здоров'ям), який широко поширений в англомовній літературі.

Разом з тим у англомовній фаховій літературі часто вживаються терміни «wellesstourism», «healthcaretourism», «curetourism», «holistictourism», «well-beingtourism», «spatourism», «medicaltourism», «healthandwellesstourism» тощо. Одночасно у вітчизняній фаховій літературі поширені терміни «лікувальний туризм», «санаторно-лікувальний туризм», «оздоровчий туризм», «медичний туризм», зустрічаються «spa-туризм», «wellness-туризм» та інші інтерпретації.

У світовій практиці туристична термінологія неоднорідна. Згідно з Глобальним СПА-самітом, що відбувся в Стамбулі в травні 2010 року, досягнення цієї єдності було визначено одним із головних завдань на найближчий час.

Слід зазначити, що термін «wellness» складно перекласти українською мовою, оскільки немає розгорнутого поняття, яке б відображало повну суть терміну, приблизний переклад – «прекрасне самопочуття». Німецький термін «Wohlfuehl» також не повністю розкриває суть поняття.

Теоретичні кола вважають, що «wellness» не слід асоціювати з лікувальним туризмом, оскільки він передбачає первинну профілактику захворювань, тоді як лікувальний чи медичний туризм являє собою профілактику другого-третього рівня чи навіть реабілітацію, спрямовану на запобігання розвитку наявних захворювань або відновлення здоров'я. У свою чергу, «велнес» іноді ототожнюють з оздоровчим туризмом.

Походження терміну “wellness” досліджено недостатньо [45]. На думку E. LanzKaufmann [46] термін походить від давньоанглійського Wealnesse, вираження здоров'я та благополуччя, що походить від злиття слів wellness і fitness.

Концепція wellness була запропонована в 1959 році Американський лікарем Холбертом Данном. Він був першим, хто кинув виклик популярному на той час підходу до здоров'я людини в західній культурі, згідно з яким вивчення людини поділялося на такі основні сфери: тіло (турбота лікарів); розум (турбота вчителів, психологів і психіатрів); дух (турбота релігійних учителів та наставників). Х. Данн вважав, що неможливо досягти «високого рівня здоров'я» в середовищі, що постійно змінюється, якщо людину не розглядати як єдине ціле [47]. Саме Х. Данн визначив головні принципи здорового способу життя [48]: «стан фізичного і психічного здоров'я, хороший фізичний і психічний стан, розслаблення і відновлення фізичних сил шляхом активної здорової діяльності» [43].

Поняття wellness пов'язане з проактивним підходом до здоров'я. Його суть полягає в прийнятті свідомого рішення змінити спосіб життя, щоб збалансувати своє тіло, розум і дух [68]. Філософія wellness має давнє коріння (хоча сам термін є відносно новим), сходить до традиційної китайської медицини Аюрведи, яка зосереджується на цілісному підході (наприклад, йога, медитація, акупунктура, сприяння внутрішній гармонії) [64], але вона постійно

розвивається, доповнюється. Отже, wellness – це спосіб життя, орієнтований на оптимальне здоров'я та баланс тіло-розум-дух; інтеграція життя особистості, суспільства та природи.

Wellness – це особлива система корекції здоров'я, яка дає можливість досягти гармонії емоційного і фізичного здоров'я в умовах сучасного міського життя. Його елементами є помірна комфортна фізична активність, раціональне харчування, повноцінний догляд за шкірою, хороший відпочинок і віра у світлу сторону життя.

Wellness не слід порівнювати з медичним чи лікувальним туризмом, тому що він передбачає первинну профілактику захворювань, тоді як лікувальний туризм є профілактикою другого-третього рівня чи навіть реабілітацією для запобігання розвитку вже наявних захворювань або відновлення втраченого стану. Тому, wellness іноді ототожнюється з оздоровчим туризмом [29].

Немає суперечності в основному визначенні велнес-туризму: це подорож, яка підтримує або покращує фізичне, розумове, духовне чи емоційне здоров'я. Однак у класифікації вчені не єдині: деякі вчені [4; 48] включають велнес-туризм в оздоровчий туризм, оскільки цей тур базується на «оздоровчій системі, яка дозволяє досягти емоційної та фізичної рівноваги в сучасних урбанізованих умовах життя»; інші – до лікувально-оздоровчого [44]; треті [45] вважають доцільним досліджувати його лише в комплексі з курортним туризмом, використовуючи термін «Spa & Wellness» туризм.

Як філософія життя, велнес вимагає однакової турботи від кожного для всіх сфер його існування – духовної, соціальної та фізичної. Тільки за цих умов людина може бути успішною та енергійною незалежно від свого віку. Основними принципами філософії здоров'я є: фізичні вправи, помірні фізичні навантаження, розумова активність, відпочинок і гармонія, краса і догляд за тілом, баланс харчування. Згідно даних принципів розроблені методи оздоровлення, в тому числі дієтологічні, реабілітаційні, психологічного оздоровлення, функціональні тренінги, SPA процедури та ін. Велнес користується популярністю, як відзначають науковці, ще й тому, що тут органічно поєднуються східні духовні практики та сучасні технології,

традиційні методи лікування та новітні розробки в дієтології та косметології, методи народної та нетрадиційної медицини, останні досягнення з фізіології та біомеханіки, а також індивідуальний підхід до кожного.

Поняття «wellness-готель» позначає професійну готельну компанію, яка надає рішення для підвищення резервів здоров'я на основі принципу виявлення індивідуальних факторів ризику та їх коригування. Основними відмінностями таких закладів від інших в wellness індустрії є взаємозв'язок медичних (комплексна діагностика, медичні програми, медичний контроль), косметичних (догляд за тілом), фізичних (активний відпочинок та індивідуальні тренувальні програми) та психологічних (заняття йогою) процедур.

Таким чином, wellness – це унікальна система оздоровлення, яка дозволяє досягти емоційної та фізичної рівноваги в сучасних урбанізованих умовах життя. Складовими цієї системи є помірні та комфортні фізичні навантаження, здорове харчування, комплексний догляд за шкірою, повноцінний відпочинок.

Спектр wellness-послуг дуже широкий, і спосіб їх використання відрізняється в різних країнах. Наприклад, в Сполучених Штатах філософія wellness в основному застосовується в сферах спорту та краси. В Азії, паралельно зі східним культурним рухом, найбільш помітним був розвиток wellness в сфері індустрії краси та догляду за тілом. У Європі, країні з багатьма термальними джерелами, концепція wellness займає найвизначніше місце в індустрії туризму.

Основними принципами філософії wellness є:

- рух;
- розумова діяльність;
- релакс і гармонія;
- краса та погляд за тілом;
- збалансоване харчування.

Основними складовими велнес-індустрії є:

- природні ресурси;
- бальнеологія;
- спа-центри;

- санаторії;
- оздоровчо-лікувальні заклади;
- тренувальні та фітнес-зали,
- центри йоги;
- спортивні майданчики;
- масажні салони;
- перукарні та салони краси;
- соляні печери;
- дельфінарії;
- місця здорового харчування.

Традиційно лікувально-оздоровчі методи в основному поділяються на: кліматотерапію (лікування за допомогою сприятливого клімату); бальнеотерапія (мінеральною водою); аеротерапія (повітряними ваннами); грязелікування (лікування грязями); таласотерапія (солелікування); спелеотерапія (масаж камінням); апітерапія (використання продуктів бджільництва: меду, перги, воску, прополісу, маточного молочка); фітотерапія (фітованни, мікроклімат, тобто група певних рослин); аромотерапія (ефірні олії, рослинні фітонциди); рефлексотерапія (вплив на активні точки тіла); мануальна терапія (масаж); ЛФК (фізичні вправи та рух); кріотерапія (холод); магнітотерапія (магнітне поле); електротерапія (струм електричного поля); енотерапія (вино); фототерапія/хромотерапія (світлове випромінювання); кольоротерапія (ефект кольору); музикотерапія (звуки музики) [44; 59; 49; 50].

Ще більш заплутаним є трактування вітчизняними науковцями терміну «SPA-туризм». СПА-послуги різняться в усьому світі, тому, якщо їх перенести на вітчизняний ґрунт, виходить дивовижний гібрид. Тому в більшості європейських країн панує традиція німецьких гідротерапевтичних шкіл, де SPA (від лат. *Sanus per Aquam* – здоров'я через воду) означає лікувальну фізкультуру, пов'язану з термальними джерелами.

А в багатьох країнах, наприклад у США, СПА-послуги надаються без використання термальної води.

На думку більшості вчених-фахівців (Е. А. Богачьова, М. В. Кучуркіна та ін.), термін «Спа (SPA)» походить від назви курортного міста Спа (Бельгія, провінція Льеж), відомого своїми мінеральними водами. Інша версія стверджує, що цей термін є латинською аббревіатурою «sanitasper (pro) aquam» (лікування водою).

СПА-туризм у сучасному розумінні – це подорож, яка передбачає комплекс індивідуальних оздоровчих і відновлювальних процедур, спрямованих на фізичне та психічне розслаблення. Це можуть бути як окремі СПА-послуги, так і СПА-центри, які включають СПА-програми, фітнес, дієти, програми омолодження шкіри обличчя та тіла тощо.

Порівнюючи новітній СПА-туризм і оздоровчий туризм у внутрішньому туризмі, ми виявили, що поняття «СПА-туризм» включає як оздоровчий туризм, так і лікувальний реабілітаційний (курортний) туризм. Цим пояснюється практика використання слова «СПА» в інноваційних поняттях «СПА та оздоровлення» та традиційних поняттях курортного туризму. Тому поняття СПА-туризм і wellness-туризм не є синонімами [48].

Якщо «Spa-туризм» (більш традиційний медичний, курортний, медичний/клінічний) має на меті подолання конкретних захворювань і реабілітацію або корекцію організму, то «wellness» (оздоровчий) туризм є абсолютно новою тенденцією, призначеною для фізичного та психічного здоров'я людей, з метою підтримки загального здоров'я та соціального благополуччя.

«Spa» – це комплексні оздоровчі та косметичні програми, техніки та процедури, які відновлюють здоров'я та красу людини, впливаючи на всі 6 органів чуття: зір (природні інтер'єри та пейзажі), слух (композиція звуків та тиші, музика); нюх (аромат чи без аромату взагалі), дотик (тепло, холод і тактильні дії); смак (баланс 4 основних смаків: солодкий-гіркий-солоний); підсвідомість (створення остаточного відчуття задоволення і комфорту).

Існуючі нові когнітивні моделі Spa-туризму та wellness-туризму підкреслюють наявність двох елементів: 1) розходження в концепціях Spa-туризму та wellness-туризму (оскільки ці ринки іноді плутають) і 2) континууму

загальних продуктів/послуг (які можуть бути доступні в будь-якому місці) до автентичних (орієнтованих під особливі традиції країни та наявні природні ресурси). Усі чотири види Spa-туризму та wellness-туризму в континуумі є важливими та прибутковими ринками (рис. 1.1). Проте, зацікавлені сторони повинні ретельно враховувати різноманітні потреби подорожей обох типів туризму при розробці та маркетингу пропозицій меню для Spa- та wellness-туристів.

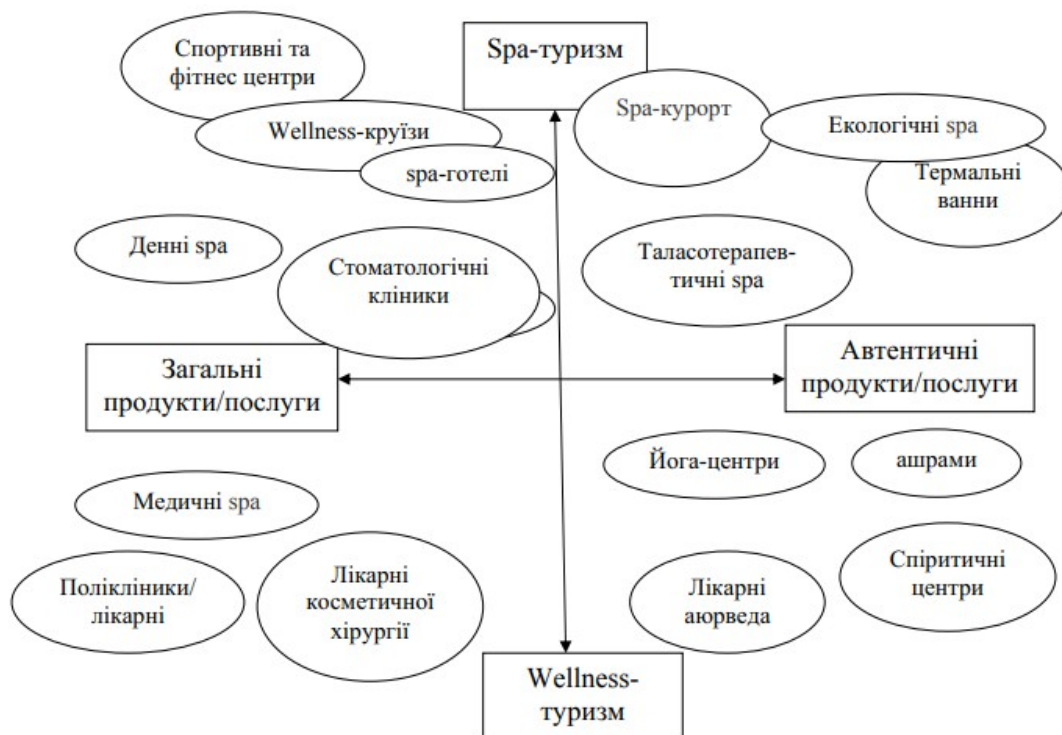


Рисунок 1.1 – Типологія Spa-туризму та wellness-туризму

Джерело: побудовано автором

Spa- та wellness-туризм у сучасному світі є важливим світовим ринком, який швидко зростає, випереджаючи розвиток інших секторів туризму та справляючи значний економічний вплив на інші сектори економіки.

Підсумовуючи, виділимо позитивні результати від Spa- та wellness-туризму в туристичних дестинаціях (рис. 1.2).

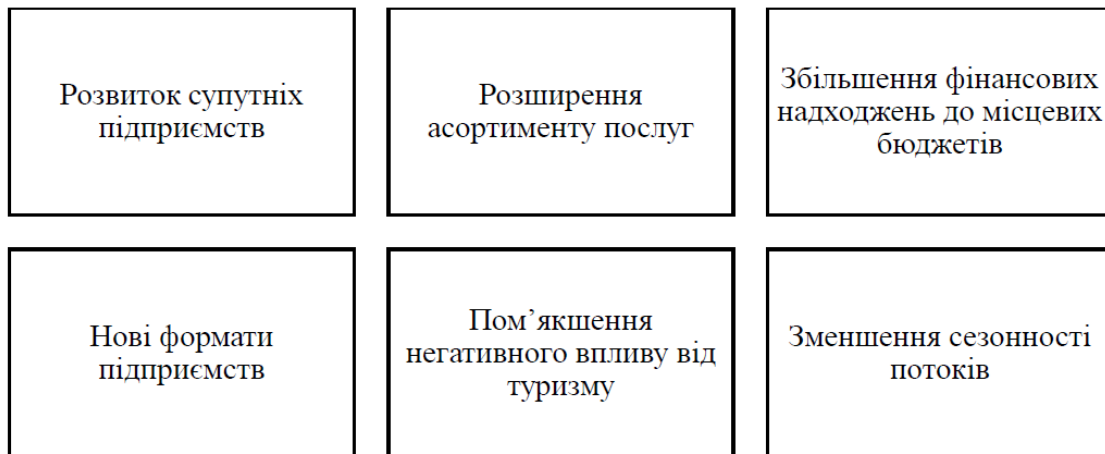


Рисунок 1.2 – Позитивні результати від Spa- та wellness-туризму в туристичних дестинаціях

Джерело: побудовано автором

Таким чином, Spa- та wellness-туризм слід розглядати в контексті більш загальної концепції «індустрії оздоровлення», невід'ємною частиною якої він є разом із психічним здоров'ям, фізичним здоров'ям, оздоровленням на робочому місці, курортами, гарячими та мінеральними джерелами, доглядом за собою, громадським здоров'ям, профілактичною та персоналізованою медициною, традиційною та альтернативною медициною.

## 1.2. Wellness-туризм як сервісна інновація індустрії гостинності

Очевидно, що кожна соціальна система потребує еволюції, і робиться це через оновлення. Цей процес супроводжується змінами всіх ключових елементів: принципів, методів, цілей, усталених відносин, звичних тенденцій. Для відображення розвитку використовуються такі терміни, як «нове», «новина», «інновація», «нововведення» та «новація».

Отже, інновація визначається як результат певної діяльності, спрямованої на створення та використання інновації у вигляді вдосконалених або нових товарів, продуктів чи послуг, техніки виробництва, методів управління. Це, безсумнівно, сприяє розвитку та покращенню економічних переваг виробництва та споживання й позитивно впливає на суспільство. «Інновація» як



теоретичне поняття поєднує в собі такі основні компоненти: стратегія, креативність, реалізація, прибуток.

Розвиток сучасного готельного господарства спрямований на створення інноваційних технологій для залучення більшої кількості споживачів, ефективного збільшення продажів, завоювання довіри гостей, створення позитивного іміджу готелю. Слід додати, що готельний бізнес працює в умовах гострої конкуренції. Тому постійне вдосконалення та впровадження нових трендів і технологічних інновацій є головною умовою створення конкурентоспроможних послуг у ринковому середовищі.

На сьогоднішній день існує кілька причин для трансформації відпочинкових туристичних комплексів. Пріоритетом стає здоровий спосіб життя. Все більше людей хочуть залишатися у гарній формі. Наприклад, омолодити своє тіло за допомогою антистресової або антивікової програми. Вони охоплюють не лише класичні курси рекреації, а й різноманітні способи релаксації. Друга причина – переорієнтація бюджетної підтримки організацій рекреаційного спрямування. Традиційна фінансова підтримка з боку держави скорочується через нестабільну економічну та політичну ситуацію. Це змусило заклади санаторного типу вдосконалювати свою продукцію, щоб вийти на нові сегменти споживчого ринку та залучити більше клієнтів.

Для більшості українських оздоровчих закладів wellness-тури вихідного дня є новою формою роботи, яка не потребує серйозної реструктуризації. Денні СПА-пакети для відновлення та релаксації вже давно популярні. Така форма роботи курорту приваблива для клієнтів у будь-який час року і не залежить від сезонного попиту.

Завдяки цій альтернативі традиційному оздоровчому туризму тривалість перебування на курорті може бути гнучкою, тобто на відміну від лікувально-оздоровчого туризму не передбачає фіксованого курсу лікування. SPA та wellness-туризм за своєю суттю зменшує залежність від сезонних і кризових тенденцій.

При цьому перехід на ринку туристичних послуг від групових послуг до індивідуальних має відповідати високим стандартам якості обслуговування,

професійної кваліфікації персоналу та відповідної туристичної інфраструктури. Тому потреба у впровадженні нових послуг і технологій під час організації рекреаційної діяльності зростає. Це необхідно для створення якісних конкурентоспроможних продуктів гостинності.

Крім того, в Україні внутрішній туризм значно перевищує в'їзний. Все більше українців хочуть поєднати відпочинок з оздоровленням і комплексним доглядом за тілом. Традиційні санаторні курорти більше не є місцями, де в основному надають лікування та відпочинок людям похилого віку. Сьогодні це багатопрофільні оздоровчі центри, які спрямовують свою діяльність на нові цільові групи споживачів. Наприклад, чоловіки все більше цікавляться оздоровчими програмами по омолодженню та догляду за тілом. Як правило, туристи, які ретельно доглядають за собою, намагаються поєднувати оздоровчі процедури зі звичайною туристичною або діловою діяльністю: відвідуванням пам'яток і ресторанів, шопінгом і діловими переговорами. Будучи інноваційною послугою, wellness-туризм активно інтегрується в ринкове середовище на основі нових вимог і потреб людей.

