

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.

Ефективна економіка. 2026. № 5.

ISSN 2307-2105



Copyright © The Author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2026.5.131>

УДК 332.14:330.322:339.13.012.42]:613

Л. М. Василюшина,

к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу,

Державний торговельно-економічний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8025-7786>

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ СПОЖИВЧИХ ТРЕНДІВ ВЕЛНЕС-ЕКОНОМІКИ ЯК ОСНОВИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ

L. Vasylyshyna,

*PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of
Marketing, State University of Trade and Economics*

METHODICAL APPROACH TO ASSESSING CONSUMER TRENDS IN THE WELLNESS ECONOMY AS THE BASIS OF AN INVESTMENT STRATEGY

У статті розглянуто методичні основи оцінки споживчих трендів велнес-економіки як основи формування інвестиційної стратегії розвитку регіонів. Обґрунтовано актуальність дослідження в умовах трансформації сучасної економіки, зростання популярності здорового способу життя та посилення ролі велнес-економіки у структурі споживчого попиту. Визначено,

що відсутність системного підходу до оцінки стійкості споживчих трендів у сфері велнесу ускладнює прийняття ефективних інвестиційних рішень та підвищує ризики вкладення капіталу у короткострокові або нестабільні ринкові явища. Запропоновано комплексний методичний підхід до оцінки популярності ключових споживчих трендів велнес-економіки, який базується на аналізі таких складових, як психологія, спорт, туризм, краса та медицина. Розроблено систему інтегральних показників, що дозволяють визначити потенціал розвитку велнес-економіки в регіональному розрізі. Встановлено, що кращий потенціал розвитку мають західний та центральний регіони України, зокрема Івано-Франківська, Львівська, Тернопільська та Полтавська області. Аргументовано, що результати оцінки споживчих трендів можуть бути використані в якості інструменту для формування диференційованої інвестиційної стратегії розвитку велнес-економіки. Запропоновано використовувати стратегії інвестиційної експансії, помірною інвестиційного нарощування та обережного інвестування залежно від рівня регіонального потенціалу велнес-споживання.

The article examines the methodical basis for assessing consumer trends in the wellness economy as a basis for forming an investment strategy for the development of regions. The relevance of the research in the conditions of the transformation of the modern economy, the growing popularity of a healthy lifestyle and the strengthening of the role of the wellness economy in the structure of consumer demand is substantiated. It was determined that the lack of a systematic approach to assessing the sustainability of consumer trends in the field of wellness makes it difficult to make effective investment decisions and increases the risks of investing capital in short-term or unstable market phenomena.

A comprehensive methodical approach to assessing the popularity of key consumer trends of the wellness economy is proposed, which is based on the analysis of such components as psychology, sports, tourism, beauty and medicine. Data on the search activity of the population of Ukraine in 2022–2025 were used

for the assessment, and a system of integral indicators was developed, which allows determining the potential for the development of the wellness economy regionally. The methodological approach involves the implementation of successive stages - the construction of petal diagrams, the calculation of the areas of the figures and the ratios of the obtained values to the national average and the maximum possible level.

The results of the conducted research demonstrate a significant differentiation of the development of the wellness economy in the regions of Ukraine. It has been established that the western and central regions of Ukraine, in particular Ivano-Frankivsk, Lviv, Ternopil, and Poltava regions, have the best development potential. On the other hand, the eastern and most of the southern regions are characterized by a low level of popularity of wellness trends due to the negative impact of military and socio-economic factors.

It is argued that the results of the assessment of consumer trends can be used as a tool for the formation of a differentiated investment strategy for the development of the wellness economy. In this regard, it is proposed to use the strategies of investment expansion, moderate investment increase and cautious investment depending on the level of the regional potential of wellness consumption.

Ключові слова: *велнес-економіка, споживання, споживчі тренди, здоровий спосіб життя, інвестиційна стратегія, інвестиційний потенціал, регіональний розвиток.*

Keywords: *wellness economy, consumption, consumer trends, healthy lifestyle, investment strategy, investment potential, regional development.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. На сучасному етапі розвитку світової економіки відбувається перехід від традиційної моделі споживання до популяризації концепції велнес-економіки, яка трансформує

фактори формування споживчого попиту. Іншими словами, потреба у підтримці фізичного і ментального здоров'я, заняття спортом, гігієна і краса, здорове харчування, відновлювальна і профілактична медицина стають основними індикаторами якості життя.

