стратегій просування фестивальних подій в умовах цифровізації туристичного ринку.

Список використаних джерел:

1. Khoo, C., Badaruddin, M., Suraidi, S., & Aizzat, M. (2023). Unlocking the secrets of Miri country music festival in Malaysia: A moderated-mediation model examining the power of FOMO, flow and festival satisfaction in driving revisiting intentions. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 28(9), 987–1003. DOI: https://doi.org/10.1080/10941665.2023.2245500

2. Kim, D., & Wongsa, P. (2025). The effects of social comparison in social media on travel decision making: The role of fear of missing out. Journal of Hospitality and Tourism Technology, 16(5), 1176–1192. DOI: https://doi.org/10.1108/JHTT-05-2024-0281

3. Lee, D., Wut, T. M., & Wan, C. (2025). Whose experiences shouldn't be missed? Influence of social media endorsers and FOMO content on travel decisions. Tourism Management Perspectives, 51, Article 101356. DOI: https://doi.org/10.1177/14673584251356783

4. Liu-Lastres, B., Schroeder, A., & Pennington-Gray, L. (2024). Understanding envy and fear of missing out in travel posts: The effects of Instagram sources and landmark types. Journal of Destination Marketing & Management, 34, Article 100930. DOI: https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100930

5. Djafarova, N., & Kim, H. (2025). Understanding FoMO: Implications for hospitality and tourism industries. Current Issues in Tourism. Advance online publication. DOI: https://doi.org/10.1080/13683500.2025.2498596

Яна ДЕРГАЧ
ЗВО спеціальності 073 Менеджмент
Миколаївський національний аграрний університет
м.Миколаїв
Науковий керівник – канд.екон.наук, доцент кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму
Віктор КУШНІРУК

ТРАНСФОРМАЦІЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ЧЕРЕЗ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ WELLNESS-СЕРВІСІВ

Трансформація світового туристичного ринку на сучасному етапі зумовлена необхідністю адаптації до складних умов життєдіяльності: від наслідків діджиталізації до впливу військово-політичних конфліктів. У цьому контексті wellness-туризм виступає не просто як тренд, а як фундаментальна

сервісна інновація, спрямована на комплексне відновлення життєвого потенціалу людини в умовах хронічного стресу.

Трансформаційні процеси в діяльності сучасних рекреаційних центрів зумовлені необхідністю адаптації до нових соціально-економічних реалій. Пріоритет здорового способу життя спонукає заклади інтегрувати у традиційні оздоровчі курси інноваційні методики релаксації та превентивної медицини. Водночас дефіцит бюджетного фінансування виступає каталізатором ринкової активності: підприємства індустрії гостинності змушені вдосконалювати якісні характеристики свого турпродукту для залучення платоспроможних сегментів аудиторії та мінімізації економічних ризиків.

Одним із перспективних напрямів модернізації діяльності вітчизняних рекреаційних закладів, що не вимагає масштабних капіталовкладень у реконструкцію, є впровадження короткострокових wellness-турів формату «weekend». Такий підхід дозволяє оперативно адаптувати сервісну пропозицію до актуальних запитів ринку без зупинки основного циклу роботи підприємства.

Дослідження wellness-туризму потребує його розгляду в межах ширшої дефініції – «індустрії оздоровлення» (wellness industry) або «економіки здоров'я» (wellness economy). Згідно з даними Global Wellness Institute (GWI), цей глобальний сектор у 2020 році досяг капіталізації у 4,4 трильйона доларів США. Для розуміння масштабу: у 2017 році частка цієї індустрії складала приблизно 5,6% світового ВВП, що корелювало з загальносвітовими витратами на охорону здоров'я (8 трлн дол. США за оцінками ВООЗ). Концептуально економіка здоров’я визначається як сукупність сервісів та продуктів, що інтегрують принципи здорового способу життя у повсякденну рутину споживача
[1].

