

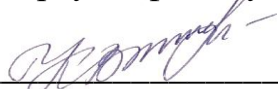
**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА  
ФАКУЛЬТЕТ ЗДОРОВ'Я, ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ І СПОРТУ  
КАФЕДРА СПОРТУ ТА ФІТНЕСУ**

Марчук Дар'я Сергіївна  
студентка групи ФРБ-1-22-4,0д

**СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СПА ТА ВЕЛНЕС –ІНДУСТРІЇ**

кваліфікаційна робота  
здобувача вищої освіти  
першого (бакалаврського) рівня  
зі спеціальності 017 – Фізична культура і спорт

«Допущено до захисту»  
завідувач кафедри  
спорту та фітнесу



Протокол № 5 А  
«18» травня 2026 р.

Науковий керівник:  
кандидат педагогічних наук,  
професор,  
професор кафедри спорту та  
фітнесу  
Благій Олександра Леонідівна

Київ – 2026

## ЗМІСТ

ВСТУП		3
РОЗДІЛ 1	ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ СПА ТА ВЕЛНЕС-ІНДУСТРІЇ	6
1.1.	Поняття та сутність СПА та Велнес-індустрії	6
1.2.	Історичні передумови становлення СПА та Велнес- культури	13
	Висновки до розділу 1	18
РОЗДІЛ 2	МЕТОДИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ	20
2.1.	Методи дослідження	20
2.2.	Організація дослідження	21
РОЗДІЛ 3	АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СПА ТА ВЕЛНЕС-ІНДУСТРІЇ	22
3.1.	Глобальні напрями розвитку індустрії СПА та Велнес	22
3.2.	Регіональні особливості та провідні ринки світу	27
3.3.	Аналіз українського ринку СПА та Велнес-послуг у контексті світових тенденцій	29
3.4.	Прогнозування перспектив розвитку СПА та велнес-індустрії	33
	Висновки до розділу 3	35
ВИСНОВКИ		37
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ		39
ДОДАТКИ		44

## ВСТУП

**Актуальність.** Сьогодні все більше людей переходять до усвідомленого вибору: вони прагнуть не просто «трохи відпочити», а жити так, щоб їхнє тіло і душа були в гармонії. Саме в цьому контексті галузь СПА та велнес-послуг набуває значущості не лише як розкіш чи елемент відпочинку, а як важливий компонент сучасного способу життя.

По-перше, у світі спостерігається досить стрімке зростання ринку СПА/велнес-послуг. Наприклад, згідно з дослідженням Grand View Research, глобальний ринок спа-послуг (spa services) очікується досягти 147,11 млрд дол. США до 2030 р., із середньорічним темпом зростання (CAGR) близько 7,5 %. Це свідчить: ринок не просто існує — він активно росте[10].

По-друге, клієнти переформатовують свої очікування. Уже не достатньо просто «масаж + сауна». З'являються нові запити: стрес-менеджмент, глибоке релаксування, зміцнення психічного здоров'я, профілактика захворювань. Наприклад, у дослідженні «Spa trends, treatments and concepts to look and feel great in 2024» від Hospitality Net зазначено, що сучасні спа-заклади пропонують «погруження» в комплексні програми, включаючи діагностику, персоналізацію та використання технологій [11].

По-третє, виникає важливий соціально-економічний контекст: збільшення доходів у частини населення, урбанізація, підвищення зайнятості та рівня стресу. В умовах прискореного ритму життя, цифрового перенавантаження та пандемій, люди шукають «острівці спокою» і можливість підтримати власне здоров'я через превентивні заходи — а не лише реагувати на хвороби. Наприклад, звіт «Health & Wellness Spa Market 2025-2030» від ResearchAndMarkets зазначає, що глобальний ринок велнес-спа у 2024 р. оцінювався в 124,23 млрд дол. США, і до 2030 р. має досягти 173,74 млрд дол. США, із CAGR ~5,75 % на період 2025-2030 pp [12].

Таким чином, тема «світові тенденції розвитку СПА та велнес-індустрії» є надзвичайно актуальною з кількох причин:

- вона дозволяє дослідити нові форми та моделі індустрії, які з'являються під тиском сучасних запитів;
- вона відкриває можливості для порівняння міжнародного досвіду та адаптації до українських умов (що є важливим для вашого дослідження);
- вона має практичне значення — результати такого дослідження можуть бути використані для розвитку закладів СПА/велнес в Україні, покращення їх сервісу, залучення клієнтів, підвищення конкурентоспроможності.

**Мета дослідження** – проаналізувати світові тенденції розвитку СПА та Велнес-індустрії, виявити закономірності її формування та визначити перспективи впровадження глобальних підходів в Україні.

**Завдання дослідження:**

1. За даними науково-методичної літератури проаналізувати сутність і зміст понять та історичні передумови становлення СПА та Велнес-культури.
2. Проаналізувати сучасний стан і тенденції розвитку СПА та Велнес індустрії у світі та в Україні.
3. Сформулювати рекомендації щодо вдосконалення діяльності Спа та Велнес-закладів в Україні.

**Об'єкт дослідження** – СПА та Велнес-індустрія

**Предмет дослідження** – світові тенденції, особливості та закономірності розвитку СПА та Велнес-індустрії, а також можливості їх адаптації в Україні.

**Методи дослідження:**

- аналіз та узагальнення даних науково-методичної літератури;
- анкетування;
- методи статистичної обробки даних.

**Практична значущість** полягає у можливості використання результатів дослідження для вдосконалення роботи СПА та велнес-закладів в Україні, зокрема шляхом упровадження сучасних світових тенденцій і підходів. Отримані висновки можуть слугувати основою для підвищення якості сервісу, розробки нових послуг та зміцнення конкурентоспроможності галузі.

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури, додатків. Загальний обсяг роботи становить 47 сторінок.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ СПА ТА ВЕЛНЕС-ІНДУСТРІЇ

#### 1.1. Поняття та сутність СПА та Велнес-індустрії

На сучасному етапі розвитку туристичної сфери, як в українській, так і в міжнародній науковій літературі, спостерігається певна неоднозначність і відсутність повної єдності щодо чітких визначень термінів, які стосуються індустрії СПА та велнес, що часто ототожнюється з лікувально-оздоровчим туризмом. Ця ситуація зумовлена кількома ключовими факторами. По-перше, дана галузь почала набувати рис відносно самостійної сфери економіки та туризму лише з кінця ХХ століття, коли глобальні тенденції до здорового способу життя, екологічності та профілактики захворювань набули масового характеру. По-друге, різні регіони світу мають власні історичні традиції оздоровлення: наприклад, європейські країни спираються на давні традиції бальнеології та курортного лікування, азійські – на аюрведу, йогу та традиційну китайську медицину, а американські – на сучасні фітнес-програми та психологічний велнес. Через це представники галузі, науковці та практики дотримуються різних концептуальних підходів, що ускладнює уніфікацію термінології. Однак, попри ці розбіжності, у світовій спільноті помітна чітка тенденція до стандартизації та уніфікації понять, пов'язаних зі СПА та велнес. Такий процес необхідний для підвищення якості наукових досліджень, полегшення порівняльного аналізу статистичних даних між країнами, а також для кращого розуміння споживачами сутності послуг, термінів і концепцій, що пропонуються в цій сфері. Це особливо важливо в умовах глобалізації, коли туристи подорожують між континентами і очікують однакового рівня сервісу та розуміння [32].

Разом із тим, неоднозначність термінології зумовлена й відсутністю єдиного теоретичного розуміння поняття «велнес». У сучасній науковій літературі поняття «велнес» також не має єдиного універсального тлумачення,

що підтверджується результатами концептуальних досліджень у сфері доглядових наук та охорони здоров'я. Зокрема, у працях зарубіжних дослідників підкреслюється, що велнес часто помилково ототожнюється зі здоров'ям, фізичною формою або відсутністю захворювань, хоча за своєю сутністю він виходить за межі суто медичного підходу. Велнес розглядається як холістичне, багатовимірне й процесуальне явище, яке охоплює фізичний, психічний, соціальний, емоційний та духовний виміри життєдіяльності людини. У цьому контексті велнес трактується як стиль життя, орієнтований на гармонізацію взаємодії тіла, розуму й духу, а також на усвідомлене формування поведінкових практик, спрямованих на підвищення якості життя. Саме таке розуміння велнесу є концептуально близьким до філософії СПА та велнес-індустрії, де основною метою виступає не лікування захворювань, а профілактика, відновлення, релаксація, саморозвиток і підтримка загального благополуччя людини [7]

Доказовим підтвердженням такого процесуального та холістичного розуміння велнесу є результати сучасних досліджень у сфері health coaching, зокрема систематичний огляд і метааналіз рандомізованих контрольованих досліджень, проведений Ю. Ян та співавторами (2020). Автори розглядають health coaching як ефективний інструмент підтримки людей із хронічними захворюваннями, який спрямований не лише на покращення окремих клінічних показників, а й на формування здорових поведінкових моделей, підвищення рівня саморегуляції, відповідальності за власне здоров'я та загального благополуччя. У межах цього підходу здоров'я трактується як безперервний континуум, а не як статичний стан «відсутності хвороби», що концептуально збігається з філософією велнесу. Дослідники наголошують, що поєднання медичних, поведінкових і психосоціальних інтервенцій дозволяє досягати сталих позитивних змін у якості життя, що є принципово важливим як для системи охорони здоров'я, так і для розвитку велнес-індустрії та СПА-напрямів, орієнтованих на профілактику, підтримку ресурсів організму та довготривале благополуччя особистості [29].

Поняття «СПА та велнес-туризм» за своїм змістом, обсягом і практичним застосуванням можна вважати синонімічним до українського терміну «лікувально-оздоровчий туризм», який традиційно використовується в вітчизняній літературі для опису подорожей з метою відновлення здоров'я, профілактики чи лікування. У англійських джерелах аналогом є «health tourism» – туризм за здоров'ям, що охоплює широкий спектр активностей, спрямованих на фізичне та ментальне благополуччя. Поряд з цим, в англійській фаховій літературі поширені численні варіанти термінів, які відображають нюанси підходів: «wellness tourism» (велнес-туризм, акцент на профілактиці та гармонії), «healthcare tourism» (туризм медичних послуг), «cure tourism» (лікувальний туризм), «holistic tourism» (холістичний туризм, що розглядає людину як цілісну систему), «well-being tourism» (туризм благополуччя), «spa tourism» (СПА-туризм), «medical tourism» (медичний туризм, часто з хірургічними втручаннями), «health and wellness tourism» (комбінований туризм здоров'я та велнесу) та інші. В українській науковій і практичній літературі ситуація подібна: тут вживаються «лікувальний туризм» (фокус на терапії захворювань), «санаторно-лікувальний туризм» (з використанням природних факторів у санаторіях), «оздоровчий туризм» (загальне відновлення), «медичний туризм» (клінічні процедури), а також запозичені «СПА-туризм», «велнес-туризм», «велнес-оздоровчий туризм» та різноманітні гібридні інтерпретації. Ця різноманітність термінів відображає еволюцію галузі, але створює плутанину для споживачів і дослідників. У глобальній практиці повної єдності в термінології досі немає, і, як було наголошено на Global Spa Summit у Стамбулі в травні 2010 року, досягнення такої уніфікації визначено одним із пріоритетних завдань на найближче майбутнє, аби полегшити міжнародну співпрацю, маркетинг і регуляцію [40, 10].

Важливим сучасним науковим підходом, що поглиблює розуміння сутності велнесу та його відмінності від традиційного лікувально-оздоровчого туризму, є концепція континууму здоров'я і благополуччя, представлена в

дослідженнях з health and wellness coaching. Як зазначають А. Перлман та А. Абу Дабрх, сучасна система охорони здоров'я, попри значні технологічні досягнення, не забезпечує належного рівня якості життя та суб'єктивного благополуччя населення, що зумовлює необхідність комплексного підходу до здоров'я людини як безперервного процесу, який охоплює як медичні, так і позамедичні середовища [29].

