

УДК 338.48

Лисенко Є.А.¹, Цвілий С.М.²

¹ студент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

² канд. екон. наук, доцент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

WELLNESS-ТУРИЗМ ЯК НАПРЯМОК ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

Туризм є одним з найбільш динамічно розвинених секторів глобальної економіки, який в систематизованому порядку містить безліч видів і цілей для споживача послуг. Серед сучасних трендів оздоровчий туризм займає провідне місце в організації подорожей вітчизняних та іноземних мандрівників, сутність якого полягає в перебуванні людей в країні або місцевості, відмінних від їх постійного місця проживання, і має на меті оздоровлення, профілактику різних захворювань організму конкретної особи. Слід зазначити, що цей вид туризму є актуальним для всіх категорій людей: сімей з дітьми, пенсіонерів, молоді тощо [2]. В свою чергу, підтримка стану здоров'я (фізичного і психологічного), а також рекреація можлива за допомогою різних методів та сучасних напрямків (spa-туризм, wellness-туризм і fitness-туризм). Останнім часом серед українських туристів зазначені цілі подорожі стають надзвичайно популярними, особливо у зв'язку з прискоренням темпів життя з причини інформатизації суспільства, погіршенням екологічного чинника гарного почуття, накопиченням негативної інформації, схильності до стресів, емоційним і фізичним перенавантаженням. Так, wellness-туризм для багатьох мандрівників стає стилем життя [3].

Логічно зазначити, що домінуючим ринком споживання wellness-послуг в Україні є внутрішні туристичні потоки. Звичайно, вітчизняним туристичним підприємствам повною мірою скласти конкуренцію на світовому ринку послуг відновлення поки що складно. Однак, доцільно підкреслити, що національна сфера гостинності володіє всіма необхідними для розвитку даного напрямку природними ресурсами, кваліфікованим персоналом, досвідом підприємництва.

Специфіка країни дає можливість створювати подібні готелі з унікальним комплексом традиційних для певної місцевості оздоровчих послуг і Україна має тут величезний потенціал. Включення wellness-послуг в якості додаткового роду послуг в стандартний туристичний пакет є однією з новацій туристичних фірм. Тобто, wellness-туризм складно уявити у вітчизняній практиці як самостійний вид послуг, скоріше, він повинен бути включений органічно в більш складний комплекс туристичного обслуговування з причин обмеженого попиту.

Поширення wellness-туризму в світі викликано наступними факторами:

- відносно недорога вартість туристичних wellness-путівок і досить легка доступність для широкого кола людей середнього класу (світові параметри);
- велике бажання людей відпочити на закордонних курортах: використати цілющі властивості місцевого клімату та ознайомитися з місцевими пам'ятками;
- привабливість wellness-турів: висока якість обслуговування, комфортні умови проживання, безпека подорожі, організація дозвілля, унікальність;
- висока кваліфікація обслуговуючого персоналу: число обслуговуючих може коливатися в межах від одного до п'яти чоловік на одного споживача;
- постійне вдосконалення і впровадження прогресивних інноваційних технологій, які дають можливості розширити асортимент wellness-послуг.

Слід додати, що більше половини туристів орієнтовані на придбання wellness-турів всередині країни (внутрішній туризм), тому слід регіональному бізнесу активізувати зусилля у напрямку розробки привабливих продуктів.

Аналіз умов і факторів дає можливість для формування стратегічного

бачення перспектив туристичного wellness в вітчизняній сфері гостинності. Так, ефективна співпраця всіх суб'єктів ринку туристичних послуг, інтеграція зусиль туристичної та медичної галузей, розробка прозорих механізмів цільового фінансування відновлення та підтримки wellness-закладів, розвиток та активне впровадження сервісного управління, створення сприятливих бізнес-умов й підтримка малих фірм wellness-сегменту індустрії гостинності, гарантування безпеки туристів та отримання ними якісних послуг повинні стати підґрунтям для розвитку wellness-туризму, який є відносно новим прогресивним напрямом туристичного бізнесу компаній та фактором філософії нової якості відпочинку. В умовах стрімкого розширення потенціалу Internet-простору великого значення для wellness-напрямку в започаткуванні й організації бізнесу компаній сфери гостинності набуває використання digital-технологій [1]. Векторами розвитку сучасної цифрової компанії з надання wellness-послуг в гостинності мають стати: 1) швидкість змін пропозиції, глибини, широти асортименту wellness-турів; 2) ентузіазм і мотивація кадрів, як основоположні принципи, завдяки яким кадри стають координаторами для клієнтів в онлайн- і офлайн-режимі; 3) доступність інформаційних матеріалів в режимі реального часу; 4) корпоративний контент як партнерство між виробництвом і продажем та комплексна пропозиція послуги.

Список використаних джерел:

1. Гресь-Євреїнова С. В., Цвілій С. М. Вплив війни на сферу обслуговування. *Інноваційний розвиток туризму та готельно-ресторанного господарства*: монографія / колектив авторів ; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2024. С. 97–118.

2. Цвілій С. М., Жилко О. М., Зайцева В. М. Відновлення туристичної екосистеми в післявоєнному періоді. *Відновлення природно-ресурсного потенціалу та стійкості екосистем* : колективна монографія ; [підрозділ 5.3] за заг. ред. Т. О. Чайки. Полтава : Видавництво ПП «Астроя», 2023. С. 292–299.

3. Zaitseva V., Tsviliy S., Gurova D. Development of wellness-direction in

business of tourist enterprises of the region at the expense of digitalization. *Вісник Львівського інституту економіки і туризму*. 2020. №15. С. 30–39.