Варто відзначити, що швидкий розвиток велнес-економіки характеризується динамічними змінами споживчих уподобань та новою моделлю поведінки в процесі споживання. Впровадження цифрових технологій, розвиток соціальних медіа формує сприятливі передумови для появи різноманітних споживчих трендів, у зв'язку з чим виникає необхідність ідентифікувати з них ключові, які формують основу прийняття ефективних інвестиційних рішень.

В умовах соціально-економічних перетворень і воєнних дій вказана вище проблема стає ще більш актуальною. Незважаючи на складність безпекової ситуації, в Україні має місце підвищений інтерес населення до здорового способу життя, психологічного відновлення, фізичної активності, профілактичної медицини та інших складових велнес-економіки. Разом з цим на популярність велнес-споживання чинять дієвий вплив регіональні розбіжності, зокрема нерівномірний розподіл доходів населення, міграційні процеси, різний рівень інфраструктурного розвитку.

При цьому головна проблема полягає у відсутності адаптованого методичного підходу до комплексної оцінки споживчих трендів велнес-економіки, який би дозволив визначати рівень популярності її ключових напрямів, а також оцінювати потенційні можливості розвитку регіонів для формування ефективних інвестиційних стратегій. Недостатня статистична база та обмеженість офіційних даних щодо функціонування велнес-економіки в Україні створюють перешкоди, ускладнюючи процеси стратегічного планування та прийняття інвестиційних рішень. У зв'язку з цим виникає необхідність розробки дієвого аналітичного інструментарію, який би передбачав аналіз споживчих трендів та давав можливість оцінити перспективи розвитку велнес-економіки в розрізі регіонів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема розвитку велнес-економіки, трансформації споживчої поведінки та формування попиту на товари і послуги, пов'язаними зі здоровим способом життя, присвячені наукові праці як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. Крім цього, споживчі тенденції велнес-економіки містяться у різноманітних звітах міжнародних аналітичних і дослідницьких організацій. Варто відзначити, що суттєвий внесок у дослідження глобальних тенденцій розвитку велнес-економіки здійснює Global Wellness Institute (GWI), який у своїх звітах аналізує обсяги глобальної велнес-економіки, трансформаційні зміни її секторів та визначає ключові напрями розвитку. За даними GWI, глобальний обсяг велнес-економіки в 2024 р. становив більше 6 трлн дол, а найбільш перспективними секторами були превентивна медицина, персоналізоване харчування, оздоровчий туризм [1].

Підвищену увагу до аналізу сучасних споживчих трендів приділяють провідні консалтингові компанії, зокрема McKinsey & Company, Deloitte та Market.us, в дослідженнях яких обґрунтовується зростаюча роль велнес-споживання в структурі витрат домогосподарств, а також акцентується увага на посиленні попиту на товари і послуги, спрямовані на підтримку здорового способу життя [2–4].

Теоретико-методичні основи формування споживчої поведінки та управління попитом розкрито у працях Котлера Ф., в яких досліджено концепцію соціально відповідального та сталого маркетингу [5], а також Роджерса Е., в яких запропоновано теорію дифузії інновацій, що обґрунтовує механізми поширення нових споживчих практик і технологій у суспільстві [6]. Зазначені підходи сформували важливу основу для аналізу моделей поведінки споживачів і ідентифікації ключових споживчих трендів велнес-економіки.

Серед вітчизняних науковців, які досліджувати питання трансформації споживчих потреб у бік здорового способу життя, доцільно відзначити Бабушко С.Р., Поповича С.І. [7], Бойко В. [8], Парфіненко Т.О. [9],

Устименко Л., Булгакова Н. [10] та ін. Їхні праці в більшій мірі присвячені інноваційним аспектам оздоровчого туризму як основного сектору велнес-економіки.

