

Майор Т., студентка 2 курсу
спеціальності Туризм і рекреація,
Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II, м. Берегове
Щука Г. П., д.пед.наук, професор,
професор кафедри географії та туризму,
Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II, м. Берегове.

ВЕЛНЕС-ТУРИЗМ ЯК ТРЕНД: ЧИ ВПІЗНАЮТЬ ЙОГО РЕСПОНДЕНТИ?

Протягом останніх двох десятиліть велнес туризм був одним із найшвидше зростаючих сегментів ринку у світовому масштабі, оскільки все більше людей обирають відвідування місць призначення та інфраструктури, що надають оздоровчі послуги. Ця тенденція пояснюється двома основними факторами: (1) ВООЗ інтегрувала концепції фітнесу та благополуччя у свою глобальну політику охорони здоров'я, (2) зростання обізнаності людей про особисте здоров'я завдяки підвищенню їхньої загальної освіти.

Так, у 2019 році витрати на велнес-туризм досягли 720,4 мільярда доларів, у 2020 році вони зменшилися до 350,6 мільярда доларів (наслідки пандемії Covid-19); сьогодні залишаються на рівні 87-90% від рівня 2019 року. Велнес-туризм становить 11,6% світових витрат на велнес і залишається четвертим за величиною сектором економіки велнесу [1].

Незважаючи на це, спостерігається плутанина щодо термінів «велнес туризм», «медичний туризм» та «оздоровчий туризм» [2]. Ми вирішили встановити, який зміст вкладають у зміст поняття «велнес турист» мешканці Закарпаття.

В ході дослідження встановлено, що велнес-туризм – це подорожі, головною метою яких є покращення загального самопочуття, збереження або відновлення здоров'я, досягнення внутрішньої гармонії та балансу [3]. До його складових належать: медитація, йога, аюрведа та природна терапія, спа-процедури, детокс-програми, правильне харчування, цифровий детокс і робота з психічним здоров'ям.

В результаті проведеного онлайн опитування було встановлено, що тема велнес подорожей більше зацікавила молодих людей: 90% респондентів - до 25 років, 9% - це люди 36-45 років та 1%- 26-35 років. Незважаючи на це, лише 33% опитаних указали, що добре обізнані в цій темі, 42% - чули, але не мають детальної інформації, і 25% людей взагалі не знають що таке «велнес».

Проте, коли їм надали можливість обрати із запропонованих варіантів визначення «велнес туризм», 78% відповіли правильно, 18% не відрізняють його від СПА-туризму, 6% - лікувального туризму. Очевидно, що і виокремлення велнес послуг також викликало в окремих респондентів ускладнення: 83% – до велнес-послуг зарахували фітнес та активні програми,

69% - спа-послуги та масаж, 50% - йогу та медитацію, 44% - дієтичне харчування.

Попри схожість у спрямованості на оздоровлення та релаксацію, велнес-туризм і спа-туризм мають принципові відмінності як за змістом, так і за підходом до потреб туриста. Спа-туризм орієнтований переважно на фізичне розслаблення та догляд за тілом, часто не вимагає глибокого включення гостя в процес оздоровлення – це пасивне споживання готових послуг, спрямованих на миттєве полегшення або естетичний результат. Натомість велнес-туризм передбачає активну участь людини у процесі покращення власного здоров'я: фізичне, ментальне, емоційне та духовне відновлення. Спа-туризм забезпечує переважно тимчасове розслаблення, то велнес-туризм має на меті тривалі позитивні зміни в стилі життя, формування нових корисних звичок та усвідомлення цінності здоров'я.

Обираючи напрям майбутньої велнес-подорожі 53% респондентів обрали Україну, 27% - Європу, 21% - Азію. Очевидно, що перевага України полягає в доступності цін. За результатами анкетування, головним мотивом велнес-подорожі для 75 % може бути емоційне перезавантаження та зниження рівня стресу; 69% – покращити фізичне здоров'я, 56% – бажання спробувати щось нове; 19% - рекомендації знайомих або спеціалістів. Досить цікаво, що не для всіх опитаних велнес туризм пов'язується з фізичним здоров'ям, хоча саме ця складова є основою поняття «велнес». З іншого боку, половина респондентів відкрита для нового досвіду та вражень.

Отже, велнес-туризм – це подорож з метою зберегти або покращити фізичне, психологічне, духовне чи емоційне благополуччя. Це не просто модний тренд, а інвестиція у здорове, свідоме та стійке майбутнє кожної людини і країни загалом. Цей напрям туризму ще не досить відомий і не зовсім зрозумілий вітчизняному туристу, що може бути напрямом для подальших наукових досліджень, пов'язаних з маркетингом велнес-подорожей.

Перелік використаних джерел

1. Global Wellness Institute (2024) The Global Wellness Economy: Country Rankings (2019- 2022).)
2. Щука Г.П. Термінологічний дискурс навколо подорожей, основною метою яких є піклування про здоров'я. Prospects for the development of the tourism and hospitality industry in Ukraine based on the experience of the European Union : Scientific monograph. Riga, Latvia : “Baltija Publishing”. 2023. С. 51-78. DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-308-8-3>
3. 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 IX Міжн. наук.-практ. конф-ції. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. Режим доступу: <https://science.lpnu.ua/mipu/abstracts-2022>. С. 87-88