Для комплексного вивчення природи wellness-туризму необхідно виокремити фактори, що зумовлюють його унікальність як сервісного продукту. Ключовими детермінантами тут виступають не лише мотиви

відвідувачів, а й якісний склад туристичних послуг, кваліфікаційний профіль кадрів та специфіка використовуваної ресурсної бази. На основі синтезу цих компонентів стає можливим виявлення специфічних рис wellness-туризму, що підтверджують його інноваційний характер у межах ринку рекреації (рис.1.)

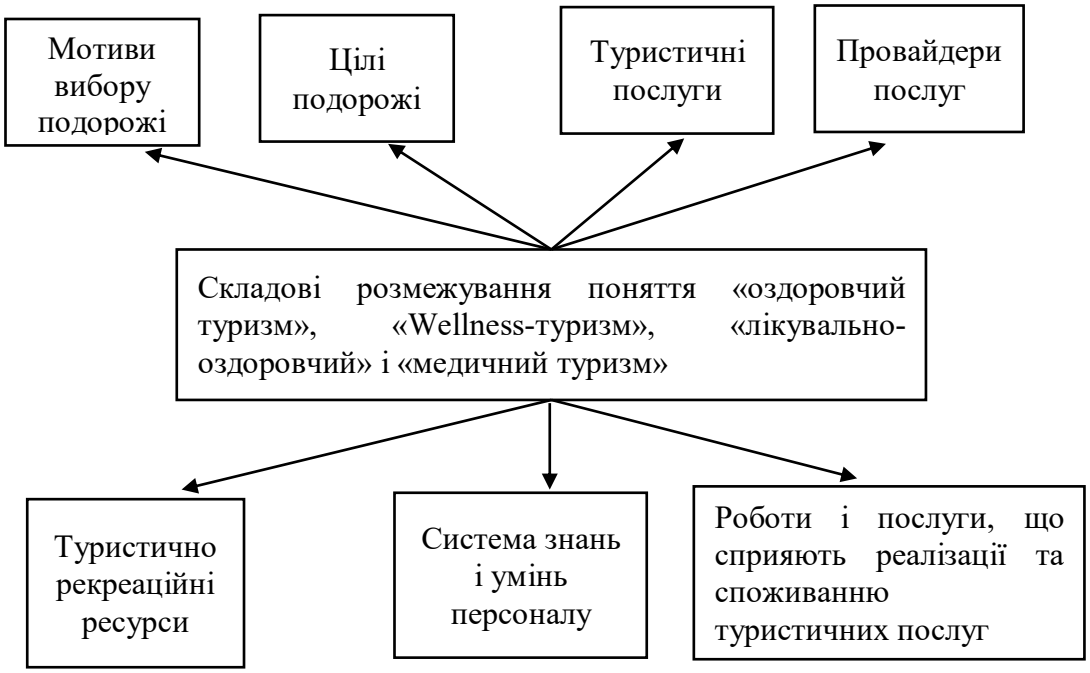

Рисунок 1.Основні ознаки wellness-туризму

Джерело: [2, С. 40].

Узагальнення викладених характеристик дозволяє визначити wellness-туризм як самостійну форму рекреації, що базується на принципах свідомого управління здоров'ям. Ключовою ознакою цієї сервісної інновації є робота з аудиторією, яка прагне підтримати свій фізичний та ментальний статус поза контекстом хвороби. Метою таких турів є не лікування, а досягнення системної стійкості організму до викликів середовища. Таким чином, wellness-туризм постає як сучасний інструмент соціального благополуччя, спрямований на підтримання цілісності та життєвої енергії здорової людини.

Статус wellness-туризму як прогресивної сервісної інновації детерміновано якісними трансформаціями портрета сучасного мандрівника. Всупереч хибній парадигмі про виключну елітарність та фінансову недоступність оздоровчого туризму для масового споживача, реальна картина

ринку демонструє високий рівень інклюзивності. Wellness-туристи формують розгалужену систему сегментів, що відрізняються за інтересами та мотивацією, виходячи далеко за межі класичних асоціацій із санаторно-курортним лікуванням чи вузькоспеціалізованими практиками релаксації [3, С. 33].