Незважаючи на чисельну кількість наукових праць, недостатньо дослідженим залишається питання комплексної оцінки споживчих трендів велнес-економіки, зокрема в розрізі регіонів, а також використання отриманих результатів як основи для формування і реалізації інвестиційних стратегій. Відсутність комплексного методичного підходу до оцінювання ключових споживчих трендів, їх територіальної диференціації та впливу на інвестиційну привабливість регіонів зумовили необхідність подальших наукових досліджень у цьому напрямі.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає в розробці та обґрунтуванні комплексного методичного підходу до оцінки споживчих трендів у сфері велнес-економіки. Для досягнення поставленої мети важливо ідентифікувати і оцінити ключові споживчі тренди, що створить підґрунтя для вибору відповідних типів інвестиційних стратегій і напрямів їх реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. На глобальному рівні здійснюється дослідження обсягів і динаміки розвитку велнес-економіки як в цілому, так і в розрізі секторів, серед яких найбільш популярними в 2024 р. були особиста гігієна та краса, здорове харчування та схуднення, фізична активність, оздоровчий туризм. Крім того, оцінка велнес-економіки проводиться також і в розрізі країн. Проте, незважаючи на те, що в Україні з кожним роком підвищується інтерес до велнес-економіки та її складових, в звітах Global Wellness Institute (GWI) дані по вітчизняному велнесу не представлені. На національному рівні також не генеруються статистичні дані щодо обсягів і динаміки велнес-економіки, що ускладнює оцінку її подальшого розвитку. У зв'язку з цим запропоновано використовувати методичний підхід, який базується на аналізі споживчих трендів. Для реалізації зазначеного кроку було встановлено п'ять ключових аспектів

велнес-економіки, зокрема психологія, спорт, туризм, краса і медицина. Динаміку популярності ключових споживчих трендів велнес-економіки в Україні протягом 2022–2025 рр. представлено на Рис. 1.

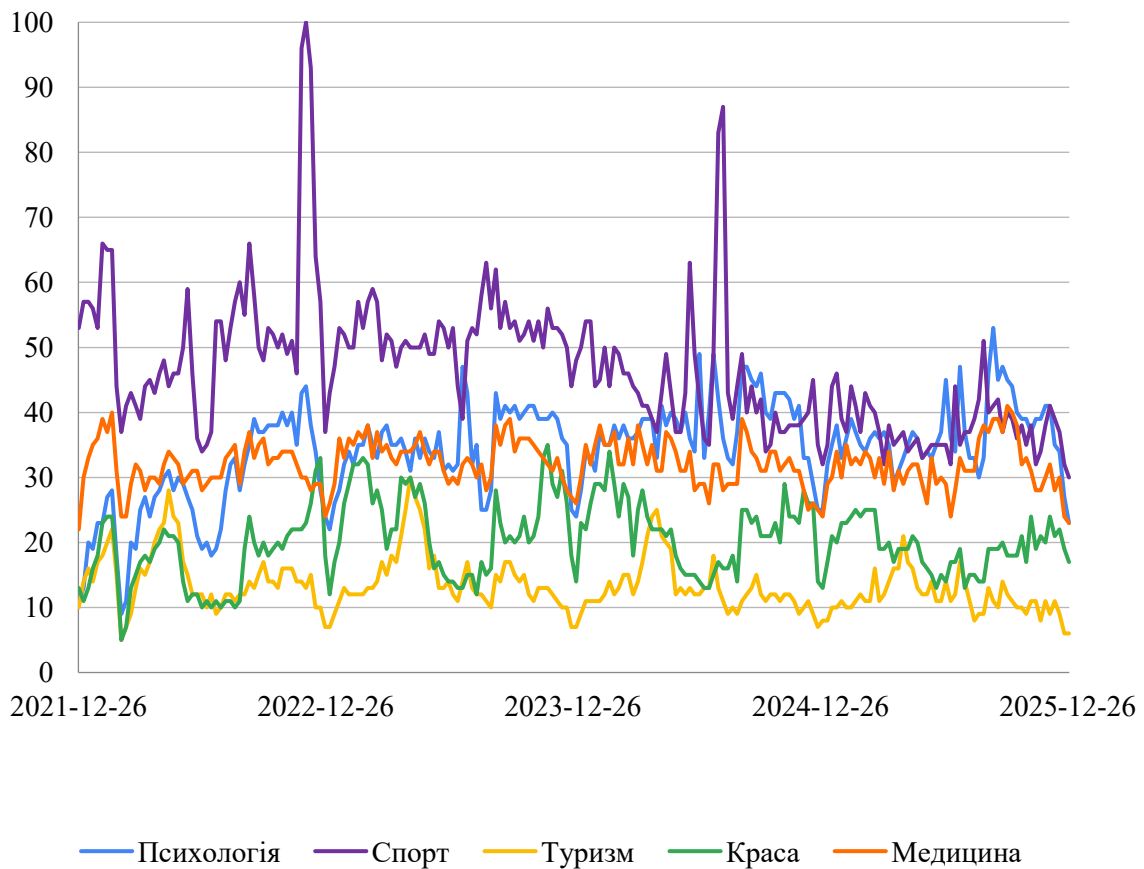


Рис. 1. Динаміка популярності ключових споживчих трендів велнес-економіки в Україні протягом 2022–2025 рр.

