

SCI-CONF.COM.UA

MODERN SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS



**ABSTRACTS OF I INTERNATIONAL
SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE
APRIL 5-7, 2020**

**STOCKHOLM
2020**

МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ РЕГІОНАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ СВІТОВОГО РИНКУ ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ

Іванова Лілія Омелянівна,

к.е.н., доцент

Львівський державний університет фізичної культури імені І. Боберського,
м. Львів, Україна

Вовчанська Ольга Михайлівна,

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет,
м. Львів, Україна

Вступ. Одним із провідних трендів світової туристичної індустрії є wellness-tourism. Загалом світовий ринок оздоровчої економіки оцінювався у 2017 р. в \$4,2 трлн., у 2018 р. - \$4,5 трлн. (ріст склав 7,1%), при цьому середньорічний темп зростання в період 2015-2017 рр. був 6,4%. Ключові сегменти оздоровчої економіки: здоров'я, краса і антивікова терапія (близько 20% ринку), здорове харчування (близько 16%) і wellness-туризм (14%). Найбільші темпи зростання показують такі галузі, як SPA (близько 10% щорічно) і wellness-туризм (6,5% щорічно).

Метою роботи є маркетинговий аналіз регіональної структури світового ринку оздоровчого туризму.

Матеріали та методи. У процесі підготовки статті використовувались монографічний, історичний, аналітичний методи, метод експертних оцінок, прийоми узагальнення та порівняння. Емпіричною та фактологічною базою дослідження слугували результати моніторингу Глобального оздоровчого інституту (Global Wellness Institute (GWI)).

Результати та обговорення. Динаміка основних показників світового ринку оздоровчого туризму та його регіональна структура представлені на рис.1.

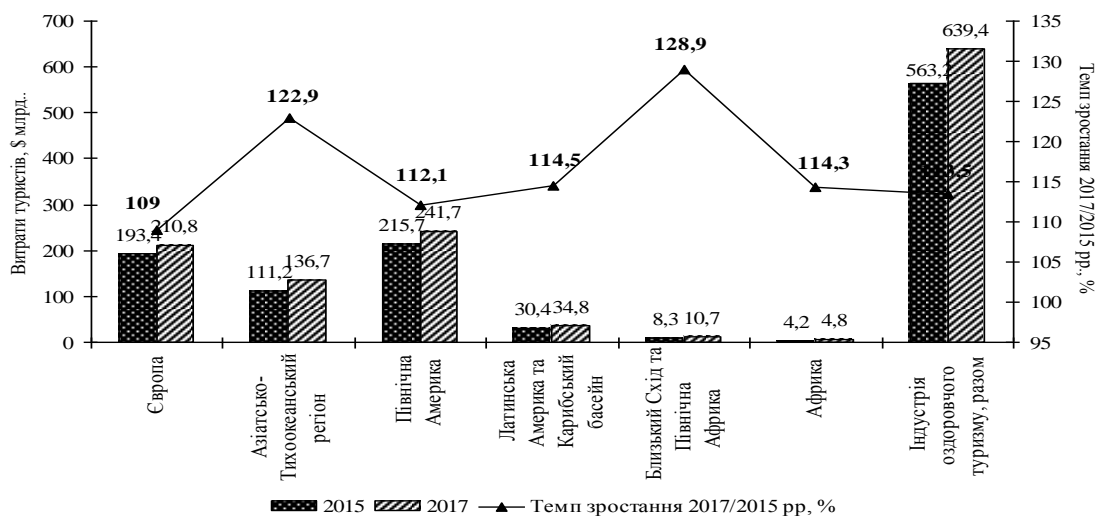
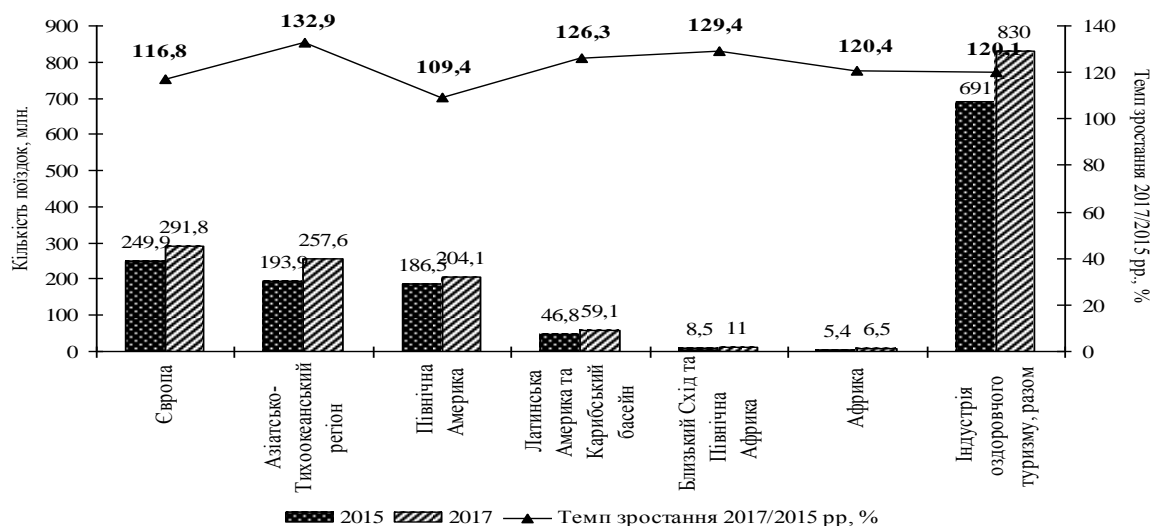


