

УДК 338.487-6:615.8:659.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-22>

Вовчанська О.М.

кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу
Львівського торговельно-економічного університету

Іванова Л.О.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та менеджменту
Львівського державного університету
фізичної культури імені Івана Боберського

Vovchanska Olha

Lviv University of Trade and Economics

Ivanova Liliya

Lviv State University of Physical Culture of I. Boberskogo

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СЕГМЕНТАЦІЙНИХ ЗМІННИХ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ

MARKETING RESEARCH OF SEGMENTATION VARIABLES IN THE WORLD MARKET OF WELLNESS TOURISM

Статтю присвячено ідентифікації та характеристиці основних сегментаційних змінних на світовому ринку оздоровчого туризму. Встановлено основні сегменти туристів, які подорожують із метою оздоровлення. Виявлено, що найбільше подорожей із метою оздоровлення здійснюється вторинними велнес-туристами. Показано, що вторинний оздоровчий туризм збільшується швидшими темпами, ніж первинний, і все більше конвергує з іншими туристичними нішами, що сприяло сильному вектору його зростання. Здійснено маркетинговий аналіз регіональної структури світового ринку оздоровчого туризму. Досліджено, що оздоровчий туризм найбільшою мірою зосереджений в основних країнах Північної Америки, Європи та Азіатсько-Тихоокеанського регіону. Проаналізовано рейтинг країн на світовому ринку оздоровчого туризму. Наголошується,

що під впливом пандемії коронавірусу COVID-19 та економічної рецесії акценти розвитку оздоровчого туризму будуть змінені через необхідність тимчасово перерозподілити ресурси на подолання соціальних і економічних наслідків.

Ключові слова: туризм, туристична індустрія, маркетингові дослідження, сегментація, оздоровчий туризм.

Статья посвящена идентификации и характеристике основных сегментационных переменных на мировом рынке оздоровительного туризма. Установлены основные сегменты туристов, путешествующих с целью оздоровления. Выявлено, что наиболее путешествий с целью оздоровления осуществляется вторичными велнес-туристами. Показано, что вторичный оздоровительный туризм увеличивается более быстрыми темпами, чем первичный, и все больше конвергирует с другими туристическими нишами, что способствовало сильному вектору его роста. Осуществлен маркетинговый анализ региональной структуры мирового рынка оздоровительного туризма. Установлено, что оздоровительный туризм в наибольшей степени сосредоточен в главных странах Северной Америки, Европы и Азиатско-Тихоокеанского региона. Проанализирован рейтинг государств на мировом рынке оздоровительного туризма. Отмечается, что под влиянием пандемии коронавируса COVID-19 и экономической рецессии акценты развития оздоровительного туризма будут изменены из-за необходимости временно перераспределить ресурсы на преодоление социальных и экономических последствий

Ключевые слова: туризм, туристическая индустрия, маркетинговые исследования, сегментация, оздоровительный туризм.

The article is devoted to the identification and characterization of the main segmentation variables in the global wellness tourism market. The main segments of tourists traveling for the purpose of health improvement are identified. The majority of trips for the purpose of health improvement are carried out by secondary wellness tourists. Secondary wellness tourism is increasing at a faster rate than primary wellness tourism and is increasingly converging with other tourist niches, which has contributed to a strong vector of its growth. The market analysis of the dynamics of the main indicators of the global wellness tourism market and its regional structure is carried out. Today wellness tourism destinations are concentrating on the development of more authentic health tourism products and brands. Wellness trips account for 6.6% of all tourist trips, but at the same time make up 16.8% of total tourism expenditures. The share of the wellness sector in the global economy reached 5.3%. Wellness tourism has been shown to be most concentrated in several major countries in North America, Europe and the Asia Pacific region. The United States alone receives more than a third of the world's tourism revenue. The five leading wellness tourism countries (USA, Germany, China, France, Japan) occupy 59% of the world market, and twenty countries account for 84%. The ranking of the countries in the world market of health tourism is analyzed. China continues to rise in the ranking for the cost of wellness tourism, and is now in the top three, India is in the top ten, and Malaysia first entered the top twenty, ousting the Russian Federation. The number of countries actively promoting wellness tourism at the national level has increased from 65 in 2013 to over 100 in 2018. It is noted that demand and supply in the global tourism market today are being adversely affected by the coronavirus outbreak (COVID-19). Due to the coronavirus pandemic and the onset of the economic recession, the focus of wellness tourism development will be changed, due to the need to temporarily redistribute resources to overcome social and economic consequences.

Key words: tourism; tourism industry, marketing research, segmentation, wellness tourism.

Постановка проблеми. Оздоровчий туризм охоплює комплекс превентивних заходів, що передбачають запобігання розвитку хвороби або підтримку стану здоров'я людини альтернативними процедурами, не передбачаючи використання спеціалізованих клінік, спеціалізованих медичних працівників або надання інвазивних процедур. До оздоровчого туризму відносять спортивний туризм, йога-туризм, СПА-туризм (у тому числі туризм із метою отримання косметологічних послуг), курортний туризм (санаторно-курортне лікування) тощо. Мода на здоровий спосіб життя і різноманітні оздоровчі заходи профілактичного спрямування тільки збільшують його популярність.