Сутність дії СПА-процедур полягає в комплексному впливі на весь організм людини. Через шкірний покрив – найбільший орган тіла – активізуються метаболічні процеси: покращується кровообіг і лімфоток, стимулюється виведення токсинів, шлаків і надлишкової рідини, нормалізується робота сальних залоз, підвищується тонус м'язів. Компоненти процедур (мінеральна вода, морська сіль, водорості, ефірні олії, грязі, глини) насичують шкіру та організм корисними мікроелементами, вітамінами, антиоксидантами, що призводить до загального покращення самопочуття, підвищення імунітету, зниження рівня стресу та наповнення життєвою енергією. Наприклад, гідромасажні ванни розслаблюють м'язи та знімають біль у суглобах, обгортання з водоростями сприяють детоксикації та схудненню, ароматерапія впливає на емоційний стан через нюхові рецептори. Сучасне СПА – це не просто водні процедури, а багатогранна система: гідротерапія (басейни, джакузі, душі Шарко), таласотерапія (використання морських продуктів), стоун-терапія (гарячі камені), пілінги, масажі, сауни (фінська, турецька хамам, інфрачервона). Усе це створює синергетичний ефект, допомагаючи не тільки фізично, а й психологічно: знижується рівень кортизолу (гормону стресу), покращується сон, зростає впевненість у собі завдяки кращому зовнішньому вигляду [32, 41].

На відміну від СПА-туризму, який має більш традиційний характер і орієнтований на подолання конкретних захворювань (наприклад, проблеми з опорно-руховим апаратом, шкірою, дихальною системою), реабілітацію після травм чи операцій, або корекцію фігури (санаторно-курортний, клінічний чи медичний напрям), велнес-туризм є принципово новим, інноваційним

підходом. Він розрахований на фізично та ментально здорових людей, які прагнуть не лікувати, а запобігати проблемам, підтримувати високий рівень енергії, гармонію та соціальне благополуччя. Велнес фокусується на профілактиці першого рівня – тобто на формуванні звичок, що запобігають виникненню захворювань взагалі. Термін «велнес» (англ. wellness, від «to be well» – бути здоровим, або комбінація «well-being» + «fitness» – благополуччя та фізична форма) не має точного українського еквівалента; найближчі переклади – «прекрасне самопочуття», «гармонійне благополуччя» чи «всебічне здоров'я». Теоретики наголошують: велнес не є синонімом лікувального туризму, бо останній займається вторинною/третинною профілактикою (зупинка прогресу хвороби) чи реабілітацією (відновлення після втрати функцій). Велнес іноді ототожнюють з оздоровчим туризмом, але це ширше, бо включає духовний, соціальний та екологічний виміри [15, 3].

Велнес як філософія охоплює всі сфери людського буття: фізичну (тіло), духовну (душа, емоції), соціальну (відносини, суспільство). Людина, яка живе за принципами велнесу, – це успішна, енергійна, оптимістична особистість будь-якого віку: вона регулярно займається спортом (йога, пілатес, плавання, прогулянки), дотримується збалансованого харчування (органіка, суперфуди, вегетаріанство чи середземноморська дієта), дбає про зовнішність (натуральна косметика, масажі), уникає стресів через медитацію чи хобі, підтримує соціальні зв'язки. Основні принципи велнесу: рух (помірні навантаження для серця, м'язів, суглобів), розумова активність (читання, навчання, головоломки), релаксація та гармонія (медитація, спа), краса і догляд за тілом (процедури, гігієна), збалансоване харчування (вітаміни, мінерали, гідратація). Ідеї велнесу не нові: в античній Греції існував термін «kalokagathia» – ідеал єдності красивого тіла (kalos) та доброї душі (agathos), де фізична досконалість нерозривно пов'язана з моральною. Давні цивілізації Сходу (Індія, Китай) практикували аюрведу, цигун, тай-чи для балансу енергій [6, 34].

Сучасний велнес як система оздоровлення сформувався в середині ХХ століття. У 1959 році американський лікар Хальберт Л. Данн (Dr. Halbert L.

Dunn) вперше ввів термін «wellness» і описав його як «високий рівень здоров'я», що поєднує фізичне, ментальне та духовне. У 1960-х роках концепцію популяризували Джон Тревіс (модель «континууму здоров'я»), Дональд Арделл (книга «High Level Wellness») та Герхарт Хеттлер (модель шести вимірів здоров'я). У США велнес став масовим завдяки корпоративним програмам (фітнес для співробітників). У 1990-х ідеї поширилися Європою (Німеччина, Швейцарія з курортами), а в 2000-х дійшли до України, де інтегрувалися в готелі, фітнес-клуби та санаторії. Сьогодні велнес – це глобальна індустрія: фітнес-центри, СПА-салони, сауни, спортивні клуби, програми догляду за шкірою/тілом, здорове харчування, БАДи, натуральні продукти, йога-ретрити, медитаційні центри. За оцінками, ринок велнесу перевищує 4,5 трлн доларів глобально, з ростом 5–10% щорічно [11].

У контексті сучасного розвитку СПА та велнес-туризму особливу роль відіграють цифрові технології та персоналізація послуг, що трансформують галузь у високотехнологічну екосистему. Сучасні СПА-центри та велнес-курорти активно впроваджують мобільні додатки для бронювання, віртуальні консультації з фахівцями (нутриціологами, психологами, тренерами), а також носимі гаджети (фітнес-браслети, смарт-ваги) для моніторингу стану здоров'я в реальному часі – пульсу, сну, рівня стресу та калорійності. Наприклад, системи на основі штучного інтелекту аналізують біометричні дані гостей і пропонують індивідуальні програми: від персоналізованих обгортань з урахуванням типу шкіри до йога-сесій, адаптованих під емоційний стан. Віртуальна реальність (VR) використовується для медитацій у симульованих природних ландшафтах (гори, океан), а телемедицина інтегрується в медичний туризм для попередніх діагностик. Ця цифрова інтеграція не тільки підвищує ефективність процедур, але й сприяє глобальній доступності: туристи можуть планувати велнес-подорожі онлайн, отримуючи рекомендації на основі big data з попередніх візитів. За даними Global Wellness Institute, сегмент цифрового велнесу зростає щорічно, роблячи галузь привабливою для

інвестицій і сприяючи переходу від масового до преміум-персоналізованого туризму [25].

Важливим теоретичним підґрунтям для розуміння сутності велнесу є підхід, запропонований американськими дослідниками Ч. Корбіном та Р. Пангразі. У своїй праці вони наголошують на необхідності уніфікованого визначення велнесу, оскільки відсутність єдиного трактування призводить до термінологічної плутанини, ускладнює наукові дослідження та сприяє поширенню псевдонаукових підходів у сфері оздоровлення. Автори визначають велнес як багатовимірний стан позитивного здоров'я особистості, що проявляється через якість життя та суб'єктивне відчуття благополуччя. При цьому велнес розглядається не як сукупність дій чи процедур, а саме як стан буття, який формується внаслідок здорової поведінки, але не ототожнюється з нею. Дослідники підкреслюють, що велнес є складовою частиною здоров'я, його позитивним компонентом, і включає фізичний, емоційний, соціальний, інтелектуальний та духовний виміри, які перебувають у тісному взаємозв'язку та взаємному впливі. Такий підхід є концептуально важливим для велнес-індустрії та велнес-туризму, оскільки зміщує акцент з лікування захворювань на підтримку гармонійного стану людини та підвищення якості її життя [4].

Узагальнюючи, СПА або лікувально-оздоровчий туризм є широкою категорією, що включає велнес (профілактичний, гармонійний) та традиційний лікувальний (санаторний, медичний) напрями. Термін «СПА» може позначати як класичні водні практики, так і сучасну СПА & велнес-концепцію. Дослідження ринку проводять асоціації як ISPA, European Spas Association, Global Wellness Institute: у звіті Global Spa Summit 2011 року в 30 розвинених країнах налічується 289 млн активних споживачів СПА; ISPA фіксує зростання велнес-готелів. В Україні велнес розвивається завдяки ресурсам (мінеральні води типу «Нафтуся», «Миргородська», клімат Карпат, Чорного моря), але потребує стандартів, маркетингу та інфраструктури. Інтеграція в готельний бізнес (велнес-готелі, центри) підвищує

конкурентоспроможність: гості платять за програми, а не номери, перебувають довше (5–10 днів), генерують 35–50% доходу від оздоровлення [40].

## **1.2. Історичні передумови становлення СПА та Велнес-культури**

Історія розвитку СПА та велнес-культури є надзвичайно багатою і багатогранною, адже вона охоплює тисячоліття людського досвіду в пошуках гармонії, здоров'я та внутрішнього балансу. Ще в найдавніші часи люди інтуїтивно розуміли, що справжнє благополуччя неможливе без єдності тіла, розуму та духу. Ця ідея, відома як філософія холізму, стала основою для всіх подальших практик оздоровлення. Наприклад, давньогрецький філософ Платон у своїх діалогах неодноразово наголошував на тому, що рівновага між фізичним станом і душевною гармонією є не просто особистою справою, а її фундаментом для створення справедливого та здорового суспільства в цілому. Він вважав, що ігнорування цієї єдності призводить до дисбалансу не тільки в окремій людині, але й у всьому соціумі. Саме ця холістична концепція лягла в основу того, що ми сьогодні називаємо СПА та велнес-практиками, які прагнуть відновити цілісність людини на всіх рівнях її існування.

Перші історичні прояви оздоровчих традицій можна простежити ще в Стародавній Греції, де культура купання набула особливого значення. Греки не просто милися – для них лазні та джерела були священними місцями, де поєднувалися гігієна, соціальна взаємодія, фізичне відновлення та навіть філософські роздуми. Люди подорожували на значні відстані, наприклад, до острова Евбея, аби зануритися в мінеральні джерела, які, за повір'ями, мали цілющі властивості. Такі поїздки вже тоді можна вважати прототипом сучасного оздоровчого туризму. Грецькі купальні, або терми, слугували не лише для очищення тіла, але й для обміну ідеями, відпочинку душі та зміцнення соціальних зв'язків. У цьому контексті тілесність набувала глибокого культурно-філософського сенсу: вона не зводилася до простої біологічної функції, а ставала способом самопізнання, пізнання світу та

встановлення зв'язку з природою. Такі практики підкреслювали, що здоров'я – це не відсутність хвороби, а активний стан гармонії, який потрібно свідомо підтримувати [30]. Цю традицію з ще більшим розмахом розвинули римляни, які перетворили прості купальні на грандіозні архітектурні комплекси – терми. Римські терми були справжніми центрами громадського життя: тут були гарячі та холодні басейни, сауни, зали для масажу, бібліотеки, спортивні майданчики та навіть місця для розваг. Вони функціонували як простори для гігієни, релаксації, соціалізації та інтелектуального обміну. Римляни будували терми поблизу природних термальних джерел, використовуючи цілющі властивості води для профілактики та лікування різних недуг. Багато з цих давніх споруд збереглися і еволюціонували в сучасні курорти. Наприклад, римська Аква Каліда стала основою для знаменитого французького курорту Віші, Аква Гельветика перетворилася на швейцарський Баден, відомий своїми термальними водами, а Аква Геркулі – на румунський Байле Геркулане. Ці приклади демонструють неперервність традиції: те, що починалося як утилітарне використання природних ресурсів, з часом набуло статусу культурної спадщини. Уже в II столітті до н.е. в Греції існували курорти на кшталт Асклепію, де на базі цілющих джерел формувалися СПА-комплекси. Туди приїжджали не тільки для лікування, але й для відпочинку заможні люди, яким пропонували додаткові розваги – концерти, азартні ігри, театральні вистави. Це показує, як оздоровлення поєднувалось із задоволенням, створюючи прототип сучасного велнес-туризму [35].