Рис. 1. Динаміка основних показників світового ринку оздоровчого туризму та його регіональна структура

Маркетингові дослідження засвідчують, що оздоровчий туризм в Європі має глибоке коріння. Варто зазначити, що європейці – доволі витончені споживачі оздоровчого туризму, засновані на давніх культурних та історичних традиціях у всьому регіоні, і це впливає на їх схильність до оздоровчих подорожей. Оздоровча індустрія Європи продовжує використовувати свої історичні оздоровчі активи, вдосконалюючи інфраструктуру (курорти, оздоровчі готелі, здравниці тощо) та послуги для більшого залучення сучасного споживача. У цьому макрорегіоні уряди та дестинації намагаються запровадити

оздоровчий туризм, щоб диверсифікувати туристичний сектор, створити унікальну нішу, зменшити сезонність, долати над-туризм у деяких випадках та принести якомога більше користі для місцевих громад і малого бізнесу. Нещодавно Італія впровадила Terme d'Italia – проект, спрямований на стимулювання попиту на курорти та оздоровчі курорти у восьми регіонах. Азербайджан, відносний новачок в оздоровчому туризмі, що привернув увагу через отримання нагороди National Geographic Traveller Awards, невпинно здійснює промоцію теплового багатства та унікальну якість грязей, щоб посилити свій оздоровчий туризм.

У Центральній та Східній Європі оздоровчий туризм суттєво пов'язаний з термальними ресурсами та розгалуженою мережею історичних оздоровчих курортів і санаторіїв, де гості зупиняються на бальнеологічне лікування під наглядом лікарів. Багато з цих санаторіїв зараз здійснюють реконструкцію, модернізацію та покращення оздоровчого меню (в основному за рахунок приватних інвестицій) для залучення молодшої вікової клієнтури, яка шукає оздоровчих, а не медичних процедур, і яка, швидше за все, витратить набагато більше на комфортніші номери, додаткові послуги та якісніший сервіс. Прагнення до диференціації та автентичності призвело до того, що багато підприємств галузі оздоровчого туризму переорієнтовуються на національні традиції та оздоровчі способи і вдосконалюють майстерність для задоволення запитів гостей. Розповсюдженим прикладом є традиції купання (фінські сауни, австрійські сауни-ауфуги, російські бані, карпатські чани та ін.), що створюють особливі враження, які поєднують оздоровчий стан з ритуалами, спільнотою та розвагами в конкретному культурному контексті. Скандинавці, які майже постійно визначаються як найщасливіші люди на планеті, також мають великий інтерес до нордичних концепцій способу життя, таких як *hygge* («затишний» для датчан та норвежців) і *lagom* («врівноважений» або «правильно для шведців») та запроваджують їх в дизайн об'єктів оздоровчого туризму, гостьовий досвід, маркетинг і промоцію.