Індустрія подорожей суттєво переосмислює оздоровлення, наповнюючи його абсолютно новим сенсом. Сьогодні потужні оздоровчі рекреації мають власні концепції щодо відповідного харчування, занять фізичними вправами, їжі під час подорожей і навіть щодо залучення своїх клієнтів до духовності завдяки медитації, яка слугує неповторним досвідом, що змінює життя туристів.

Сучасний світовий ринок оздоровчого туризму масштабний і різноманітний, конкуренція між регіонами й окремими країнами відбувається не тільки на рівні широкого асортименту запропонованих додаткових і інноваційних послуг, а й стосується автентичних оздоровчих туристичних продуктів та брендів.

Системне дослідження основних сегментів, сучасних трендів та інноваційних підходів на світовому ринку оздоровчого туризму є завжди надзвичайно актуальним для розроблення системи маркетингових заходів сприяння розвитку туризму в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

В умовах викликів сьогодення особливо актуальним та досить новим є дослідження ринку wellness як складової частини оздоровчого туризму. Найбільш цитованими у вітчизняних працях зарубіжними дослідниками wellness є Х. Данн, Дж. Тревіс, Д. Арделл та Г. Хеттлер. Рекреаційні інновації розглядалися такими зарубіжними авторами, як Т. Dalley, С. Case, D. Edwards, К. Killick, J. Schaverien, А. Hill, якими висвітлено новітні форми роботи wellness-комплексів. Окремі аспекти wellness розглядалися у науково-популярних, медичних та рекламно-інформаційних виданнях зарубіжних авторів: К. Робертса, Х-П. Файта, Дж. Пілатес, А. Копитіна. Науковці висвітлюють нові шляхи вирішення проблем упровадження інноваційних підходів та wellness-технологій в індустрію оздоровчого туризму.

Значний внесок у дослідження проблем розвитку і функціонування сфери туристично-рекреаційних послуг та лікувально-оздоровчого туризму зробили такі відомі зарубіжні та вітчизняні вчені, як Б.І. Вихристенко, І.П. Гаврилишин, Б.І. Герасименко, П.В. Гудзь, В.Г. Гуляев, А.П. Дурович, М.І. Долішній, В.К. Євдокименко, Г.А. Карпова, Г.В. Казачковська, В.Д. Калитюк, В.І. Карсекін, В.А. Квартальнов, Н.Й. Коніщева, В.С. Кравців, Н.Н. Кузнецова та ін.

Підвищену зацікавленість науковців і практиків привертають проблеми оздоровчого туризму, які раніше не досліджувалися, зокрема встановлення основних чинників сегментації на світовому ринку оздоровчого туризму.

Метою дослідження є ідентифікація та характеристика основних сегментаційних змінних на світовому ринку оздоровчого туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Протягом тисячоліть і донині дуже багато людей хочуть мати відпочинок від напруженого життя, сповільнитися і зосередитися на власному здоров'ї. Коли йдеться про оздоровлення, то це набагато більше, ніж СПА-центр, йога-рекреація чи фітнес-табори.

Туристи, які подорожують із метою оздоровлення, становлять широку та різноманітну групу споживачів із багатьма мотиваціями, інтересами та цінностями. Серед них можна чітко виділити такі основні сегменти:

1) первинні велнес-мандрівники – туристи, вибір поїздки чи місця призначення яких першочергово мотивований оздоровленням;

2) вторинні велнес-мандрівники – туристи, які прагнуть підтримувати своє оздоровлення час подорожі або беруть участь в оздоровчому спорті чи здійснюють будь-який інший вид подорожі.

Показово, що переважна частина подорожей із метою оздоровлення здійснюється вторинними велнес-туристами, тобто тими, хто шукає оздоровчих аспектів під час подорожі, коли власне оздоровлення не є її провідною мотивацією. У 2017 р. вторинний оздоровчий туризм займав частку 89% у туристичних оздоровчих поїздках і частку 86% у витратах на оздоровчий туризм. Вторинний оздоровчий туризм продовжує зростати швидшими темпами, ніж первинний. Так, у 2015–2017 рр. подорожі вторинного оздоровчого туризму зростали на 10% щорічно, тоді як первинні оздоровчі поїздки зростали щорічно тільки на 8% [1].

Оскільки оздоровчі туристи визначаються як люди, основна мотивація поїздки яких не є оздоровчою, мандрівники в інших сегментах ринку туристичних послуг, включаючи еко-туризм, спортивний/пригодницький туризм, культурний/мистецький туризм та ін., також можуть бути вторинними велнес-туристами. Дослідження показують, що туристи у цих сегментах схожі за демографічними показниками та за зацікавленістю до оздоровлення. Тому підставою Глобальний оздоровчий інститут (Global Wellness Institute – GWI) [2] прогнозує, що оздоровчий туризм із часом усе більше буде конвергувати з іншими туристичними нішами, що сприятиме постійному сильному вектору зростання.