У Середньовіччі європейські традиції купання частково занепали через вплив церкви та реформаційних рухів, які вбачали в тілесних насолодах щось гріховне. Однак у період Відродження інтерес до природних джерел і водних процедур відродився з новою силою. Люди знову почали цінувати термальні води, мінеральні джерела та бальнеологічні практики для профілактики здоров'я. Справжня демократизація курортів відбулася лише у XX столітті, особливо після Першої та Другої світових воєн. У цей період оздоровчі заклади перестали бути привілеєм еліти і стали доступними для представників

усіх соціальних верств. Санаторії, курорти та СПА-центри масово відкривалися, пропонуючи послуги на основі природних ресурсів, що мали лікувальні властивості. До цього моменту ключовою умовою для створення курорту була наявність саме таких ресурсів – мінеральних вод, грязей, клімату. Це стимулювало розвиток інфраструктури та зробило оздоровчий туризм масовим явищем. Паралельно з еволюцією СПА розвивалася концепція велнесу, яка стала якісно новим етапом у розумінні здоров'я. Термін "велнес" був уперше введений у 1959 році американським лікарем Гелбертом Л. Данном. Він визначив велнес як активний стиль життя, що поєднує фізичне здоров'я з ментальним, емоційним і духовним розвитком. На відміну від традиційної медицини, яка фокусується на лікуванні хвороб, Данн пропонував проактивний підхід: людина сама несе відповідальність за своє благополуччя, свідомо обираючи здорове харчування, фізичну активність, достатній сон, управління стресом та практики самопізнання. У 1960-х роках ця ідея набула широкої популярності в США завдяки численним публікаціям Данна, а також працям Джона Тревіса, Дональда Арделла та Гела Хеттлера. Особливо важливим став внесок Тревіса та Регіни Райан, які запропонували багатовимірну модель велнесу. Вона включає шість ключових вимірів: фізичний (рух, харчування, відпочинок), емоційний (контроль над почуттями, стресостійкість), духовний (пошук сенсу життя, медитація), інтелектуальний (постійне навчання, розвиток розуму), соціальний (здорові стосунки з іншими) та професійний (баланс між роботою та особистим життям). Ця модель перетворила велнес на цілісну філософію буття, де акцент робиться на усвідомленості, рефлексії та постійному прагненні до вдосконалення [30, 38].

Велнес суттєво відрізняється від традиційного СПА. Якщо СПА (від лат. "sanus per aquam" – здоров'я через воду) історично орієнтоване на пасивні процедури – масажі, ванни, обгортання, спрямовані на профілактику, реабілітацію та корекцію фізичного стану, то велнес є активною, новітньою течією, що увійшла в масовий ужиток наприкінці ХХ століття. Велнес передбачає не просто відпочинок, а свідомий спосіб життя: йога, медитація,

психоемоційна рівновага, екологічне харчування, духовні практики. Він став відповіддю на виклики сучасності – стрес, інформаційне перенасичення, відчуження, екзистенційну невизначеність. У велнесі людина не чекає хвороби, а запобігає їй, "слухаючи себе" та відновлюючи внутрішню цілісність. Наприкінці ХХ століття СПА та велнес об'єдналися в єдину індустрію – СПА & велнес-туризм, який швидко став одним із провідних трендів туристичного ринку завдяки зростаючому попиту на комплексне відновлення [30, 37].

З філософської точки зору, ці практики глибоко пов'язані з антропологією. Французький філософ Моріс Мерло-Понті стверджував, що тіло – це не просто біологічний об'єкт чи інструмент, а "жива суб'єктивність", через яку ми переживаємо світ, взаємодіємо з ним і пізнаємо себе. У СПА та велнес-туризмі тіло перестає бути механічним і стає джерелом глибокого досвіду, місцем для рефлексії, медитації та екзистенційного прозріння. Людина починає по-новому сприймати себе, час, природу, цінності життя. Такий досвід сприяє пошуку сенсу буття та самопізнанню, роблячи велнес-туризм не просто послугою, а філософською практикою. Крім того, сучасна філософія велнесу включає етичний вимір: турбота про себе – це не егоїзм, а моральний обов'язок перед собою та суспільством, відповідно до етики турботи. Важливою є й екологічна свідомість: велнес-туризм тісно пов'язаний з природою – горами, джерелами, узбережжями. Тому він передбачає відповідальне споживання ресурсів, збереження біорізноманства та етичну поведінку в місцевих громадах [31, 30].

Регіональні особливості розвитку велнесу також варті уваги. У США велнес починався в сферах фізичної культури, фітнесу та косметології, з акцентом на індивідуальні програми. В Азії він інтегрувався зі східними традиціями – йогою, тай-чі, аюрведою, фокусуєчись на красі та догляді за тілом. У Європі велнес розвинувся на базі численних термальних джерел і купальних курортів, стаючи невід'ємною частиною туризму. В Україні історичні корені оздоровчого туризму сягають ХІХ століття, особливо в Закарпатті. У період, коли регіон входив до Чехословаччини, активно

будувалися курорти в Мукачеві Ужгороді та інше. Сьогодні Закарпаття – справжній скарбниця природних ресурсів: понад 50 термальних джерел різної мінералізації в Береговому, Косино, Велятино, Довгому, Мукачевому. Особливо унікальні йодо-бромні метанові води в Іршавському районі (Велика Розтока, Мала Розтока, Дубрівка), аналогів яким в Україні немає. Це створює потенціал для створення великих термальних комплексів, подібних до "Кальдеа" в Андоррі чи "Аквадом" в Австрії [30].

Ця тенденція підтверджує, що СПА та велнес-туризм не обмежуються локальними ресурсами чи національними традиціями. Сучасні практики інтегрують цифрові технології, інноваційні методи відновлення та глобальні підходи до здорового способу життя. Наприклад, мобільні додатки для медитації, персоналізовані фітнес-програми та телемедичні консультації стають невід'ємною частиною індустрії, поєднуючи давні традиції з новітніми досягненнями науки та технологій [14].

Важливим сучасним інструментом реалізації велнес-підходу став health and wellness coaching (здоров'я та велнес-коучинг). Ця практика почала формуватися як окремий напрям у 1990-х роках, хоча окремі елементи з'являлися ще в 1970-х у рамках превентивної медицини та програм зміни поведінки. У 2000-х роках НWC швидко набув популярності як метод, що допомагає людям формувати стійкі здорові звички, управляти хронічними захворюваннями та підвищувати якість життя. На відміну від традиційних медичних консультацій, коучинг тут є пацієнт-центрованим процесом: клієнт сам визначає цілі, через самопізнання та активне навчання працює над їх досягненням, вчиться самоконтролю та відповідальності за власну поведінку. Водночас коуч надає необхідну освіту з питань здоров'я та використовує техніки мотиваційного інтерв'ю, постановки цілей і когнітивно-поведінкових підходів. Саме така модель отримала широке визнання в медичній літературі та почала інтегруватися в системи охорони здоров'я, корпоративні велнес-програми та СПА-практики [28].

Health and wellness coaching (HWC) активно розвивається як допоміжний метод лікування захворювань, пов'язаних зі способом життя. HWC “holds great potential for advancing healthy behavior change and stemming the rising tide in prevalence of chronic disease”, сприяючи формуванню здорових звичок та покращенню якості життя пацієнтів із хронічними захворюваннями [19]. Сучасні дослідження підтверджують ефективність health coaching для пацієнтів із хронічними захворюваннями. Він покращує поведінкові, фізіологічні та соціально-психологічні показники, сприяє розвитку навичок самоконтролю та мотивації до здорового способу життя, а також допомагає більш ефективно використовувати ресурси системи охорони здоров'я. Health coaching розглядається як перспективний підхід, який може бути інтегрований у медичні та велнес-програми для підтримки пацієнтів із хронічними станами, підвищуючи якість їхнього життя та зменшуючи соціально-економічний тягар захворювань[29].

Сучасна популярність СПА та велнес-туризму відображає глобальну трансформацію цінностей: від матеріального споживання до пріоритету здоров'я, балансу, внутрішнього розвитку та усвідомленості. Формуються нові культурні наративи – культ турботи про себе, тілесної рефлексії, єдності з природою. Ці практики стають простором соціалізації: колективні йога-ретрити, СПА для пар, велнес-фестивалі як Global Wellness Day об'єднують людей, сприяють обміну досвідом, формуванню спільнот і поширенню ідей сталого розвитку. Таким чином, СПА та велнес – це не просто індустрія послуг, а цілісний світогляд, що поєднує давні філософські традиції з інноваційними підходами до благополуччя, відповідаючи на екзистенційні виклики сучасного світу.

### **Висновок до розділу 1**

Аналіз та узагальнення даних спеціальної літератури дозволив проаналізувати теоретичні засади розвитку СПА та велнес-індустрії. СПА - це в основному водні процедури, масажі, обгортання, сауни, грязі тощо, які допомагають розслабитися, вивести токсини, покращити кровообіг, шкіру,

самопочуття. Раніше це було ближче до лікування (санаторії, курорти), зараз - більше про відпочинок і догляд за собою. Велнес - це ширше. Це не про лікування хвороб, а про те, щоб бути здоровим заздалегідь: правильно харчуватися, рухатися, спати, медитувати, дбати про нерви, стосунки, душу. Це спосіб життя, коли людина сама відповідає за своє «класне самопочуття». Терміни в світі й в Україні плутаються: хтось каже «оздоровчий туризм», хтось «медичний», хтось просто «велнес» чи «СПА». Але всі розуміють, що це про здоров'я + задоволення, і поступово намагаються говорити однаковою мовою.

Історія показує, що люди завжди любили джерела, лазні, гарячі ванни - ще з часів греків і римлян. Потім це трохи забули, а в 20 столітті знову відродилося, особливо в Америці з'явився термін «wellness» (1959 рік, доктор Данн). Зараз це величезна індустрія - люди готові платити за те, щоб почуватися добре фізично й душевно. В Україні є круті природні ресурси (Карпати, Закарпаття з термальними водами, Трускавець, Миргород тощо), але поки що ми відстаємо від світу в маркетингу, сучасних технологіях і стандартах.

Загалом СПА + велнес - це вже не просто відпочинок, а відповідь на сучасне життя: стрес, швидкість, гаджети. Люди хочуть балансу, спокою, енергії та сенсу. І ця галузь буде рости ще дуже швидко.

## РОЗДІЛ 2

### МЕТОДИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

#### 2.1. Методи дослідження

Під час здійснення дослідження було застосовано такі методи:

- аналіз та узагальнення даних науково-методичної літератури;
- анкетування (опитувальник для клієнтів СПА та

велнес-центрів для вивчення ставлення споживачів до послуг, їхньої популярності, мотивів відвідування та очікувань; опитувальник для тренерів фітнес-центрів для з'ясування рекомендацій додаткових засобів і послуг, впливу на популяризацію СПА та велнес-індустрії);

- методи статистичної обробки даних.

##### 2.1.1. Аналіз та узагальнення даних науково-методичної літератури.

З метою вивчення та аналізу даних науково-методичної літератури з питань світових тенденцій розвитку СПА та велнес-індустрії було проаналізовано літературні джерела, включаючи роботи іноземних авторів. Були вивчені питання щодо глобальних трендів у галузі, впливу сучасних тенденцій на розвиток послуг, ставлення споживачів до СПА та велнес-послуг, а також сучасні методи оцінки популярності та очікувань у цій сфері.

**2.1.2. Анкетування.** Задля вивчення ставлення споживачів до СПА та велнес-послуг, їхньої популярності, мотивів відвідування та очікувань, а також ролі тренерів у рекомендаціях таких послуг, нами було здійснене анкетування за допомогою двох спеціально розроблених опитувальників.

У ході дослідження застосовувалися два спеціально розроблені опитувальники:

- опитувальник для клієнтів СПА та велнес-центрів (додаток А);
- опитувальник для тренерів фітнес-центрів (додаток Б).

Анкетування застосовувалось задля одержання інформації із окремих проблем дослідження. Завдяки методиці анкетування визначались мотиви, потреби й інтереси клієнтів до СПА та велнес-послуг, а також роль тренерів у їх популяризації. Опитувальники складаються з питань щодо демографічної інформації, ставлення до послуг, пріоритетних мотивів, факторів вибору та очікувань. У дослідженні застосовувався метод ранжування відповідей і проводився порівняльний аналіз одержаних результатів анкетування щодо мотивів й інтересів респондентів.