Джерело: Сформовано на основі [11].

Варто відзначити, що для оцінки популярності споживчих трендів використовується 100-бальна шкала, за допомогою якої визначається рівень зацікавленості за окремою тематикою певної країни або регіону у визначений період часу. Відповідно до шкали, найвищий рівень популярності споживчого запиту становить 100 балів, нульова популярність означає відсутність пошукових запитів за заданою тематикою.

Зображені на Рис. 1 свідчать, що в Україні протягом 2022–2025 рр. найбільшу популярність становили запити, пов'язані зі спортом, що пояснюється підвищеним інтересом населення до фізичної активності як

основи здорового способу життя. Середній рівень популярності мали психологія, медицина і краса. Споживчі тренди на туризм протягом аналізованого періоду дещо втратили свою популярність, що може бути пов'язано з повномасштабними воєнними діями і введенням відповідних обмежень.

На наступному етапі представляється доцільним здійснити аналіз ключових споживчих трендів велнес-економіки в розрізі областей і порівняти з середнім по країні рівнем (Табл. 1).

Таблиця 1. Аналіз ключових споживчих трендів велнес-економіки в розрізі областей України

	Психологія	Спорт	Туризм	Краса	Медицина
Україна	57	75	61	56	39
Вінницька область	82	65	66	70	52
Волинська область	80	82	68	77	32
м. Київ	79	79	64	46	41
м. Севастополь	0	46	100	11	36
Дніпропетровська область	44	68	53	54	35
Донецька область	15	65	38	27	29
Житомирська область	69	78	64	55	29
Закарпатська область	71	62	83	61	34
Запорізька область	38	68	56	47	35
Івано-Франківська область	93	100	75	100	44
Київська область	75	85	49	61	35
Кіровоградська область	53	69	54	62	38
Крим	1	46	80	8	40
Луганська область	6	41	36	12	33
Львівська область	98	87	76	74	36
Миколаївська область	40	73	44	65	36
Одеська область	44	64	49	45	38
Полтавська область	56	97	53	76	100
Рівненська область	84	87	61	79	31
Сумська область	53	93	59	59	32
Тернопільська область	100	91	68	80	37
Харківська область	42	86	48	42	37
Херсонська область	29	61	50	53	31
Хмельницька область	84	75	67	69	43
Черкаська область	68	87	62	64	31
Чернівецька область	72	77	72	63	41
Чернігівська область	56	85	54	62	36

Джерело: сформовано на основі [11].

Далі за даними Табл. 1 побудуємо пелюсткові діаграми ключових споживчих трендів велнес-економіки за регіонами України – північний, західний, центральний, східний і південний (Рис. 2–6).