Світова оздоровча економіка у 2015–2017 рр. зростала на 6,4% щорічно, з \$3,7 трлн до \$4,2 трлн, що майже вдвічі швидше, ніж зростання світової економіки загалом (3,6% щорічно, за даними МВФ). Основними сегментами щодо зростання доходів в оздоровчій економіці у 2015–2017 рр. були СПА-галузі (9,8%), оздоровчий туризм (6,5%) та велнес-нерухомість (6,4%) (рис. 1).

Витрати на оздоровлення (\$4,2 трлн) майже у два рази менші, ніж загальні глобальні видатки на охорону здоров'я (\$7,3 трлн, за даними ВООЗ). Частка оздоровчої галузі у глобальній економіці становить 5,3%. Світова оздоровча економіка у 2018 р. становила \$4,5 трлн.

У сучасному світі оздоровчий туризм – це подорожі, пов'язані з прагненням підтримувати чи поліпшувати стан організму людини. У 2013 р. GWI оприлюднив доповідь «Глобальна оздоровча економіка туризму (Global Wellness Tourism Economy report) – дослідження, яке визначило параметри та характеристики нової галузі оздоровчого туризму, оцінило його гло-

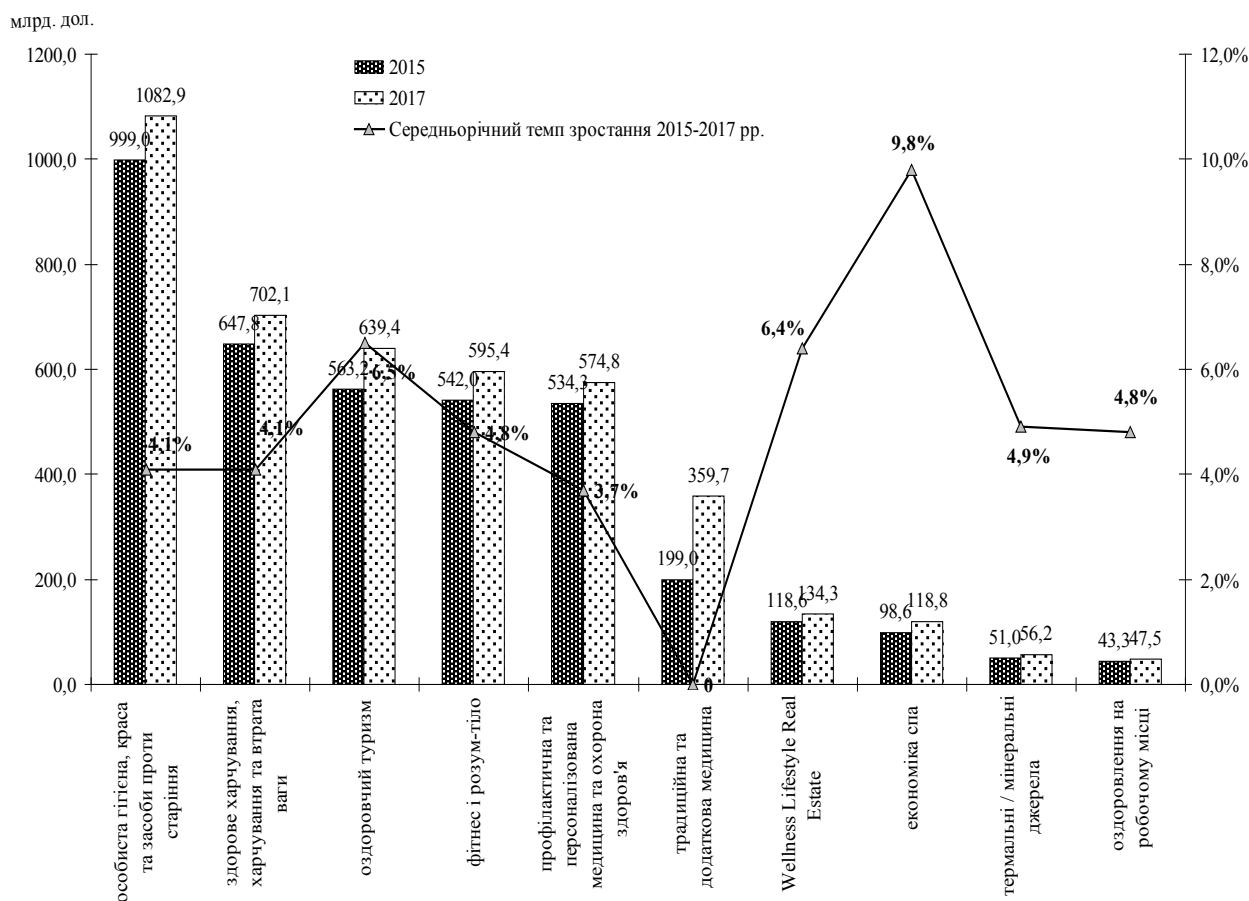


Рис. 1. Динаміка основних сегментів оздоровчої економіки у 2015–2017 рр. [3; 4]

бальний масштаб та встановило перспективні економічні наслідки [5].