**2.1.3. Методи статистичної обробки даних.** Обробка результатів досліджень здійснювалась на персональному комп'ютері за допомогою стандартних програм електронних таблиць «Excel».

## **2.2. Організація дослідження.**

Дослідження було здійснено на базі онлайн-платформ та фітнес-центрів. У дослідженні взяли участь респонденти з числа клієнтів СПА та велнес-центрів, а також тренери фітнес-центрів.

Дослідження проводилися в три етапи:

I етап включав вивчення спеціальної літератури, складання індивідуального плану роботи, написання вступу.

II етап був спрямований на підготовку анкет та завдань, написання першого розділу і другого розділу роботи.

На III етапі проводилося основне дослідження, аналіз отриманих результатів, був підготовлений третій розділ, сформульовані висновки та практичні рекомендації, оформлена бакалаврська робота, проводилася підготовка до офіційного захисту бакалаврської роботи.

## РОЗДІЛ 3

### АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СПА ТА ВЕЛНЕС-ІНДУСТРІЇ

#### 3.1. Глобальні напрями розвитку індустрії СПА та Велнес

У сучасному світі індустрія СПА та велнес розвивається швидкими темпами, відображаючи зміни в потребах людей щодо здоров'я, релаксації та профілактики хвороб. Для аналізу цих тенденцій було проведено опитування серед клієнтів СПА та велнес-центрів, яке допомогло виявити ключові напрями. У дослідженні взяли участь 15 респондентів з різних вікових груп, які є активними користувачами таких послуг. Найбільшу частку склали молоді люди віком від 18 до 25 років, що становить 40 відсотків опитаних, що вказує на високий інтерес саме цієї категорії до процедур, спрямованих на підтримку здоров'я та розслаблення. Наступною за чисельністю групою стали респонденти від 26 до 35 років, які займають 26,5% відсотків, а решта розподілена між старшими віковими категоріями, включаючи 46–55 років та молодше 18.

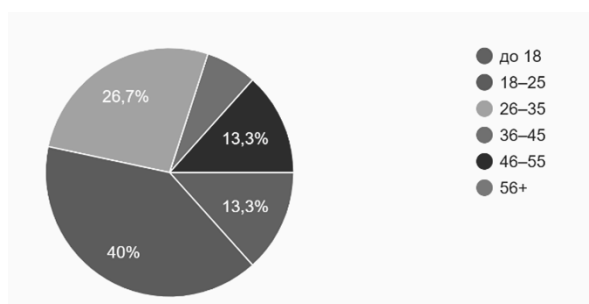


Рис 3.1 - Вік респондентів

Серед учасників переважали жінки, їх частка досягає 80 відсотків, що є типовим для цієї сфери, оскільки послуги часто пов'язані з доглядом за тілом, косметикою та емоційним відновленням, хоча чоловіки також проявляють інтерес, особливо до відновлювальних програм після спорту. Це свідчить про

те, що велнес стає універсальним напрямом для всіх статей, але жінки частіше обирають комплексні процедури для балансу життя.

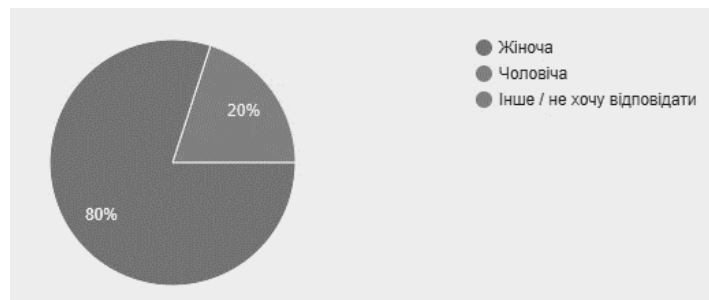


Рис 3.2. Стать респондентів

Аналізуючи частоту відвідування СПА та велнес-послуг, можна побачити, що більшість респондентів, а саме 47 відсотків, користуються ними кілька разів на рік, що робить це основним режимом. Близько 27 відсотків відвідують центри раз на місяць, тоді як 13 відсотків роблять це рідше, а 7 відсотків наразі не відвідують, але планують почати в майбутньому. Така картина вказує на те, що люди все більше інтегрують велнес у свій розпорядок дня, не роблячи його щоденним, але регулярним елементом для підтримки форми. Це узгоджується з глобальними тенденціями, де після пандемії коронавірусу зросла увага до профілактики здоров'я, і люди шукають способи уникнути вигорання через періодичні сеанси релаксації. Наприклад, за даними досліджень, глобальний ринок велнесу досяг 6,8 трильйона доларів у 2024 році і очікується зростання до 9,8 трильйона до 2029 року, з акцентом на послуги, що допомагають боротися зі стресом і підтримувати імунітет [26]. Це означає, що споживачі не просто шукають розваги, а інвестують у довгострокове благополуччя, роблячи відвідування СПА частиною здорового способу життя.

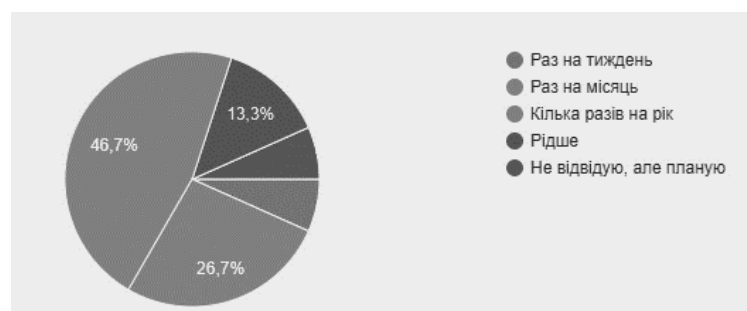


Рис 3.3. Частота відвідування респондентами СПА або велнес-послуг

Щодо популярних видів послуг, опитані найчастіше обирають велнес-програми, такі як детокс, релакс та антистрес, що становить 53,3% відсотки відповідей. На другому косметичні процедури з 40 відсотками. Сауни, бані, хамаз мають 33,3% . Масаж згадується у 26,7% відсотках, гідротерапія – у 20 відсотках, тоді як більш технологічні опції, як кріотерапія, менш популярні, ймовірно, через вищу ціну чи обмежену доступність у звичайних центрах. Це показує, що люди віддають перевагу природним і традиційним методам відновлення, але з елементами сучасності, як програми детоксу, які допомагають очистити організм від токсинів. Менша популярність складних процедур може бути пов'язана з браком інформації чи високими витратами, але глобально тенденція йде до інтеграції технологій, наприклад, інфрачервоних саун чи флоатингу, які стають частиною повсякденного велнесу. У 2026 році, за прогнозами, популярними стануть "glow-cations" – поїздки за кордон спеціально для догляду за шкірою та естетичних процедур, а також елементарні велнес-досвіди на природі, як-от "rage therapy" для викидання емоцій чи "athleisure tourism" – поєднання спорту та відпочинку [27]. Це означає, що СПА-центри мають адаптуватися, пропонуючи не тільки класичні масажі, але й інноваційні програми, що поєднують природу та технології для повного відновлення.

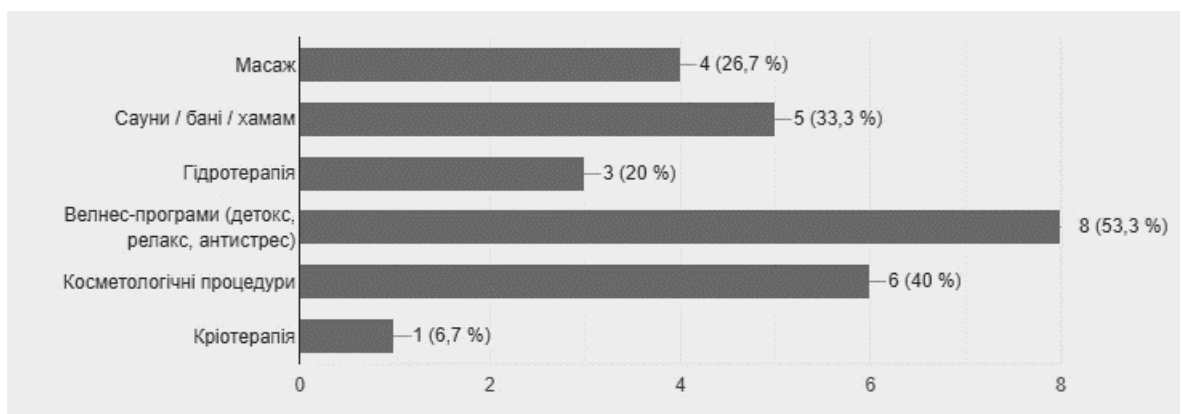


Рис 3.4 - Найбільш відвідувані послуги за думкою респондентів

Коли йдеться про фактори вибору СПА чи велнес-центру, респонденти насамперед звертають увагу на відгуки знайомих – 60%. Важливими також є та асортимент послуг (53,3%), акції чи програми лояльності (46,7%). Ціна,

якість сервісу, розташування та рівень кваліфікації персоналу – 40%. Це підкреслює, що споживачі стали вимогливішими, шукаючи не просто дешевих опцій, а надійних місць з професійним підходом, де рекомендації від друзів грають ключову роль у прийнятті рішення.

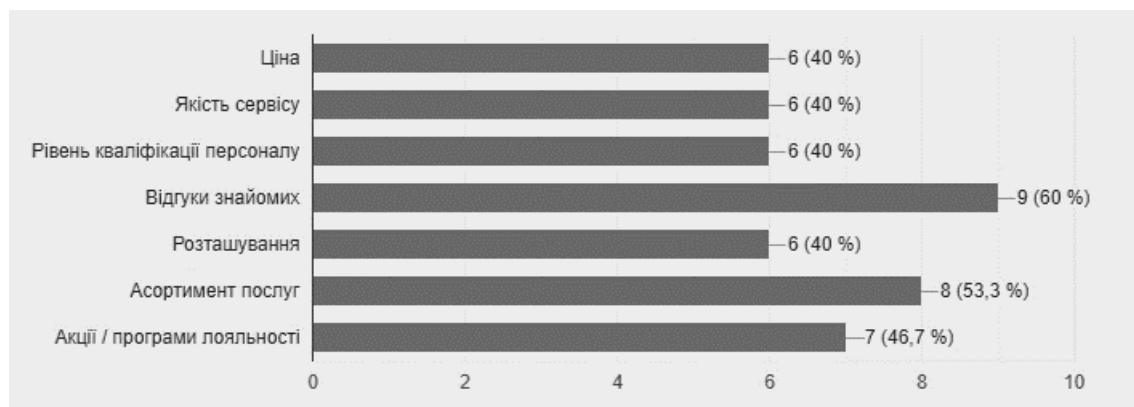


Рис 3.5. Фактори, що впливають на вибір респондентами SPA або велнес-центру

Мотиви звернення до SPA та велнесу серед опитаних переважно пов'язані з поліпшенням здоров'я та відновленням після спортивних тренувань (66,7%). Косметичний ефект та рекомендації лікаря важливі на 46,7%. А рекомендації тренера чи зняття стресу впливають на меншу частину (33,3%). Таким чином, люди бачать у цих послугах не тільки красу, а й інструмент для психоемоційного балансу та фізичного відновлення, що іде в ногу зі світовими трендами, де акцент на ментальному здоров'ї та довголітті. Наприклад, у 2026 році очікується бум фітнес-подорожей, де люди їдуть на відпочинок спеціально для тренувань чи медитацій, а також зростання приватних велнес-клубів для ексклюзивного досвіду [17].