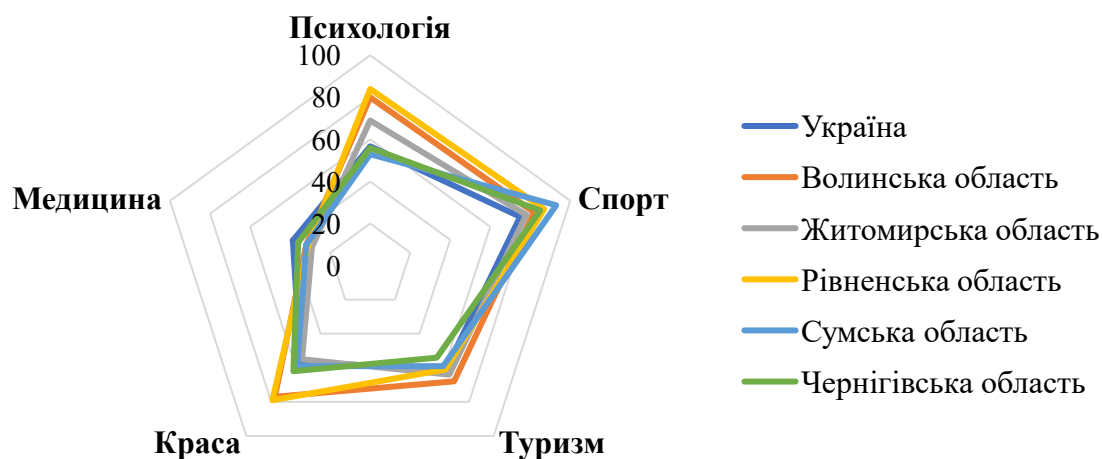


Рис. 2. Середній рівень популярності ключових споживчих трендів велнес-економіки в північному регіоні України протягом 2022–2025 рр.

Джерело: сформовано на основі [11].

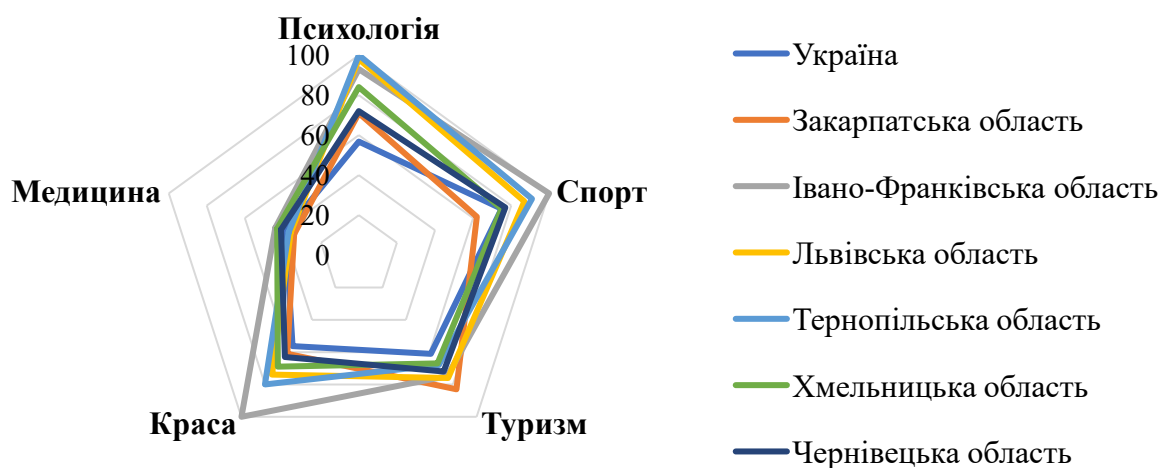


Рис. 3. Середній рівень популярності ключових споживчих трендів велнес-економіки в західному регіоні України протягом 2022–2025 рр.

Джерело: сформовано на основі [11].