Як можна констатувати з результатів вторинних маркетингових досліджень, зростання ринку оздоровчого туризму посилюється підвищенням обізнаності людей щодо заходів проти старіння для збереження зовнішнього вигляду. Багато чоловіків і жінок проходять процедури з естетичного омолодження обличчя. США, Бразилія, Мексика, Китай, Індія, Франція, Італія та Південна Африка – це країни, де попит на естетику обличчя невідомо зростає. Сьогодні на США припадає понад 43% загальної частки ринку, і вони домінують на світовому ринку оздоровчого туризму. Великий досвід надання унікальних оздоровчих послуг у поєднанні з реконструкцією існуючих курортів та готелів сприяв збільшенню туристів та зростанню ринку оздоровчого туризму в США до 2020 р.

GWІ оцінив ємність світового ринку оздоровчого туризму в 2017 р. у \$639 млрд. Показово, що цей вид туризму зростає у понад два рази швидше, ніж загальний ринок туристичних послуг. Велнес-мандрівники у 2017 р. здійснили 830 млн міжнародних та внутрішніх оздоровчих поїздок, що на 139 млн більше, ніж у 2015 р. [5].

Таке зростання було зумовлене низкою чинників, серед яких – розширення світового середнього класу, посилення бажання споживачів перейти оздоровчий спосіб життя, збільшення інтересу до подорожей, підвищення доступності авіатранспорту та інші вагомні складники туристичних подорожей. Оздоровчі поїздки займають 6,6% усіх туристичних подорожей, але водночас становлять 16,8% від загальних витрат на туризм. Це пов'язано з тим, що туристи, які подорожують із метою оздоровлення, витрачають за одну поїздку більше, ніж середня категорія туристів, і це стосується як внутрішніх, так і закордонних туристів. Наприклад, у 2017 р. міжнародні туристи з метою оздоровлення в середньому витрачали \$1 528 за одну поїздку, і це на 53% більше, ніж витрати типового міжнародного туриста. Щодо внутрішніх туристів із метою оздоровлення, то їхні середні витрати становили \$609 за одну поїздку, і це суттєво більше (178%), ніж у типового внутрішнього туриста. Результати досліджень показують, що така ситуація зумовлена тим, що туристи з метою оздоровлення є, як правило, освіченіші, подорожують комфортніше, є прихильниками й ініціаторами нового досвіду та водночас вимогливі та вибагливі.

У 2018 р. світовий ринок оздоровчого туризму досягнув рівня \$683,3 млрд, і очікується, що до 2022 р. він становитиме \$919 млрд (рис. 2), середньорічний темп зростання – 7,5%, і при цьому буде здійснено 1,2 млрд оздоровчих подорожей щорічно. Зростаюча кількість туристів у всьому світі сприятиме збільшенню попиту на різні оздоровчі послуги [6].

Отримані результати маркетингових досліджень підтвердили, що Європа залишається регіоном із найбільшою кількістю туристичних поїздок із метою оздоровлення (табл. 1).

Північна Америка зберігає позиції лідера в оздоровчому туризмі, оскільки середні витрати на одну поїздку вищі. За останні п'ять років Азіатсько-Тихоокеанський регіон досягнув найбільших показників щодо кількості оздоровчих поїздок та витрат на оздоровчий туризм, і найбільше цьому сприяли сильна економіка та зростаючий середній клас.

Звернімо увагу, що оздоровчий туризм найбільшою мірою зосереджений у кількох основних країнах Північної Америки, Європи та АТР (табл. 2).

Тільки США отримують понад третину світових доходів від оздоровчого туризму. П'ять країн – лідерів оздоровчого туризму (США, Німеччина, Китай, Франція, Японія) охоплюють 59% світового ринку, а двадцять країн світу – 84%. Починаючи з 2013 р. Китай продовжує підійматися в рейтингу за витратами на оздоровчий туризм і зараз перебуває у першій трійці. Індія перейшла у першу десятку, а Малайзія вперше увійшла до двадцятки, витіснивши РФ.

Кількість країн, що активно просувають свої оздоровчі пропозиції на національному рівні,

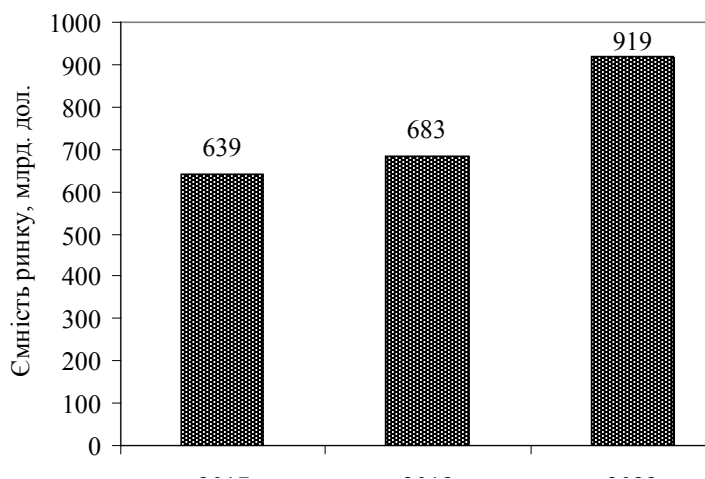


Рис. 2. Динаміка глобальної ємності ринку оздоровчого туризму, млрд дол. [7]

зросла з 65 у 2013 р. до понад 100 у 2018 р. Ще один приклад: у США в 2013 р. тільки вісім із 50 штатів пропонували послуги оздоровчого туризму, вже зараз понад третина їх рекламує певну форму оздоровчого туризму на своїх офіційних вебсайтах. Звернімо увагу, що сьогоднішні дестинації оздоровчого туризму концентруються на розробленні автентичніших оздоровчих туристичних продуктів та брендів. До «піонерів» належить регіон Керала (Kerala) в Індії з брендом «Земля Аюрведи» (Land of Ayurveda), якому вже понад два десятиліття, а новим прикладом є Коста-Ріка з компанією «Оздоровча Пура Віда» (Wellness Pura Vida).