Переклад слова wellness дослівно означає «чудове самопочуття» або «благополуччя» (від «be well»). Це ідея здорового способу життя, гармонійного поєднання фізичного і психічного здоров'я, правильного харчування, розумних фізичних навантажень, відмови від шкідливих звичок.

Тому ми віддаємо перевагу трактуванню терміну wellness-туризм, запропонованому Всесвітньою туристичною організацією ЮНВТО: “Wellness-туризм - це вид туристичної діяльності, метою якого є покращення та збалансування всіх основних сфер життя людини, включаючи фізичний, емоційний, професійний та духовний стани” (рис. 1.3).



Рисунок 1.3 – Wellness-стани сучасної людини

Джерело: побудовано автором

Основними мотивами для wellness-туриста є профілактичні заходи для зміцнення здоров'я, такі як фітнес, здорове харчування, релаксація, догляд за тілом і лікувальні процедури.

Для детального аналізу wellness-туризму рекомендується розглянути ті критерії, які безпосередньо впливають на специфіку його характеристик. Це мотивація та мета поїздки, туристичні послуги, що надаються, постачальник послуг, конкретні туристично-рекреаційні ресурси, кваліфікаційний рівень знань персоналу, наявність додаткових послуг.

На основі ключових чинників пропонуємо розглянути характеристику wellness-туризму як сервісної інновації (табл. 1.1).

Завдяки аналізу категорій можна зробити висновок, що wellness-туризм є самостійним видом туризму з унікальними особливостями організації та проведення. Як інноваційне обслуговування в готельній індустрії, воно в основному надається людям, які насправді здорові або мають невеликі відхилення від нормальних умов і не потребують медичного огляду. Основною мотивацією і метою цього виду туризму є зміцнення і збереження здоров'я. Фахівці зазначають, що це може не лише запобігти хворобам, а й сприяти гармонії та стійкості людей.

Таблиця 1.1 – Основні ознаки wellness-туризму

Критерії оцінки	Характеристика ознак
Мотивація	Профілактика та збереження душевного здоров'я, досягнення гармонійного стану душі і тіла
Цілі вибору подорожі	Зняття стресу, відпочинок, формування здорового способу життя;
Туристичні послуги	SPA-послуги – оздоровлення з використанням природних і штучних чинників, з переважанням водних процедур; wellness-послуги – підтримка і збереження душевного і фізичного здоров'я, позбавлення від стресів, досягнення гармонійного стану душі і тіла; fitness-послуги – інтенсивні тренування, тематичні заняття і здорове харчування
Провайдери оздоровчих послуг	Курортні та оздоровчі організації; SPA-центри
Специфічні туристично-рекреаційні ресурси	Аюрведичні практики, ароматерапія, прийоми психологічного розвантаження, термальні та мінеральні води
Кваліфікаційний рівень знань персоналу	Фахівці з медичною освітою і зі спеціалізацією Wellness, SPA, Fitness, які мають набір знань в області психосоматичних і ментальних аспектів, медицини, масажу, косметології
Додаткові послуги, що сприяють реалізації та споживанню туристичних послуг	Прокат спортивно-оздоровчого інвентарю; поставка товарів та послуг культурно-розважального призначення

Джерело: побудовано автором

Завдяки аналізу категорій можна зробити висновок, що wellness-туризм є самостійним видом туризму з унікальними особливостями організації та проведення. Як інноваційне обслуговування в готельній індустрії, воно в основному надається людям, які насправді здорові або мають невеликі відхилення від нормальних умов і не потребують медичного огляду. Основною мотивацією і метою цього виду туризму є зміцнення і збереження здоров'я. Фахівці зазначають, що це може не лише запобігти хворобам, а й сприяти гармонії та стійкості людей.

Wellness-туризм – це новий напрямок, призначений для фізично та психічно здорових людей і спрямований на підтримку загального здоров'я та

соціального благополуччя.

В умовах сучасних ринкових відносин основна увага приділяється якості оздоровчого процесу, що передбачає впровадження нових методів профілактики та оздоровлення, реабілітації, використання сучасних діагностичних методів, дослідження та застосування нетрадиційних методів лікування. При формуванні інноваційного підходу до розвитку слід враховувати, що рішення споживача про придбання путівки залежить не тільки від спеціалізації закладу та ціни, а й від якості сервісного обслуговування, кваліфікації персоналу, іміджу закладу, пропозицій культурно-розважального відпочинку.

Ринок wellness-послуг в Україні перебуває на стадії формування, орієнтуючись переважно на ринок високого класу вітчизняних споживачів. Хоча на національному рівні в Україні у 2019 році wellness-туризм вважався одним із пріоритетних напрямів економічного розвитку. Жорстка конкуренція на ринку професійного туризму спонукає всіх суб'єктів, зацікавлених у прибутковому оздоровчому бізнесі, шукати інноваційні форми та методи підвищення конкурентоспроможності та ринкової вартості компанії.

Ми детально розглянули сервісні інновації, які сприятимуть розвитку ринку wellness-послуг у туризмі: wellness-центри – це інноваційні центри найвищого рівня для багатофункціональних рекреаційних цілей. Інтегрують взаємодію таких програм: догляд за тілом та обличчям через косметологію, косметологічні та SPA процедури, різноманітні масажі та ін.; догляд за тілом через фітнес-програми (басейн, аеробні тренування, функціональні тренування) та через спеціалізовані фітнес-програми (йога, тай-чи, медитація, аюрведа та ін.); рекомендації щодо харчування (дієтичне меню, питний режим, харчові добавки, спортивне харчування, вітаміни); детокс-програми очищення організму; відновлювальні, антивікові процедури; контроль стресу (антистресові програми). Наприклад, інноваційним продуктом у wellness-центрах України є чани для купання на відкритому повітрі з водою з мінералами та ефірними маслами.

SPA-готель – це комплексна оздоровча програма, спрямована на

відновлення і оздоровлення організму людини: фізичного і психічного. Для лікування використовуються морські водорості, спеціальні лікувальні грязі та вода. Організм виводить зайві шлаки, активізуються обмінні процеси. У всьому світі ця методика популярна завдяки своїй здатності швидко зняти напругу, зняти стрес і відновити сили без необхідності медичної допомоги.

Фітнес-центри та аквапарки – переважна більшість із них пропонує інноваційні wellness-послуги: сауни, парові лазні та зони релаксації, послуги таласотерапії (лікування морською водою), гідромасажні ванни та басейни, відкриті басейни, водні струмені тощо, а також басейни для водного фітнесу, гравітаційних компресів на хребет та шиї, процедури та тренування для схуднення, флототерапія (басейни, резервуари).

Східні культурні процедури – йога, медитація, поліпшення психічного, фізичного та емоційного здоров'я. Сучасна архітектура та дизайн приваблюють відвідувачів. Це інноваційні житлові комплекси з зеленим, екологічним дизайном з використанням відновлюваної енергії. Такий тип розміщення туристів зазвичай забезпечує власну вторинну сировину, оборотну воду, сортування сміття тощо.

Освітньо-навчальні центри, де фахівці можуть обмінюватися практичним досвідом та організовувати спеціалізовані семінари та конференції.

З проведеного дослідження можна зробити висновок, що wellness-туризм є високоперспективним інноваційним видом діяльності, лежить на межі між туризмом і нетрадиційною медициною і є важливою частиною розвитку туризму та рекреації. Ефективна організація wellness-послуг з динамічним зростанням вважається пріоритетним напрямом розвитку економіки.

SPA і wellness як концепція здорового способу життя увійшли в готельний бізнес і поступово переймають там провідні місця в переліку додаткових послуг, які сприяють підвищенню рентабельності і конкурентоспроможності готелю. SPA в готелях різних категорій допомагають покращити обслуговування туристів, внесенню в роботу елементів нестандартного готельного сервісу, залучити нових туристів і створити унікальну ідентичність готелю. SPA-послуги пропонуються спеціалізованими

SPA-готелями та wellness-готелями в межах міста або за його межами - Destination SPA - без будь-якого зв'язку з медичними послугами.

Клієнти розкішних Spa- та wellness-готелів можуть насолоджуватися вибором між сучасними та традиційними методами лікування, класичними та інноваційними видами медицини. Завершують пакет для таких мандрівників індивідуальна програма фізичного тренування та комплексні програми догляду за тілом. Відвідувачі таких готельних закладів займаються йогою, п'ють трав'яні чаї, а також проходять процедури загартовування та мають активний відпочинок на свіжому повітрі. У таких готелях гості можуть отримати персональні консультації фітнес-тренера, фізіотерапевта, косметолога, постачальників оздоровчих послуг. Нарешті, wellness-готелі дарують рідкісне відчуття повної ізоляції від реального життя.

### **1.3. Сучасні тенденції розвитку Spa» і «Wellness» туризму**

З кожним роком зростає попит на СПА та велнес відпочинок. Так, згідно з дослідженням “Global SPA Summit 2022”, 89% респондентів сказали, що концепція wellness (поліпшення та підвищення загального рівня здоров'я) є надзвичайно важливою для їх майбутнього [55].

Дослідження ринку та статистичні спостереження щодо споживчого попиту на СПА- та wellness-послуги регулярно проводяться міжнародними та національними галузевими асоціаціями (наприклад, ISPA, DHV тощо) і доступні лише членам цих асоціацій.

Інші організації оприлюднюють свої звіти. Зокрема, у травні 2022 року Global Wellness Summit оприлюднив звіт під назвою «Всесвітній ринок Spa та wellness послуг: синергія та можливості», у якому досліджено ставлення споживачів до оздоровчих подорожей, а також аналіз галузі. На основі цього вносяться пропозиції щодо розвитку галузі.

У 2022 році Global Wellness Summit повідомив, що приблизно 289 мільйонів людей у 30 найрозвиненіших країнах світу є активними споживачами СПА-послуг. Міжнародна СПА-асоціація (ISPA) оприлюднила результати свого

глобального дослідження споживачів, у якому оцінювалися потенційні відпочиваючі в 11 країнах світу [62].

За даними Європейської СПА-асоціації (ESPA), приблизно 20 мільйонів європейців відвідують СПА-центр принаймні раз на рік. Домінуючим ринком для більшості СПА-центрів у світі є внутрішній ринок (до 90%). Міжнародні поїздки здебільшого здійснюються до сусідніх країн або, у випадку лікування, до напрямків, які спеціалізуються на лікуванні цих захворювань [62].

Експерти стверджують, що основні відмінності в тенденціях виїзного СПА-туризму в різних країнах Європи залежать від ступеня розвитку СПА-культури на цих ринках. Найбільш схильними в Європі до Spa-оздоровлення виявилися мешканці Австрії, Італії, Іспанії та Німеччини. Ця тенденція ще більш очевидна в материковій частині Азії, особливо в Сінгапурі.

Що стосується тенденції розвитку Spa і wellness туризму в країнах соціалістичного табору (особливо в Угорщині, Чехії, Польщі, Румунії, Болгарії, Словаччині, Словенії, Чорногорії, Хорватії, країнах Балтії), то даний вид туризму тут набув оздоровчого забарвлення (основні доходи класичні Spa-заклади отримують від туристів, які піклуються про свій вигляд, відпочинок, попередження захворювань тощо).

В Україні є два центри Spa-туризму – Крим і Карпати, які приваблюють споживачів з інших регіонів. Однак вони суттєво відрізняються за географією, інфраструктурою та концепцією і наразі не вважаються конкурентами на світовому ринку CGF та велнес послуг. Але на внутрішньому ринку в обох регіонів є туристичні прихильники.

У Сполучених Штатах протягом 2022 року було 70 мільйонів відвідувань СПА-центрів, у тому числі 31,9 мільйона в денних спа-салонах, 22 мільйони в курортних спа-центрах і лише 2,1 мільйона в клубних спа-центрах. Лікувально-мінеральні курорти переважали за кількістю відвідуваності природні курорти. Дослідження також показують, що 21% населення відвідує Spa-заклади в середньому 2 рази на рік [62].

Британські дослідження показують, що ринок СПА-послуг швидко зростає. Так, у 2022 році на ринку нараховувалося 12 730 СПА-закладів, а до



кінця 2022 року ця кількість сягнула приблизно 15 тис [62].

Одна з головних тенденцій розвитку світової Спа та велнес-індустрії показує, що база природних ресурсів більше не має значення при виборі місця для будівництва Spa і wellness закладів. Ця тенденція особливо важлива в промислових районах, де щодня потрібні короткострокові СПА-послуги.

Плануючи нові СПА-послуги для відвідувачів, важливо вивчити мотивацію відвідувачів, оскільки розуміння цих мотивів тісно пов'язане зі здатністю задовольняти потреби клієнтів. Таким чином, маркетингове дослідження мотивації споживачів у галузі «Spa & Wellness» є дуже популярним серед власників/керівників таких закладів і широко використовується ними для адаптації своїх маркетингових кампаній та просування своїх брендів на ринку.

Серед основних тенденцій у розвитку «Spa&wellness» туризму необхідно виокремити такі:

1) Європа є найбільшим СПА-ринком у світі з точки зору доходу, кількості СПА-центрів та їхніх працівників. У 2022 році було 22 607 СПА-центрів з доходом 18,4 мільярда доларів. США, які забезпечують роботою 441 727 осіб. В результаті Європа значно випереджає Азійсько-Тихоокеанський регіон [62];

2) на туристів, вік яких за 50 років припадає 50% витрат в туристичній сфері [61]. Люди похилого віку мають більше вільного часу та витрачають більше грошей на оздоровчі послуги. Зокрема, ці споживачі віддають перевагу традиційним (стандартним) методам лікування, реабілітації або профілактики, і вони прагнуть тривалішого перебування. Проте частка активних відпочиваючих віком від 50 років поступово зменшується [55];

3) СПА та велнес-послуги стрімко набирають популярність в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні та вже починають завойовувати потенційних клієнтів на європейських курортах. У 2022 році Spa-подорожі в регіоні досягнули 53,3 млн. осіб [62];

4) серед споживачів послуг «Spa&wellness» туристи становлять більшість. Зокрема, соціологічне дослідження, проведене Klever і Muller в

Європі та США, показало, що середньостатистичний клієнт оздоровчого туризму – це 45-річна професійно успішна жінка [61]. Ці споживачі належать до числа найбільш забезпечених, мають вищу освіту, часто не мають боргів, мають більше часу на подорожі та мають зростаюче бажання активних розваг, здоров'я та покращення самопочуття.

5) за останні п'ять років молода аудиторія (до 30 років) стала все більше цікавитися “Spa & Wellness”. У 2012 році ця цільова група становила приблизно 13% відвідувачів курортів, а в 2022 році вона досягла 22%. Переважну більшість цього сегменту традиційно становлять жінки (до 74%) [62].

6) основна мотивація відвідувачів СПА-закладів – зняття стресу. Цікаво, що хороше самопочуття, схуднення, здорове харчування та зовнішній вигляд не завжди є важливими мотивами для відвідування СПА, натомість найпоширенішими є відчуття стресу, бажання «побалувати себе», відчуття себе краще, відпочити та розслабитися. У Канаді та Сполучених Штатах СПА-послуги вважаються корисними, знімають стрес, розслаблюють, заспокоюють і освіжають.

Основними мотивами для відвідування Asia Pacific Spa є відпочинок і релаксація, «втеча від стихії повсякденного життя», задоволення від відпочинку, прагнення до здоров'я та краси, а також бажання провести час на курорті з друзями та родиною.

7) «Global Wellness Summit» відмічає в своєму дослідженні, що найпопулярнішими продуктами та послугами «Spa&Wellness» з боку активних рекреантів є: масаж (75%) та фізичні вправи (50%); процедури догляду за тілом (48%); здорова їжа та догляд за обличчям (38%); манікюр та педикюр (30%); медитація та духовні програми (28%); бальнеологічні процедури, таласотерапія (18%); оцінка здоров'я та консультації (17%); програми харчування (16%); дерматологічні послуги (15%) та медичне тестування (4%) [55].

8) автентична місцева культура, спосіб життя та традиції називають ключовими перевагами нових «Spa & Wellness» місць відпочинку (33%), а також можливість отримати більше переваг за ту ж ціну (21%) [55].

9) інтернет став основним джерелом інформації для глобальних

споживачів «spa & wellness» послуг.

Дослідження власне поведінки споживачів свідчить, що про СПА-послуги в 60% випадків клієнти дізнаються з Інтернету, 53% – від лікаря, 38% – з книжок або журналів, 29% – від родичів, 21% – від друзів чи колег; 20% – з телебачення або радіопередач; 16% – від фармацевтів; 15% – з газет; 14% – з електронних розсилок [55].

У Європі основними джерелами інформації для вибору відпочинку є рекомендації друзів і колег (близько 30%), Інтернет (24,3%), особистий досвід (18%), рекомендації туристичних агентств (11%), туристичні путівники та ділові журнали (4,8%), каталоги (некомерційні брошури (5,5%), газети, радіо, телебачення (3,3%) [55].

10) зменшується роль посередників на туристичному ринку. Рідше бронюють проїзд або проживання через них (16% у 2011 році та 13% у 2021 році). За результатами досліджень 11% європейців (порівняно з 10% у 2011 році) замовляють подорожі на Спа-курорти самостійно через Інтернет [62].

Таким чином, «СПА» та «велнес» туризм у сучасному світі представляє важливий глобальний ринок, який стрімко зростає, випереджаючи розвиток інших секторів туризму та справляючи значний економічний вплив на інші сектори економіки. «Спа» та «велнесс» галузь меншою мірою залежить від сезонних та кризових тенденцій.

Зростання цієї галузі в усьому світі забезпечується значними капіталовкладеннями. Жорстка конкуренція спонукала СПА-заклади активно створювати нові продукти та модифікувати існуючі продукти, застосовувати нові маркетингові методи та канали збуту, а також охоплювати нові цільові групи споживачів.

Світовий ринок «Spa & Wellness» послуг знаходиться в стадії бурхливого розвитку. У більшості цивілізованих країн СПА-відпочинок став невід'ємною частиною життя поважаючих себе громадян.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ SPA- I WELLNESS-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

#### 2.1. Динаміка розвитку Spa- та wellness-туризму в світі

Spa- та wellness-туризм є дуже важливим у світі. Останніми роками він швидко розвивається і має величезний потенціал. Spa- та wellness-послуги стали стійкою тенденцією серед мандрівників різного віку. Тому такі готельні підприємства користуються широким попитом у споживачів готельних продуктів.

У світі існує кілька міжнародних організацій, які займаються просуванням лікувальних, профілактичних, гідротерапевтичних та СПА і велнес послуг. До таких організацій належать:

- ISPA – Міжнародна СПА асоціація;
- WTA (Wellness Tourism Association) - Асоціація оздоровчого туризму;
- ESPA (European Spa Association) – Європейська спа асоціація.

За даними ESPA, приблизно 20 мільйонів європейців відвідують СПА-центр хоча б раз на рік. Домінуючим ринком для більшості СПА та велнес напрямків у світі є внутрішній ринок (до 90%). Міжнародні поїздки здійснюються до інших країн і, у разі лікування, до напрямків, які спеціалізуються на лікуванні цих захворювань.

Майже 40% гостей готелю прагнуть вести здоровий спосіб життя під час подорожі. Глобальні готельні групи, включаючи InterContinental Hotels Group (IHG), Kimpton Hotels, MGM Grand, Trump Wellness Hotels і Westin, планують збільшувати чисельність велнес туристів. Програми включають меню здорового харчування, програми релаксації, СПА-послуги, фітнес-центри та заняття.

Ключові відмінності в тенденціях виїзного СПА та велнес-туризму в різних країнах залежать від ступеня розвитку СПА- та велнес культури на цих ринках.

