

Список літератури

1. Балацька Н.Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу, проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 42. С. 117–122. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastruct42-20> (дата звернення: 21.02.2022).
2. Ресторанний бізнес в умовах пандемії COVID-19: шляхи виходу з кризи URL:blob:<https://xn--80affa3aj0al.xn--80asehdb/3547e230-d1a9-4d92-8e9a>.
3. Дослідження Poster : вебсайт. URL: <https://nachasi.com/2020/07/17/poster-july/> (дата звернення: 21.02.2022).

УДК 338.48

Ясногор С.Ю.,
студентка 4 курсу географічного факультету
Рутинський М.Й.,
канд. геогр. наук, доцент,
доцент кафедри Готельно-ресторанної справи
та харчових технологій
Львівський національний університет імені Івана Франка

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВЕЛНЕС ТУРИЗМУ В УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТАХ У РЕАЛІЯХ ТРИВАЛОЇ COVID-КРИЗИ

Сучасний світ диктує непридатні для спокійного життя умови. Можливо це звучить занадто негативно, але пригадайте, коли Ви востаннє почували себе більш-менш розслабленими та задоволеними? Правильно – зазвичай це відбувається на відпочинку, а для максимального релаксу – у велнес-турах. Саме про сучасний велнес туризм у Карпатах України іде мова у цій праці. Ця тема є більш ніж актуальною, бо велнес туризм почав своє існування і розвиток не так давно, а потреба в ньому є у кожного з нас [1]. Адже важливість питання збереження і покращення здоров'я людини у реаліях COVID-кризи зросла.

Поняття «wellness» означає «добре самопочуття». Не складно здогадатись людині, яка хоч трохи знає англійську, про що йде мова. Цей вид туризму, як вважають фахівці, дійсно допомагає людині підтримувати фізичний та емоційний стан у тонусі [2]. Слід віділити слово «підтримувати», бо велнес туризм є видом первинної профілактики захворювань, а не лікувальним.

Як неважко здогадатись, в Україні одним з найкращих місць для даного виду туризму є саме Карпати. Це частина чистої від забруднень повітря, умовно «дикої», поки що надмірно не девастованої руками людини території України. Де, як не в цьому гірському регіоні України, для рекреантів склалися ідеальні передумови побути на самоті з природою і самим собою. Отож, Українські Карпати – це пріоритетний регіон для втілення інвестиційних проектів розвитку велнес туризму. Саме тут склалося вдале поєднання сприятливих чинників для побудови інфраструктури велнес туризму: бальнеологічні (мінеральні води всіх основних бальнеологічних груп), кліматичні, ландшафтні, екологічні та ін.

Якщо говорити про початок сучасного сертифікованого велнес-туризму в Українських Карпатах, то він припадає на 2012 рік, коли компанія «Reikartz Hotel Management» відкрила мережу велнес-курортів «Vita Park». Один з курортів знаходиться біля підніжжя гори Магура в Карпатах. Тобто ми бачимо, що цей вид туризму є дуже новим, порівняно з традиційними для Карпат. Велнес туризм – дуже перспективна сфера розвитку місцевих територіальних громад, яка наразі потребує залучення додаткових ідей та інвестицій. З природними даними нашої країни, можливостями громад і налагодженням ефективної промоції конкретно цієї сфери туризму, на наше переконання, уже в найближчі 10-20 років можна отримати як стабільне джерело прибутку для гірських ОТГ, так і конкурентоздатну мережу wellness-комплексів, якими зацікавляться і будуть користуватись не тільки українці, а й іноземні рекреанти.

Сьогодні велнес-туризм у Карпатах лише на початку свого розвитку. Необхідне розширення організації мережі wellness-центрів при готельних підприємствах, реконструкція санаторіїв і баз відпочинку у wellness-готелі; активізація інформування населення про наявність wellness-послуг і особливості їх споживання [3]. Такі комплексні рішення і стратегії спроможні сприяти популяризації wellness-індустрії в усій Україні.

