

людей. Тепер підтримувати українців – це не просто бренд. Підтримувати українців – це мріяти про демократичний, рівноправний світ, у якому кожна людина це частинка великого суспільства, яка своїми діями, культурою примножує загальноцивілізаційну палітру. Тепер про українців знають багато, говорять майже щодня на всіх світових телеефірах, підтримують словом і ділом. Ми вже стали частиною європейської спільноти, бо ми не лише боронимо західні кордони від рашизму, а ще й розповідаємо про нашу країну. Ми віримо у перемогу і віримо у те, що наші співвітчизники скоро повернуться до рідних домівок. Але уже весь світ знає про Україну, про український сміливий народ, і так просто прийти з війною на нашу територію уже нікому і ніколи не буде можливості. Самим головним здобутком культурної інтеграції України за період російсько-української війни є переконання усього світу у тому, що ми цінуємо свободу і готові захищати свій народ, свою історію, свою культуру, свою державу.

Обозна А.О.,

кандидат економічних наук,
Миколаївський національний аграрний
університет, м. Миколаїв, Україна

WELLNESS-МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

На сьогодні у світовій літературі вчені сповідують різні концепції щодо визначень понять, пов'язаних зі wellness-індустрією. Це, перш за все, пов'язано з історичними особливостями розвитку wellness-індустрії в різних країнах світу.

Термін «wellness» у науковій літературі з'явився порівняно недавно та означає єдність як тіла, так і душі.

Взагалі поняття «*wellness*», за версією American Heritage Dictionary, означає гарний стан фізичного і духовного здоров'я як результат правильного харчування, фізичної активності та корисних звичок. Слово «wellness» походить від англійських слів «well-being» (добробут) та «fitness» (натренованість, здоровий стан організму) і вперше було надруковане в Оксфордському словнику в 1654 р. [1].

Американський вчений у галузі медицини, проф. Халберт Л. Дунн, якого вважають «батьком wellness'а», у 1959 р. започаткував розробку нової філософської концепції «wellness», відповідно до якої дефініція «здоров'я» людини не обмежується задовільним станом роботи життєвих функцій організму, але й відображає рівень її соціальної надбудови – благополучне, якісне, повноцінне життя, що значною мірою залежить від самої людини, її ставлення до власного здоров'я та дій, пов'язаних з його підтримкою, покращенням [2, с. 789].

Проф. Г. Михайліченко відносить до інновацій впровадження в економічну практику «програм медичного туризму, спрямованих на оздоровлення, профілактику і лікування хронічних захворювань, які отримали назву «Spa&Wellness» [3, с. 143].

Концепція «Вісім аспектів (вимірів) здоров'я (Eight Dimensions of Wellness)» wellness стану були спочатку розроблені доктором Пеггі Сварбрік, професором-

дослідником в Університеті Рутгерса, а також пропонував Центр досліджень та навчання реабілітації (RRTC) при Бостонському університеті. Вони включають (рис.1) [4]:

- фізичне благополуччя;
- емоційне благополуччя;
- соціальне благополуччя;
- інтелектуальне благополуччя;
- фінансове благополуччя;
- професійне благополуччя;
- духовне благополуччя;
- екологічне благополуччя.

Ці параметри складають модель з визначальних факторів, що впливають на розвиток wellness-індустрії сьогодні.

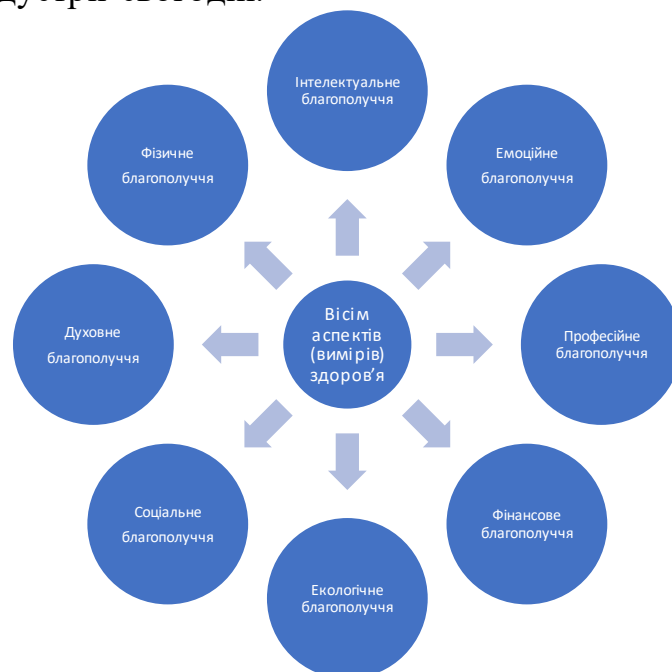


Рис. 1. Концепція «Вісім аспектів (вимірів) здоров'я (Eight Dimensions of Wellness)»