У Європейському регіоні загалом помітно зростають велнес-поїздки,

сформовані навколо конкретних оздоровчих заходів, починаючи від спеціальних таборів до медитації та відмови від спілкування. Збільшується попит на поєднання занять на природі з оздоровчими заходами, такими як піші чи велосипедні походи до мальовничого місця для медитації або йога та тай-чі в умовах неповторного навколишнього середовища. Продовжує збільшуватися кількість людей, які використовують відпустки на короткий час та вихідні для різноманітного оздоровлення, при чому це стосується не тільки сімейних пар і компаній друзів, але все частіше сімей включно з багатьма поколіннями. Це змушує дестинації вдосконалюють свої зручності та маркетингові програми, щоб відповідати цій тенденції.

Маркетингові дослідження підтвердили, що оздоровчий туризм продовжує демонструвати швидку тенденцію зростання в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (АТР), позаяк більше напруження людей посилює їх прагнення подорожувати з метою перепочинку та омолодження. Для задоволення зростаючої витонченості оздоровчих азіатських мандрівників, велнес-туризм надзвичайно розширився вшир і глибину, виходячи далеко за межі типових видів, таких як детокс, схуднення, спа-процедури в альтанці та йога на пляжі. На всіх азіатських напрямках спостерігається збільшення попиту на всі види оздоровчих модальностей та досвіду – від звукотерапії до тай-чі та від медитації до духовного керівництва. Багатьох мандрівників цікавить, чим конкретна дестинація виділяється з поміж інших, які можливості пропонуються, щоб поринути в особливі традиції, способи оздоровлення, природні умови та інші місцеві інгредієнти для отримання диференційованого досвіду. Зважаючи на тривожне зростання забруднення повітря у великих столичних містах Китаю, Індії та інших азіатських країн, багато мандрівників навіть подорожує в пошуках здоровішого повітря, регулярно планує оздоровчі поїздки, першочергово для «очищення легенів».

Останній звіт GlobalData, провідної компанії з питань даних та аналітики, «Основні тенденції в лікувальному та оздоровчому туризмі: аналіз типів мандрівників, ключові тенденції ринку, ключові напрямки, виклики та

можливості» показує, що Таїланд є ключовим напрямком в АТР для лікувального та оздоровчого туризму.

Показово, що Індія та інші країни в Південній Азії та Гімалайському регіоні вдало використовують зростаючий світовий інтерес до йоги, медитації та аюрведичного здоров'я для розвитку оздоровчого туризму у національних дестинаціях. У 2016 р. Індія створила Національну комісію з просування медичного та оздоровчого туризму для надання консультаційних рекомендацій щодо цих галузей. Заходи з підтримки оздоровчого туризму містять рекомендації стосовно якості оздоровчих послуг, навчання персоналу, а також фінансову допомогу та заохочення інвестицій для оздоровчих центрів. Шрі-Ланка наполегливо поєднує оздоровчий туризм з аюрведичною прихильністю у поєднанні зі своєю природою, історією, культурними подіями. Це дало результат і країна відчула неабиякий приріст інвестицій та прибутків. Чітка орієнтація Бутану на туризм з низькими витратами (витрати велнес-туристів складають \$200-250 на добу) добре узгоджується зі зростаючою індустрією велнес-туризму, яка отримала великі інвестиції, що сприяє перетворенню різних активів – природа, гарячі джерела, античність, культура, духовна спадщина – у спеціально розроблені оздоровчі мандрівки для гостей.

Китайський оздоровчий туризм в основному зосереджений на внутрішніх велнес-туристах. Серед китайських мандрівників інтерес і запити до оздоровчих подорожей продовжують зростати. Останнім часом Китай приділяє все більшу увагу розвитку галузі охорони здоров'я та оздоровлення, продаючи як внутрішнім, так і міжнародним туристам великий спектр послуг з класичного оздоровлення та оздоровлення в рамках традиційної китайської медицини. З часу проведення першої китайської конференції з оздоровчого туризму у 2016 р. здійснено ряд спеціальних заходів, включаючи Wellness China Expo, для просування оздоровчих туристичних продуктів, залучення інвестицій та фінансування. Деякі країни, такі як Малайзія, Сінгапур, Південна Корея, Таїланд, Філіппіни використовують свої передові медичні галузі та оздоровчі сектори для перехресної промоції оздоровчого та медичного туризму.