Збільшення доходів людей, які практикують оздоровчий туризм, відкриває для підприємств туристичної індустрії багато можливостей інтегрувати оздоровчі товари та послуги у свої пропозиції та залучати більше коштів. Уже тепер аеропорти та авіакомпанії пропонують

Таблиця 1

Динаміка основних показників світового ринку оздоровчого туризму та його регіональна структура

Регіон	Кількість поїздок (млн)		Темп зростання 2017/2015, %	Витрати туристів (\$ млрд)		Темп зростання, 2017/2015, %
	2015	2017		2015	2017	
Північна Америка	186,5	204,1	109,4	215,7	241,7	112,1
Європа	249,9	291,8	116,8	193,4	210,8	109,0
Азіатсько-Тихоокеанський	193,9	257,6	132,9	111,2	136,7	122,9
Латинська Америка та Карибський басейн	46,8	59,1	126,3	30,4	34,8	114,5
Близький Схід та Північна Африка	8,5	11,0	129,4	8,3	10,7	128,9
Африка	5,4	6,5	120,4	4,2	4,8	114,3
Індустрія оздоровчого туризму, разом	691,0	830,0	120,1	563,2	639,4	113,5

Джерело: сформовано за результатами [5]

Таблиця 2

Динаміка основних показників та рейтинг країн на світовому ринку оздоровчого туризму

		2015						2017						Темп зростання доходів галузі оздоровчого туризму, %	Темп зростання кількості поїздок, %
Рейтинг	Країна	Кількість поїздок (млн)	Кількість зайнятих (млн осіб)	Витрати туристів (\$ млрд)	Рейтинг	Країна	Кількість поїздок (млн)	Кількість зайнятих (млн осіб)	Витрати туристів (\$ млрд)						
1	США	161,2	1,87	202,2	1	США	176,5	1,88	226,0	111,8					
2	Німеччина	58,5	1,11	60,2	2	Німеччина	66,1	1,13	65,7	109,1					
3	Франція	30,6	0,32	30,2	3	Китай	70,2	1,78	31,7	229,4					
4	Китай	48,2	2,37	29,5	4	Франція	32,4	0,31	30,7	104,1					
5	Японія	37,8	0,18	19,8	5	Японія	40,5	0,18	22,5	113,6					
6	Австрія	14,6	0,16	15,4	6	Австрія	16,8	0,16	16,5	107,1					
7	Канада	25,3	0,25	13,5	7	Індія	56,0	3,74	16,3	115,1					
8	Великобританія	20,6	0,18	13,0	8	Канада	27,5	0,29	15,7	221,3					
9	Італія	6,6	0,15	12,7	9	Великобританія	23,2	0,20	13,5	133,5					
10	Мексика	15,3	0,48	12,6	10	Італія	13,1	0,15	13,4	351,5					
11	Швейцарія	9,2	0,10	12,2	11	Мексика	18,7	0,49	12,8	85,6					
12	Індія	38,6	5,32	11,8	12	Швейцарія	9,7	0,10	12,6	203,3					
13	Таїланд	9,7	0,50	9,4	13	Таїланд	12,5	0,53	12,0	25,1					
14	Австралія	8,5	0,10	8,2	14	Австралія	10,0	0,11	10,5	128,9					
15	Іспанія	13,6	0,08	7,7	15	Іспанія	18,8	0,10	9,9	117,6					
16	Південна Корея	18,0	0,13	6,8	16	Південна Корея	19,6	0,13	7,2	138,2					
17	Індонезія	5,6	0,52	5,3	17	Індонезія	8,3	1,31	6,9	108,9					
18	Туреччина	9,3	0,06	4,8	18	Малайзія	8,3	0,18	5,0	148,2					
19	Росія	13,5	0,15	3,5	19	Туреччина	9,1	0,05	4,4	89,2					
20	Бразилія	8,3	0,12	3,3	20	Бразилія	10,5	0,13	4,1	67,4					
										126,5	124,2				

Джерело: сформовано за результатами [5]

СПА-процедури, оздоровчі класи та варіанти здорового харчування. У готелях мейнстрімом є фітнес-обладнання у номері, здорові закуски та партнерство з оздоровчими брендами [1]. Серед закладів готельної індустрії на світовому ринку оздоровчого туризму найбільше представлено такі готельні мережі, як: Accor, Allergan, Carlson Rezidor, Four Seasons, Fitpacking, Galderma, Hilton, Hyatt, IHG, Ipsen, KPJ Healthcare, Marriott, Miraval Resort & Spa, Mövenpick, Omni Hotels Management, Pravassa, Rancho La Puerta, Shangri-La, Starwood.