Найпопулярніші продукти та послуги у світовій індустрії СПА та велнес включають масаж, фізичні вправи, догляд за тілом, догляд за обличчям,

манікюр/педикюр, медитацію та духовні програми, бальнеотерапію та таласотерапію, оцінку стану здоров'я та медичні консультації, програми здорового харчування та дерматологічні послуги. Головною перевагою нових велнес напрямків є те, що відвідувачі можуть насолоджуватися автентичною місцевою культурою, способом життя та традиціями за тією ж ціною. Інтернет є провідним джерелом інформації для споживачів велнес-послуг в усьому світі.

СПА та велнес-туризм пропонують широкий спектр послуг та процедур. Кожна країна світу може запропонувати туристам щось унікальне для оздоровлення.

У різних країнах світу існують лікувальні процедури, пов'язані з місцевою культурою, природними ресурсами, їжею тощо.

Глобальна тенденція розвитку Spa- та wellness-туризму має такі особливості:

- загальні фактори сприяння розвитку в'їзного та оздоровчого туризму;
- специфічні фактори, які враховують особливості мислення місцевих жителів;
- інноваційні фактори розвитку велнес туризму;
- фактори, які взаємодіють у секторі wellness;
- наявність системи просування туристичних послуг на національному рівні та на рівні комерційних установ.

У міру того як індустрія СПА та велнес набуває все більшого визнання та сприйняття, традиційних готельних фітнес-центрів і спа-центрів часто недостатньо для задоволення очікувань гостей, які все більше піклуються про здоров'я. Готельєри в усьому світі шукають різні способи взяти участь у цій тенденції та спробувати отримати додатковий прибуток, чи то на рівні готелів, чи через стратегії брендингу на корпоративному рівні.

Міжнародні та національні асоціації International SpaAssociation (ISPA), Global Wellness Institute (GWI), International Wellness Institute (IWI) регулярно проводять маркетингові дослідження, щоб надати статистичні дані глобального споживання СПА та велнес послуг. Global Wellness Summit зазначив у своєму звіті за 2022 рік, що майже 300 мільйонів людей у 30 найрозвиненіших країнах

світу активно користуються СПА- та велнес послугами. Міжнародна СПА-асоціація ISPA оцінювала потенційних відпочиваючих в 11 країнах світу (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Світові споживачі Spa- та wellness-послуг, 2022 р.

Країна	Частка активних споживачів серед загальної чисельності населення, %	Кількість активних споживачів, млн.
Австралія	22	4,7
Австрія	43	3,6
Канада	24	7,9
Франція	11	6,8
Німеччина	33	25,6
Італія	39	23,5
Японія	19	24,8
Сінгапур	68	3,5
Іспанія	37	17,9
Велика Британія	27	16,3
Сполучені Штати Америки	25	70,5

Джерело: складено автором на основі [54]

Як бачимо, найбільше активних споживачів СПА та велнес послуг у відсотках припадає на Сінгапур (68%) та Австрію (43%), а найменше – на Францію (11%). Країнами з найбільшою кількістю активних споживачів СПА та велнес послуг у світі є США (70,5 млн), Німеччина (25,6 млн), Італія (23,5 млн) та Японія (24,8 млн). Країни з найменшою кількістю активних споживачів спа та велнес послуг – Сінгапур (3,5 млн), Австрія (3,6 млн) та Австралія (4,7 млн).

Кожна країна світу має свої особливості у велнес туризмі. Перелічимо типові види СПА та велнес-процедур у країнах світу (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Велнес-процедури у країнах світу

Країна	Wellness-процедура
1	2
Колорадо	Піший туризм у горах, йога
США	Wellness в готелях, спа

Продовження табл. 2.2

1	2
Великобританія	Відпочинок на уїк-енд, кемпінг
Норвегія	Скандинавський wellness
Фінляндія	Сауна
Китай	Курорти з гарячими джерелами, традиційна китайська медицина
Австрія	Wellness у гірських готелях
США, Каліфорнія	Схуднення, детокс
Німеччина	Кліматичні курорти
Японія	Гарячі джерела
Франція	Талассотерапія
Коста-Ріка	Тропічний wellness
Аргентина	Термальні джерела
Бразилія	Аквапарки з термальною водою
Африка	Водолікарські курорти, йога, вино
Танзанія	Сафарі-спа
Австралія	Серфінг, йога
Нова Зеландія	Гарячі джерела
Індія	Медитація, йога
Таїланд	Повне медичне обстеження
Єгипет	Піщані ванни
Марокко	Хамам із термальними джерелами
Туреччина	Турецькі лазні
Ізраїль	Води Мертвого моря

Джерело: складено автором на основі [55]

Міжнародна дослідницька організація International Healthcare Research Center щорічно складає рейтинг Medical Tourism Index на основі огляду наукової та прикладної літератури, експертних думок, опитувань потенційних і

реальних споживачів туристичних послуг у сфері велнес. Він відображає динаміку розвитку туризму у сфері велнес в сучасному світі (рис. 2.1).

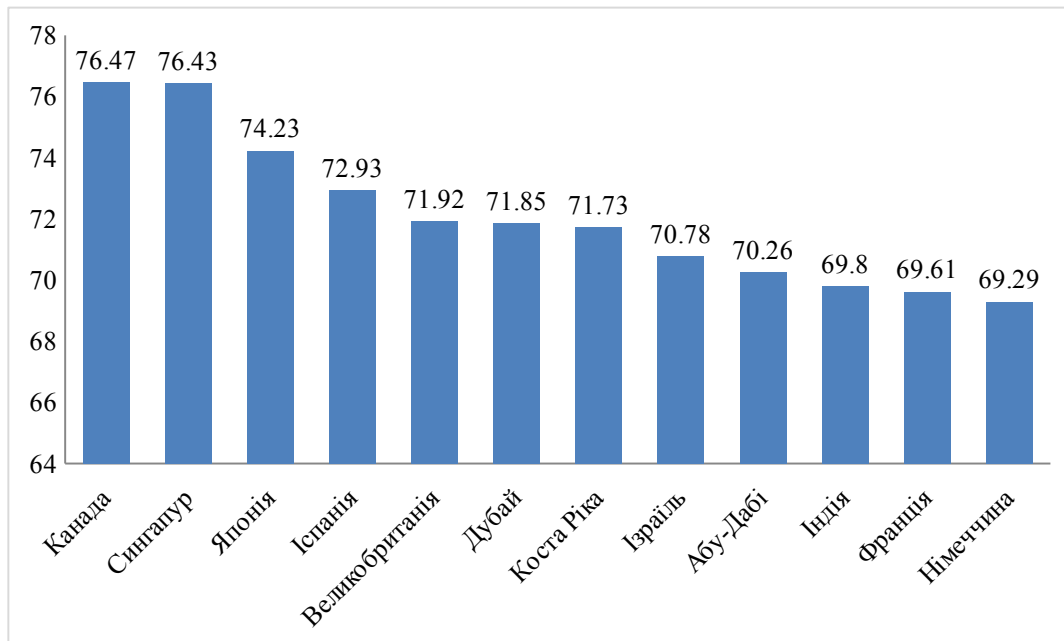


Рис. 2.1. Рейтинг країн Medical Tourism Index, 2021 р.

Джерело: складено автором на основі [59]

Рейтинг Medical Tourism Index враховує певні параметри (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Параметри рейтингу Medical Tourism Index

Параметр	Характеристика
1	2
Якість реабілітаційних послуг і засобів	Цей параметр вимірює якість медичних компонентів, таких як: досвід роботи лікаря, медичні стандарти та медичне обладнання. Він також оцінює репутацію медичного персоналу та клінік, інтернаціоналізацію персоналу та наявність акредитації закладу. Він також враховує загальні побажання споживачів, такі як привітність персоналу та лікарів.



Продовження табл. 2.3

1	2
Розвиток туризму в сфері wellness	Він складається з двох частин: туристичної та лікувальної. Це впливає на привабливість країни як туристичного напрямку з точки зору популярності, погодних умов, наявності культурних і природних пам'яток/місць, а також витрат, які пов'язані з wellness-туризмом, таких як медичні витрати, проживання та вартість проїзду.
Екологічні умови	Економічна стабільність країни, стабільність валютного курсу країни, рівень корупції країни, культурна ідентичність, мовна ідентичність, загальний позитивний фон сприйняття країни на світовій арені, безпека подорожей.

Джерело: складено автором на основі [59]

В табл. 2.4 для представлення компонентів рейтингу Medical Tourism Index 2021, як приклади, наведені країни-лідери у сфері wellness-туризму.

Таблиця 2.4 – Складові частини рейтингу Medical Tourism Index 2021 країн-лідерів у wellness-туризмі

Країни	Загальний бал	Стан оточуючого середовища	Рівень розвитку wellness-туризму	Якість послуг та обладнання
Канада	76,47	76,47	76,47	76,47
Сінгапур	76,43	76,43	70,79	76,43
Японія	74,23	62,5	66,5	68,8
Іспанія	72,93	63,26	66,2	66,5
Великобританія	71,92	71,92	70,38	68,2
Ізраїль	70,78	70,78	72,38	70,78
Німеччина	69,29	69,29	73,4	69,29

Джерело: складено автором на основі [59]

Згідно з даними аналізу світової індустрії велнес туризму, Україна взагалі не представлена в оцінці 46 країн-учасниць 2021 року, оприлюдненій

популярним аналітичним журналом медичного туризму «Medical Tourism Index (MTI)». Це свідчить про те, що рівень розвитку велнес туризму в нашій країні відносно низький.

В табл. 2.5 наведено дані про велнес туризм для кожного регіону у 2021 році. Вони включають загальну вартість подорожі, а також витрати на в'їзний і внутрішній оздоровчий туризм. Як видно з даних табл. 2.5, Європа має найбільшу кількість оздоровчих поїздок. Північна Америка лідирує за витратами на велнес подорожі. За останні п'ять років в Азії спостерігалось найшвидше зростання кількості оздоровчих поїздок і витрат на велнес туризм.

Таблиця 2.5 – Wellness-туризм по регіонах за 2021 рік

Регіон	Кількість поїздок, млн. шт.	Витрати на wellness-туризм, млрд. дол.	Прогнозовані середньорічні темпи росту витрат на wellness-туризм (2020-2024 рр.), %	Середні витрати на поїздку (виїзний туризм), дол.	Середні витрати на поїздку (в'їзний туризм), дол.	Прямі робочі місця, млн.
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	257,6	136,7	13	1741	268	10,1
Європа	291,8	210,8	5,5	1209	594	3,2
Північна Америка	204,1	241,7	5,2	3285	1058	2,2
Латинська Америка й Карибський басейн	59,1	34,8	9,5	1067	380	1,4
Близький Схід і в Північна Африка	11	10,7	11,8	1305	599	0,3
Африка до півдня від Сахари	6,5	4,8	11,1	1215	194	0,5

Джерело: складено автором на основі [54]

Рис. 2.2 відображає рейтинг країн-лідерів світового wellness-туризму. Дані включають витрати на міжнародний і внутрішній велнес туризм.

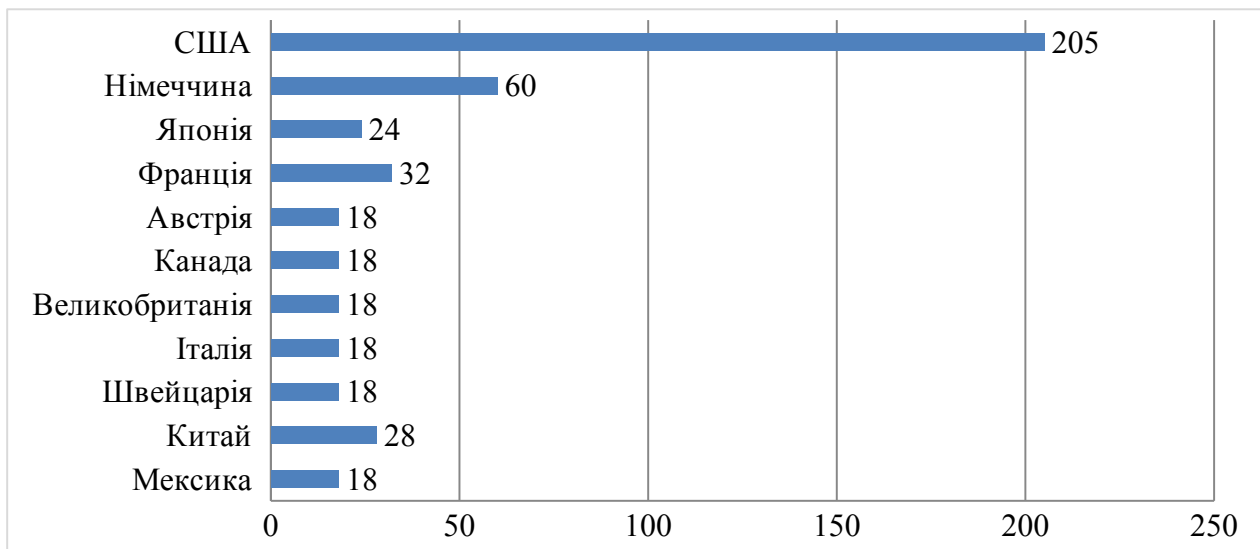


Рисунок 2.2 – Топ-країн внутрішнього та міжнародного wellness-туризму, млрд. дол. (на підставі здійснених туристами витрат, 2020 рік)

Джерело: складено автором на основі [55]

На рівень розвитку велнес туризму в країні впливає оцінка розвитку охорони здоров'я, а також організаційно-економічна модель розвитку велнес туризму. Будучи однією з провідних країн у сфері wellness-туризму, Сполучені Штати мають недержавну систему охорони здоров'я та приватне страхування для фінансування охорони здоров'я. У Канаді та Великобританії є заклади охорони здоров'я національної моделі, які переважно фінансуються державою, тоді як у Німеччині та Франції існує державне медичне страхування для фінансування сектора охорони здоров'я.

Серед багатьох СПА-готелів світу можна виділити найкращі з них. Сюди приїжджають за оздоровленням і відпочинком з усіх куточків світу. У табл. 2.6 наведено приклади найкращих СПА-готелів світу, які отримали одну з найпрестижніших нагород у цій галузі – нагороду SpaFinder Awards.

Таблиця 2.6 – Найкращі СПА-готелі світу

Назва закладу	Характеристика
1	2
One & Only Cape Town (ПАР)	П'ятизірковий готель One & Only у Кейптауні – справжня перлина африканського континенту. Він являє собою гармонійне поєднання сучасної комфортабельної розкоші і південноафриканської екзотики. Готель розташований поруч із гаванню, біля підніжжя гори Столової - одного із символів міста. СПА-центр налічує : два басейни, сауну, парильню, павільйон для відпочинку, салон краси і перукарню, а також 12 вілл, де гостям пропонується широкий вибір різних видів масажу, обгортань, пілінгу та інших ексклюзивних СПА-процедур. Зупинитися у двомісному номері на вихідні в коштує 45 700 грн.
Ananda in the Himalayas (Індія)	У перекладі з санскриту «ananda» означає «повне блаженство». В «Ananda in the Himalayas» працює унікальний СПА-центр площею в 2230 кв.м. Крім традиційних басейнів, саун, парилень і джакузі до нього входять також 24 СПА-кабінети, в яких запропоновано 79 оздоровчих програм (зокрема й спеціальні комплекси для жінок), заснованих на давніх традиціях Аюрведи, Веданти та сучасних західних методиках. Вартість триденного пакету (проживання + основні процедури) – 42 000 грн.
«Gwinganna Lifestyle Retreat» (Австралія)	Унікальний у своєму роді готель, розташований у долині на березі океану. На вибір запропоновано 48 вілл із басейном і терасою з приголомшливим видом. «Gwinganna Lifestyle Retreat» також відрізняється від інших СПА-готелів своїм комплексним підходом до відпочинку: тут приділяють увагу не лише косметичним процедурам, а й екологічно чистому харчуванню, а також правильному розпорядку дня. Для кожного клієнта розробляють ексклюзивну програму перебування. Сам СПА-комплекс розділений на сім рівнів. Відпочинок на вихідні коштуватиме 27 500 грн з особи.

Продовження табл. 2.6

1	2
«Kurotel Longevity Medical Center and Spa» (Бразилія)	За 27 років існування цей готель багаторазово визнавали найкращим у Південній Америці. У галузі оздоровлення та профілактичної медицини готелю, напевно, й зовсім немає рівних. Крім різних СПА-процедур тут проводяться інноваційні програми з корекції ваги, запобігання старіння організму та інше. «Kurotel Longevity Medical Center and Spa» працює у п'яти основних напрямках: гідротерапія, дієта, фітнес, фітотерапія, релаксація. Відпочинок за два дні в цьому СПА-готелі близько 33 700 грн.
«Hotel Kempinski Adlon Berlin» (Німеччина)	Готель розташований у самому центрі Берліна, але тут немає шаленого темпу сучасного життя, а лише розкіш і комфорт СПА-салону. Серед послуг закритий басейн з підігрівом, джакузі, сауни, турецькі лазні і безліч оздоровчих процедур, які допоможуть розслабитися і відчути приплив сил. Зокрема, в «Hotel Kempinski Berlin» є окремі кабінети для заняття йогою, масажні та аювердичні зали й навіть цілі СПА-апартаменти. Вікенд у найкращому СПА-готелі Європи за версією SpaFinder обійдеться від 26 600 грн.

Джерело: складено автором на основі [54]

Одним із нових світових трендів є wellness-харчування, яке є практично в кожному готелі світу, і його правила базуються на таких принципах:

- для харчування повинні використовуватися лише свіжі продукти;
- не можна одночасно вживати білок і вуглеводи;
- основу раціону повинні складати білки, вуглеводи, фрукти і багато свіжих овочів;
- жирне м'ясо і м'ясні продукти необхідно замінити бобовими, рибою, птицею і нежирним м'ясом, а порції м'яса, риби і птиці повинні бути меншими;
- фрукти та соки слід вживають протягом 2 годин після прийому основної їжі;
- загальне споживання солі не повинно перевищувати 1 чайної ложки (6 г) на добу (рекомендовано лише йодовану сіль);

- слід вживати менше цукру, кави та алкоголю, а також продуктів, що містять штучні барвники, ароматизатори та добавки.

Згідно з цими правилами дієтологи та велнес експерти можуть готувати страви відповідно до побажань гостей. Також враховуються вік, стать, зріст, вага та рівень фізичної активності людини. Правильні пропорції основних харчових інгредієнтів відрізняються для різних країн та можуть відрізнятись залежно від функцій організму. Персональні розрахунки допомагають усунути харчовий дисбаланс і скласти дієту, яка найкраще підходить для підтримки здоров'я. Крім оздоровлення, органічних продуктів харчування та напоїв і кулінарних майстер-класів, деякі готелі по всьому світу дозволяють забронювати номер із тренажерами.

Таким чином, в сучасному світі велнес туризм є глобальним ринком, який швидко зростає, випереджає розвиток інших секторів туризму та має значний економічний вплив на різні сектори економіки. Особливість велнес індустрії полягає в тому, що вона набагато менше залежить від сезонних і кризових тенденцій. Міжнародний ринок оздоровчих послуг перебуває у стадії бурхливого розвитку. У багатьох розвинутих країнах світу wellness-відпочинок став невід'ємною частиною життя людей. Зростаюче щоденне навантаження на здоров'я приводить тисячі клієнтів до велнес закладів по всьому світу. Найбільше споживачів велнес послуг мають такі країни, як США, Німеччина, Італія та Японія. З точки зору майбутньої європейської інтеграції України велике значення має дослідження конкретної ситуації розвитку оздоровчого туризму в Європі.

## **2.2. Аналіз сучасного стану СПА- та велнес-туризму в Україні**

Spa- та wellness-туризм в Україні є тенденцією, що розвивається, і головною метою туристів, які відвідують країну, є покращення самопочуття та здоров'я. Україна пропонує різноманітні оздоровчі можливості, включаючи СПА-відпочинок, термальні джерела, традиційні методи лікування та природні методи лікування.