Досліджено, що менше половини країн АТР рекламують оздоровлення на своїх національних веб-сайтах з туризму, за останні п'ять років їх кількість зросла більш ніж на 60% (з 13 до 21 країни). Багато урядів країн, які займаються оздоровчим туризмом, також активно беруть участь у підтримці розвитку національних оздоровчих заходів, часто зосереджених навколо сайтів термального туризму. Деякі країни просувають інші їх аспекти оздоровчих секторів, такі як краса та традиційні лазні в Південній Кореї; здорове харчування у В'єтнамі; медитація, аюрведа та йога в Шрі-Ланці та Індії; духовність, медитація та зцілення в Непалі та Бутані. Такі країни як Шрі-Ланка, Бутан, Малайзія, Китай, Філіппіни та Індія надають економічні стимули компаніям, які інвестують в оздоровчі розробки та інновації. Наприклад, Індія через спеціальну програму допомоги розвитку ринку оздоровчого туризму підтримує нові проекти та реконструкцію і ребрендинг існуючих у велнес-туризмі підприємств і закладів.

Австралія водночас є і головним джерелом велнес-туристів, і місцем для їх відпочинку. Австралійці відносяться до захоплюючих та витончених споживачів оздоровчого туризму, а різноманітність, величезні природні та антропогенні ресурси країни створюють багато можливостей поєднати оздоровлення з цікавими подорожами природою, пригодами, культурними, кулінарними та іншими цінностями. В Австралії, де вже функціонує ряд відомих гарячих джерел та оздоровчих курортів, зараз також проводиться все більша кількість фестивалів та заходів, орієнтованих на оздоровлення. Потенціал оздоровчого туризму постійно знаходиться в центрі уваги уряду. Австралія вважає оздоровчий туризм однією з найважливіших сфер для розвитку регіонального туризму і продовжує активно сприяти приватним інвестиціям у цей сектор.

Як можна констатувати з результатів вторинних маркетингових досліджень щодо оздоровчого туризму у Північній Америці, то більше третини штатів у США постійно рекламують певну форму оздоровчого туризму на своєму офіційному веб-сайті в галузі туризму. Численні бренди впроваджують

нові велнес-ініціативи, щоб привабити все більшу кількість подорожуючих ділових людей, які цінують здорову їжу, фітнес та баланс душі і тіла. Готелі, що займаються дозвіллям, використовують агресивний маркетинг щодо оздоровчих вихідних та омолодження. Ділові готелі вирішують обмеження у часі своїх гостей, пропонуючи такі варіанти, як коротший масаж або спортивне чи оздоровче обладнання безпосередньо в номері. Наприклад, готельна мережа Hilton впровадила програму «П'ять футів до Фітнес», яка надає понад десятку різного обладнання та аксесуарів для гостей у преміум-фут-кімнатах (вартість яких на \$45 більша, ніж у стандартному номері).

Багато мереж готелів для підвищення доступності мають партнерські відносини з визнаними лідерами велнес-індустрії та пропонують розширений асортимент послуг для гостей. Ці партнерства працюють в широкому діапазоні, і можуть варіюватися від потокового контенту (наприклад, пілатес, йога, медитація) до надання інтерактивного фітнес-обладнання (наприклад, Peloton). Прикладами таких партнерських відносин між мережевими готелями та спортивно-оздоровчими брендами є: Shangri-La та Lululemon; Mandarin Oriental та клініка Mayo; Park Hyatt та медитація MNDFL; Fairmont з Reebok та Technogym; готелі та курорти Wyndham із перебуванням у Well™ / Delos. У міських готелях, де простір є складнішим, окремі готельні бренди налагодили партнерські відносини з місцевими бутиковими студіями вправ, масажистами та курортами, щоб пропонувати цілий пакет оздоровчих послуг. Аеропорти та авіакомпанії також продовжують активізувати свої велнес-послуги з орієнтацією на середніх велнес-мандрівників (тобто тих, хто хоче підтримувати оздоровлення під час подорожей). В аеропортах Північної Америки запрацювали аеропортні СПА, а також СПА в салонах першого класу авіакомпаній. Серед основних послуг: сауна, масаж, манікюр, педикюр, перукарські послуги, а також киснева терапія, кріотерапія, керована медитація та релаксація з підтримкою віртуальної реальності. Оздоровчі послуги також надаються і іншими способами, до прикладу, американський Express співпрацює з «Exhale» для надання спа-послуг в залах аеропорту; Delta має спа-

центр, призначений тільки для працівників авіакомпанії, Canyon Ranch співпрацює з Сінгапурською авіакомпанією для покращення оздоровчих зручностей пасажирів під час ультрадовгих рейсів.