Країни, що розвиваються в АТР, Латинській Америці та Карибському басейні, на Близькому Сході і Північній Африці та в Африці на південь від Сахари, за останні роки демонструють значне зростання показників ринку оздоровчого туризму. Хоча зазначені регіони мали частку тільки 40% в оздоровчих поїздках у 2017 р., на них припадало 57% приросту поїздок з 2015 р. Китай та Індія є лідерами зростання, додавши 22 млн та 17 млн оздоровчих поїздок відповідно (вїзних та внутрішніх) у 2015–2017 рр. За прогнозами GlobalData, витрати туристів в АТР на оздоровлення у 2022 р. досягнуть \$128,3 млн, це дасть йому змогу стати світовим ринком туризму, що розвивається найшвидше. Оздоровчий туризм також продовжує постійно зростати у промислово розвинених країнах включно зі США та кількома основними європейськими країнами [8].

Маркетингові дослідження засвідчують, що оздоровчий туризм в Європі має глибоке коріння. Протягом століть люди подорожували регіоном, щоб скористатися гарячими джерелами, альпійським повітрям, морським бризом, смачною їжею та ідилічними ландшафтами для зміни повсякденного життя, відпочинку й оздоровлення. В Євробарометрі представлено результати опитування 30 тис європейців у 33 країнах, і 13% респондентів указали, що оздоровчі/санаторно-курортні процедури були основною або вторинною мотивацією для відпустки у 2015 р. При цьому частка поїздок, для яких велнес був основною мотивацією, подвоїлася з 3% у 2010 р. до 6% у 2015 р. У кількох країнах первинна мотивація до оздоровчих поїздок дуже велика, зокрема в Ісландії (19% опитаних), Швеції (17%), Угорщині (16%), Португалії та Словаччині (по 15%), Чехії (10%) [5].

Запроваджуючи новітні цифрові та маркетингові технології, більшість країн Європи просуває конкретні форми оздоровлення на національних вебсайтах із туризму, багато країн посилюють промоцію своїх добре розвинених історичних термальних ресурсів і курортів. Менша, але все ж значна кількість країн також зосереджується на розвитку оздоровчого

туризму як частини національних стратегій щодо туристичної галузі. Десять країн, у тому числі Словенія та Чорногорія, запропонували національні ініціативи, спрямовані на заохочення інвестицій у велнес-сектори. Хорватія планує створити зону курортного туризму навколо одного з провідних термальних курортів, надаючи фінансові стимули для велнес-туристичних проєктів. Фінляндія пропонує використовувати державно-приватне партнерство для поліпшення національного оздоровчого туризму.

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 своїх офіційних веб-сайтах із маркетингу в галузі туризму. Оздоровчий туризм переважно зосереджений на заході Сполучених Штатів через природні гарячі джерела та/або курорти. Кілька штатів також пропонують ширший, цілісний підхід до оздоровчого туризму, наприклад Нью-Мексико підкреслює свої традиції та методи лікування індіанських американців, тоді як Мен закликає до медитації та йоги серед природних пейзажів. У Канаді шість з одинадцяти її провінцій активно сприяють оздоровленню туристів. Незважаючи на те що купання в гарячій воді займає чільне місце, деякі з основних туристичних дестинацій, такі як Онтаріо та Британська Колумбія, також зосереджуються на курортах та загальних оздоровчих програмах. Слід зазначити, що зростання оздоровчих подорожей зумовлює нові стратегії розміщення та промоції в індустрії гостинності Північної Америки. Лідери галузі визнають зростаючий попит на оздоровлення не тільки в місцях відпочинку, а й у містах. Такі компанії, як Canyon Ranch і Six Senses, розширюються зі своїх основних дестинацій у найбільші мегаполіси США. Наприклад, Six Senses має розкішний міський готель, що прилягає до популярної в Манхеттені High Line. Бренди класу люкс, такі як Four Seasons, Ritz-Carlton і Mandarin Oriental, створили оздоровчі програми та послуги з поліпшення здоров'я та фітнесу, які впевнено конкурують із найкращими курортами. Наприклад, у готелях Mandarin Oriental є висококваліфіковані спеціалісти з оздоровлення, які проводять індивідуальні заняття з пілатесу, йоги, медитації, тай-чі.

Різноманітні природні та культурні цінності нарівні з мотиваціями ключових сегментів відвідувачів (відпочинок, відчуття природи, біорізноманіття, пригоди, активні канікули, екотуризм) надають сильний імпульс для розвитку оздоровчого туризму в Латинській Америці та Карибському басейні. Багато країн цього регі-

ону розкривають потенціал просування термальних/мінеральних джерел у поєднанні саме з оздоровчим туризмом.