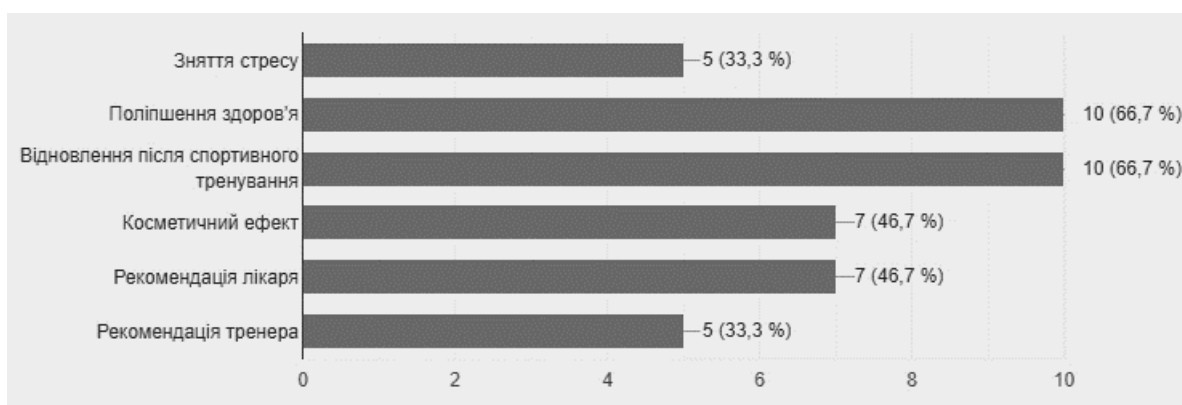


Рис 3.6. Мета відвідування респондентами SPA та велнес-послуг

За думкою респондентів, актуальними світовими тенденціями є натуральні програми з органічними продуктами (46,7%), антистресові та релакс-програми (53,3%), детокс (66,7%), відновлення після тренувань (46,7%), майндфулнес та медитації (73,3%), а також технологічні процедури, як інфрачервоні сауни, кріотерапія чи флоатинг (53,3%). Це вказує на попит на комплексні рішення, що поєднують природу, антистрес та інновації для оздоровлення. Доповнюючи це, глобальний ринок велнесу в 2026 році фокусується на персоналізованому харчуванні, здоровому старінні, естетиці та соціальному велнесу, де люди шукають спільні досвіди, як-от сауна-соціалізація чи зіркові ванни. Наприклад, тенденція "tech abstinence" – відмова від гаджетів для цифрового детоксу, стає популярною, а віртуальна реальність використовується для медитацій чи тренувань. Крім того, велнес-туризм стає регенеративним, з акцентом на локальні культури та природу, а контрастні терапії, як холодні ванни з саунами, допомагають відновити нервову систему. У Європі тенденції включають біоархітектуру та співпрацю з біотехнологіями для стійкого велнесу [16].

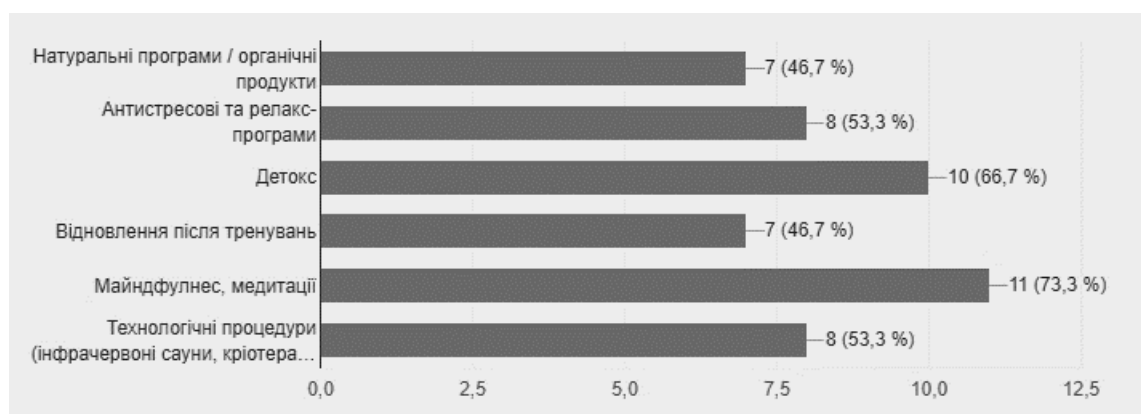


Рис 3.7. Найбільш актуальні світові тенденції для СПА та велнесу

Очікування споживачів стосовно змін у сфері включають доступніші ціни (86,7%), розширення послуг для відновлення після спорту та підвищення якості сервісу - 60 %, більш індивідуальний підхід (46,7% відсотків) та більше інноваційних процедур (33,3%). Це показує бажання зробити велнес доступним і адаптованим, з фокусом на персоналізацію та ефективність. Отже, результати анкетування клієнтів підтверджують відповідність споживчих

очікувань глобальним тенденціям розвитку СПА та велнес-індустрії, зокрема орієнтацію на антистрес, інноваційність та індивідуальний підхід, де технології, натуральність та соціальний аспект стають ключовими для зростання ринку, що сягає трильйонів доларів і продовжує розширюватися.

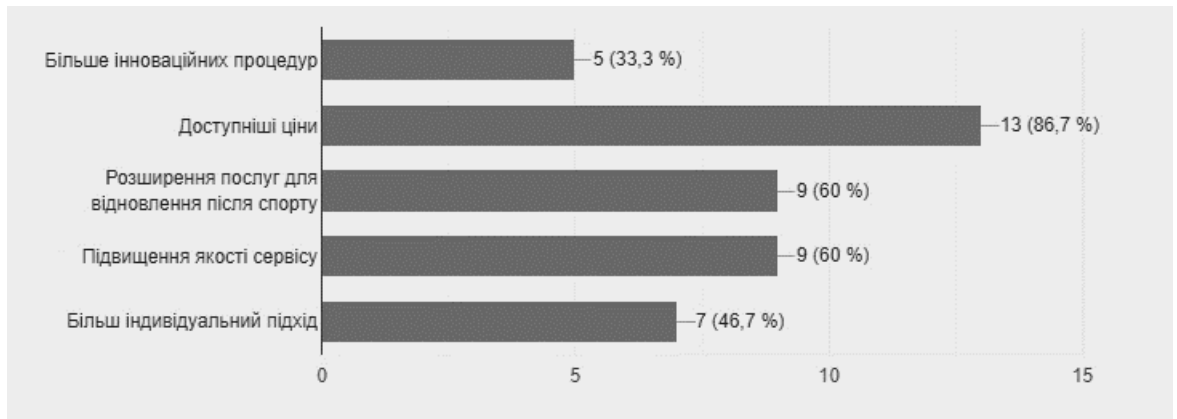


Рис 3.8. Зміни у СПА та велнес-послугах, які очікують респонденти в майбутньому

### 3.2. Регіональні особливості та провідні ринки світу

Сучасна SPA та велнес-індустрія демонструє чітку регіональну диференціацію, зумовлену економічними, культурними та туристичними особливостями окремих частин світу. Найбільша концентрація SPA-послуг та найвищі доходи від цієї індустрії спостерігаються в Європі, Азійсько-тихоокеанському регіоні та Північній Америці, які разом формують значну частку глобального ринку та визначають основні тренди його розвитку. Європа зберігає лідерство за обсягом ринку та кількістю SPA-закладів завдяки давнім традиціям оздоровлення, популярності термальних курортів та розвинутому wellness-туризму, що охоплює як класичні гідротерапевтичні практики, так і сучасні велнес-послуги в Німеччині, Франції, Італії та інших країнах регіону. За даними Global Wellness Institute, Європа має найбільшу кількість спа-установ та суттєво впливає на глобальні показники галузі [11]. У 2024 році Європа займала одну з провідних позицій за часткою ринку, перевищуючи 35 % від світового обсягу та продовжуючи залишатися важливим центром wellness-туризму та оздоровчого відпочинку [21].

У Азійсько-тихоокеанському регіоні спостерігається найдинамічніше зростання ринку, яке підтримується зростанням середнього класу, підвищенням доходів у країнах як Китай, Індія, Таїланд і Індонезія, а також традиціями місцевих оздоровчих практик — від аюрведичних та тайських масажів до китайської медицини. Бурхливий розвиток туризму та урбанізація сприяють розширенню спектру послуг і збільшенню кількості споживачів [2]. Цей регіон очікується демонструвати вищі темпи зростання, ніж традиційно сильні ринки в Європі та Північній Америці[5]. Північна Америка, особливо США, є одним із ключових і зрілих ринків для SPA та велнес-послуг завдяки високому рівню доходів населення, розвиненій інфраструктурі і широкому впровадженню інновацій. Специфічною ознакою регіону є популярність медичних SPA-послуг, корпоративних wellness-програм та мобільних сервісів. У цьому регіоні відбувається значна інтеграція wellness-послуг із загальним способом життя споживачів, що сприяє стабільному зростанню галузі [8]. У Латинській Америці ринок SPA та велнесу розвивається швидше, ніж раніше, під впливом зростаючого попиту з боку місцевих споживачів, розвитку туризму та природних ресурсів, які використовуються в оздоровчих програмах. Бразилія, Мексика, Аргентина, Коста-Ріка та Колумбія стають привабливими напрямками для wellness-туристів, використовуючи біорізноманіття регіону для створення унікальних процедур і продуктів. Ринки Близького Сходу та Африки хоч і залишаються менш масштабними порівняно з іншими регіонами, демонструють високі темпи росту завдяки інвестиціям у розкішні wellness-курорти, готельні спа-комплекси та підтримці туризму. Аріанський півострів, зокрема ОАЕ та Саудівська Аравія, бачать зростання попиту на преміальні послуги, що інтегрує wellness із висококласним відпочинком [9].

Тенденції останніх років також відзначають, що міжнародні лідери ринку включають США, Китай, Німеччину, Францію та Японію, які разом формують значну частину світових доходів у SPA-індустрії. Ці країни відзначаються розвиненою інфраструктурою, високою купівельною

спроможністю населення та значною часткою wellness-туризму в загальному туристичному секторі. Важливою особливістю сучасного ринку є те, що він не лише зростає в традиційних економічних центрах, але і активно розширюється в країнах із високим туристичним потенціалом та культурними традиціями оздоровлення. Такі ринки характеризуються інтеграцією різних форм практик — від класичних SPA-процедур до holistic-підходів, включно з йогою, медитацією, дієтичними програмами та індивідуальними wellness-курсами. Глобальна SPA та велнес-індустрія продовжує розвиватися під впливом зростаючого попиту на профілактичне оздоровлення, боротьбу зі стресом, красивий вигляд та якісний спосіб життя, що створює сприятливі умови для подальшого розширення ринків у всіх регіонах світу[39, 23].

### **3.3. Аналіз українського ринку СПА та Велнес-послуг у контексті світових тенденцій**

Український ринок СПА та велнес-послуг розвивається в умовах глобальних змін. Світова велнес-економіка у 2024 році досягла рекордних 6,8 трлн доларів США, подвоївшись з 2013 року, і продовжує зростати на 7,9% щорічно, з прогнозом до 9,8 трлн доларів до 2029 року [8]. Це значно перевищує темпи зростання світового ВВП. Основні напрямки — ментальне здоров'я, велнес-туризм, технологічні процедури та профілактика. Сектор СПА-послуг глобально оцінюється у 208,52 млрд доларів у 2025 році з прогнозом зростання до 512,56 млрд до 2032 року при CAGR 13,7% [22]. В Україні галузь менш розвинена через економічні труднощі, війну та обмежену інфраструктуру, але має великий потенціал завдяки природним ресурсам (мінеральні води, курорти Карпат, Одеси), попиту на відновлення після стресів і спорту. Опитування серед 12 тренерів і 15 клієнтів показує, що люди все більше звертаються до СПА для зняття стресу, покращення здоров'я та відновлення, але рівень задоволеності та інтеграції з фітнесом залишається середнім. Це вказує на необхідність запозичення світових практик, як комплексні програми фітнес+СПА, майндфулнес та біохакінг.

Результати дослідження показали, що рівень задоволеності клієнтів СПА та велнес-послугами в Україні свідчить про задовільний, але не високий рівень розвитку галузі. Це означає, що послуги вважаються корисними, проте є суттєвий простір для покращень у ціновій доступності, якості сервісу та індивідуальному підході.