У межах wellness-турів інтегруються помірні фізичні навантаження, релаксаційні практики та збалансоване харчування, що в комплексі сприяє регенерації ментальних сил і загальній гармонізації особистості. Типовий клієнт сегменту оздоровчого туризму - це людина з належним станом фізичного та психічного здоров'я, яка прагне підвищити життєвий тонус і відновити емоційний комфорт. Здійснюючи компаративний аналіз відносно нових для української туристичної науки напрямів SPA- та wellness-туризму, варто зауважити, що дефініція «SPA-туризм» є ширшою. Вона охоплює як суто оздоровчий (wellness), так і традиційний лікувально-профілактичний (санаторно-курортний) компоненти. Це зумовлено застосуванням терміну «spa» і в контексті інноваційних spa&wellness концепцій, і в межах класичного курортного лікування. Відтак, поняття SPA-туризму та wellness-туризму не є тотожними [4, С. 88].

Трансформація сучасної індустрії гостинності підтверджує, що wellness-туризм є не просто трендом, а стратегічною сервісною інновацією. На відміну від класичного лікування, він орієнтований на превентивне зміцнення здоров'я та психоемоційну стабільність практично здорових людей.

Аналіз довів, що цей сегмент є інклюзивним та охоплює широку аудиторію, виходячи за межі елітарного споживання. Для вітчизняних підприємств впровадження доступних форматів (наприклад, wellness-вікендів) є дієвим інструментом адаптації до нових соціально-економічних реалій, що дозволяє модернізувати турпродукт без значних інвестицій та ефективно задовольняти запит суспільства на відновлення життєвого потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Global wellness institute. What is the wellness economy? URL : https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/what-is-the-wellness-economy/

2. Билим О.С. Управління розвитком туризму сфери оздоровлення. *Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 Менеджмент.* м.Херсон. 2021. С. 233. URL : https://repository.ldufk.edu.ua/server/api/core/bitstreams/98b12d4b-97e0-441c-8a9e-3ea3019d273b/content

3. Коваленко Ю.О. Wellness туризм як інновація на ринку туристичних послуг України. *Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 242 Туризм.* м.Київ. 2023. С. 109. URL : https://reposit.uni-sport.edu.ua/items/da181cb7-c46b-4f8f-abe5-c5c1bb90ed4f

4. Щука Г.П., Сокол Т.Г., Безрученков Ю.В. Wellness туризм як інноваційна форма оздоровчого туризму. *Тези доповідей IX Міжнародної науково-практичної конференції «Управління інноваційним процесом в Україні: напрями розвитку».* м. Львів. 2022. С. 87-88. URL : https://dspace.kme.org.ua/server/api/core/bitstreams/bcd4d404-20ca-405a-8421-b75585b82603/content

5. Pugachov, M., Pugachov, V., Shevchenko, O., Banyeva, I. and Kushniruk, V. (2022). Perspectives for the Tourism and Hospitality Industry in a Globally Competitive Environment. *Economic Affairs*, Vol. 67, No. 05, pp. 907-914. DOI: https://doi.org/10.46852/0424-2513.5.2022.26.

6. Кушнірук В. С., Денищенко Л. В., Готельно-ресторанна індустрія: сучасний стан та перспективи розвитку. *Modern Economics*. 2023. № 38 (2023). С. 58-62. DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V38(2023)-09.

Ольга КОВАЛЕНКО
ЗВО спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
Одеський національний економічний університет
м. Одеса,
Науковий керівник - канд.екон.наук, доцент кафедри
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Ольга ШИКІНА

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

У сучасних умовах розвитку індустрії гостинності конкурентоспроможність готельних мереж формується під впливом як внутрішніх факторів ефективності управління, так і зовнішніх ринкових умов, що обумовлює необхідність удосконалення методичних підходів до її оцінки. Посилення інтеграційних процесів, цифровізація бізнес-процесів, зміна споживчих пріоритетів та зростання ролі бренду зумовлюють трансформацію