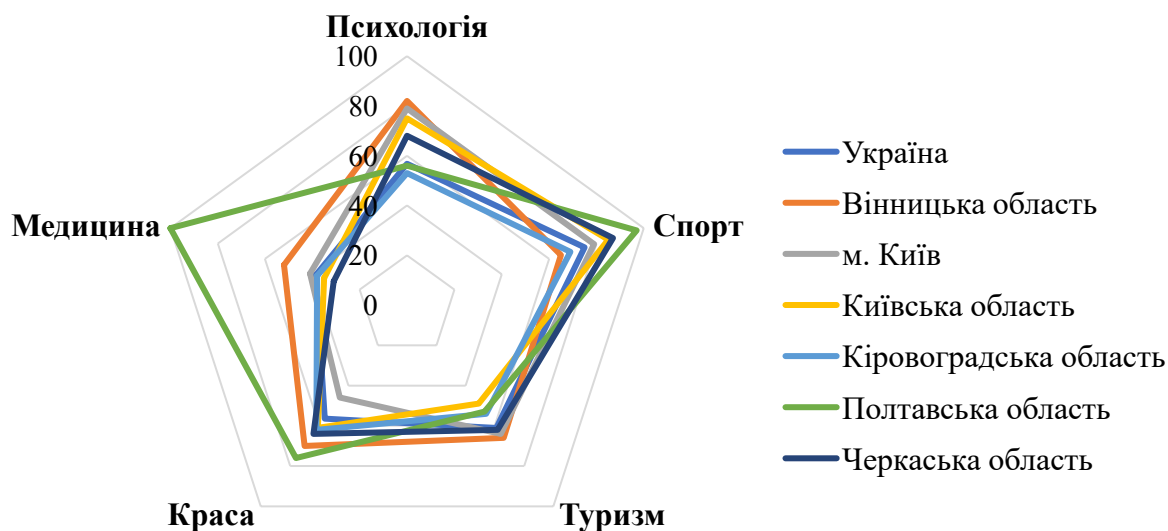


Рис. 4. Середній рівень популярності ключових споживчих трендів велнес-економіки в центральному регіоні України протягом 2022–2025 рр.

Джерело: сформовано на основі [11].

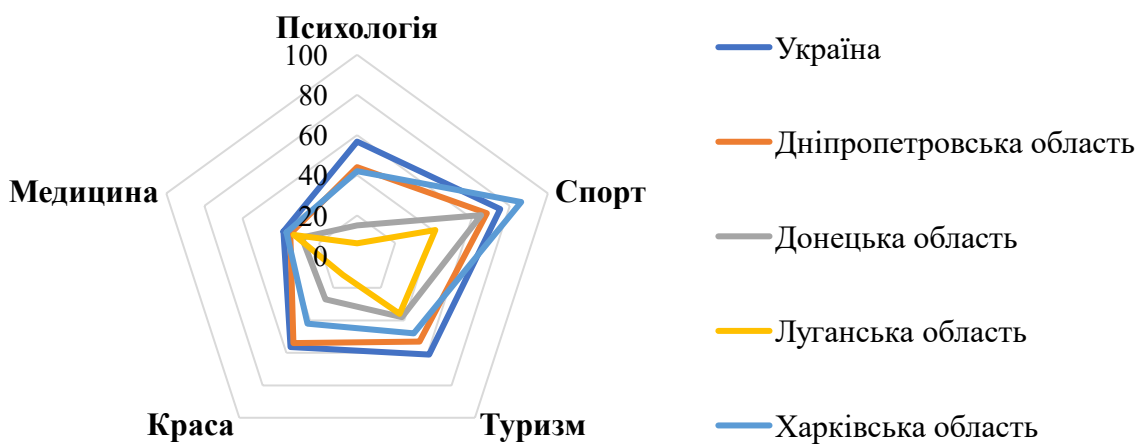


Рис. 5. Середній рівень популярності ключових споживчих трендів велнес-економіки в східному регіоні України протягом 2022–2025 рр.

Джерело: сформовано на основі [11].

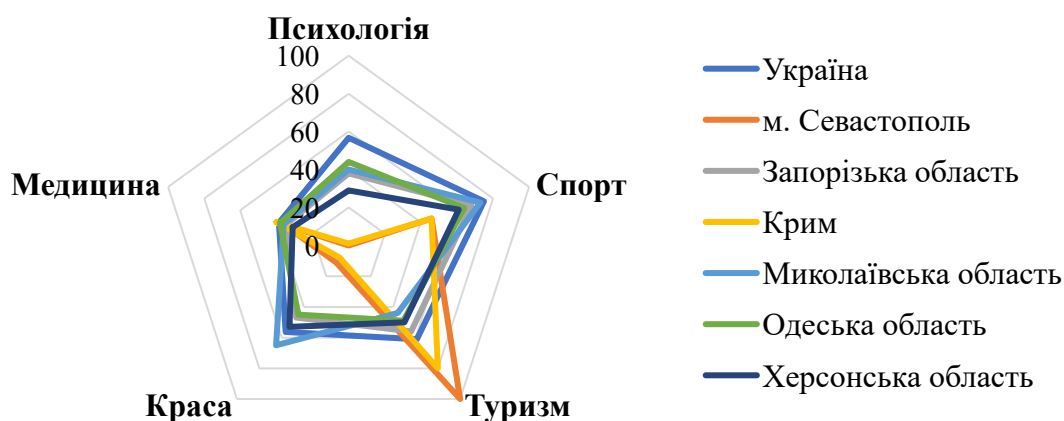


Рис. 6. Середній рівень популярності ключових споживчих трендів велнес-економіки в південному регіоні України протягом 2022–2025 рр.