Важливу роль у популяризації цього способу життя та філософії зіграв американський професор Пол Зейн Пілзер, автор трьох бестселерів, і зокрема, книги «Революція Wellness - наступний трильйон доларів» [5]. Він прогнозував бум в США в сфері Wellness-індустрії, яка досягла обороту в 1 трильйон дол.США вже до 2010 року. А також, вчений визначив актуальність та необхідність створення індустрії мережевого маркетингу, саме мережевий маркетинг є ідеальним соціально-економічним інструментом для втілення нової галузі в життя [5].

Нові соціокультурні стандарти вимагають від споживача інвестиції в свій зовнішній вигляд. Тепер від ступеня доглянутості людини залежить його ідентифікація та позиціонування в соціальному оточенні, а відповідно, і професійний і особистий успіх.

Останнім часом Wellness як галузь стрімко розвивається, цей сегмент пропонує клієнтам сучасні технології та wellness-послуги, а саме: сучасне здорове харчування, фітнес, спортивний відпочинок, фестивалі, гастрономію та енотерапію, таласотерапію та медотерапію у wellness -центрах, wellness-готелях на базі українських готельних комплексів (рис.2).

Велнес став однією із найбільш ефективних форм рекреації, за цією концепцією функціонують велнес-готелі та велнес-курорти, розвивається велнес-туризм у світі.

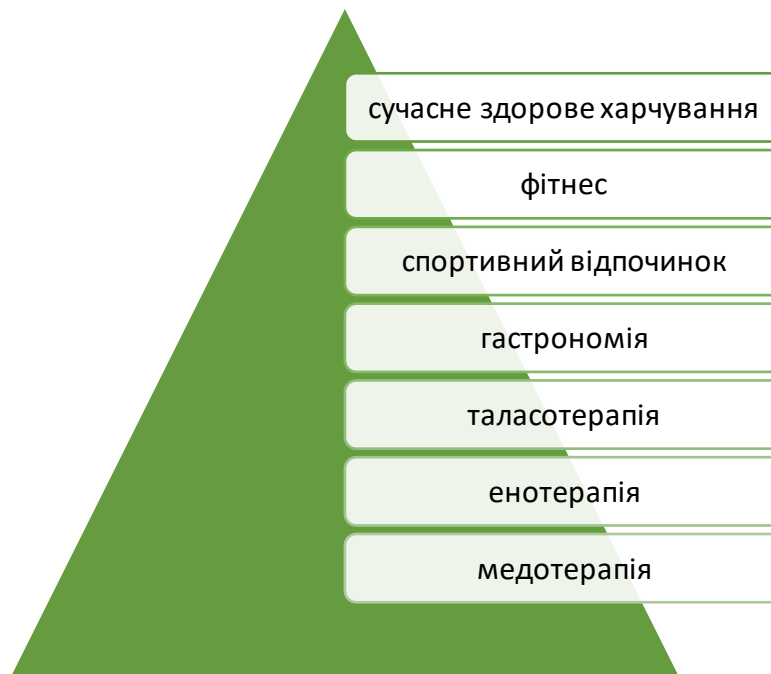


Рис.2 Види wellness-послуг

Світова велнес-індустрія нині оцінюється в 4,4 трильйона доларів, а велнес у сфері гостинності та туризму є одним із найшвидше зростаючих сегментів подорожей. Гості висококласних wellness-готелів мають можливість обирати між сучасними та найдавнішими методиками оздоровлення, тому SPA і wellness міцно увійшли в готельний бізнес і поступово займають провідні місця в переліку послуг.

Список використаних джерел:

1. Гуменюк В.В. Державне регулювання курортно-рекреаційної сфери: монографія / В.В. Гуменюк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 372 с.
2. Dunn H. L. High-level wellness for man and society / Halbert L. Dunn // American Journal of Public Health and the Nation's Health. – 1959. – № 6. – P. 786–792.
3. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туризму: монографія / Г.І. Михаліченко. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 608 с.
4. <https://andrewsinc.net/the-8-dimensions-of-wellness/>
5. <https://ladytoyear.ru/harchuvannja/harchuvannja-i-zdorov-ja/1041-shho-take-wellness-velnes-industrija-principi.html>