В Україні ринок Spa- та wellness-послуг перебуває на стадії становлення. Він в основному націлений на внутрішніх споживачів, переважно на ринок високого класу. Сьогодні в Україні розвивається прагнення до природних методів лікування та оздоровлення. Уявлення про Spa- та wellness-послуги як про природні можливості оздоровлення цілком відповідає українським стереотипам і потребам. Українці хочуть поєднати відпочинок з турботою про своє здоров'я та зовнішній вигляд.

В Україні в курортних зонах (Карпати, Полісся, Азовське узбережжя, Чорне море) багато парків відпочинку, курортів, міст-курортів і зон відпочинку, відомих лише місцевим жителям. Вони мають великий потенціал для розвитку Закарпаття, Чернівецької, Волинської та Миколаївської областей. Оскільки Україна багата на природно-географічні та соціокультурні рекреаційні ресурси, діяльність з удосконалення сфери діяльності курортів і санаторіїв України має перетворити курортну справу на високорентабельну та конкурентоспроможну галузь економіки та охорони здоров'я [23].

Україна багата всіма ресурсами, необхідними для wellness-готелів, серед яких можна зосередити увагу на бальнеотерапії, кліматичних і ландшафтних ресурсах. Що стосується бальнеологічних ресурсів, то в Україні є мінеральні води всіх основних бальнеологічних категорій. Серед них «Миргородська», «Куяльник», «Поляна Квасова», «Берегівська мінеральна вода», «Нафтуса» та радонова вода унікальна і має світове значення.

До ключових аспектів оздоровчого туризму в Україні можна віднести:

1. Spa-відпочинок: в Україні є чимало курортів, які пропонують різноманітні процедури та терапії для релаксації, омолодження і відновлення. Ці курорти часто використовують природні ресурси, такі як багаті мінералами гарячі джерела, грязьові ванни та соляні печери, які, як вважають, мають цілющі властивості. Серед популярних місць відпочинку в Україні – Трускавець, Моршин та Одеса.

2. Традиційні методи лікування: Україна має одну з найбагатших спадщин традиційних методів у лікуванні, часто заснованих на народній медицині та

місцевих природних ресурсах. Багато туристів їдуть в Україну, щоб відчувати традиційні методи лікування, такі як фітотерапія, акупунктура та масаж. Вважається, що ці практики мають загальну користь для тіла, розуму та духу.

3. Природне лікування: Україна відома своїми багатими природними ресурсами, такими як мінеральні джерела, грязьові вулкани та цілющі глини, які, як вважають, мають цілющі властивості. Чимало туристів їдуть в Україну, щоб відчувати природні методи лікування, такі як мінеральні ванни, грязелікування та інгаляції природним газом. Вважається, що ці природні засоби мають ряд переваг для здоров'я, зокрема покращують проблеми зі шкірою, диханням і опорно-руховим апаратом.

4. Wellness Retreats: Україна також може запропонувати низку оздоровчих ретритів, які зосереджуються на цілісному здоров'ї, включаючи йогу, медитацію, уважність і здорове харчування. Такі ретрити дають мандрівникам можливість відволіктися від напруженого життя, зосередитися на догляді за собою та навчитися методам управління стресом і релаксації.

5. Екотуризм: Україна має багато національних парків, природних заповідників і сільських місцевостей зі свіжим повітрям і незайманими природними ландшафтами, які дуже підходять для еко-велнес-туризму. Відвідувачі можуть взяти участь у таких заходах, як походи, купання в лісі, еко-перебування тощо, щоб відновити зв'язок із природою та зміцнити фізичне та психічне здоров'я.

6. Медичний туризм: Україна відома і своїми доступними високоякісними медичними послугами, які включають косметичну хірургію, стоматологічні процедури та лікування безпліддя. Wellness-туристи, які шукають лікування, часто поєднують його з оздоровчими заходами, такими як СПА-процедури, натуропатичні процедури та здорове харчування, щоб покращити загальний стан здоров'я.

Західна Україна багата на природні ресурси, які мають надзвичайну силу для зміцнення здоров'я. Чисте гірське повітря наповнене фітонцидами хвойних дерев Західної України, природним антисептиком, який зміцнює імунітет,



очищає організм зсередини, позбавляє від токсинів і алергічних реакцій.

7. Помірний клімат. В горах України не відчуваєш спеки від палючого літнього сонця, адже «лісовий затишок» забезпечує необхідну свіжість навіть за високих температур. Взимку гори захищають місцевість від пронизливих вітрів. Бальнеотерапія – використання гірських мінеральних вод з лікувальною та оздоровчою метою – практикується на західній Україні вже понад століття. Кожне джерело містить унікальний склад мінеральних і органічних речовин, які позитивно впливають на організм людини. Деякі джерела в Карпатах за своїми властивостями не мають аналогів у всьому світі.

8. Термальні джерела Закарпаття мають здатність наситити людський організм мікро- та макроелементами, тим самим створивши перешкоду для проникнення мікроорганізмів та інфекцій. Крім того, вони надають тонізуючу дію, підвищують пружність шкіри, активізують обмінні процеси і покращують загальний стан здоров'я.

9. Карпатські соляні печери використовуються для профілактики та лікування респіраторних захворювань. Натуральні сольові сполуки активізують приховані імунні функції організму, виробляють антибактеріальну дію та очищають організм.

10. Фітотерапія та дієтологія. Вважається, що немає нічого кращого, за екологічно чисті трави та продукти, зібрані на схилах пагорбів. Якщо хоча б раз скуштувати трав'яні чаї, настої, вина, грибні та рибні страви Гуцульщини, то не можна залишитися байдужим.

Найкращі оздоровчі курорти України представлені в табл. 2.7.

Таблиця 2.7 – Найкращі оздоровчі курорти України

Назва курорту (місцезнаходження)	Коротка характеристика
1	2
«Сольва» (село Поляна, Закарпаття)	Великий готельно-рекреаційний комплекс, розташований в оточенні лісу та гірських вершин. Цей центр пропонує програми з очищення організму та поліпшення обміну речовин. В оздоровчих цілях тут використовується мінеральна вода «Поляна Квасова».

## Продовження табл. 2.7

1	2
«Фантазія» (село Поляна, Закарпаття)	Сучасний готельно-оздоровчий комплекс з комфортними номерами, рестораном, тренажерним залом, басейном і SPA-центром. В ньому надають різні косметично-оздоровчі процедури, в яких також використовується вода «Поляна Квасова».
«Термал Стар» (село Нижнє Солотвино, Закарпаття)	На території санаторію є свій бювет з мінеральною водою. До послуг гостей готельні номери, бальнеологічні кабінети з сучасним обладнанням, діагностична лабораторія, SPA-комплекс, спортивні майданчики, сауни та лазні.
«Деренівська купіль» (село Нижнє Солотвино, Закарпаття)	На території є готель «Ірис», поруч – більш відокремлений «Апартамент-готель». До послуг гостей консультації лікарів, бювети та басейни з мінеральною та термальною водою.
«Теплиця» (Виноградів)	Використовують як традиційні методи лікування (електро-лікування, бальнеолікування, фітотерапія, лікувальна фізкультура), так і нові методики й розробки Українського НДІ медичної реабілітації та курортології. У лікувальних цілях використовують власні мінеральні води «Олегівська», «Кушницька» і «Теплиця».
«Богольвар» (село Анталовці)	Для комфортного відпочинку та оздоровлення гостей в «Богольварі» є басейн з гірською водою та підвищеним вмістом мінералу кремнію, закарпатський чан, масажний кабінет, баня і сауна, соляна печера, SPA для дорослих і дітей.
«Шаян» (село Шаян)	Знаходиться на території однойменного курорту, де є джерела чотирьох різних за складом мінеральних вод типу «Єсентуки», «Нарзан», «Боржомі». В санаторії є власний бювет, лісопаркова зона для прогулянок, спортивні майданчики.
«Гірська Тиса» (село Кваси)	Спеціалізується на оздоровленні опорно-рухового апарату, тут використовують цілющі мінеральні води Квасів. Найбільш близькими за складом аналоги «квасним» водам є у Франції та Німеччині.
«Карпатія» (село Шаян)	Санаторій вищої категорії. Розвинена інфраструктура, сучасний лікувальний центр з великою кількістю процедур і власний бювет з двома видами мінеральних вод «Шаянські» – головні переваги санаторію.

Продовження табл. 2.7

«Зелений Бір» (Східниця, Львівська область)	Мальовничі пейзажі, хороший сервіс і цілюще повітря, яке сприяє відмінному оздоровленню. На території оздоровниці є сучасний медико-діагностичний центр, в якому зібрано новітнє обладнання і працюють провідні фахівці Прикарпаття.
Санаторій «Санта Марія» (Східниця, Львівська область)	Точка тяжіння українських та іноземних туристів, які хочуть відпочити і зміцнити своє здоров'я. У новому і комфортабельному SPA-готелі, що складається з двох триповерхових корпусів, знайдеться місце кожному гостю. Дивовижна природа Східниці, чисте повітря, мінеральна вода і ексклюзивний підхід до організації відпочинку – гарантія приємного проведення часу.
Санаторій «Пуща-Водиця» (Київська область)	Комплекс пропонує діагностику та ефективне лікування захворювань опорно-рухового апарату, нервової та серцево-судинної систем. Також відпочинок у санаторії передбачає проходження кліматотерапії, терапевтичне плавання, електролікування, світлолікування, лікувальні душі та ванни.

Джерело: побудовано автором

Як бачимо, в Україні чимало оздоровниць, багато з яких мають власні бювети мінеральних вод. Оздоровчі центри Карпат і Закарпаття використовують традиційні консервативні методи лікування, а також новітні досягнення техніки, косметики та медицини. Професійний підхід до профілактики захворювань, заснований на багаторічному досвіді та діях, дає найкращі результати у зміцненні особистого здоров'я.

Бурхливий розвиток wellness-туризму в Україні породив безліч готелів, які пропонують різноманітні послуги у сфері wellness.

ТОП-5 кращих СПА-готелів України представлені в табл. 2.8.

ТОП-5 кращих СПА-готелів України

Назва закладу	Характеристика
1	2
«Romantik SPA Hotel»	Місце для відпочинку в Карпатах, яке приваблює найбільше – це місто-курорт Яремче, що в Івано-Франківській області. Серед Карпатського

	<p>національного парку розташований 4-зірковий готель «Romantik SPA Hotel». Готель працює з 2012 року та побудований у сучасному, європейському стилі, а номери доступні у різних категоріях. В самому готелі можна скористатися басейнами та СПА-комплексом, який включає в себе фінську сауну, парову пивну сауну, арома – лазні, а також льодову кімнату та льодяну купіль, які чудово</p>
	<p>загартовують та підкріплюють імунітет. Також першокласна косметологія і масажі. Для повної релаксації спеціальні ерголежаки з інфрачервоним підігрівом. Вони покращують кровообіг та добре впливають на центральну нервову систему. Оцінки: рейтинг готелю на booking.com, на основі 309 відгуків становить 9.3/10 та оцінка готелю на google.com, на основі 1223 відгуків складає 4.7/5</p>
«Verholy Relax Park»	<p>Готель розташований у Полтавській області, в селищі Соснівка. Назва цього селища говорить сама за себе, адже готель знаходиться крізь соснового лісу [28]. Готель Verholy Relax Park відкрив свої двері у 2015 році та пропонує своїм гостям зупинитися в одному з 72 номерів, які доступні в різних категоріях. Дизайн готелю виконано у стилі Швейцарського шале, а номера оформлені сучасно та лаконічно із застосуванням екологічних матеріалів. Готель пропонує туристам скористатись такими послугами: російською лазнею, хамамом, санаріумом, широким вибором СПА - послуг, а сучасним тренажерним залом, phyto-баром, критим та відкритим басейнами. Оцінки: рейтинг готелю на booking.com, на основі 2283 відгуків – становить 9,0/10 та оцінка готелю на google.com, на основі 1799 відгуків – складає 4.6 /5</p>
«Grand Admiral Resort & SPA»	<p>«Готель розташований у Київській області місті Ірпінь, серед лісу площею в 23 гектари. Grand Admiral Resort &amp; SPA приймає своїх гостей з 2011 року та має статус п'ятизіркового клубу» [31]. Готель оформлений в традиційному стилі і пропонує 97 номерів різного класу. На території замського клубу пропонується відвідання оздоровчого центру з трьома плавальними басейнами, шести різноманітними саунами, фітнес-центр, тенісні корти. Оцінки: рейтинг готелю на booking.com, на основі 279 відгуків – становить 8.5/10 та оцінка готелю на google.com, на основі 1807 відгуків – складає 4.6 /5</p>
	<p>Готель розташований неподалік від старовинного</p>

«Edem Resort Medical & SPA»	Львова у селі Стрілки, на березі озера в оточенні лісу. Сам комплекс побудований в старовинному стилі, його архітектура та внутрішнє оздоблення дозволяють сміливо назвати його замком. «Edem Resort Medical & SPA» почав свою роботу з 2012 року та об'єднує в собі п'ятизірковий готель, медичний центр відновлення здоров'я, СПА-центр, 50 кришталевих джерел, що наповнюють озеро Молодості. Оцінки: рейтинг готелю на booking.com, на основі 225 відгуків – становить 9.5/10 та оцінка готелю на google.com, на основі 189 відгуків – складає 4.7/5
«M1 Club Hotel»	Клуб-готель «M1» розташований у парковій зоні на березі Чорного моря в Одесі. Цей ультрамодний чорноморський готель з видом на парк Шевченка та Чорне море почав свою роботу з 2015 року та має 68 номерів, оформлених у сучасному дизайні, різного рівня комфортності. «M1 Club Hotel» знаходиться всього в декількох метрах від морського берега і має власний вихід на пляж. Крім того, для любителів водних процедур в готелі є власний басейн і джакузі. Оцінки: рейтинг готелю на booking.com, на основі 693 відгуків - становить 9.1/10 та оцінка готелю на google.com, на основі 934 відгуків – складає 4.7/5

Джерело: складено автором

Витрати на проживання у готелях з даного рейтингу представлені в табл. 2.9.

Таблиця 2.9 – Середня ціна проживання у ТОП СПА-готелях України

Назва готелю	Місце розташування	Опис	Середня ціна за добу (за одну особу)
«Romantik SPA Hotel»	Івано-Франківська обл	Двомісний стандарт з доступом до СПА	3855 грн
«Verholy Relax Park»	Полтавська обл	Двомісний стандарт	3970 грн
«Grand Admiral Resort & SPA»	Київська обл	Двомісний номер зі сніданком та доступом у СПА	6900 грн
«Edem Resort Medical & SPA»	Львівська обл	Двомісті апартаменти	7100 грн
«M1 Club Hotel»	Одеса	Двомісний номер з видом на парковку	3600 грн

Джерело: складено автором

У місті Яремче, у передгір'ях Карпат, можна звернути увагу на наступні СПА-готелі: «Барон», «Яремче Преміум», «Рубель», «Романтик».

В Україні wellness-індустрія Трускавця також стрімко розвивається. Це вважається ідеальним місцем для оздоровлення, відпочинку та здорового відпочинку. На курорті є приватні та державні готелі, які відповідають стандартам wellness-концепції.

У Трускавці є все необхідне для відновлення людських сил і досягнення гармонії душі і тіла. Вже близько ста років сюди приїжджають гості з усього світу, щоб підлікуватися цілющими водами місцевих джерел. Всього їх на курорті близько 25. Біля Трускавця також знаходиться поклади озокериту (теплого воску), який можна використовувати для лікування та профілактики багатьох захворювань. Ще одна перевага курорту – гірське повітря, насичене фітонцидами хвойних дерев. Процес оздоровлення з використанням цих природних ресурсів дає чудові результати у формуванні імунітету, збереженні молодості та природної краси.

Багато готелів Трускавця пропонують сучасні SPA-програми, різноманітні види та техніки масажу, з особливим акцентом на красу та оздоровлення, парні, сауни та басейни. Лікувально-косметичні процедури проводяться професіоналами з багаторічним досвідом роботи з використанням натуральних продуктів і косметики відомих світових брендів.

Сім'ям з дітьми пропонується багато можливостей для активного та корисного дозвілля в Трускавці: атракціони, дитячі майданчики, канатно-тубпарки, дельфінарії, зоопарк, аквапарк, прогулянки на природі, гірські походи, велопогулянки. Взимку, окрім традиційних лиж і сноубордів, можна спробувати тюбінг. Помірні фізичні навантаження, здорове харчування та активний відпочинок корисні людям у будь-якому віці.

Нижче наведено основні проблеми розвитку Spa- та wellness-туризму в Україні (рис. 2.3).

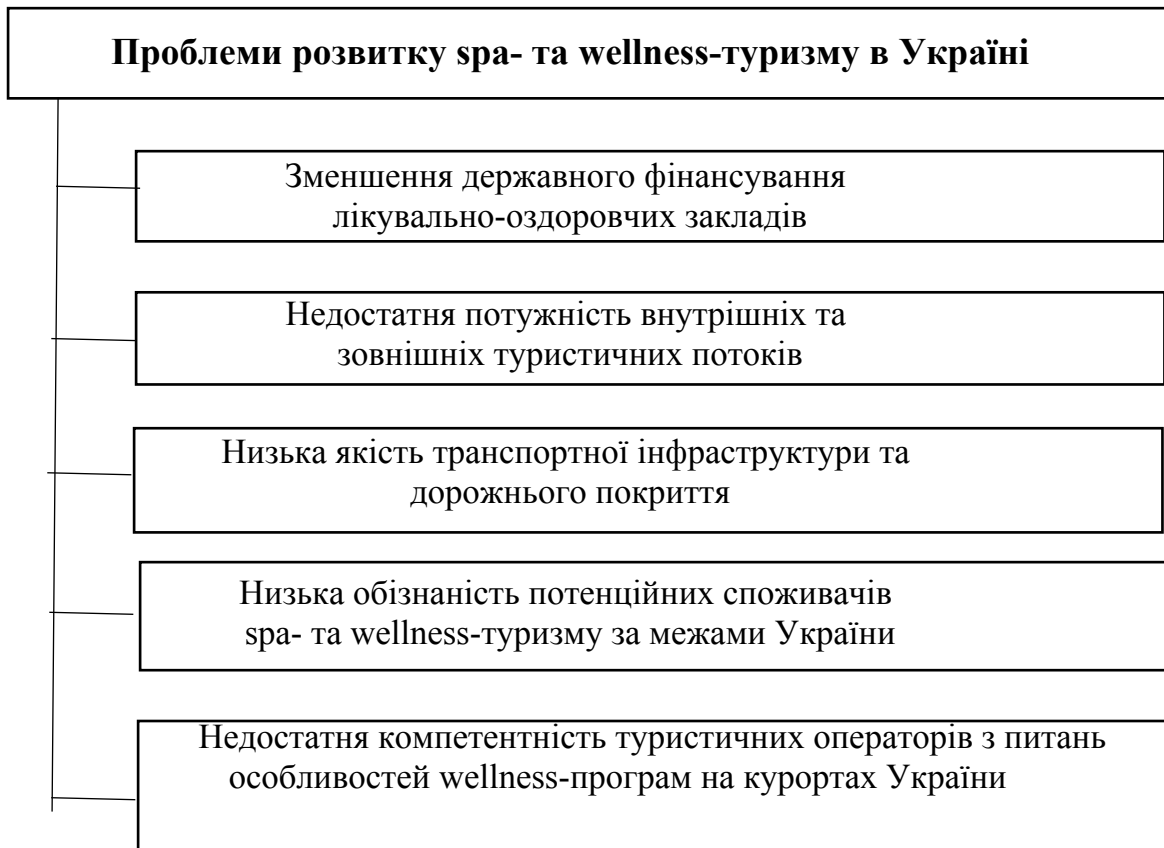


Рисунок 2.3 – Основні проблеми розвитку Spa- та wellness-туризму в Україні

Джерело: побудовано автором

Для розвитку Spa- та wellness-туризму в Україні необхідно посилити ефективну маркетингову діяльність туристично-рекреаційних підприємств, тобто спрямувати маркетингову діяльність на створення конкурентоспроможних продуктів відпочинку, які відповідають світовим стандартам якості, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності системи санаторно-курортного лікування.