Джерело: сформовано на основі [11].

Площі фігур відображують потенціал привабливості ключових споживчих трендів велнес-економіки. При чому, чим більше площа фігури, тим більше потенціал.

Для поглибленої оцінки використано методичний підхід, який передбачає розрахунок площ фігур, зображених на Рис. 2–6, що визначають сумарну популярність ключових споживчих трендів велнес-економіки в кожній області. З цією метою доцільно використати формулу площі кола, так як при максимальній популярності всіх досліджуваних складових, фігури на діаграмах отримали б вигляд умовного кола:

$$S = \pi R^2, \quad (1)$$

де π – математична константа, значення якої становить 3,14;

R – середній радіус шкали оцінок популярності споживчих трендів.

Для розрахунків площ фігур по кожній області необхідно розрахувати середній радіус шкали оцінок популярності споживчих трендів:

$$R_{\text{сер}} = \frac{\sum \text{балів по ключовим споживчим трендам}}{n}, \quad (2)$$

де n – кількість ключових споживчих трендів, що оцінюються.

Також доцільно розрахувати співвідношення площ фігур областей до середнього по Україні значення, що дозволить встановити відставання популярності споживчих трендів велнес-економіки від загального по країні рівня:

$$\frac{S_i}{S_{кр}}, \quad (3)$$

де S_i – площа фігури, утвореної споживчими трендами велнес-економіки i -тої області;

$S_{кр}$ – площа фігури, утвореної споживчими трендами велнес-економіки на рівні країни.

Крім того, в межах запропонованого методичного підходу розрахуємо максимально можливу площу кола, вважаючи, що цей показник є відображенням найбільшої популярності споживчих трендів велнес-економіки (за умови, що радіус дорівнює максимальному значенню, тобто 100 балів):

$$S_{\max} = \pi R^2 = 3,14 * 100^2 = 31400 \text{ ум. кв. од.}$$

Після цього необхідно розрахувати співвідношення площ фігур кожної області до максимальної площі кола:

$$\frac{S_i}{S_{\max}}. \quad (4)$$

Отримані розрахунки представлено в Табл. 2, аналіз якої демонструє суттєві регіональні розбіжності розвитку, а також нерівномірну популярність споживчих трендів велнес-економіки. Варто відзначити, що середнє значення популярності споживчих трендів велнес-економіки по країні складає 57,6 балів. У зв'язку з цим варто відзначити, що максимальну зацікавленість до економіки велнесу проявляють мешканці західних та центральних областей України. Зокрема, найбільш високі значення мають Івано-Франківська, Полтавська, Тернопільська та Львівська області. Це є свідченням високого рівня зацікавленості споживачів до товарів та послуг, пов'язаних з оздоровленням, рекреацією, туризмом, органічним споживанням, що є передумовою здорового способу життя.

Таблиця 2. Оцінка потенціалу ключових споживчих трендів велнес-економіки в розрізі регіонів України

	R_{ср}	S	Si/S_{кр}	Si/S_{max}
Україна	57,6	10401,7	100,0	33,1
Північний регіон				
Волинська область	67,8	14434,1	138,8	46,0
Житомирська область	59,0	10930,3	105,1	34,8
Рівненська область	68,4	14690,7	141,2	46,8
Сумська область	59,2	11004,6	105,8	35,0
Чернігівська область	58,6	10782,6	103,7	34,3
Західний регіон				
Закарпатська область	62,2	12148,2	116,8	38,7
Івано-Франківська область	82,4	21319,8	205,0	67,9
Львівська область	74,2	17287,7	166,2	55,1
Тернопільська область	75,2	17756,8	170,7	56,6
Хмельницька область	67,6	14349,0	137,9	45,7
Чернівецька область	65,0	13266,5	127,5	42,3
Центральний регіон				
Вінницька область	67,0	14095,5	135,5	44,9
м. Київ	61,8	11992,4	115,3	38,2
Київська область	61,0	11683,9	112,3	37,2
Кіровоградська область	55,2	9567,7	92,0	30,5
Полтавська область	76,4	18328,1	176,2	58,4
Черкаська область	62,4	12226,4	117,5	38,9
Східний регіон				
Дніпропетровська область	50,8	8103,2	77,9	25,8
Донецька область	34,8	3802,7	36,6	12,1
Луганська область	25,6	2057,8	19,8	6,6
Харківська область	51,0	8167,1	78,5	26,0
Південний регіон				
м. Севастополь	38,6	4678,5	45,0	14,9
Запорізька область	48,8	7477,7	71,9	23,8
Крим	35,0	3846,5	37,0	12,3
Миколаївська область	51,6	8360,4	80,4	26,6
Одеська область	48,0	7234,6	69,6	23,0
Херсонська область	44,8	6302,1	60,6	20,1