З огляду на затяжну COVID-кризу, що унеможливила для більшості населення відпочинкові подорожі за кордон, за останні два роки ми фіксуємо тенденцію активізації розвитку велнес гостинності в Карпатах. Сьогодні все більше українців сприймають Wellness & SPA послуги як комплекс процедур для оздоровлення та покращення самопочуття. Реагуючи на ситуацію, Wellness & SPA центри Карпатського регіону почали пропонувати клієнтам комплексні програми, які включають різні процедури догляду за обличчям і тілом, а також процедури, які допомагають покращити психологічний стан людини.

Для того, щоб не лише залучити, а й утримати клієнта, SPA комплекси Карпат просувають нові бренди [4] та створюють релакс-програми на кілька днів, які передбачають комплексний набір процедур. Також такі програми допомагають реалізувати процедури із низьким попитом.

Також можна прослідити таку тенденцію, що велнес відпочинок стає для українців стандартом елітності відпочинку. Клієнти готові платити вищу ціну за ці послуги у п'ятизіркових Wellness & SPA для того, щоб реалізувати власні статусні амбіції та активно ділитися світлинами з такого відпочинку у месенджерах.

Підсумовуючи наше дослідження, констатуємо: велнес туризм набирає обертів та стає все більш популярним в Україні. Оскільки Україна, як і інші держави притримується трендів, розвиток даної галузі, в подальшому, буде стабільно зростати, залучаючи туристів з інших країн, а отже, добробут регіону і місцевих ОТГ, покращуватиметься.

Список літератури

1. Рутинський М. Й. Основні риси розбудови та територіальної організації мережі SPA-курортів західного регіону України / М. Й. Рутинський // Актуальні проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні: теорія і практика. Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 25–26 квітня 2013). – Київ, 2013. –

C. 212-214.

2. Шаповалова, О., Сапа, Ю. Сучасні тенденції розвитку «spa» і «wellness» туризму. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм, (1042), 154-158.

3. Strategia rozwoju turystyki uzdrowiskowej w polsko-ukraińskiej części Euroregionu Karpackiego / opr. części polskiej M. Basicński, A. Tucki, opr. części ukraińskiej J. Zinko, M. Rutynskij. – Rzeszów, 2014. – 104 s.

4. Rutynskiy, M., Kushniruk, H., Pantyley, V, Quirini-Popławski, Ł. (2020). *Top SPA Tourism Brands in Ukraine and Poland* [In:] Tourism brand as a factor of formation of a positive image of Ukraine in the world market: Proceedings of the second All-Ukrainian scientific-practical Internet conference (Lviv, February 20, 2020). Lviv: Lviv Institute of Economics and Tourism, 47–56.

УДК 338.48:330.341.1]:616-036.21

Шуліковська К.В.,
магістрант,
Білявський В.М.,
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри Менеджменту зовнішньоекономічної
діяльності підприємств
Національний авіаційний університет, м. Київ

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В ЧАСИ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Світ неочікувано сколихнула пандемія *COVID-19*. У 2020 р. значного удару зазнала туристична індустрія. Це створило нові виклики для туризму, а процес відновлення буде нелегким.

У січні 2021 Всесвітня туристична організація ООН (*UNWTO*) опитала експертів галузі про те, коли вони очікують повернення до ситуації 2019 р. (рис.1). Так вони припустили, що відновлення галузі станеться лише у 2023 р. (43 %) або більш пізній період (41 %). На поточний рік відновлення може сягти 15 % [1].

Проте відкладене відновлення ринку не означає, що він не буде існувати. Навпаки – світовий туризм зазнає змін, стає більш стійким та інноваційним.

Більше безконтактних технологічних рішень, більше уваги на безпеку та більше турботи про навколишнє середовище.

Звісно, така безпрецедентна криза вимагає принципово нової стратегії підтримки та розвитку галузі [2, с. 36].

Враховуючи всі негативні наслідки нинішньої кризи слід зазначити такий важливий момент: сучасний туризм давно стоїть на порозі серйозних змін. Ситуація, яка викликана пандемією *COVID-19*, швидше за все, лише