Підсумовуючи, зазначимо, що Spa- та wellness-туризм в Україні є тенденцією, яка розвивається, і пропонує туристам широкий спектр можливостей для оздоровлення. В Україні основою оздоровчого туризму є те, що готелі пропонують різноманітні Spa- та wellness-програми, здорове та збалансоване харчування, а також процедури омолодження та оздоровлення. Україна може багато запропонувати тим, хто шукає оздоровчий відпочинок, від курортного відпочинку та традиційного лікування до натуропатії та

екотуризму.

Вважаємо, що на сьогоднішній день, в рамках створення і розвитку Spa- та wellness-туризм в Україні необхідно впровадити стандарти Європейської СПА Асоціації в нормативно-правову базу України, розробити та впровадити стандарти якості надання wellness-послуг, перевірити та затвердити обладнання для SPA і оздоровчих процедур . Тому інвестування в нові сучасні Spa- та wellness-готелі стане більш привабливим, оскільки ця ринкова ніша залишається вакантною та користується високим попитом.

### **2.3. Вплив туристичної діяльності на навколишнє середовище**

Туризм впливає на збереження й розвиток культурного потенціалу, сприяє гармонізації відносин між різними країнами та народами. Важливою функцією туризму є те, що він змушує уряди, громадські організації й комерційні структури брати активну участь у справі збереження й оздоровлення навколишнього середовища. З метою запобігання негативного впливу туризму на довкілля органи місцевого самоврядування, органи контролю, адміністрації природоохоронних установ постійно контролюють дотримання вимог природоохоронного законодавства, щоб не допустити перевищення рекреаційного навантаження і деградації природного середовища. Вплив туристичної діяльності на навколишнє середовище може бути як позитивним, так і негативним.

Позитивний вплив включає охорону і реставрацію пам'ятників природи, історії, культури, створення національних парків і заповідників, збереження лісів, захист рослинного і тваринного світу.

Негативний вплив, на жаль, більший, зокрема, це вплив на якість води в річках, озерах, морях і на якість повітря, зростання викидів шкідливих речовин транспортними засобами, самовільне розміщення тимчасових баз відпочинку, забруднення відходами навколишнього середовища, самовільне розпалювання вогнищ. Такі види туристичного відпочинку, як полювання, риболовля, збирання рослин, завдають значної шкоди живій природі і призводять до



зменшення чисельності або навіть до повного зникнення фауни та флори певних територій. Зростання населення в туристських регіонах, будівництво нових туристичних потужностей потребує залучення якомога більшої кількості природних ресурсів, що, своєю чергою, збільшує навантаження на навколишнє середовище.

Із зростанням впливу всіх цих факторів запобігти забруднень довкілля та привести цінні природні території до належного стану можна лише шляхом залучення природоохоронних інвестицій. Проте за даними державної статистики, 2020 р. в Україні інвестиції переважно спрямовувалися на охорону і раціональне використання водних ресурсів – 35,5 %, атмосферного повітря і проблем змін клімату – 34,8 % та поводження з відходами – 15,5 %. Водночас, освоєні обсяги інвестицій на охорону і раціональне використання ресурсів рослинного і тваринного світу становили лише 0,3% усіх капітальних інвестицій природоохоронного призначення, що не відповідає сучасним вимогам формування сталого соціально-економічного розвитку країни.

Проблема впливу туризму на навколишнє середовище залишається дуже актуальною і потребує регулювання, підтримки та належного контролю з боку держави.

Закон „Про охорону навколишнього природного середовища” визначає правові, економічні та соціальні основи організації охорони навколишнього природного середовища в інтересах нинішнього і майбутніх поколінь.

У ст. 1 цього Закону зазначено, що завданням законодавства про охорону навколишнього природного середовища є регулювання відносин у галузі охорони, використання і відтворення природних ресурсів, забезпечення екологічної безпеки, запобігання і ліквідація негативного впливу господарської та іншої діяльності на навколишнє природне середовище, збереження природних ресурсів, генетичного фонду живої природи, ландшафтів та інших природних комплексів, унікальних територій та природних об'єктів, пов'язаних з історико-культурною спадщиною.

Повноваження місцевої адміністрації в галузі використання та охорони земель, природних ресурсів і охорони довкілля визначені в Законі України „Про

місцеві державні адміністрації”. Відповідно до цього Закону, місцева державна адміністрація зобов’язана:

- розробляти та забезпечувати виконання затверджених у встановленому законом порядку програм раціонального використання земель, лісів, підвищення родючості ґрунтів, що перебувають у державній власності;

- розробляти, подавати на затвердження відповідної ради та забезпечувати виконання регіональних екологічних програм; звітувати перед відповідною радою про їх виконання; вносити до відповідних органів пропозиції щодо державних екологічних програм;

- вживати заходів до відшкодування шкоди, заподіяної порушенням законодавства про охорону довкілля підприємствами, установами, організаціями і громадянами;

- вносити пропозиції відповідним органам місцевого самоврядування щодо організації територій та об’єктів природно-заповідного фонду місцевого значення.

Протягом останніх десятиріч у різних країнах розроблено програми, орієнтовані на гармонізацію відносин між туризмом і природним середовищем. Серед них: зелений туризм, екотуризм, сталий туризм. На практиці ці альтернативні напрями туризму передбачають обмеження нового туристичного будівництва, пропагування екологічних видів транспорту, впровадження екологічних технологій для найбільш поширених форм туризму (відпочинковий, піший), а також підвищення екологічної свідомості туристів і місцевих жителів.

З метою обмеження шкідливого впливу традиційних видів туризму на довкілля експерти пропонують науково розроблені методики та обмежуючі заходи. Це створення “закритих” територій – національних парків, заповідників, заказників (їх кількість у світі на кінець 1980-х років становила понад 500 млн га); розробка методів регулювання туристичних потоків (введення квот на відвідання заповідних районів, вхід тільки для проінструктованих осіб, свідоме зменшення кількості під’їзних шляхів та

утруднення доступу). Для боротьби з особливо гострою проблемою в туризмі – проблемою густоти туристичних потоків – експерти з планування у сфері туризму ввели поняття пропускну здатність та допустиме навантаження, серед яких виділяють: соціально допустиме навантаження (густина туристичних потоків, яка не зашкоджує нормальній життєдіяльності населення і самих туристів); фізично допустиме навантаження (достатня кількість місць у транспорті, засобах розміщення, пляжних площ тощо); допустиме навантаження на довкілля (наприклад, здатність природного середовища природнім шляхом переробляти стічні води, здатність природних об'єктів до самовідновлення тощо). Так, на думку експертів організації “Кіпріотські друзі землі”, максимально допустиме співвідношення між кількістю місцевого населення і туристів у сезон не повинно переважати 6:1, що досить часто порушується в популярних курортних центрах світу. Пляжні території, на думку експертів різних організацій, повинні плануватися з розрахунку від 5 до 25 м<sup>2</sup> на людину тощо.

Усі техніки, які пропонуються для зменшення негативного впливу туризму на довкілля на регіональному й національному рівнях, можна поділити на дві групи:

- макротехніки, пов'язані з плануванням об'єктів у туристичній зоні та зв'язків між ними;
- мікротехніки, пов'язані з управлінням потоками людей у самій зоні.

Макротехніки, серед яких політика “розкидання” або політика “горщиків з медом”, – створення альтернативних туристичних об'єктів та їх популяризація для відвернення туристів від особливо перевантажених туристичних центрів; зонування – визначення способів використання земель, привабливих для туристичної діяльності; розвиток “м'якого” туризму, що дозволяє тільки ті заняття, які властиві для даного району; створення умов для відпочинку поблизу міських центрів; туристична освіта населення тощо – мають на меті оптимальний розподіл туристичних потоків між районами та формування в потенційних туристів правильного ставлення до природного довкілля.

Мікротехніки – обмеження входу на туристичні об'єкти; використання

цінового механізму; обладнання туристичних маршрутів і контроль за точками доступу тощо – допомагають зменшити шкоду від туристів, які вже прибули до даного регіону.

Але проблеми взаємодії та взаємозалежності туризму й довкілля вже давно вийшли за рамки національних і регіональних інтересів і стали предметом обговорення на міжнародному рівні. Цю проблему піднімали і піднімають на більшості сучасних туристичних форумах, конференціях.

## РОЗДІЛ 3

### ШЛЯХИ РОЗВИТКУ SPA- I WELLNESS-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ НА ПЕРСПЕКТИВУ

#### 3.1. Перспективні напрямки застосування Spa- та wellness-інновацій в індустрії гостинності України

Основними завданнями готельних підприємств в сьогоденних умовах є задоволення нових, іноді все більш високих вимог потенційних клієнтів в умовах постійного зростання конкуренції. Керівництву важливо вивчати ринкове середовище і реагувати на його зміни, а також модернізувати сам готель і розширювати його послуги. Використання інноваційних методів у роботі закладу та підбір і постійне підвищення кваліфікації персоналу є основою для задоволення вимог навіть найвибагливіших клієнтів.

Зростання популярності розкішних готелів в основному пов'язано зі збільшенням попиту на СПА-послуги. П'ятизірковий або чотиризірковий готель зі СПА-центром майже подвоює свою привабливість для споживачів.

«Wellness-готель» - це термін, який має західне походження та є спеціалізованим готельним підприємством, що має програми для покращення здоров'я, в основі яких лежить принцип діагностики індивідуальних факторів ризику та їх корекція. Основна відмінність цього закладу розміщення від інших у wellness-індустрії – це взаємозв'язок медичних (комплексна діагностика, медичні програми, лікарський контроль), естетичних (догляд за тілом), фізичних (активний відпочинок та індивідуальні програми фізичних тренувань) і психологічних (заняття йогою) процедур [17].

Загальне поняття SPA і Wellness походить з Європи та Сполучених Штатів. Тому класифікація SPA та wellness закладів в індустрії гостинності має західну термінологію (табл. 3.1) [4].

Таблиця 3.1 - Класифікація закладів SPA і Wellness в індустрії гостинності

Назва закладу	Характеристика
Hotel SPA	Оздоровчо-розважальні комплекси за типом курортів SPA всередині готелю. Являють собою нову форму організації оздоровчорозважального відпочинку й екологічного туризму. Специфіка SPA і Wellness технологій в умовах міського готелю визначається необхідністю максимального виключення несприятливих факторів мегаполісу й створення максимальної кількості умов для оздоровлення та релаксації клієнтів
Destination SPA	Заміські готелі зі SPA. Найчастіше розташовуються на березі водойми на території заповідної місцевості поряд з великими містами. Мають ряд переваг у порівнянні з міськими готелями (мальовничий ландшафт, водні об'єкти, цілющий клімат і природні лікувальні фактори – термальна і мінеральна вода, лікувальні грязі та ін.)
Wellness Hotel	Спеціалізовані готелі, що пропонують програми підвищення резервів здоров'я, в основі яких лежить принцип виявлення індивідуальних чинників ризику та їх корекції. Основна відмінність – взаємозв'язок медичних, естетичних, фізичних і психологічних процедур (лікарський контроль і комплексна діагностика, активний відпочинок та індивідуальні програми фізичних тренувань, медичні програми та ін.).
SPA "Хаммам Расул"	Спеціально обладнана зона у вигляді приміщення східного стилю – призначений для масового відвідування гостями протягом усього періоду перебування в готелі з подальшим включенням вартості оздоровчих послуг у чек проживання

Джерело: складено автором на основі [30]

Сучасні інноваційні Spa- та wellness технології представлені різноманітним асортиментом і мають широкий спектр дії (рис. 3.1).

## Spa технології

- Аквамедитація. Медитація з використанням води
- Ароматерапія. Профілактика та лікування з використанням ароматів
- Аюрведа від А до Я. Цілісний, холистичний 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 підбраного 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

Рисунок 3.1 - Сучасні інноваційні SPA технології

Джерело: складено автором на основі [22]

Інновації у Spa- та wellness-туризмі можна поділити на чотири групи (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 - Інновації у Spa- та wellness-туризмі

<p>1. Технічні інновації (технологічні): – продуктові</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- нові технології та покращене обладнання у приміщеннях;</li> <li>- нові оздоровчі продукти;</li> <li>- нова архітектура та дизайн;</li> <li>- програми лояльності клієнтів;</li> <li>- інноваційні ціни;</li> <li>- нові ринки та цільовий реципієнт</li> </ul>
<p>– процесні</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- розвиток ІТ (Інтернет, система B2B, система інформації та бронювання);</li> <li>- нові системи управління;</li> <li>- реструктуризація компанії;</li> <li>- нові системи дистрибуції та маркетингу;</li> <li>- співпраця з іншими організаціями;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навчання персоналу;</li> <li>- оптимізація системи</li> </ul>
2. Нетехнічні інновації (нетехнологічні): – організаційні	<ul style="list-style-type: none"> <li>- нова організаційна система надання послуг;</li> <li>- нова модель доходу</li> </ul>
– маркетингові	нова взаємодія із клієнтами, нова система цінностей / ділових партнерів

Джерело: складено автором на основі [22]

В Україні як і в інших країнах Spa- та wellness розвивається все стрімкіше. Попитом користуються не лише спортивні клуби, салони краси, SPA-салони або фітнес-зали, з'являються також Spa- та wellness-студії і Spa- та wellness-центри. Не помітити Spa- та wellness стає неможливо, тому готельєри не ігнорують цю тенденцію і збільшують спектр послуг для гостей готелю не тільки за рахунок розширення додаткових послуг і розваг, а й за рахунок включення послуг загальнооздоровчого комплексу. Таким чином, виникає свого роду симбіоз готельного бізнесу, індустрії краси та здоров'я, результатом якої є Spa- та wellness-готелі та готелі зі Spa- та wellness-центрами [17].

Релаксаторна терапія в Україні розвинена слабко порівняно з курортами за кордоном. Рішення щодо організації мережі оздоровчих центрів при готельних підприємствах, реконструкція санаторіїв і будинків відпочинку в оздоровчих помешканнях, активізація інформування населення про можливості надання оздоровчих послуг, особливості їх споживання можуть призвести до популяризації велнес-індустрії в країні.

В сьогоденних умовах українці схиляються до природного процесу лікування та збереження здоров'я. Ідея wellness як варіант природного оздоровлення дуже підходить до стереотипів і потреб українців. Більшість наших співвітчизників хочуть поєднати відпустку з поїздкою, щоб покращити свій зовнішній вигляд і зберегти здоров'я. Тому тема wellness сьогодні стає не лише актуальною для фахівців у галузі краси та здоров'я, а й для тих, хто займається інвестиціями, будівництвом, експлуатацією та управлінням готелями [18].



У так званих традиційних курортних регіонах Карпат, Полісся, на узбережжі Азовського та Чорного морів є чимало рекропарків, рекрополісів, міст-курортів і зон відпочинку, які можуть «відкривати» для себе як туристи з усіх куточків України так і іноземні туристи. Це потенціал розвитку таких регіонів, як Закарпатська, Чернівецька, Волинська та Миколаївська області. Діяльність у сфері вдосконалення роботи курортів і санаторіїв України має повернути курортну справу на високорентабельну та конкурентоспроможну галузь економіки та медицини, оскільки Україна володіє величезними природно-географічними та соціокультурними рекреаційними ресурсами.

Україна має досить сприятливу ресурсну базу для розвитку курортів; вона багата на бальнеологічні, кліматичні та ландшафтні ресурси. На території України представлені всі основні види мінеральних вод з бальнеологічних груп. Особливо цінні та унікальні «Миргородська», «Куяльник», «Поляна Квасова», «Берегівська мінеральна», «Нафтуся»; радонові води також унікальні та мають міжнародне значення [24].

Аналіз ефективної діяльності SPA-готелів в Україні показує, що за кількістю перспективних природних ресурсів для SPA-індустрії Україна може випередити багато країн Європи та Азії, але за умови реалізації потенціалу країни та комплексного її розвитку.

Одним із ключових компонентів готелів, які дотримуються інноваційної філософії wellness, є забезпечення здорового харчування своїх гостей. Вже кілька років у харчовій промисловості є тенденція до виробництва екологічно здорових та поживних страв, які не завдають шкоди здоров'ю. Основною умовою того, щоб їжа вважалася здоровою, є: максимально можливе використання екологічно чистих продуктів при приготуванні та кулінарії їжі; застосування технологій обробки, які зберігають важливі компоненти їжі – вітаміни та інші живильні речовини – наприклад, приготування на пару, мінімальне використання олії під час смаження тощо [24].

Безглютенові дієтичні режими вже стали іншою модою, популярною в зарубіжних країнах. Як зазначили вчені, з кожним роком зростає кількість людей, які страждають на ті чи інші форми харчової алергії. Однією з

найпоширеніших причин харчової алергії є продукти, що утворюють глютен; таким чином, логічно виглядає розробка страв безглютенового дієтичного режиму для підприємств громадського харчування, які позиціонують себе як оздоровчі підприємства [6].

Ще одним інноваційним напрямком у сфері wellness є anti-age терапія – комплекс заходів, спрямованих на попередження та подолання різноманітних вікових змін, які сприяють омолодженню кожної людини. Можливість формування цього напрямку обґрунтовується аргументом деяких вчених про те, що старіння є хворобою, яка потребує постійного контролю та інтенсивного лікування [6].

Омолоджувальна терапія здорового способу життя охоплює культуру здорового способу життя та включає низку симптоматичних і локальних медичних і немедичних заходів, спрямованих на посилення регенераційного потенціалу, посилення імунного захисту, протидії генетичним мутаціям і покращення запасу життєвих сил.

Дизайн готелю також належить до інноваційної wellness-концепції. Так, для готелів відкриті широкі можливості: дизайн номерів, починаючи від живих рослин на стінах і води з природними ароматами, очищення води і повітря, гіпоалергенного облаштування номерів до високотехнологічного обладнання, що сприяє продуктивному впливу на сон гостей. Інтер'єри мають «чисті» простори, лаконічні та об'єднані світловими та кольоровими рішеннями. Велику увагу слід приділяти максимально можливому використанню екологічно чистих матеріалів, головним чином дерева, каменю та тканини.

В останні роки в готелях значно більше уваги займає роль здорового сну. Зазначений інноваційний підхід підтверджується останніми результатами медичних досліджень, які показують, що хронічне недосипання може бути основною причиною депресії. З цією послугою деякі готелі, такі як JWMarriott, впроваджують спеціальні програми зі спеціальними сніданками, які сприятливо впливають на сон, і фітнес-заняття.

Основна функція менеджменту будь-якого готелю, в тому числі і SPA-

готелю, – зібрати хорошу команду людей, яка б задовольнила потреби ринку. Персонал має бути професійно підготовленим, організованим і дисциплінованим, ефективно працювати за будь-якими характеристиками. В управлінні персоналом готелю важливо враховувати психологічну сумісність, моральну атмосферу, задоволеність роботою, адже досягнення персоналу є досягненнями всього готелю [30].

Одним з успішних прикладів впровадження рекреаційних інновацій може бути рекреаційно-оздоровчий комплекс. Серед рекреаційних послуг крім, звісно, традиційних процедур подібного типу, заклад має мати широке коло інноваційних методик, серед яких: [43]:

- ароматерапія, для розслаблення, зняття болю, лікування депресії, безсоння та підвищення життєвого та психічного тону;
- бурштинова кімната, перебування у якій розслабляє, оскільки вважається, що бурштин дає гарну енергію людині;
- соляна печера, яка забезпечує пацієнту вдихання вологого іонізованого повітря, наповненого мінералами та мікроелементами солі. Проживання в соляній печі благотворно впливає на органи дихання, проблеми зі шкірою, щитовидною залозою, на всі види алергії, нормалізує артеріальний тиск.