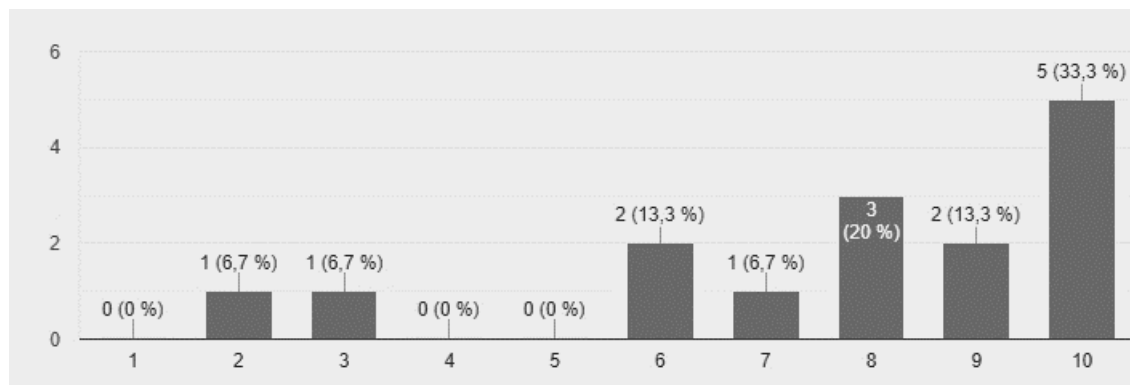


Рис 3.9. Шкала задовільнення респондентів СПА та велнес-послугами

Близько 80–90% клієнтів планують збільшувати частоту відвідувань.

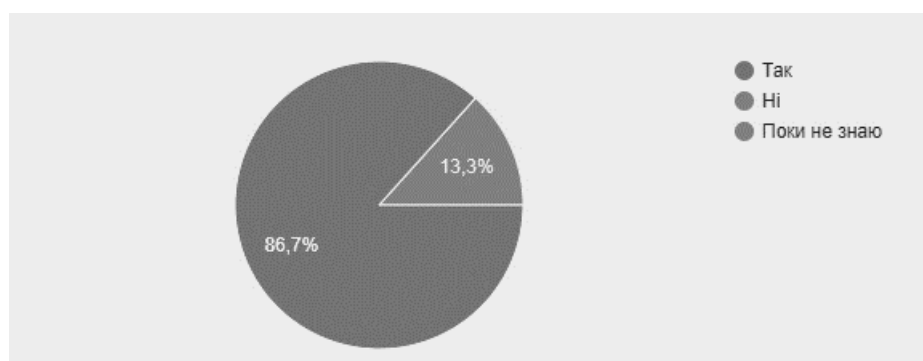


Рис 3.10. Частота відвідувань у майбутньому за думкою респондентів

Аналіз анкет тренерів фітнес-центрів (12 відповідей) показав, що більшість із них постійно (41,7%) або часто (33,3%) рекомендують клієнтам додаткові засоби та послуги, зокрема рекомендації з раціонального харчування (50%), корекції способу життя (41,7%), покращення психоемоційного стану (50%), якості сну (33,3%), тренування з іншим спеціалістом (50%) та спортивні добавки (33,3%).

Тренери — переважно молоді (до 35 років — 75%), зі стажем 1–7 років (58,3%), спеціалізуються на групових програмах (41,7%), персональних тренуваннях (33,3%), йозі/пілатесі (16,7%).

Рекомендації даються для покращення загального самопочуття (50%), за запитом клієнта (25%), відновлення після тренувань (16,7%). При цьому 66,7% тренерів вважають СПА-послуги ефективними (33,3% — так, 33,3% — частково) для фізичного відновлення клієнтів. Найкращими процедурами називають масаж (66,7%), кріотерапію (41,7%), гідротерапію (33,3%), термотерапію (16,7%). Клієнти прислухаються до рекомендацій тренера завжди (50%) або часто (16,7%). Мотивація клієнтів — рекомендація тренера (33,3%), бажання покращити вигляд (25%), стрес чи потреба у відновленні (по 16,7%). Актуальні тенденції — антистресові програми, майндфулнес, відновлення після спорту, біохакінг, комплексні фітнес+СПА. Це узгоджується з глобальними трендами, де тренери активно інтегрують велнес для комплексного здоров'я.

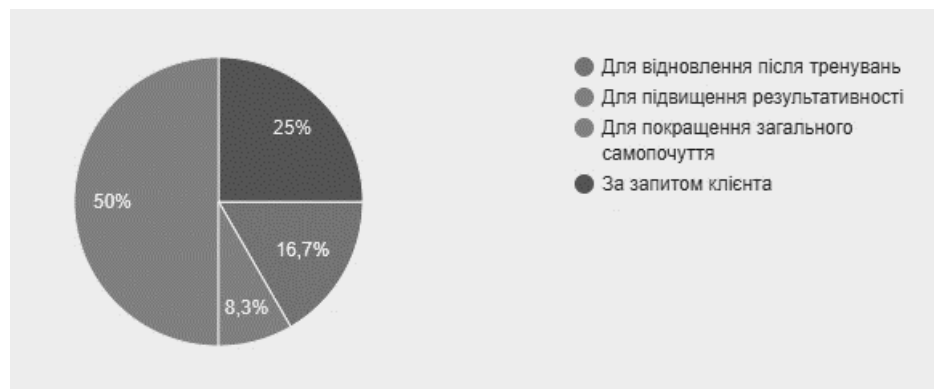


Рис 3.11. Мета з якою тренер рекомендує певні послуги

Лише 58,3% тренерів постійно співпрацюють зі СПА або велнес-центрами (рекомендують саме їхні послуги), 16,7% — іноді, 25% — ні, що свідчить про недостатній рівень інтеграції між фітнес- та СПА-сегментами в Україні. Хоча 58,3% зазначають вплив системи мотивації/бонусів у клубі на рекомендації СПА. Це контрастує зі світовими практиками, де фітнес і СПА тісно інтегровані в комплексні програми, особливо в Європі та Північній

Америці, де велнес-туризм та СПА ростуть швидше за інші сектори. В Україні потенціал у спільних пакетах фітнес+СПА, але бракує партнерств через економічні фактори та відсутність стимулів. Тренери вважають, що ключова мотивація клієнтів — рекомендації та стрес, тому для зростання потрібні сильніші зв'язки.

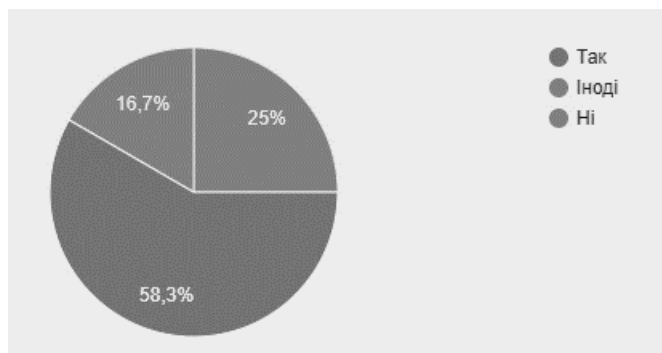


Рис 3.12. Вплив системи мотивації/бонусів у фітнес-клубі на те, що тренер рекомендує клієнтам СПА-послуги

Відповідно до досліджень проведених Американським коледжем спортивної медицини (ACSM), експертне середовище констатує посилення інтеграції фітнес-індустрії з парадигмою здорового способу життя. Ключовий тренд 2025 року — велнес-коучинг — базується на комплексному підході до здоров'я індивіда (табл. 3.1). Окрім фізичних навантажень, цей підхід передбачає дієтологічний супровід, впровадження SPA-технологій, а також надання психологічної підтримки та ментального менторства.

При цьому отримані результати узгоджуються з даними сучасних наукових досліджень. Так, у роботі Д. Анікієва, К. Уляни, О. Довгича, С. Парасочки, Г. Шиманського (2025) зазначено, що у практиці фітнес-тренерів найбільш системно інтегруються компоненти фізичного здоров'я, фітнесу, харчування та зовнішнього вигляду, тоді як психологічне благополуччя та якість сну враховуються менш послідовно.

Аналогічна тенденція простежується й у результатах проведеного дослідження, де тренери частіше рекомендують клієнтам фізичне відновлення,

масаж, гідро- та кріотерапію, а психоемоційні та відновлювальні практики впроваджуються нерівномірно [1].

Таблиця 3.1.

**Фітнес тренди 2025 роки (за даними ACSM's Health & Fitness Journal)**

Технології для носіння (Wearable technology)
Мобільні застосунки (програми) для фітнесу (Mobile Exercise Apps)
Фітнес-програми для літніх людей (Fitness Programs for Older Adults)
Тренування для схуднення (Exercise for Weight Loss)
Традиційні силові тренування (Traditional strength training)
Високоінтенсивне інтервальне тренування (HIIT)
Data-driven Training Technology (Технологія навчання на основі даних)
Вправи для психічного здоров'я (Exercise for Mental Health)
Функціональне фітнес тренування (Functional fitness training)
Оздоровчий та велнес коучінг (Health/ Wellness Coaching)

Таким чином, результати опитування клієнтів і тренерів СПА та фітнес-індустрії в Україні підтверджують актуальність цілісної велнес-моделі, про що свідчать і сучасні наукові публікації. Це підкреслює необхідність подальшої інтеграції велнес-підходів у професійну діяльність фахівців та розвиток комплексних програм, що поєднують фізичні, психологічні та відновлювальні компоненти здоров'я.

### **3.4. Прогнозування перспектив розвитку СПА та велнес-індустрії**

На основі отриманих результатів дослідження можна прогнозувати подальше зростання попиту на СПА та велнес-послуги. Більшість респондентів планують збільшувати частоту відвідувань у майбутньому (близько 80-90% клієнтів), що свідчить про позитивні перспективи розвитку галузі в Україні. Опитування показало високий інтерес до послуг для зняття

стресу, відновлення після тренувань, детоксу та майндфулнес, а тренери активно рекомендують СПА-процедури для фізичного та емоційного відновлення. Це відповідає глобальним тенденціям, де світовий ринок велнес-економіки у 2024 році сягнув 6,8 трлн доларів США і продовжує зростати на 7,6-7,9% щорічно, з прогнозом до майже 9,8 трлн доларів до 2029 року, значно перевищуючи темпи зростання світового ВВП [8]. Ринок СПА-послуг оцінюється у 102-160 млрд доларів у 2025 році з прогнозом зростання до 194-265 млрд доларів до 2030-2033 років при середньому CAGR 8-13% залежно від сегменту [22].

Перспективними напрямками розвитку є:

- антистресові та релакс-програми, оскільки клієнти та тренери виділяють стрес як головний мотиватор звернень (33-50% відповідей), а глобально ментальне здоров'я стає пріоритетом з фокусом на медитації, майндфулнес та емоційне відновлення;
- відновлення після фізичних навантажень, адже 66,7% клієнтів звертаються саме з цією метою, а тренери вважають масаж, кріотерапію та гідротерапію найефективнішими (66,7-41,7%), що узгоджується зі світовими трендами спортивного велнесу та біохакінгу;
- індивідуалізовані велнес-програми, бо клієнти очікують більш персоналізованого підходу (46,7%), а в світі зростає використання AI для кастомізованих планів, технологій та регенеративних процедур;
- комплексні формати «фітнес + СПА», оскільки лише 58% тренерів активно співпрацюють з СПА-центрами, але потенціал величезний для спільних пакетів, як у Європі та Азії, де така інтеграція прискорює зростання на 10-13%.

В Україні розвиток гальмується війною, економічними викликами та недостатньою інфраструктурою, але природні ресурси (Карпати, Одеса, мінеральні води) створюють сильну базу для велнес-туризму. Згідно з дослідженнями, галузь має перспективи відновлення та зростання після стабілізації, особливо через внутрішній попит на антистрес та відновлення, а

також розвиток wellness-готелів і комплексних програм [33]. Глобальні тенденції, як технологічні інновації (інфрачервоні сауни, флоатинг), натуральні органічні продукти та доступні ціни, можуть бути адаптовані для українського ринку, щоб залучити молодь, які переосмислюють велнес як комбінацію естетики, здоров'я та технологій. Якщо впровадити партнерства фітнес-клубів зі СПА, покращити якість сервісу та знизити ціни, галузь може суттєво зрости в найближчі 5-10 років, скориставшись регіональним відновленням велнес-туризму в Центральній Європі.