Маркетингові дослідження ринку оздоровчого туризму в країнах Близького Сходу та Північної Африки показують, що кілька країн цього регіону помітно просувають оздоровчий туризм на своїх національних вебсайтах із туризму, але більшість країн зосереджується виключно на курортах (наприклад, Дубаї, Абу-Дабі, Катар, Марокко, Єгипет). Туніс і Алжир, як правило, найбільше виділяють свої традиційні морські узбережжя, тоді як Йорданія демонструє різноманітний оздоровчий туризм – від природного оздоровлення навколо Мертвого моря до спеціалізованих курортів та медитаційного туризму. Ізраїль широко використовує терапевтичні властивості Мертвого моря для оздоровчого туризму, а також активно здійснює просування догляду за шкірою та промоцію косметичних засобів. Багато регіонів Єгипту історично відомі терапевтичним туризмом, підкріпленим унікальними природними особливостями, наприклад чорні піски регіону Сафага/Червоне море, піщані ванни та гарячі джерела в оазисі Сіва, сірчані джерела в Гельвані.

Маркетинговими дослідженнями встановлено, що серед країн Африки на південь від Сахари активно просувають оздоровчий туризм Маврикій, Намібія, Південна Африка та Танзанія. Ці країни переважно концентруються на СПА-сервісах, щоб видозмінити традиційні для міжнародних відвідувачів сафари чи пляжний туризм. У всій Африці – від островних курортних напрямків (наприклад, Сейшельські острови, Маврикій, Мадагаскар) до країн Південної та Східної Африки, сильних у сегментах сафари/дикої природи/екотуризму – туристичні дестинації додають і асортимент послуг з оздоровлення. Останнім часом у регіоні спостерігається надзвичайне зростання кількості оздоровчих рекреацій та йога-рекреацій, які дають змогу поєднувати оздоровчий стан із додатковими інтересами подорожей у категоріях еко, пригод, духовності та культури. Природна краса та пустеля цього величезного континенту створюють унікальні можливості оздоровлення, такі як зоряні ночі в Намібії, медитація серед дикої природи в Замбії, довгі безперервні пляжні прогулянки в Мозамбіку тощо.

Спалах коронавірусу COVID-19 став серйозною проблемою для світової туристичної індустрії. Досі неможливо навіть визначити, які збитки світовій економіці спричинить ця пандемія. Сила цього економічного впливу залежить від тривалості спалаху, ступеня тяжкості та поширення, про що наразі невідомо. У 2003 р. пандемія SARS завдала великої шкоди світовій

туристичній індустрії, при цьому світова економіка зазнала \$40 млрд збитків (0,1% світового ВВП). Економічний вплив корона вірусу, безумовно, буде більшим, оскільки частка Китаю у світовому ВВП збільшилася вчетверо, з 4% у 2003 р. до 16% у 2019 р.; зростання Китаю становить приблизно 30% загального світового економічного зростання.

Безумовно, найбільше через коронавірус COVID-19 постраждає саме галузь подорожей та туризму, позаяк Китай є найбільшим джерелом постачання туристів у світі. За даними GlobalData, у 2019 р. 159 млн виїзних китайських туристів витратили \$275 млрд [9]. Міжнародний туризм зазнавав падіння тільки у 2003 р. після ГПВІ та війни в Іраку, а також у 2009 р. на тлі економічної та фінансової кризи із сильним та швидким відновленням у наступні роки. Сьогодні туристичний сектор є одним із найбільш постраждалих від спалаху коронавірусної хвороби (COVID-19), що впливає як на попит, так і на пропозицію, особливо в Китаї, провідному сегменті видаткових витрат в туризмі та інших ключових азіатських і європейських напрямках.

Однозначно кількість оздоровчих подорожей буде значно меншою у 2020–2021 рр., незважаючи на широкий вибір дестинацій для клієнтів оздоровчого туризму. З огляду на еволюційний характер ситуації, ще зарано оцінювати повний вплив COVID-19 і на світовий ринок туристичних послуг. Ураховуючи сценарій SARS (атипова пневмонія) і H1N1 (свинячий грип), розмір та динаміку світового туристичного ринку, припинення подорожей, географічне поширення COVID-19 та його значний економічний вплив, UNWTO оцінює, що кількість іноземних туристів у 2020 р. скоротиться на 20–30% порівняно з 2019 р. При цьому UNWTO застерігає, що ці цифри засновані на останніх подіях, і прогноз буде уточнено, оскільки світова спільнота стикається з безпрецедентними обмеженнями на поїздки, які прийняті практично усіма країнами світу [10].

Ураховуючи безпрецедентне зменшення кількості туристичних поїдок, цілком очевидно, що доходи світової туристичної галузі можуть скоротитися на \$300–450 млрд, тобто більше ніж на третину від \$1,5 трлн, яких туризм досяг у 2019 р. Це найсерйозніший спад у світовій туристичній індустрії за останні 20 років, і на відновлення знадобиться, за прогнозами, не менше п'яти-семи років [10]. Для порівняння: у 2009 р. через глобальну економічну кризу кількість міжнародних прибуттів скоротилася на 4% до попереднього року, а спалах атипової пневмонії у 2003 р. призвів до скорочення тільки на 0,4%.

Висновки з проведеного дослідження. На відміну від короткострокових негативних чинни-

ків туристичних подорожей, викликаних економічним спадом, несприятливою політичною чи військовою ситуацією, тероризмом, галузевими страйками, природними катаклізмами, проблема COVID-19 є медичною, тому медичному та оздоровчому туризму буде відновитися значно важче, ніж іншим сегментам туристичного ринку. Ринку оздоровчого туризму доведеться працювати в інших ендогенних і екзогенних умовах. Будь-яка зміна поведінки споживачів оздоровчого туризму може бути постійною чи тимчасовою, але на разі невідомо, коли вони зможуть подорожувати внутрішньо або до інших країн. Як і не існує простого плану відновлення оздоровчого туризму, якого зможе дотримуватися більшість країн світу.