Діяльність SPA-центрів базується на найпотужніших природних оздоровчих компонентах, які були привезені з відомих світових місць відпочинку. Транспортування здійснюється таким чином, щоб зберегти технології, зберігаючи цілющі властивості цих природних компонентів. Так, зокрема, транспортування та зберігання грязі Мертвого моря створюється за необхідними біохімічними показниками. Поряд із використанням природних рекреаційних компонентів СПА-центри активно беруть «на озброєння» останні досягнення та технології апаратної медицини, які значно підвищують ефективність комплексних СПА-процедур [39].

З точки зору маркетингу, SPA-продукт в готелі за містом – це поєднання оздоровчо-рекреаційних послуг і гостинних послуг, спрямованих на швидку організацію процедур з помітним результатом. Пропозиція таких процедур

може підвищити рентабельність СПА-індустрії через психологічний ефект запропонованого товару. Крім того, щоб посилити вплив, споживачам пропонують процедури, зазвичай із рекомендованих 3–5 процедур протягом 1–2 тижнів, що сприяє створенню лояльності та покращує перехресні продажі з іншими послугами [32].

Однією з переваг інноваційно орієнтованого wellness-готелю є його позиціонування як «здорового готелю». Для сучасного мандрівника така репутація має велике значення при виборі засобу розміщення. Цей факт підтверджується численними дослідженнями споживачів цього готельного сервісу.

Сьогодні багато вітчизняних готелів можуть запропонувати інноваційні СПА та велнес-програми, спрямовані на відновлення фізичного та психічного здоров'я учасників бойових дій. Ці рекомендації мають включати профілактичні заходи, обстеження та підтримку доброго здоров'я, а також неінвазивні методи лікування. Такі програми можна побудувати на основі наступних основних компонентів (табл. 3.3).

Таблиця 3.3 – Spa- та wellness-програми, спрямовані на відновлення психічного і фізичного здоров'я для учасників військових дій

Програма	Характеристика
1	2
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

1	2
Відновлення після тривожності	Основним наслідком війни є тривалий і нестійкий процес відновлення, що викликає неминучу тривогу, засновану на різних страхах. Для цього слід розробити програми «детоксифікації організму», які б стимулювали імунну систему, знижували стрес і покращували оксигенацію, опірність та витривалість
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

Джерело: складено автором

Завдяки наявності інноваційних Spa- та wellness-послуг готель має масу вагомих конкурентних переваг:

- лояльність клієнтів - підвищення кількості повторних відвідувань;
- залучення нових клієнтів, зокрема через продаж подарункових сертифікатів SPA та забезпечення заповнюваності SPA комплексу до 50% новими клієнтами;
- за добре розробленої концепції SPA-комплексу готель може залишитися прибутковим навіть у низький сезон, оскільки пропозицію можна переорієнтувати на місцевих споживачів;
- підвищення прибутковості готелю в цілому (підвищення категорії, можливість підвищення вартості номерів, підвищення відсотка заповнюваності номерного фонду).

### **3.2. Новітні напрямки розбудови ефективного маркетингу СПА-центрів та салонів**

У сучасному динамічному світі, сповненому стресів, СПА-салони та СПА-центри служать острівцями або оазисами відпочинку та відновлення, пропонуючи клієнтам можливість не тільки розслабитися, але й покращити

здоров'я, поглибити самогляд і досягти гармонії із зовнішнім світом та зберегти емоційне та фізичне здоров'я. Однак, як і будь-який бізнес, СПА-салони та СПА-центри стикаються з унікальними проблемами та можливостями для залучення клієнтів і підтримки високого рівня конкурентоспроможності. Основними характеристиками ринку СПА-процедур, які є визначальними для ефективного маркетингового розвитку СПА-центрів і салонів, є:

1. Преміальний попит. СПА-індустрія надає широкий спектр послуг, які зазвичай можна розділити на три напрямки: релаксація, оздоровлення та краса. Важко знайти хоча б одну людину, яка скаже, що не потребує таких послуг. Теоретично ми могли б розглядати все доросле населення як потенційних клієнтів цієї галузі, але в реальному житті клієнтура спа-центрів майже повністю складається з клієнтів із доходами вище середнього та великою кількістю вільного часу. Ця невелика група споживачів цінує унікальність, індивідуальний підхід і витонченість послуг, що багато в чому визначає обличчя галузі в цілому, що призводить до сильної фрагментації ринку.

2. Сегментація ринку. Сегментація ринку СПА-індустрії за доходами відображає поділ ринку на різні сегменти на основі фінансових можливостей клієнтів. У цьому контексті можна виділити висококласний сегмент SPA-центрів, клієнти яких мають високий рівень доходів і шукають унікальні та розкішні послуги, і масовий сегмент SPA-салонів, клієнти яких орієнтуються на ціну та шукають більш доступне. Варто зазначити, що індустрія SPA є більш сегментованою, ніж багато інших ринків, і значно впливає на рівень корпоративних інвестицій і маркетингові стратегії закладів.

3. Гендерна нерівність у попиті. Статистика підтверджує, що переважна більшість клієнтів SPA-центрів і SPA-салонів – жінки, які частіше за чоловіків здійснюють емоційні покупки та більше уваги приділяють красі та зовнішньому вигляду. В результаті успішнішими будуть ті заклади, які пропонують даній категорії споживачів ширший спектр послуг, процедур і програм. Частка клієнтів-жінок і середній чек в типовому СПА-закладі завжди будуть набагато

вище, ніж, наприклад, в простому масажному салоні. Однак створення такої широкомасштабної установи потребує більших інвестицій на ранніх стадіях бізнесу та підтримки відповідного конкурентного профілю. Тому великі СПА-центри не можуть дозволити собі бути дешевими, а нішеві салони навряд чи залучать і утримають висококласний попит у довгостроковій перспективі.

4. Поєднання класики та інноваційних технологій. СПА-індустрія – чи не єдина сфера бізнесу, де поєднання класичних продуктів з новітніми технологіями приносить значні доходи. Клієнти однаково цінують тисячолітні методи масажу та релаксації для відпочинку, здоров'я та краси, а також охоче пробують інноваційні пристрої для корекції своєї зовнішності, які маркетологи активно використовують для створення конкурентної переваги.

5. Мода і стиль. Будучи частиною індустрії краси, СПА-послуги тісно пов'язані з тенденціями світової моди. Клієнти СПА здебільшого очікують не лише лікувального та розслаблюючого ефекту, а й обирають процедури та продукти, які відповідають сучасним стандартам краси. Такі аспекти, як використання передових технологій краси та тенденції догляду за шкірою, волоссям і нігтями, часто стають ключовими для задоволення потреб сучасних споживачів. Успішні Спа-центри враховують сучасні тенденції в галузі моди та стилю і повинні спиратися на них при розробці свого маркетингового комплексу.

6. Значення рекомендацій. Рекомендації відіграють важливу роль у СПА-бізнесі, оскільки високий рівень розуміння та персоналізоване обслуговування часто робить особисті рекомендації ключовим фактором у прийнятті рішень клієнтом. Довіра до особистих рекомендацій друзів або знайомих сприяє залученню нових клієнтів, підвищує лояльність і визначає успіх у конкурентному середовищі. Виникнення цієї довіри було б неможливим без високоякісного обслуговування, особистих стосунків з клієнтами та задоволення їх різноманітних потреб.

7. Потужний маркетинг. Комплекс маркетингу успішного СПА-центру, враховуючи очікування клієнтів із доходом значно вище середнього, вражає своєю потужністю та високою якістю, поєднує ефективні стратегії для

створення унікального бренду. Ці комплекси орієнтовані на індивідуальний підхід, включаючи першокласне обслуговування, персоналізовані програми, використання новітніх технологій і складні маркетингові кампанії. Вони не тільки задовольняють високі очікування своїх клієнтів, але й встановлюють галузеві стандарти, забезпечують винятковий досвід і відмінні результати, тим самим зміцнюючи лояльність і залучаючи нових клієнтів у світ розкішного відпочинку та краси.

Враховуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що СПА-індустрія є унікальним і динамічним середовищем, де для досягнення успіху необхідно враховувати численні особливості галузі. Проте ми вважаємо, що вкрай важливо розвивати два окремих, але однаково важливих напрямки маркетингу: перший спрямований на залучення нових клієнтів, а другий спрямований на підтримку довгострокового інтересу та активної лояльності. Двостороння взаємодія з цільовою аудиторією може призвести до довгострокового успіху.

Загалом потужність того чи іншого маркетингового комплексу залежить від профілю SPA-центру, його цільових аудиторій та стадії життєвого циклу, коли молоді центри використовують більш агресивні маркетингові стратегії та програми у публічному полі, а більш відомі – скоріше йдуть шляхом підтримки репутації та роботи з поточними клієнтами.

Основні напрямки, які на нашу думку, сприятимуть розбудові ефективного маркетингу СПА-центрів та салонів відображено в табл. 3.4.

Таблиця 3.4 – Основні напрямки розбудови ефективного маркетингу СПА-центрів та салонів

Напрямок	Характеристика
Стратегія широкого профілю або нішева стратегія	Визначальним елементом маркетингу СПА-центру є визначення стратегії на основі цілей та ресурсів компанії. Стратегія широкого профілю та нішева стратегія вимагають різного підходу до організації подальшого маркетингового процесу та різних інвестицій в інфраструктуру та маркетинг. СПА-центри широкого профілю потребують зваженої інтегрованої стратегії продукту, коли клієнт поступово розкриває для себе усі сервіси та переваги крок за кроком. Компанії, що фокусують діяльність



	на одній чи декількох нішах, мають бути більш агресивні у просуванні та доведенні, що вони найкращі саме в цих послугах та мають непереможні конкурентні переваги.
Цифрова екосистема	Для типової цільової аудиторії СПА-центру чи салону головними каналами отримання інформації здебільшого є цифрові канали у всіх їх проявах, що зумовлює необхідність розбудови потужної та всеосяжної цифрової екосистеми просування бізнесу та створення професійних воронки продажів у цифровому полі. Така екосистема обов'язково має включати веб-сайт, сторінки у соціальних медіа, канали в месенджерах, email розсилки, мобільний додаток тощо.
Реклама, SEO-просування та контент-маркетинг	Елементи цифрової екосистеми потребують наповнення унікальним, цікавим та захоплюючим контентом, який виділяє компанію серед конкурентів. Для галузі СПА потрібен баланс текстових, фото та відео матеріалів, які всеосяжно розкривають переваги компанії та її послуг. Просування такого контенту має відбуватись як за допомогою реклами в Google та соціальних медіа, так і за допомогою грамотної пошукової оптимізації, тобто SEO-просування.
Керування репутацією та взаємодія з клієнтами (SERM)	Активність у соціальних мережах, а також велика залежність від особистих рекомендацій клієнтів робить здатність професійно відповідати на відгуки та коментарі клієнтів важливою частиною маркетингової стратегії СПА. Успішні СПА-центри використовують працю професійних SERM та SMM-спеціалістів для комунікації з клієнтами на публічних майданчиках з метою створення позитивного іміджу та грамотного реагування на можливі кризи чи негативну інформацію.
Співпраця з лідерами думок та впливовими особистостями	Інфлюенс-маркетинг є потужним інструментом для привертання уваги до СПА-центру. Співпраця з лідерами думок, впливовими особистостями та блогерами в сфері краси та догляду за собою дозволяє досягти більшого охоплення та підняти статус бренду. Активна участь відомих особистостей в маркетингових кампаніях СПА-центру додає елемент престижу та ексклюзивності, а також сприяє підвищенню авторитету та привертає увагу цільової аудиторії.

Партнерства та співпраця із суміжними бізнесами	Укладання партнерських угод та співпраця з іншими бізнесами, такими як готелі, ресторани, заміські клуби, медичні установи тощо, дозволяє розширити аудиторію та залучити нових клієнтів. Обмін рекомендаціями може бути вигідним для усіх сторін, об'єднаних у мережу суміжних бізнесів.
Подарункові програми та співпраця з B2B	Окремо необхідно виділити співпрацю з іншими підприємствами, не пов'язаних із сферою гостинності. Запровадження окремих програм для подарункових сертифікатів та гуртовий продаж таких сертифікатів для співробітників підприємств-партнерів є окремим важливим сегментом збільшення обсягу продажів та розширення клієнтської бази.
Сезонні та тимчасові пропозиції	Впровадження сезонних акцій та тимчасових знижок стимулює попит та допомагає залучати клієнтів, наприклад, у низький сезон, коли СПА-центр відносно не завантажений поточною клієнтською базою.

Джерело: складено автором

Наведені вище елементи маркетингового комплексу в основному використовуються для залучення нових клієнтів. Щоб утримати існуючих клієнтів, маркетологи повинні працювати в наступних напрямках (табл. 3.5).

Таблиця 3.5 – Основні напрямки розбудови ефективного маркетингу СПА-центрів та салонів для утримання існуючих клієнтів

Напрямок	Характеристика
Досконалість дизайну та функціоналу	Досконалість дизайну інтер'єру та гармонійне поєднання функціоналу всіх елементів центру відіграють надважливу роль у створенні естетично приємного та комфортного простору. Внутрішній дизайн повинен бути таким, щоб створювати атмосферу спокою та релаксації. Ергономіка та розташування обладнання мають сприяти максимальному комфорту клієнтів та ефективності роботи персоналу. Ефективне використання простору, зручні меблі та висока якість обладнання покращують відчуття клієнтів та їхнє загальне враження від перебування в СПА-центрі

Різноманітність альтернатив та програм	Для будь-якого ринку характерне пересичення клієнтів певними товарами або послугами. Ринок СПА-послуг не є виключенням. Однак, на відміну від традиційних товарів, галузь має широкі можливості змінювати програми, комбінуючи різні процедури, використовуючи інноваційне обладнання, впроваджуючи нові ідеї зі світу моди та стилю, що дає змогу виділитись на фоні конкурентів та продемонструвати конкурентні переваги
Демонстрація прогресу та ефективності	Для довгострокового утримання клієнтів велике значення мають ефективність послуг та демонстрація прогресу. За нагоди майстри та персонал СПА-центру мають демонструвати клієнтам результати відвідування та проходження процедур. Результати можуть бути як у візуально осяжному вигляді (зниження ваги, покращення стану шкіри чи волосся, корекція фігури тощо), так і у більш емоційній площині (покращення загального відчуття, настрою, емоційного стану тощо). Маркетологи мають продумати та створити ненав'язливу систему усвідомлення результатів клієнтами для створення довгострокового попиту
Турбота та особиста симпатія	Нерідко дружні відносини та особиста симпатія між майстрами СПА-центру та клієнтами є основою довгострокових відносин. Маркетологи мають забезпечити персонал центру усім необхідним для створення та підтримки таких відносин, починаючи від усвідомлення персоналом власного внеску у загальний успіх та закінчуючи більш практичними маркетинговими інструментами
Гігієна та комфорт	Забезпечення найвищого рівня гігієни та комфорту в СПА-центрі є безумовною передумовою для утримання клієнтів, особливо в галузі СПА, де клієнт очікує бездоганного сервісу, навіть краще ніж вдома
Програми лояльності	Спеціальні програми лояльності, які надають знижки, бонуси чи ексклюзивні послуги для постійних клієнтів, стимулюють повторні візити та підтримують довгострокові відносини. У сучасних СПА-центрах особливу роль відіграє особистий кабінет у мобільному додатку, через який виражено застосовуються індивідуальні програми лояльності, виходячи з уподобань клієнта

Джерело: складено автором

Загалом, сила того чи іншого маркетингового комплексу залежить від іміджу SPA-центру, цільової аудиторії та етапу життєвого циклу. Молодим ще центрам рекомендуємо використовувати більш агресивні маркетингові стратегії та програми, а більш відомим центрам доцільно віддавати перевагу підтримці репутації та роботи з наявними клієнтами.

### **3.3. Імплементация міжнародного стандарту ISO 17679:2016 tourism end related services. wellness spa – servise requirements у туристичну практику України**

Гармонізація сфери гостинності з відповідними міжнародними практиками є квінтесенцією сучасного етапу розвитку туризму для України, яка зараз переживає важкі часи повномасштабної війни. Можливість гармонізації підкреслюється не лише міжнародним, а й національним законодавством. Угода СОТ про технічні бар'єри в торгівлі забезпечує отримання результатів оцінки відповідності таким чином, щоб вони були прийняті скрізь і щоб вони не були обтяжені необґрунтованими технічними бар'єрами для міжнародних відносин між країнами. Пожвавлення цього процесу має стати наслідком курсу України на євроінтеграцію. Слід чітко вказати, що будь-яка країна, яка прагне стати членом ЄС, має запровадити на національному рівні прийнятні 80% стандартів, що діють в ЄС [21].

Міжнародні організації, які реалізують сертифікацію гостинних послуг, включають Європейський Комітет з оцінювання та сертифікації систем якості (EQS), Європейську мережу оцінювання та сертифікації систем якості (ЕОТС) та Міжнародну організацію із стандартизацію (ISO). В Україні ці функції виконує Національний орган стандартизації ДП «УкрНДНЦ». Відповідно до ст. 11 Закону України «Про стандартизацію» національні органи стандартизації сприяють та здійснюють усі заходи для гармонізації національних стандартів із стандартами на міжнародному та регіональному рівнях [15].

Громадська спілка «Національна туристична організація України» проводить значну роботу щодо підвищення якості обслуговування туристів на території України та регулює підприємницьку діяльність у сфері гостинності. НТОУ об'єднує професіоналів туристичного сектору, експертів туристичного сектору, незалежні міжнародні або національні сертифікаційні організації та агентства, щоб організувати повний цикл впровадження стандартів у практичну діяльність суб'єктів по всьому ланцюжку туристичного продукту: навчання→консультації→впровадження→аудит→сертифікація→технічний нагляд [33].

З метою підвищення якості туристичних послуг в Україні НТОУ розробив низку Методичних рекомендацій, які є неофіційними перекладами міжнародних стандартів, прийнятих як інформація для споживача.

На нашу думку, в Україні необхідно застосовувати міжнародний стандарт ISO 17679:2016 Tourism and related services. Wellness spa. Service requirements (Туризм та пов'язані з ним послуги. Оздоровчі СПА-центри. Вимоги до послуг). Цей документ містить типові стандарти для послуг оздоровчих санаторіїв, враховуючи їх розташування, національну та культурну ідентичність. Слід зазначити, що стандарт ISO 17679:2016 не поширюється на медичні Спа-центри та центри таласотерапії. Його можна застосовувати до будь-яких типів і розмірів оздоровчих Спа-центрів, навіть якщо вони додатково містять іншу діяльність, зокрема, надають послуги з розміщення, лікування або фітнесу [27].

В даний час Спа-курорти та таласотерапевтичні заклади представляють собою інноваційні види курортів, які виникли в наш час у зв'язку з вищезазначеними змінами, вимогами дня, трансформацією ринкової ситуації в індустрії гостинності та змінами в уподобаннях людей [25].

Виконуючи оздоровчу, загальнозміцнюючу, профілактичну та валеологічну функції, такі заклади можуть розміщуватися як в рекреаційних зонах, так і в крайньому випадку в мегаполісах, великих туристичних центрах, навіть в елітних бізнес-готелях. Починаючи з 90-х років ХХ ст., майже всі

бальнеологічні курорти перейшли в концепцію організації європейського СПА та оздоровчого відпочинку, диверсифікувавши свою курортну продукцію в комплексних оздоровчих центрах [19].