### **Висновок до розділу 3**

Глобально галузь росте дуже швидко. За даними Global Wellness Institute (2025 Global Wellness Economy Monitor), велнес-економіка у 2024 році досягла рекордних 6,8 трлн доларів і прогнозується до 9,8 трлн до 2029 року (зростання ~7,6% щорічно - набагато швидше за світовий ВВП). СПА-послуги окремо - близько 100–150 млрд доларів у 2025 році, з прогнозом до 200–500 млрд до 2030-х. Люди хочуть не просто масаж чи сауну, а антистрес, детокс, майндфулнес, відновлення після тренувань, персоналізацію, натуральні продукти та технології (інфрачервоні сауни, флоатинг, AI-програми).

Опитування клієнтів (молодь 18–35 років, переважно жінки) показало: відвідують кілька разів на рік або частіше, обирають детокс/релакс/антистрес, масаж, сауни. Вибирають за відгуками друзів, акціями, асортиментом. Мотив - зняти стрес, відновитися після спорту, покращити здоров'я та вигляд. Очікують доступніших цін, індивідуального підходу, більше інновацій.

В Україні ринок менш розвинений через війну, економіку та інфраструктуру, але є великий потенціал: Карпати, термальні води Закарпаття, Чорне море, мінеральні джерела. Клієнти задоволені середньо, але 80–90% планують відвідувати частіше. Тренери фітнесу (молоді, з невеликим стажем) часто рекомендують СПА для відновлення, харчування, сну, психоемоційного стану - масаж, кріо, гідротерапію. Але співпраця фітнес + СПА слабка (лише ~58% постійно рекомендують), бракує партнерств і мотивації. Перспективи в

Україні позитивні: попит на антистрес, спортивне відновлення, майндфулнес, комплексні програми фітнес+СПА росте. Якщо адаптувати світові тренди (персоналізація, натуральність, технології, доступні ціни), використовувати природні ресурси та будувати партнерства - галузь може суттєво вирости за 5–10 років, особливо після стабілізації. Це не просто послуги, а спосіб жити здоровіше в стресовому світі. Далі подивимося на конкретні рекомендації та висновки всієї роботи.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило всебічно проаналізувати світові тенденції розвитку СПА та велнес-індустрії, виявити ключові закономірності її формування та оцінити перспективи адаптації глобальних підходів в Україні. Результати підтвердили високу актуальність теми, адже галузь демонструє стійке глобальне зростання, зумовлене зміною пріоритетів сучасного суспільства: від реактивного лікування до проактивної профілактики та підтримки гармонійного благополуччя на фізичному, емоційному й духовному рівнях.

Теоретичний аналіз наукової літератури засвідчив еволюцію понять «СПА» та «велнес» від давніх оздоровчих традицій (античні терми, східні практики) до сучасної холістичної філософії, що поєднує водні процедури, масажі, медитацію, йогу та технологічні інновації. Велнес вирізняється акцентом на запобігання проблемам здоров'я, тоді як традиційне СПА зберігає фокус на відновленні та реабілітації. Глобальна стандартизація термінології та підходів сприяє кращому розумінню послуг споживачами та полегшує міжнародну співпрацю.

Емпіричне дослідження, проведене шляхом анкетування клієнтів СПА та велнес-центрів і тренерів фітнес-клубів, виявило високий попит в Україні на антистресові програми, процедури відновлення після фізичних навантажень, детокс і майндфулнес. Споживачі цінують натуральні та органічні продукти, індивідуальний підхід і доступні ціни, а тренери активно рекомендують СПА-послуги для комплексного покращення самопочуття клієнтів. Водночас встановлено недостатній рівень інтеграції між фітнес- і СПА-секторами, обмежену персоналізацію пропозицій та чутливість до цінового фактору.

Найбільш перспективними напрямками адаптації світового досвіду в українських реаліях, на мою думку, є розвиток гібридних фітнес- і СПА-програм та налагодження партнерської співпраці між закладами, що дозволяє

розширювати перелік послуг без значних фінансових вкладень. Також важливим є посилення персоналізованого підходу до клієнтів навіть у межах невеликих центрів, адже індивідуальна увага суттєво підвищує рівень довіри та задоволеності відвідувачів. Перспективним напрямом вважаю створення доступних пакетних пропозицій у середньому ціновому сегменті, які будуть орієнтовані на ширшу аудиторію. Окрему увагу варто приділяти активнішому розвитку та просуванню майндфулнес-, антистресових і відновлювальних програм, що відповідають сучасним потребам людей. Водночас доцільним є поступове впровадження сучасних технологічних рішень із обов'язковим збереженням натуральної складової та акцентом на використанні локальних ресурсів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Біланюк О. П. Wellness & Spa-туризм: сучасний стан та перспективи розвитку. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/bilanjuk2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/bilanjuk2.htm)
2. Заваріка Г.М. Курортна справа: Навч. посіб. Київ: «Центр учбової літератури», 2015. 234 с.
3. Іщенко Т. І., Шидловська О. Б., Стоян І. М. Перспективи розвитку wellness-індустрії в готельному господарстві України. Географія та туризм. 2013. Вип. 26. С. 87–93.
4. Лук'янець А.В. Перспективи розвитку спа та велнес-туризму в Україні. URL: <https://surl.li/wfoenh>
5. Марченко Н. І., Дітріх І. В. Перспективи застосування Wellness-інновацій в індустрії гостинності. Вчені записки. 2020. Том 31 (70) № 6 Ч. 2. С. 65–70.
6. Миронов Ю. Б. Проблеми масового туризму та шляхи їх вирішення. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/myronov110.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/myronov110.htm)
7. Міністерство освіти і науки України. Львівський інститут економіки і туризму. Кафедра теорії і практики туризму і готельного господарства. Світові досягнення та інноваційні технології в сучасній Spa-індустрії: тема 5. 1. Поняття та сучасні світові тенденції розвитку spa та Wellness туризму. URL: <https://studfile.net/preview/12450576/page:2/>.
8. Новікова В.І. Санаторно-курортна сфера: інфраструктурна складова, стан розвитку в Україні. Географія та туризм: наук. зб. Київ: нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2011. № 16. С. 93-102.
9. Рутинський М., Петранівський В. Лікувально-оздоровчий туризм: актуальні цілі та сучасні підходи до організації. Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини. 2012. №29 (1). С. 179-189.
10. Сучасні тенденції, детермінанти та перспективи розвитку медичного та лікувально-оздоровчого spa- та wellness-туризму в світі. Все о туризме: туристическая библиотека. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/mochulska.htm?utm\\_source.com](https://tourlib.net/statti_ukr/mochulska.htm?utm_source.com).

11. Устименко Л.М. Розвиток wellness-туризму та його вплив на трансформацію туристичної індустрії України. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. 2019. Т. 2. № 1. С. 49–59.
12. Яворська Г. Велнес концепція в готельній індустрії. Інновації розвитку харчових технологій та індустрії гостинності. Тернопіль, 2020. С. 63.
13. A'Naja M. Newsome, Alexios Batrakoulis, Sarah M. Camhi, Cayla McAvoy, Jessica Sansone, Rachele Reed. 2025 ACSM Worldwide Fitness Trends: Future Directions of the Health and Fitness Industry. ACSM's Health & Fitness Journal 28(6):p 11-25, 11/12 2024. DOI: 10.1249/FIT.0000000000001017
14. Anuradha B. More. Wellness Spa Market URL: [https://dataintel.com/report/wellness-spa-market?utm\\_source.com](https://dataintel.com/report/wellness-spa-market?utm_source.com)
15. Chi, C. G. Q., Chi, O. H., & Ouyang, Z. Wellness hotel: Conceptualization, scale development, and validation. International Journal of Hospitality Management, 89, 102404 (2020).
16. Corbin, C. B., 2001 Toward a uniform definition of wellness: a commentary / C. B. Corbin, R. P. Pangrazi // President's Council on Physical Fitness and Sports Research Digest. – 2001. – Series 3, № 15.
17. Debadatta Patel. Spa Market Research Report 2033. URL: [https://growthmarketreports.com/report/spa-market?utm\\_source.com](https://growthmarketreports.com/report/spa-market?utm_source.com)
18. Definition of WELLNESS. Merriam-Webster: America's Most Trusted Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/wellness> .
19. Eriksson M, Ekström Bergström A, Arvidsson S, Jormfeldt H, Thorstensson S, Åström U, et al. Meaning of wellness in caring science based on Rodgers's evolutionary concept analysis. Scand J Caring Sci. 2024; 38: 185–199. <https://doi.org/10.1111/scs.13196>
20. Global Growth Insights. Spa Services Market Size Share Research Report 2035. Global Growth Insights. Market Research Report & Consulting. URL: [https://www.globalgrowthinsights.com/market-reports/spa-services-market-114407?utm\\_source.com](https://www.globalgrowthinsights.com/market-reports/spa-services-market-114407?utm_source.com) .

21. GLOBAL SPA & WELLNESS ECONOMY MONITOR. URL: [https://www.espalibrary.eu/media/filer\\_public/15/3e/153e3c0f-19ec-49ef-bf17-eef0827e5066/gwi\\_global\\_spa\\_and\\_wellness\\_economy\\_monitor\\_full\\_report\\_final\\_pdfpagespeedce8nqdiyhr8x.pdf?utm\\_source.com](https://www.espalibrary.eu/media/filer_public/15/3e/153e3c0f-19ec-49ef-bf17-eef0827e5066/gwi_global_spa_and_wellness_economy_monitor_full_report_final_pdfpagespeedce8nqdiyhr8x.pdf?utm_source.com)
22. Global Spa Summit. Всесвітній ринок spa та wellness послуг: синергія та можливості. 2011.
23. Global Wellness Institute. Global Wellness Economy Monitor. URL: [https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2025/11/2025-GWI-WE-Monitor\\_DIGITAL-FINAL.pdf?utm\\_source.com](https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2025/11/2025-GWI-WE-Monitor_DIGITAL-FINAL.pdf?utm_source.com)
24. Health and Wellness Coaching in Serving the Needs of Today's Patients: A Primer for Healthcare Professionals <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2164956120959274>
25. Insights E. The Global spa trends designed to make you look and feel good. Hospitality News & Business Insights by EHL. URL: [https://hospitalityinsights.ehl.edu/global-spa-trends?utm\\_source.com&utm\\_source.com](https://hospitalityinsights.ehl.edu/global-spa-trends?utm_source.com&utm_source.com).
26. Jordan M, Wolever RQ, Lawson K, Moore M. National training and education standards for health and wellness coaching: the path to national certification. *Glob Adv Health Med.* 2015 May;4(3):46-56. doi: 10.7453/gahmj.2015.039. PMID: 25984418; PMCID: PMC4424935. [https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC4424935/?utm\\_source=chatgpt.com](https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC4424935/?utm_source=chatgpt.com)
27. Mueller, Hansruedi, and Eveline Lanz Kaufmann. Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of vacation marketing* 7.1 (2001): 5–17.
28. Murphy J. The 9 Biggest Wellness Travel Trends of 2026. *Condé Nast Traveler.* URL: <https://www.cntraveler.com/story/the-biggest-wellness-travel-trends-of-2026> .
29. Noble A. The Biggest Wellness Trends of 2026. *Vogue.* URL: <https://www.vogue.com/article/2026-wellness-trends>.

30. Research and Markets. Health & Wellness Spa Market Report 2025-2030: Rising Interest in Traditional Treatments and Personalized Packages, & Increased Focus on Teen Wellness Fueling Growth. GlobeNewswire News Room. URL: <https://www.globenewswire.com/news-release/2025/06/17/3100447/28124/en/HealthWellnessSpaMarketReport20252030RisingInterestinTraditionalTreatmentsandPersonalizedPackagesIncreasedFocusonTeenWellnessFuelingGrowth.html>.