Отже, 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 й оздоровчий, точно не загине. Інша справа – він сильно видозміниться. Відбудеться апдейт усієї інфраструктури, міграційних політик держав, безпечності і т. д. Уже можна стверджувати, що перемини, спричинені корона вірусом, системні і довгострокові.

Подальші дослідження стосуватимуться динаміки відновлення основних сегментів світового ринку оздоровчого туризму, а також розроблення та обґрунтування системи маркетингових заходів сприяння розвитку оздоровчого туризму в Україні.

Список використаних джерел:

1. Wellness tourism is worth us\$639bn, but what do these figures include? URL: <https://www.imtj.com/news/wellness-tourism-worth-us639bn/> (дата звернення: 28.03.2020).
2. Global Wellness Institute (GWI), official website. URL: <https://globalwellnessinstitute.org/> (дата звернення: 28.03.2020).
3. Wellness Now a \$4.2 Trillion Global Industry – with 12.8% Growth from 2015-2017. URL: <https://globalwellnessinstitute.org/press-room/press-releases/wellness-now-a-4-2-trillion-global-industry/> (дата звернення: 28.03.2020).
4. Global Wellness Economy Monitor. October 2018. URL: https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/10/Research2018_v5FINALExecutiveSummary_webREVISED.pdf (дата звернення: 28.03.2020).
5. GlobalWellnessTourismEconomy.NOVEMBER2018. URL: https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/11/GWI_GlobalWellnessTourismEconomyReport.pdf (дата звернення: 28.03.2020).
6. Worldwide Wellness Tourism Market Expected To Reach \$ 1018.5 Billion By 2020. URL: <http://www.gosreports.com/worldwide-wellness-tourism-market/> (дата звернення: 28.03.2020).
7. Global market size of the wellness tourism industry in 2017 and 2022 (in billion U.S. dollars). URL: <https://www.statista.com/statistics/1018497/global-market-size-of-the-wellness-tourism-industry/> (дата звернення: 28.03.2020).
8. Health and wellness tourism trips to Asia to reach 128.3 million by 2022, says GlobalData. URL: <https://www.globaldata.com/health-and-wellness-tourism-trips-to-asia-to-reach-128-3-million-by-2022-says-globaldata/> (дата звернення: 28.03.2020).
9. Coronavirus Means Big Hits to the Tourism Industry. URL: <https://globalwellnessinstitute.org/global-wellness-institute-blog/2020/02/25/coronavirus-means-big-hits-to-the-tourism-industry/> (дата звернення: 28.03.2020).
10. UNWTO Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism. URL: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism> (дата звернення: 28.03.2020).

References:

1. International Medical Travel Journal (IMTJ) (2018)? "Wellness tourism is worth us\$639bn, but what do these figures include?". Available at: <https://www.imtj.com/news/wellness-tourism-worth-us639bn/> (accessed 28 March 2020).
2. Global Wellness Institute (GWI), official website. URL: <https://globalwellnessinstitute.org/>
3. Global Wellness Institute (GWI). Wellness Now a \$4.2 Trillion Global Industry – with 12.8% Growth from 2015-2017. Available at: <https://globalwellnessinstitute.org/press-room/press-releases/wellness-now-a-4-2-trillion-global-industry/> (accessed 28 March 2020).
4. Global Wellness Institute (GWI). Global Wellness Economy Monitor. October 2018. Available at: https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/10/Research2018_v5FINALExecutiveSummary_webREVISED.pdf (accessed 28 March 2020).
5. Global Wellness Institute (GWI). Global Wellness Tourism Economy. NOVEMBER 2018. Available at: https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/11/GWI_GlobalWellnessTourismEconomyReport.pdf (accessed 28 March 2020).

6. GosReports (2016) "Worldwide Wellness Tourism Market Expected To Reach \$ 1018.5 Billion By 2020". Available at: <http://www.gosreports.com/worldwide-wellness-tourism-market/> (accessed 28 March 2020).
7. Statista, Global market size of the wellness tourism industry in 2017 and 2022 (in billion U.S. dollars). The Global Statistics Portal. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/1018497/global-market-size-of-the-wellness-tourism-industry/> (accessed 28 March 2020).
8. GlobalData (2020) "Health and wellness tourism trips to Asia to reach 128.3 million by 2022, says GlobalData". Available at: <https://www.globaldata.com/health-and-wellness-tourism-trips-to-asia-to-reach-128-3-million-by-2022-says-globaldata/> (accessed 28 March 2020).
9. Global Wellness Institute (2020) "Coronavirus Means Big Hits to the Tourism Industry". Available at: <https://globalwellnessinstitute.org/global-wellness-institute-blog/2020/02/25/coronavirus-means-big-hits-to-the-tourism-industry/> (accessed 28 March 2020).
10. UNWTO (2020) "Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism". Available at: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism> (accessed 28 March 2020).