Співпраця з індустрією краси та здоров'я стає популярною в сучасному готельному бізнесі, результатом чого є СПА-готелі та курортні готелі зі СПА-центрами. Згідно з міжнародними стандартами, будь-який готель повинен похвалитися СПА-комплексом у своїй інфраструктурі, щоб отримати можливість отримати сертифікат 4 або 5\*.

Стандарт ISO 17679:2016 визначає, що в Spa-центрі мають бути достатньо великі приміщення, щоб гостю було безпечно та комфортно навіть у годину пік. Елементи інфраструктури приміщення повинні включати зону прийому (добре освітленою, безбар'єрною), процедурну зону (оснащена системою регулювання освітлення, кондиціонування повітря, системою безпеки). Оздоровчий Spa-центр повинен забезпечувати чистоту, належний хімічний склад води для усіх водних оздоровчих об'єктів, які призначені для загального використання [27].

Стандарт ISO 17679:2016 визначає також вимоги до персоналу. Вище керівництво Spa-центру має переконатися, що підбір працівників на всі посади чи функції відповідає відповідним вимогам і стандартам, а також розробити посадові карти (посадові інструкції), які є ключовим аспектом у забезпеченні високого рівня обслуговування. Крім того, керівництво несе відповідальність за обов'язкову організацію стажування для нових співробітників і короткострокового базового навчання для тимчасових працівників. Слід зосередити зусилля на розвитку систем внутрішньої комунікації, щоб усі співробітники отримували вичерпну інформацію, відгуки про результати обслуговування та задоволеність клієнтів роботою, за яку відповідає той чи інший працівник. Система повинна гарантувати, що всі пропозиції та коментарі від членів команди та реакція керівництва на них аналізуються.

Глава 6 стандарту ISO 17679:2016 присвячена належній гігієнічній практиці під час надання СПА-послуг, тоді як глава 7 визначає правила обслуговування клієнтів. Базовими тут є вимоги до сповіщень, бронювання та

прийому гостей. Так, при реєстрації гостей працівники рецепції повинні ознайомити гостей з інформаційним листом, в якому роз'яснюються можливі протипоказання щодо процедури. Усі продукти, які використовуються в програмі, мають відповідати міжнародним та/або національним стандартам. Спа-центри повинні забезпечити хоча б мануальну терапію та водні процедури. Крім того, оздоровчі СПА-центри можуть пропонувати комплекси різноманітних заходів (діяльність у прямому контакті з природою: прогулянки або сон у лісах, горах, на узбережжі чи річках; заходи з використанням обладнання, яке дозволяє взаємодіяти з природою: закриті сади, соляні камери, обладнані приміщення з небулайзерами очищених кисневих сумішей, додатковими ін'єкціями негативних іонів, а також психогімнастикою, турецькими лазнями, йогою, цигун, медитацією, софрологією, тайцзи) [27].

Конкурентною перевагою закладів, що надають СПА-послуги відповідно до стандарту ISO 17679:2016, є екологічна політика, яка забезпечує досягнення цілей сталого розвитку: Ціль 6 – управління водними ресурсами і зменшення забруднення, ціль 7 – енергоефективність та чиста енергія, Ціль 8 – соціальна відповідальність, гідна праця та економічне зростання. Це, своєю чергою, дозволяє залучати нових клієнтів, ефективно використовувати ресурси, покращувати свою репутацію та бути визнаним серед світових лідерів завдяки визнанню GSTC (Global Sustainable Tourism Council) або інших схем сертифікації, що впливають з національних ініціатив держав-членів ЄС.

На сьогодні в Україні немає окремих стандартів чи вимог, які б регламентували діяльність Спа-центрів. Є лише трохи інформації про приміщення для біовідновлення організму. Так, басейн, сауна, тренажерний зал, солярій, масажний кабінет, спортивний зал обов'язково мають бути у тризірковому готелі, розташованому на курортах і в зонах відпочинку [26].

Деталі щодо планування місткості громадських місць, у тому числі місць і будівель, що використовуються для спортивних та оздоровчих цілей, де можуть надаватися і Спа-послуги регулюються п. 6.3.5 ДБН В.2.2-20:2008 Будинки і споруди. Готелі [8].

Таким чином, в процесі дослідження та аналізу характеристик

впровадження міжнародного стандарту ISO 17679:2016 Tourism and related services. Wellness spa. Service requirements для туристичної практики в Україні було визнано, що він є важливим кроком у покращенні якості послуг у СПА та оздоровчому секторі. Впровадження цього стандарту сприятиме підвищенню конкурентоспроможності готельного господарства України на міжнародному ринку, створенню позитивного іміджу країни у свідомості іноземних туристів, тим самим збільшенню туристичних потоків та кількості туристів.



## РОЗДІЛ 4

### ОХОРОНА ПРАЦІ

#### **4.1. Аналіз стану охорони праці і заходи покращення виробничої санітарії і гігієни праці у підприємствах та організаціях туристичної галузі**

Безпека життя і здоров'я туристів є важливим елементом організації туризму. Небезпеки фізичного і соціального характеру повинні прийматися до уваги підприємствами та організаціями туристичної галузі, яким варто мінімізувати й запобігати різноманітним ризикам загроз безпеці туристської діяльності. Забезпечення безпеки передбачає цілий комплекс заходів у рамках національного та міжнародного законодавства, що гарантують безпеку переміщення туристів по території держави, їхнього перебування, збереження здоров'я, життя і майна.

У Гаазькій декларації по туризму відзначається, що для того, щоб нормально функціонувати і розвиватися, туризм має потребу в безпеці для мандрівників і подорожуючих, як національних, так і міжнародних, і для їхньої особистої власності.

Безпека подорожей задекларована в Хартії туризму. Міжнародний досвід з розробки заходів безпеки туризму досліджується й узагальнюється Світовою організацією торгівлі.

Безпека туристів і захист у сфері туризму зв'язані з великою кількістю правил і постанов, що повинні виконуватися не тільки туристською адміністрацією, але і цілим рядом інших адміністративних органів, що працюють у різних економічних і соціальних секторах (фінанси, охорона здоров'я, охорона навколишнього середовища, розвиток територій, енергетика, зайнятість і т.п.), і насамперед у приватному.

В Україні діє Закон України “Про туризм”, що передбачає систему гарантування безпеки туристів та порядок продажу туристичних послуг, враховуючи розгляд усіляких ризиків, що можуть спричинити несприятливі наслідки і завдати шкоди здоров'ю туриста та його майну [18].

Згідно із Законом [18] з метою забезпечення безпеки туристів підприємства та організації туристичної галузі зобов'язані:

- інформувати туристів про можливі небезпеки під час подорожі, необхідність виконання загальнообов'язкових вимог і запобіжних чи попереджувальних заходів (медичних щеплень тощо);
- створювати безпечні умови в місцях надання туристичних послуг, забезпечувати належне облаштування трас походів, прогулянок, екскурсій тощо;
- гарантувати спеціальні вимоги безпеки під час надання туристичних послуг з підвищеним ризиком (автомобільний, гірський, лижний, велосипедний, водний, мотоциклетний, пішохідний туризм, спелеотуризм тощо);
- забезпечувати туристів кваліфікованими фахівцями туристичного супроводу, спеціальним спорядженням та інвентарем;
- забезпечувати навчання туристів засобам профілактики і захисту від травм, попередження нещасних випадків та надання першої медичної допомоги;
- забезпечувати надання оперативної допомоги особам, які постраждали під час подорожі, транспортування потерпілих;
- оперативно інформувати органи місцевої влади та відповідальних осіб про надзвичайні ситуації, в яких опинилися туристи, подавати відомості про зниклих осіб.

В Україні також діє міждержавний стандарт (ГОСТ 28681.1-95) “Туристично-екскурсійне обслуговування”, який передбачає порядок проектування туристичних послуг, включаючи розгляд можливих ризиків, які можуть викликати негативні наслідки і спричинити шкоду здоров'ю туриста та його майну.

Особи, які організують експлуатацію туристичних ресурсів, зобов'язані забезпечувати виконання вимог щодо охорони довкілля та охорони культурної

спадщини, а також вживати заходів щодо забезпечення мінімізації або припинення шкідливого впливу на довкілля і соціально-культурне середовище та компенсувати завдані їм при цьому збитки.

Надання необхідної допомоги туристам, які опинилися у надзвичайній ситуації в межах території України, здійснюється спеціалізованими державними, комунальними та приватними службами, а також рятувальними командами, що утворюються відповідно до законодавства. Організація рятувальних команд і порядок здійснення рятувальних заходів визначаються Кабміном в Україні. Держава забезпечує захист законних прав та інтересів іноземних туристів до законодавства та міжнародних договорів України.

Таким чином, на створення привабливих та одночасно сприятливих і безпечних умов перебування туристів і рекреантів в місцях тривалого відпочинку та тимчасового перебування впливають як технічні засоби інфраструктурного забезпечення, так і людський чинник з усіма факторами сприяння або загрози безпеці, створення умов гостинності та якості послуг.

Ефективним напрямком підвищення безпеки в туризмі є розробка та реалізація превентивних заходів, що дозволяє знизити частоту негативних подій і важкість наслідків та скоротити загальні витрати на гарантування безпеки. Прихильники такого підходу вважають, що підприємство, яке мінімізує витрати, має прагнути до того, щоб маржинальні витрати превентивних заходів були рівні маржинальним витратам ліквідації наслідків негативних подій, що відбулися (аварій, катастроф, нещасних випадків, збоїв у процесі виробництва і реалізації туристичного продукту тощо). Отже, на розробку та реалізацію превентивних заходів варто спрямовувати ресурси доти, поки сумарні/загальні витрати на гарантування безпеки не виявляться мінімальними.

Превентивні заходи підприємств та організацій туристичної галузі мають підвищити рівень безпеки в туризмі, зокрема щодо безпеки інфраструктурного забезпечення. Практика показує, що співвідношення витрат, здійснених до моменту настання негативної події і різних втрат, наприклад готелю, зокрема витрат на ліквідацію наслідків небезпеки та відновлення майна і ресурсів,

дорівнює 1/15. Необхідність проведення превентивних заходів не викликає сумнівів, але на цей час не розроблена методика оцінювання, якого розміру мають бути ці заходи з матеріальної, трудової, фінансової точки зору. Крім цього, витрати на дослідження негативної події можна зарахувати як до превентивних, так і до ліквідаційних. Як бачимо, існує ряд складних і донині не вирішених питань щодо врахування усіх можливих факторів впливу на безпеку туристичних підприємств і організацій.

Ефективне вирішення проблеми безпеки у сфері туризму вимагає системного підходу, заснованого на аналізі функціонування об'єкта, виявленні найуразливіших зон і особливо небезпечних загроз, складання всіх можливих сценаріїв кримінальних дій та виробленні адекватних заходів протидії.

Працівники служби безпеки підприємств та організацій туристичної галузі мають постійно вивчати досвід експлуатації своїх інфраструктурних об'єктів і роботи служб безпеки, дані статистики правопорушень, мати консультаційну взаємодію з фахівцями державних служб охорони порядку, пожежної безпеки, силових відомств.

Перехід до нової, сучасної концепції туристичної безпеки, яка передбачає застосування складної спеціальної техніки, вимагає перегляду тактичних аспектів в роботі підприємств та організацій туристичної галузі. Для цього необхідно реалізувати такі організаційні заходи: розробити детальні інструкції дій у всіх можливих позаштатних ситуаціях і надати детальні коментарі щодо їх виконання для кожного працівника; скласти короткі, багатоінформативні та зрозумілі інструкції стосовно користування засобами безпеки для туристів, у які мають бути внесені короткі правила поведінки у разі екстремальної ситуації; регулярно проводити заняття з підвищення кваліфікації персоналу служби безпеки; проводити навчання персоналу з правил користування апаратурою безпеки; організувати для персоналу періодичну (не менш одного разу на рік) перевірку знань у сфері безпеки; організувати нечисленну, але професійну інженерну службу (у межах штату служби безпеки), серед обов'язків якої було б проведення технічного обслуговування туристичних підприємств.

## 4.2. Пожежна безпека

Вогонь, що вийшов із-під контролю, здатний викликати значні руйнівні та смертоносні наслідки. До таких проявів вогняної стихії належать пожежі.

Пожежа – неконтрольоване горіння поза спеціальним вогнищем, що розповсюджується у часі і просторі.

Залежно від розмірів матеріальних збитків пожежі поділяються на особливо великі (коли збитки становлять від 10000 і більше розмірів мінімальної заробітної плати) і великі (збитки сягають від 1000 до 10 000 розмірів мінімальної заробітної плати) та інші. Проте наслідки пожеж не обмежуються суто матеріальними втратами, пов'язаними зі знищенням або пошкодженням основних виробничих та невиробничих фондів, товарно-матеріальних цінностей, особистого майна населення, витратами на ліквідацію пожежі та її наслідків, на компенсацію постраждалим і т. ін. Найвідчутнішими, безперечно, є соціальні наслідки, які, передусім, пов'язуються з загибеллю і травмуванням людей, а також порушенням їх фізичного та психологічного стану, зростанням захворюваності населення, підвищенням соціальної напруги у суспільстві внаслідок втрати житлового фонду, позбавленням робочих місць тощо.

Не слід забувати й про екологічні наслідки пожеж, до яких, у першу чергу, можна віднести забруднення навколишнього середовища продуктами горіння, засобами пожежогасіння та пошкодженими матеріалами, руйнування озонового шару, втрати атмосферою кисню, теплове забруднення, посилення парникового ефекту тощо.

Цілком закономірно, що повинна існувати безпосередня зацікавленість підприємств та організацій туристичної галузі у зниженні вірогідності виникнення пожеж і зменшенні шкоди від них. Досягнення цієї мети є досить актуальним і складним соціально-економічним завданням, вирішенню якого повинні сприяти системи пожежної безпеки.

Пожежна безпека об'єкта – це стан об'єкта, за якого з регламентованою імовірністю виключається можливість виникнення і розвитку пожежі та впливу

на людей її небезпечних факторів, а також забезпечується захист матеріальних цінностей.

Системи пожежної безпеки – це комплекс організаційних заходів і технічних засобів, спрямованих на запобігання пожежі та збитків від неї.

Відповідно до ГОСТ 12.1.004-91 пожежна безпека об'єкта повинна забезпечуватися системою запобігання пожежі, системою протипожежного захисту і системою організаційно-технічних заходів

Системи пожежної безпеки мають запобігти виникненню пожежі і впливу на людей небезпечних факторів пожежі на необхідному рівні. Потрібний рівень пожежної безпеки людей за допомогою зазначених систем, згідно з ГОСТ 12.1.004-91, не повинен бути меншим за 0,999999 відвернення впливу на кожну людину, а допустимий рівень пожежної небезпеки для людей не може перевищувати  $10^{-6}$  впливу небезпечних факторів пожежі, що перевищують гранично допустимі значення на рік у розрахунку на кожну людину.

Об'єкти, пожежі на яких можуть призвести до загибелі або масового ураження людей небезпечними факторами пожежі та їх вторинними проявами, а також до значного пошкодження матеріальних цінностей, повинні мати системи пожежної безпеки, що забезпечують мінімально можливу імовірність виникнення пожежі.

Основними вихідними даними при розробці комплексу технічних і організаційних рішень щодо забезпечення потрібного рівня пожежної безпеки в кожному конкретному випадку є чинна законодавча і нормативно-технічна база з питань пожежної безпеки, вибухопожежонебезпечні властивості матеріалів і речовин, що застосовуються у виробничому циклі, кількість вибухопожежонебезпечних матеріалів і речовин і особливості виробництва.

На основі цих вихідних даних визначаються такі критерії вибухопожежонебезпеки об'єкта, як категорії приміщень і будівель за вибуховою і пожежною небезпекою, а також класи вибухонебезпечних і пожежонебезпечних зон.

### 4.3. Інструкція з охорони праці для менеджера з туризму

Охорона праці відіграє важливу роль як суспільний чинник, оскільки, якими б вагомим не були трудові здобутки, вони не можуть компенсувати людині втраченого здоров'я, а тим більше життя.

Менеджер з туризму зобов'язаний дотримуватись вимог законодавчих та загальних нормативно-правових актів України з питань охорони праці, пожежної і радіаційної безпеки та безпеки життєдіяльності, а також інструктивно-методичних документів з питань безпеки життєдіяльності.

Також менеджер з туризму повинен бути ознайомлений з такими Державними міжгалузевими та галузевими нормативними актами про охорону праці як “Типове положення про навчання, інструктаж і перевірку знань працівників з питань охорони праці”; “Типове положення про інструктажі, спеціальне навчання та перевірку знань з питань пожежної безпеки на підприємствах, в установах та організаціях України”; “Положення про організацію наукової, науково – технічної діяльності у вищих навчальних закладах III та IV рівнів акредитації”.

Охорона праці менеджера з туризму заснована на чинному законодавстві: Закон України “Про охорону праці”, Закон України “Про освіту” , Закон України “Про обов'язкове державне соціальне страхування”; Закон України “Про пожежну безпеку”, “Кодекс законів про працю” та нормативно-правових актів з питань охорони праці, пожежної безпеки, техніки безпеки та безпеки життєдіяльності.

Інструкція з охорони праці встановлює вимоги щодо охорони праці та безпеки життєдіяльності менеджера з туризму. До роботи менеджера з туризму на туристичному підприємстві допускаються особи, які мають спеціальну освіту, підтверджену документом установленної форми (дипломом), можливо навіть стаж роботи і які пройшли:

- попередній профілактичний медичний огляд. Під час влаштування на роботу менеджер з туризму проходить попередній медичний огляд, у подальшій роботі медогляди проходить періодично один раз на рік;

- інструктаж з питань охорони праці та безпеки життєдіяльності на робочому місці.

Тобто, при прийому на роботу менеджер з туризму проходить інструктаж з охорони праці на техніки безпеки на робочому місці, який завершується підписом в журналі реєстрації інструктажів з охорони праці на робочому місці туристичного підприємства. Первинний інструктаж із новим працівником є обов'язковим. Мета інструктажу – навчити його правильно і безпечно виконувати свої трудові обов'язки. Він включає такі пункти: обережне користування електроприладами (чайник, кондиціонер, комп'ютер, принтер, телефон) та оргтехнікою на підприємстві.

Менеджери з туризму більшу частину своєї роботи проводять в офісі і мають власне робоче місце. Для ефективної роботи працівника робоче місце має бути правильно організоване.

Меблі слід добирати згідно з функціональними, ергономічними, психофізіологічними і естетичними вимогами. Розміщення меблів і засобів оргтехніки має забезпечувати зручне використання їх.

Організація робочого місця менеджера передбачає:

- упорядкування і планування приміщення, в якому воно знаходиться;
- вибір і обладнання робочого місця засобами і предметами праці;
- розміщення предметів праці на робочому місці у певному порядку.

Існує декілька правил, що стосуються робочого місця. Зокрема, в туристичному офісі заборонене використання будь-яких предметів і рослин (отруйних, колючих), які можуть негативно позначитися на здоров'ї.

Оформлення туристичного кабінету повинно відповідати рекомендованим санітарно-гігієнічним, технічним нормам (освітленості, температури, вологості, швидкості руху повітря) та естетичним вимогам.

Туристичний кабінет розташовується в приміщеннях з достатнім природним та штучним освітленням, звуковою ізоляцією, необхідною кількістю розеток. Кімната повинна забезпечувати психотерапевтичний ефект. Підвищенню комфортності сприяють кімнатні рослини, акваріуми, зображення природи, гарних картинок екзотичних країн, виставлені сувеніри тощо.



Для кращого розсіювання та відбиття світла рекомендується стелю фарбувати у білий колір. Якщо вікна у приміщенні виходять на сонячний бік, то стіни краще оформляти у прохолодні тони: блакитний, зеленуватий, салатний. Для приміщень з вікнами, орієнтованими на північ, північний захід, північний схід більше підходять кольори теплої гами: жовтуватий, світло-рожевий, пісковий. Підлога, незалежно від матеріалу, з якого вона зроблена, повинна мати темніший колір, ніж стіни.