31. Sforzo, G.A., Kaye, M.P., Todorova, I., et al. (2018). Compendium of the Health and Wellness Coaching Literature. American Journal of Lifestyle Medicine, 12(6), 436-447. doi:10.1177/1559827617708562  
[https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6236633/pdf/10.1177\\_1559827617708562.pdf](https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6236633/pdf/10.1177_1559827617708562.pdf)

32. Spa Industry - Global Wellness Institute. Global Wellness Institute. URL: [https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/spa-industry/?utm\\_source.com&utm\\_source.com](https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/spa-industry/?utm_source.com&utm_source.com).

33. Spa Market Size, Share, Trends and Forecast by Type, End User, and Region, 2025-2033. URL: <https://surl.li/gastqt>

34. Spa Services Market Growth. Global Industry Trends. Consulting & Growth Advisory Services. Fortune Business Insights. URL: [https://www.fortunebusinessinsights.com/spa-services-market-103490?utm\\_source.com](https://www.fortunebusinessinsights.com/spa-services-market-103490?utm_source.com) .

35. Spa Services Market Growth.Global Industry Trends. Consulting & Growth Advisory Services.Fortune Business Insights. URL: <https://www.fortunebusinessinsights.com/spa-services-market-103490#:~:text=KEY%20MARKET%20INSIGHTS&text=The%20global%20spa%20services%20market,12.72%%20during%20the%20forecast%20period>.

36. Spa Services Market Size And Share.Industry Report, 2033. Market Research Reports & Consulting.Grand View Research, Inc. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/spa-market> .

37. The Future of Wellness Tourism: Predictions and Emerging Trends. Wellness Tourism Magazine. WellnessTourism.com. URL: [https://www.wellnesstourism.com/article/the-future-of-wellness-tourism-predictions-and-emerging-trends?utm\\_source.com](https://www.wellnesstourism.com/article/the-future-of-wellness-tourism-predictions-and-emerging-trends?utm_source.com).

38. The Global Wellness Economy Hits a Record \$6.8 Trillion and Is Forecast to Reach \$9.8 Trillion by 2029 - Global Wellness Institute. Global Wellness Institute. URL: <https://globalwellnessinstitute.org/press-room/press-releases/the-global-wellness-economy-hits-a-record-6-8-trillion-and-is-forecast-to-reach-9-8-trillion-by-2029/>.

39. Wellness travel in 2026—here's what's trending. Travel. URL: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/best-wellness-travel-trends-to-look-out-for-this-year#:~:text=For%202026,%20travellers%20are%20increasingly,the%20preferred%20way%20to%20unwind.>

40. Wolever RQ, Simmons LA, Sforzo GA, Dill D, Kaye M, Bechard EM, Southard ME, Kennedy M, Vosloo J, Yang N. A Systematic Review of the Literature on Health and Wellness Coaching: Defining a Key Behavioral intervention in Healthcare. *Glob Adv Health Med.* 2013 Jul;2(4):38-57. doi: 10.7453/gahmj.2013.042. PMID: 24416684; PMCID: PMC3833550 [https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC3833550/?utm\\_source=chatgpt.com#R8](https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC3833550/?utm_source=chatgpt.com#R8)

41. Yang, Juan MD, PhD<sup>a,b</sup>; Bauer, Brent A. MD<sup>a,\*</sup>; Lindeen, Stephanie A. RN<sup>a</sup>; Perlman, Adam I. MD<sup>c</sup>; Abu Dabrh, Abd Moain MD<sup>d</sup>; Boehmer, Kasey R. PhD, MPHe; Salinas, Manisha DRPH<sup>f</sup>; Cutshall, Susanne M. APRN, CNS, DNP<sup>a,\*</sup>. Current trends in health coaching for chronic conditions: A systematic review and meta-analysis of randomized controlled trials. *Medicine* 99(30):p e21080, July 24, 2020. | DOI: 10.1097/MD.00000000000021080 [https://journals.lww.com/md-journal/fulltext/2020/07240/current\\_trends\\_in\\_health\\_coaching\\_for\\_chronic.26.aspx](https://journals.lww.com/md-journal/fulltext/2020/07240/current_trends_in_health_coaching_for_chronic.26.aspx)

## ДОДАТКИ

Додаток А

### ОПИТУВАЛЬНИК ДЛЯ КЛІЄНТІВ СПА ТА ВЕЛНЕС-ЦЕНТРІВ

*Мета:* визначити ставлення споживачів до СПА та велнес-послуг, їхню популярність, мотиви відвідування та очікування.

#### 1. Загальна інформація

*1. Вкажіть ваш вік:*

- |            |            |
|------------|------------|
| 1.1. до 18 | 1.4. 36–45 |
| 1.2. 18–25 | 1.5. 46–55 |
| 1.3. 26–35 | 1.6. 56+   |

*2. Вкажіть вашу стать:*

- |             |               |                                 |
|-------------|---------------|---------------------------------|
| 2.1. Жіноча | 2.2. Чоловіча | 2.3. Інше / не хочу відповідати |
|-------------|---------------|---------------------------------|

*3. Як часто ви відвідуєте СПА або велнес-послуги?*

- |                     |                              |                          |
|---------------------|------------------------------|--------------------------|
| 3.1. Раз на тиждень | 3.2. Раз на місяць           | 3.3. Кілька разів на рік |
| 3.4. Рідше          | 3.5. Не відвідую, але планую |                          |

#### 2. Види послуг

*4. Які послуги ви відвідуєте найчастіше? (можна кілька варіантів)*

- |                               |  |
|-------------------------------|--|
| 4.1. Масаж                    | 4.2. Сауни, / бані / хамам                       |
| 4.3. Гідротерапія             | 4.4. Велнес-програми (детокс, релакс, антистрес) |
| 4.5. Косметологічні процедури | 4.6. Кріотерапія                                 |
| 4.7. Інше (вкажіть) _____     |  |

*5. Які фактори впливають на ваш вибір СПА або велнес-центру?*

- |                                  |                     |                                    |
|----------------------------------|---------------------|------------------------------------|
| 5.1. Ціна                        | 5.2. Якість сервісу | 5.3. Рівень кваліфікації персоналу |
| 5.4. Відгуки знайомих            | 5.5. Розташування   | 5.6. Асортимент послуг             |
| 5.7. Акції / програми лояльності |                     |                                    |

#### 3. Мотиви та очікування

*6. З якою метою ви найчастіше звертаєтесь до СПА чи велнес-послуг?*

- |                           |                          |   |
|---------------------------|--------------------------|---|
| 6.1. Зняття стресу        | 6.2. Поліпшення здоров'я | 6.3. Відновлення після спортивного тренування |
|                           | 6.4. Косметичний ефект   | 6.5. Рекомендація лікаря                      |
| 6.6. Рекомендація тренера |                          |   |
|                           | 6.7. Інше _____          |   |

*7. На вашу думку, які світові тенденції найбільш актуальні для СПА та велнесу?*

- |   |   |
|---|---|
| 7.1. Натуральні програми / органічні продукти | 7.2. Антистресові та релакс-програми                                    |
| 7.3. Детокс                                   | 7.4. Відновлення після тренувань  |
| 7.5. Майндфулнес, медитації                   | 7.6. Технологічні процедури (інфрачервоні сауни, кріотерапія, флоатинг) |

*8. Які зміни у СПА та велнес-послугах ви очікуєте в майбутньому?*

- |                                   |                      |
|-----------------------------------|----------------------|
| 8.1. Більше інноваційних процедур | 8.2. Доступніші ціни |
|-----------------------------------|----------------------|

8.3. Розширення послуг для відновлення після спорту

8.4. Підвищення якості сервісу

8.5. Більш індивідуальний підхід

#### 4. Загальна оцінка

*9. Наскільки ви задоволені СПА та велнес-послугами, які відвідуєте?*

Шкала від 1 до 10: \_\_\_ / 10

*10. Чи плануєте ви збільшувати частоту відвідувань у майбутньому?*

10.1. Так

10.2. Ні

10.3. Поки не знаю

## ОПИТУВАЛЬНИК ДЛЯ ТРЕНЕРІВ ФІТНЕС-ЦЕНТРІВ

*Мета:* з'ясувати, чи рекомендують тренери клієнтам додаткові засоби, послуги та процедури у межах персональних тренувань, і як це впливає на популяризацію СПА та велнес-індустрії.

### 1. Загальна інформація

*1. Ваш вік:*

- |            |            |
|------------|------------|
| 1.1. до 25 | 1.3. 36–45 |
| 1.2. 25-35 | 1.4. 46+   |

*2. Стаж роботи тренером:*

- |                |                    |
|----------------|--------------------|
| 2.1. до 1 року | 2.3. 3–7 років     |
| 2.2. 1–3 роки  | 2.4. понад 7 років |

*3. Основна спеціалізація:*

- |                              |                             |
|------------------------------|-----------------------------|
| 3.1. Персональний тренер     | 3.3. Реабілітолог           |
| 3.2. Тренер групових програм | 3.4. Тренер з йоги/пілатесу |
| 3.5. Інше _____              |                             |

### 2. Рекомендації клієнтам

*4. Як часто ви рекомендуєте клієнтам додаткові засоби або послуги?*

- |               |            |
|---------------|------------|
| 4.1. Постійно | 4.2. Часто |
| 4.3. Іноді    | 4.4. Рідко |
| 4.5. Ніколи   |            |

*5. Які саме рекомендації ви даєте? (можна кілька варіантів)*

- |  |  |
|--|--|
| 5.1. Спортивні добавки (протеїн, вітаміни, амінокислоти) | 5.2. Рекомендації з раціонального харчування         |
| 5.3. Рекомендації з корекції способу життя               | 5.4. Рекомендації з покращення психоемоційного стану |
| 5.5. Рекомендації з покращення якості сну                | 5.6. Тренування з іншим спеціалістом                 |
| 5.7. Інше _____  |  |

*6. З якою метою ви рекомендуєте такі послуги?*

- |  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| 6.1. Для відновлення після тренувань       | 6.2. Для підвищення результативності |
| 6.3. Для покращення загального самопочуття | 6.4. За запитом клієнта              |
| 6.7. Інше _____                            |                                      |

### 3. СПА та велнес-процедури в роботі тренера

*7. Чи вважаєте ви СПА-послуги ефективними для ваших клієнтів?*

- |          |               |         |
|----------|---------------|---------|
| 7.1. Так | 7.2. Частково | 7.3. Ні |
|----------|---------------|---------|

*8. Які процедури, на вашу думку, найкраще сприяють фізичному відновленню?*

- |                                       |                   |                   |
|---------------------------------------|-------------------|-------------------|
| 8.1. Масаж                            | 8.2. Кріотерапія  | 8.3. Термотерапія |
| 8.4. Солярій / інфрачервоні процедури | 8.5. Гідротерапія |                   |
| 8.6. Інше _____                       |                   |                   |

*9. Чи співпрацюєте ви з СПА- або велнес-центрами, рекомендуєте саме їхні послуги?*

- |          |            |         |
|----------|------------|---------|
| 9.1. Так | 9.2. Іноді | 9.3. Ні |
|----------|------------|---------|

10. Чи впливає система мотивації/бонусів у фітнес-клубі на те, що ви рекомендуєте клієнтам СПА-послуги?

10.1. Так

10.2. Частково

10.3. Ні

#### 4. Додаткові міркування

11. Наскільки, на вашу думку, клієнти прислухаються до рекомендацій тренера?

11.1. Завжди

11.3. Частково

11.2. Часто

11.4. Рідко

12. Що, на вашу думку, найбільше мотивує клієнтів звертатися до СПА чи велнес-фахівців?

12.1. Стрес

12.2. Потреба у відновленні

12.3. Рекомендація тренера

12.4. Проблеми зі здоров'ям

12.5. Бажання покращити вигляд

12.6. Інше \_\_\_\_\_

13. Які тенденції у велнесі ви вважаєте найбільш актуальними у роботі з клієнтами?

13.1. Антистресові програми

13.2. Майндфулнес

13.3. Детокс

13.4. Відновлення після спорту

13.5. Біоакінг

13.6. Комплексні фітнес+СПА програми