Країни Латинської Америки та Карибського басейну та їх популярні дестинації широко використовують маркетингові технології для просування регіону як оздоровчого. Серед багатьох програм – це стандарти спа-центру, навчання персоналу, створення національної ідентичності велнес-туризму. Проте слід зазначити, що на розвиток оздоровчого туризму в Латинській Америці та Карибському басейні і надалі впливатимуть різні природні та антропогенні події та явища, такі як урагани, повені, землетруси та ін. Переважна половина урядів країн Латинської Америки та Карибського басейну активно рекламують оздоровчий туризм на своїх веб-сайтах. Маркетингова спрямованість сильно різниться – від термальних джерел до курортів та оздоровчих курортів, часто акцентується увага на унікальних місцевих географічних чи культурних особливостях. Майже десять відсотків країн (наприклад, Гватемала, Ямайка) надали пріоритет сектору оздоровчого туризму у підтримці та розвитку, а кілька країн (наприклад, Колумбія, Домініка) визначили проекти велнес-сектору для спрямування інвестицій. Для повнішого задоволення попиту постійних туристів Мексика та кілька країн Карибського басейну модернізують свої курорти та переорієнтовують маркетингове позиціонування з розкоші та балування на активний спосіб життя і цілісне благополуччя. Такі ініціативи передбачають побудову нових оздоровчих курортів, а також розроблення суворих програм оздоровлення та представлення цілісного оздоровчого спрямування, орієнтованого на профілактику здоров'я і працездатність людини, інтегративну медицину та корінні національні методи лікування. Аргентина і Бразилія відносяться до країн з розвинутими медичними та естетичними ринками оздоровчого туризму. Мексика, Куба, Колумбія, Еквадор спеціалізуються на лікувальних властивостях термальних/мінеральних вод. Такі країни, як Коста-Ріка та Беліз, є усталеними напрямками екологічного туризму, розробниками піонерських концепцій, таких як джунгли/еко-курорти.

Туристи, яких цікавить унікальна природа та біорізноманіття, з задоволенням використовують скраби з кави та обгортання з вулканічних грязей або займаються йогою та медитацією на фоні незайманої дикої природи. При цьому, Коста-Ріка має амбіції брендувати свою країну не лише як оздоровчий напрям, а як країну з особливою увагою до добробуту людей та охорони природного середовища і культурної спадщини. Нещодавно Коста-Ріка розширила свій національний рекламний слоган від "Pura Vida" до "Wellness Pura Vida" з метою довгострокової стратегії розвитку семи районів країни навколо їх унікальних оздоровчих активів.

Ще один аспект дослідженої проблеми пов'язаний з оздоровчим туризмом у країнах Близького Сходу та Північної Африки. Маркетингові дослідження показують, що кілька країн цього регіону помітно просувають оздоровчий туризм на своїх національних веб-сайтах з туризму, але більшість країн зосереджується виключно на курортах (наприклад, Дубаї, Абу-Дабі, Катар, Марокко, Єгипет). Сьогодні регіони приймають місцевих та регіональних туристів, а їх оздоровчі програми тяжіють до природних ресурсів, що базуються на європейському стилі, і займають сегмент між оздоровчим та медичним туризмом. Національні та регіональні органи влади (включаючи міністерства навколишнього середовища та охорони здоров'я) останнім часом почали сильно просувати ці регіони, і знаходяться в пошуку інвестицій для побудови нових лікувальних та оздоровчих курортів.