Але сучасний дизайн іноді диктує нам зовсім інші вимоги. Оскільки туристичний офіс має асоціюватися у клієнтів з відпочинком: морем, сонцем, можна оформити його у яскравих кольорах з доданням блакитних та жовтих кольорів, а також гарно виглядають в туристичному офісі саме картинки екзотичних країн, туристичні карти, глобуси.

Під час виконання своїх обов'язків менеджер з туризму піддається діям наступних небезпечних і шкідливих факторів:

- психофізіологічна напруга;
- висока концентрація уваги;
- електронебезпека;
- пожежонебезпека;
- порушення мікрокліматичних умов в приміщенні.

Також, менеджер з туризму повинен дотримуватися затвердженого на турфірмі режиму роботи: 10:00 – 19:00.

Отже, знання й виконання усіх вимог інструкції з охорони праці є посадовими обов'язками менеджера з туризму, а їхнє недотримання – порушенням трудової дисципліни, що веде до відповідальності, встановленої законодавством України.

## ВИСНОВКИ

В кваліфікаційній роботі проведено дослідження сучасного стану Spa- та wellness-туризму в Україні і світі та розроблено рекомендації щодо перспектив його розвитку в сучасних умовах.

Spa- та wellness-туризм у сучасному світі є важливим світовим ринком, який швидко зростає, випереджаючи розвиток інших секторів туризму та справляючи значний економічний вплив на інші сектори економіки. Spa- та wellness-індустрія характеризується значно меншою залежністю від сезонних та кризових тенденцій.

СПА і велнес-туризм слід розглядати в контексті більш загальної концепції «індустрії оздоровлення», невід'ємною частиною якої він є разом із психічним здоров'ям, фізичним здоров'ям, оздоровленням на робочому місці, курортами, гарячими та мінеральними джерелами, доглядом за собою, громадським здоров'ям, профілактичною та персоналізованою медициною, традиційною та альтернативною медициною.

SPA і wellness як концепція здорового способу життя увійшли в готельний бізнес і поступово переймають там провідні місця в переліку додаткових послуг, які сприяють підвищенню рентабельності і конкурентоспроможності готелю. SPA в готелях різних категорій допомагають покращити обслуговування туристів, внесенню в роботу елементів нестандартного готельного сервісу, залучити нових туристів і створити унікальну ідентичність готелю. SPA-послуги пропонуються спеціалізованим SPA-готелями та wellness-готелями в межах міста або за його межами Destination SPA – без будь-якого зв'язку з медичними послугами.

Глобальна тенденція розвитку Spa- та wellness-туризму має такі особливості: загальні фактори сприяння розвитку в'їзного та оздоровчого туризму; специфічні фактори, які враховують особливості мислення місцевих жителів; інноваційні фактори розвитку велнес туризму; фактори, які взаємодіють у секторі wellness; наявність системи просування туристичних послуг на національному рівні та на рівні комерційних установ.

В сучасному світі Spa- та wellness-туризм є глобальним ринком, який швидко зростає, випереджає розвиток інших секторів туризму та має значний економічний вплив на різні сектори економіки. Особливість wellness-індустрії полягає в тому, що вона набагато менше залежить від сезонних і кризових тенденцій. Міжнародний ринок оздоровчих послуг перебуває у стадії бурхливого розвитку. У багатьох розвинутих країнах світу wellness-відпочинок став невід'ємною частиною життя людей. Зростаюче щоденне навантаження на здоров'я приводить тисячі клієнтів до велнес-закладів по всьому світу. Найбільше споживачів велнес-послуг мають такі країни, як США, Німеччина, Італія та Японія. З точки зору майбутньої європейської інтеграції України велике значення має дослідження конкретної ситуації розвитку оздоровчого туризму в Європі.

Україна багата всіма ресурсами, необхідними для wellness-готелів, серед яких можна зосередити увагу на бальнеотерапії, кліматичних і ландшафтних ресурсах. Що стосується бальнеологічних ресурсів, то в Україні є мінеральні води всіх основних бальнеологічних категорій. Серед них «Миргородська», «Куяльник», «Поляна Квасова», «Берегівська мінеральна вода», «Нафтуся» та радонова вода унікальна і має світове значення.

До ключових аспектів оздоровчого туризму в Україні можна віднести: Spa-відпочинок, традиційні методи лікування, природне лікування, wellness retreats, екотуризм, медичний туризм, помірний клімат, термальні джерела, Карпатські соляні печери, фітотерапія та дієтологія.

Вважаємо, що на сьогоднішній день, в рамках створення і розвитку Spa- та wellness-туризм в Україні необхідно впровадити стандарти Європейської СПА Асоціації в нормативно-правову базу України, розробити та впровадити стандарти якості надання wellness-послуг, перевірити та затвердити обладнання для SPA і оздоровчих процедур. Тому інвестування в нові сучасні Spa- та wellness-готелі стане більш привабливим, оскільки ця ринкова ніша залишається вакантною та користується високим попитом.

Основними характеристиками ринку СПА-процедур, які є визначальними для ефективного маркетингового розвитку СПА-центрів і салонів, є:

преміальний попит, сегментація ринку, гендерна нерівність у попиті, поєднання класики та інноваційних технологій, мода і стиль, значення рекомендацій, потужний маркетинг. Загалом, сила того чи іншого маркетингового комплексу залежить від іміджу SPA-центру, цільової аудиторії та етапу життєвого циклу. Молодим ще центрам рекомендуємо використовувати більш агресивні маркетингові стратегії та програми, а більш відомим центрам доцільно віддавати перевагу підтримці репутації та роботи з наявними клієнтами.

Гармонізація сфери гостинності з відповідними міжнародними практиками є квінтесенцією сучасного етапу розвитку туризму для України, яка зараз переживає важкі часи повномасштабної війни. Можливість гармонізації підкреслюється не лише міжнародним, а й національним законодавством. Угода СОТ про технічні бар'єри в торгівлі забезпечує отримання результатів оцінки відповідності таким чином, щоб вони були прийняті скрізь і щоб вони не були обтяжені необґрунтованими технічними бар'єрами для міжнародних відносин між країнами. Пожвавлення цього процесу має стати наслідком курсу України на євроінтеграцію.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баєв В.В. Класифікація медичного туризму в умовах глобалізації міжнародного медичного простору. *Наукові праці МАУП*. 2016. Вип. 50(3). С. 124.
2. Безкоровайна Л. Управління проектами гостинності: ціноутворення, маркетингові стратегії, якість туристичних послуг. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка*. 2021. № 10 (20). DOI: [https://doi.org/10.33296/2707-0654-10\(20\)-13](https://doi.org/10.33296/2707-0654-10(20)-13)
3. Гаазька декларація по туризму. URL: [https://zakon.cc/law/document/read/995\\_904](https://zakon.cc/law/document/read/995_904) (дата звернення: 23.10.2024).
4. Галасюк С.С. Концептуальні підходи до визначення терміну «лікувально-оздоровчий туризм». *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 47. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-8> (дата звернення: 23.10.2024).
5. Галасюк С.С. Сучасний стан розвитку санаторно-курортної бази в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 15. С. 197–202.
6. Головата К.Ю. Перспективи застосування антивікового меню в закладах ресторанного господарства при готелях. *Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання», 21–22 березня 2019 р.* Черкаси : ЧДТУ, 2019. С. 34–36.
7. Грабар М.В., Кашка М.Ю., Пригара О.В. Методи використання лікувально-оздоровчого туризму на практиці. *Агросвіт*. 2021. № 15. С. 44–50. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306&6792.2021.15.44>
8. ДБН В.2.2- 20:2008 Будинки і споруди. Готелі. Міністерство регіонального розвитку та будівництва України. Київ. 2009. 45 с.
9. ДСТУ 4269:2003 Послуги туристичні. Класифікація готелів. Державне підприємство «Науково-дослідний інститут метрології вимірювальних і управляючих систем» (ДП НДІ «Система»). 13 с.
10. Дубінський С.В., Орлова В.М. Визначення факторів, які забезпечують розвиток медичного та лікувально-оздоровчого туризму в Україні. *Академічний огляд*. 2017. № 2 (47). С. 12–20.

11. Завадинська О.Ю. Світовий і вітчизняний досвід розвитку SPA-індустрії як перспективного напрямку надання послуг в сфері гостинності: *матер. IV Міжнар. наук.-практ. конф.-фестивалю «Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації» (м.Київ, 20-21 травня 2021 р.)*. Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2021. С. 340-343.

12. Зайцева В.М., Гурова Д.Д., Корнієнко О.М. та ін. Використання інноваційних технологій в галузі туризму : монографія. Дике Поле, 2015. 144 с.

13. Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1991, № 41, ст.546. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1264-12#Text> (дата звернення: 26.10.2024).

14. Закон України «Про місцеві державні адміністрації». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1999, № 20-21, ст.190. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/586-14#Text> (дата звернення: 26.10.2024).

15. Закон України «Про стандартизацію». *Відомості Верховної Ради*. 2014, № 31. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1315-18#Text> (дата звернення: 24.10.2024).

16. Звіт «Глобальний ринок оздоровчого туризму 2020» компанії «Technavio». URL: <https://www.technavio.com/report/globalwellness-tourism-market> (дата звернення: 28.10.2024).

17. Іщенко Т.І. Перспективи розвитку wellness-індустрії в готельному господарстві України. *Географія та туризм*. 2013. № 26. С. 87–93.

18. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці : Книги – XXI, 2008. 300 с, с. 54–55.

19. Клапчук В.М., Мельник Н.В., Мендела І.Я. Курортна справа : організація, територіальне планування, система управління: підручник. Івано-Франківськ, 2023. 291 с.

20. Колотуха О.В. Хартія туризму. Спортивний туризм та активна рекреація: географія, систематизація, практика (словник-довідник). URL: <https://geohub.org.ua/node/3059> (дата звернення: 12.11.2024).

21. Литвинська С. Гармонізація українських національних стандартів серії «Інформація та документація» з міжнародними й європейськими: здобутки і перспективи. URL: <http://surl.li/hmhej> (дата звернення: 28.10.2024).

22. Лубцов А.М. Інноваційні тенденції wellness-туризму. *Міжнародний мультидисциплінарний науковий журнал*. 2020. № 10. С. 9–12.

23. Марченко Н.І., Дітріх І.В. Перспективи застосування wellness-інновацій в індустрії гостинності. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: технічні науки*. 2020. Том 31(70). Ч. 2. С. 65–69.

24. Масляк П.О. Рекреаційна географія : навчальний посібник. Київ : Знання, 2008. 343 с.

25. Мельник Н., Мельник А. Курортні SPA: тренди найближчих років. *Збірник науково-практичних матеріалів Міжнародного курортнорекреаційного форуму. (Трускавець, 29–30 червня 2023 р.) / відп. ред. проф. В. Гуменюк*. Івано-Франківськ, ТУР-ІНТЕЛЕКТ. 2023. С. 30-34.

26. Методичні рекомендації МР НТОУ 03.07:2021 Готелі. Вимоги до послуг (відповідно до ISO 22483:2020). НТОУ. 2020. 60 с.

27. Методичні рекомендації МР НТОУ 04.02:2020 Туризм і пов'язані з ним послуги. Оздоровчі спа-центри. Вимоги до послуг (відповідно до ISO 17679:2016). НТОУ. 2020. 30 с.

28. Міхо О., Гаврілова Д. Курортно-лікувальний туризм у Закарпатській області. *Регіональний туризм: сучасний стан та шляхи оптимізації*. URL: <https://conf.krok.edu.ua/RT/RT/paper/view/573> (дата звернення: 22.10.2024).

29. Модернізація економіки в умовах зростання суспільної свідомості: туризм, людиномірність, партнерство, кооперація. *Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава 14 грудня 2017 р.)*. Полтава : ПУЕТ, 2017. 848 с, с. 620-625

30. Назаренко І.А., Сімакова О.О., Боднарук О.А. Сучасні тенденції розвитку sra-готелів України та визначення їх ролі у структурі sra-індустрії. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2018. № 5(1). С. 73–77. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu\\_ekon\\_2018\\_5%281%29\\_\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2018_5%281%29__15) (дата звернення: 23.10.2024).

31. Найкращі оздоровчі курорти США. URL: <http://mklub.com.ua/?p=3839> (дата звернення: 24.10.2024).
32. Наумік-Гладка К.Г. Маркетингові та психологічні аспекти діяльності spa-індустрії при готельних комплексах. *Modern Economics*. 2017. № 4. С. 100–106.
33. Офіційна сторінка НТОУ. URL: [https://nto.ua/standardization\\_ua.html](https://nto.ua/standardization_ua.html) (дата звернення: 22.10.2024).
34. Офіційний сайт Статистичної служби Європейського Союзу «Eurostat» URL: [https://ec.europa.eu/eurostat/home?p\\_auth=BMAauWo7&p\\_p\\_id=esta](https://ec.europa.eu/eurostat/home?p_auth=BMAauWo7&p_p_id=esta) (дата звернення: 22.10.2024).
35. Офіційний сайт Національного бюро подорожей і туризму (National Travel Tourism Office (NTTO)). URL: [https://travel.trade.gov/about/tourism\\_policy.asp](https://travel.trade.gov/about/tourism_policy.asp) (дата звернення: 24.10.2024).
36. Павленко Є.Є., Ільницька Г.С., Павленко В.О. Оздоровчий туризм : навч. посібник для студентів денної форми навчання. Х. : НФаУ. 2021. С. 10.
37. Павленко Є.Є. Оздоровчий туризм : навч. посібник для студентів денної форми навчання. Х. : НФаУ. 2021. 114 с.
38. Парфіненко А.Ю., Волкова І.І., Щербина В.І. Проблеми та перспективи розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні (у порівнянні з країнами центральної Європи). *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2018. № 7. С. 130–135.
39. Пересічна С.М. Тенденції розвитку СПА-індустрії в Україні. *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації: тези доповідей VII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Київ, 9–10 квіт., 2020 р.* Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2020. С. 50–53.
40. Про затвердження Загального положення про санаторно-курортний заклад : Постанова КМУ від 11.07.2001 р. №805 в редакції від 11.10.2002 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/805-2001-%D0%BF#Text> (дата звернення: 22.10.2024).



41. Про курорти: Закон України від 1.01.2000 №50 в редакції від 16.10.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2026-14#Text> (дата звернення: 22.10.2024).

42. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. №325/95-ВР в редакції від 16.10.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 22.10.2024).

43. Устименко Л., Булгакова Н. Розвиток wellness-туризму та його вплив на трансформацію туристичної індустрії України. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія Туризм*. 2019. № 2(1) С. 49–59. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.2.1.2019.173023>

44. Холявка В.З., Лешко Х.С., Мочульська О.М., Кухтій А.О. Сучасні аспекти, фактори впливу і перспективи розвитку медичного та лікувально-оздоровчого туризму в Україні. *Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України*. 2019. № 1. С. 25–33. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VSG\\_2019\\_1\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VSG_2019_1_6). (дата звернення: 22.10.2024).

45. Шаповалова О.О., Сапа Ю.А. Сучасні тенденції у розвитку «сра» і «wellness» туризму. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2013. № 1042, Вип. 1. С. 154–158. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhMv\\_2013\\_1042\\_1\\_36](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhMv_2013_1042_1_36) (дата звернення: 23.10.2024).

46. Шуплат О.М. Формування поняття «туризм» у сучасній економічній науці. *Ефективна економіка*. 2015. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4659> (дата звернення: 29.10.2024).

47. Щука Г.П., Ковальська Л.В., Гальків Л.І. Визначення змісту та структури лікувально-оздоровчого туризму. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. № 5. С. 91–97. DOI: <https://doi.org/10.36477/tourismhospcee-5-11>

48. Щука Г.П., Сокол Т.Г., Безрученков Ю.В. Wellness-туризм як інноваційна форма оздоровчого туризму. *Управління інноваційним процесом в Україні: напрями розвитку : тези доповідей ІХ Міжн. наук.- практик. конф-ції*. Львів, 2022. С. 87–88.

49. Andrea de la Hoz-Correa. Past themes and future trends in medical tourism research: A co-word analysis / Andrea de la Hoz-Correa, Francisco Muñoz-Leiva, Marta Bakucz. *Tourism Management*. 2018. Vol. 65. P. 200–211. Access mode : <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.10.001> (дата звернення: 28.10.2024).

50. Cesario Sandra K. Implications of medical tourism / Sandra K. Cesario // *Nursing for Women's Health*. 2018. Vol. 22 (3). P. 269–273. Access mode : <https://doi.org/10.1016/j.nwh.2018.03.008> (дата звернення: 23.10.2024).

51. Eight Dimensions of Wellness. 2019. Center for Psychiatric Rehabilitation. URL: <https://cpr.bu.edu/living-well/eightdimensions-of-wellness> (дата звернення: 24.10.2024).

52. Global Healthcare Travel Council. URL: <https://globalhtc.org/page/our-mission> (дата звернення: 26.10.2024).

53. Global Medical Tourism Market Report 2023 – Market Forecast, Trends and Strategies. 2023. URL: <https://www.thebusinessresearchcompany.com/press-release/medical-tourismmarket-2023> (дата звернення: 23.10.2024).

54. Global Wellness Tourism Market Research Report. 2023. 180 p. URL: <https://www.insightaceanalytic.com/report/wellness-tourism-market/1603> (дата звернення: 23.10.2024).

55. Global Wellness Summit. 2022. URL: <https://www.globalwellnesssummit.com/2022-global-wellness-summit/> (дата звернення: 22.10.2024).

56. Grénman M., Räikkönen J. Well-being and wellness tourism – Same, same but different? Conceptual discussions and empirical evidence. *Matkailututkimus*. 2015. № 1 1 (1). P. 7–25. URL: <https://journal.fi/matkailututkimus/article/view/90914> (дата звернення: 25.10.2024).

57. Johnston K., Puczkó L., Smith M. & Ellis S. Wellness Tourism and Medical Tourism: Where Do Spas Fit? Research Report: Global Spa Summit. LLC. 2011. 149 p. URL: <https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/06/Wellness-Tourism-and-Medical-Tourism-Report-Final.pdf> (дата звернення: 22.10.2024).

58. Joint Commission International. JCI-Accredited Organizations. URL: <http://www.jointcommissioninternational.org/about> (дата звернення: 23.10.2024).
59. Medical Tourism / Joanna Gaines, C. Virginia, Jay S. Keystone [et al.] // Travel Medicine (Fourth Edition), Elsevier. 2019. P. 371–375. Access mode : <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-54696-6.00039-2> (дата звернення: 23.10.2024).
60. New Study Reveals Wellness Tourism. URL: <http://www.travelandtourworld.com/news/article/wellness-tourism-439-billionmarket-study-reveals> (дата звернення: 24.10.2024).
61. Smith M., Puczko L. Health and wellness tourism. Greenwich, London 2023. 185 p., с. 52.
62. SpaBusinessAssociation. URL: <https://www.spabusinessassociation.co.uk/> (дата звернення: 22.10.2024).
63. 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 (дата звернення: 23.10.2024).
64. Tataru R., Mares P. V. The Wellness Stew. – Aalborg University. 2017. 96 p.
65. The Global Wellness Economy: Looking Beyond COVID – December 2021. 11.
66. Uberoi, S. Spa and wellness: What’s the difference? Medium. March 2, 2014. URL: <https://medium.com/spa-business/spaand-wellness-whats-the-difference-62e84ae29df1U> (дата звернення: 28.10.2024).
67. Yanthya P. S., Sri Ariyantib N. N., Rahyuda I. Wellness Tourism as a Tourist Attraction in Bali. URL: <http://erepo.unud.ac.id/id/eprint/11143/1/bb169ecc679962ce3a3a8ae1d67c59a1.pdf> (дата звернення: 21.10.2024).