Слід зазначити, що оздоровчий туризм у регіоні Перської затоки продовжує приваблювати мандрівників з середнім рівнем достатку, які надають перевагу хорошим спа-центрам як у міських, так і в курортних готелях. Водночас, у регіоні починає розвиватися оздоровчий туризм для VIP-мандрівників. Перший цілісний оздоровчий спа-центр для відпочинку в Перській затоці відкрився на відомій Пальмі в Дубаї, а інтегративний Zalal Wellness Destination Retreat – в Катарі. В регіоні також зростає концепція здорового готелю. Наприклад, готель Al Shaqab в Катарі з його «Концепцією здорового/активного способу життя», готель Smartotels в Дубаї, орієнтований

на добробут, спосіб життя та соціально відповідальний дизайн.

Окремі уряди країн Перської затоки (наприклад, Бахрейн, Кувейт, Саудівська Аравія) впроваджують в туризмі стратегію економічної диверсифікації та інвестують у масштабні курортні розробки. При цьому вони часто використовують «оздоровчий туризм» як парасольовий термін, щоб охопити як оздоровчий, так і медичний туризм. Деякі країни витрачають мільярди доларів на створення масштабних проектів із змішаним призначенням, що поєднують житлові, туристичні/готельні, комерційні та медичні компоненти, спрямовані на сприяння розвитку туризму та економіки загалом, заохочуючи здоровий спосіб життя серед місцевого населення. Більшість з цих проектів передбачає зелені стійкі будівлі, зручності на відкритому повітрі та ультрафітнес, медичні послуги світового класу, альтернативні/додаткові оздоровчі послуги та інші заходи для мешканців і відвідувачів. Серед найвідоміших прикладів місто охорони здоров'я міста Дубай – WorldCare Wellness Village в ОАЕ, проект острова Ділмунія в Бахреїні, проект «Кувейт Шовкове місто», проект «Стадіон Фонду Катару», проект «Місто охорони здоров'я та оздоровлення/навчання міста».

Маркетинговими дослідженнями встановлено, що серед країн Африки на південь від Сахари активно просувають оздоровчий туризм Маврикій, Намібія, Південна Африка та Танзанія. Ці країни в основному концентруються на спа-сервісах, щоб видозмінити традиційні для міжнародних відвідувачів сафарі чи пляжний туризм. До відома, жодна країна в Африці на південь від Сахари не пропагувала оздоровчий туризм, коли у 2013 р. GWI перший почав вивчати цей сектор. Хоча сафарі-салони високого класу, що пропонують послуги спа-салону, функціонують вже деякий час, багато дестинацій перейшли від спа-центрів до цілісної оздоровчої концепції, використовуючи «сафарі з розумом», «йогу в пустелі» та «лікування тіла у кущах», а також місцеві інгредієнти та методи лікування, що походять від корінних африканських традицій.

Звернімо увагу, що загалом оздоровчий туризм може принести величезну економічну, соціальну, природоохоронну користь африканському континенту.

Туризм вже давно тут розглядається як галузь посла для будь-якої країни чи регіону. Зосереджуючись на цілісному здоров'ї, оздоровленні та справжніх враженнях, велнес-туризм підкреслює і пропагує сильні сторони африканських країн, що кореняться у природі, культурі, спадщині та традиціях. Це сильні поборювальники негативних образів, які часто подаються в засобах масової інформації про Африку (наприклад, недорозвинення, хвороби, політична нестабільність, військові сутички тощо). Позаяк корінна культура та навколишнє середовище настільки важливі у цьому сегменті, оздоровчий туризм може посилити мотивації уряду, бізнесу та громад щодо захисту дикої природи, унікальних природних ресурсів та місцевої культури, а також мотивації сприяння екологічній стійкості.

Висновки. Отже, оздоровчий туризм розвинений практично у всіх регіонах світу. Визнаними світовими центрами є країни Європи, АТР, Північної Америки, Латинської Америки та Карибського басейну. Події останнього часу – пандемія коронавірусу COVID-19 і початок економічної рецесії однозначно змінять акценти на світовому ринку оздоровчого туризму, зокрема через необхідність тимчасово перерозподілити ресурси на подолання їх соціальних і економічних наслідків. Однозначно можна стверджувати, що світовий туризм, у тому числі і оздоровчий точно не загине. Інша справа – він сильно видозміниться. Відбудеться апдейт всієї інфраструктури, міграційних політик держав, безпеки і т. д. Уже можна стверджувати, що переміни, спричинені коронавірусом – системні і довгострокові.