Джерело: сформовано автором

На заході країни інтерес до велнес-економіки значно перевищує середньоукраїнський рівень, а в Івано-Франківській області його рівень вдвічі більше. Це зумовлено, насамперед, туристично-рекреаційною спеціалізацією регіону. Крім цього, в західних областях має місце найбільша ступінь адаптованості до сучасних споживчих моделей, пов'язаних з велнес-

економікою. Схожу ситуацію можна відзначити в таких північних областях, як Рівненська і Волинська. Центральні області України також демонструють стабільний попит на товари і послуги велнесу. Високий потенціал до споживання мають Полтавська, Вінницька та Черкаська області. Разом з цим в столиці і Київській області відзначається середній інтерес до товарів і послуг велнесу, що може бути пов'язано з переміщенням акценту у споживанні на інші ринки. На півдні спостерігається середній і нижче рівень велнес-споживання. Краща позиція в цьому аспекті у Миколаївської області, на відміну від Одеської, Запорізької та Херсонської областей. Незважаючи на те, що південний регіон має розвинутий туристично-рекреаційний потенціал, проте залишається не повністю реалізованим через ситуацію з безпекою. Низький рівень споживання продукції велнесу спостерігається у східних областях, що пояснюється тривалими військовими діями, які призвели до руйнування інфраструктури, міграції населення і демографічних втрат та критичного зниження купівельної спроможності населення. Проведена оцінка довела, що популярність споживчих трендів до велнес-економіки в Україні має чітко виражений територіальний характер і знаходиться в прямій залежності від чинників маркетингового середовища, насамперед, соціально-економічних і природно-екологічних.

Отримані результати оцінки потенційної популярності ключових споживчих трендів велнес-економіки формують підґрунтя для розробки інвестиційної стратегії її розвитку за регіонами України. Виявлені розбіжності можуть означати, що доцільно застосовувати диференційований інвестиційний підхід при визначенні обсягів, напрямів, а також механізмів інвестування, враховуючи рівень локального споживчого попиту на велнес-товари і послуги.

Найбільш сприятливі передумови для реалізації інвестиційної стратегії відзначаються в Івано-Франківській, Львівській, Тернопільській та Полтавській областях. Так як в зазначених областях є висока зацікавленість до товарів та послуг, пов'язаних зі здоровим способом життя, доцільно

впроваджувати стратегію інвестиційної експансії велнес-економіки. Фактори маркетингового середовища забезпечують швидке повернення інвестиційних ресурсів, вкладених в SPA-комплекси, туристичні і реабілітаційні центри та інші велнес-продукти.

В областях з середнім рівнем популярності велнесу важливо використовувати стратегію помірною інвестиційного нарощування, спрямовуючи інвестиції і найбільш прибуткові сектори велнес-економіки. Це передбачає формування персоналізованих велнес-пропозицій, а також розширення попиту шляхом використання дієвого маркетингового інструментарію.

В областях з низьким потенціалом велнес-споживання мають місце високі ризики, пов'язані з безпековими, соціально-економічними та інфраструктурними втратами, внаслідок чого знижується їх інвестиційна привабливість. У зв'язку з цим важливо зосередитись на інвестуванні соціальних проєктів з невеликим розміром бюджетів. В якості прикладу можуть виступати інвестиційні рішення, спрямовані на підтримку ментального здоров'я, розвиток телемедицини, мобільних сервісів та програм відновлення тощо. Зазначені заходи більш адаптовані під нестабільне середовище і не вимагають суттєвих вкладень інвестиційних ресурсів.

Таким чином, виявлені регіональні диспропорції розвитку велнес-економіки створюють фундамент для формування та реалізації гнучких інвестиційних стратегій, в яких будуть враховані всі перспективи і ризики.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі. За результатами проведеного дослідження розроблено, а також апробовано методичний підхід до оцінки ключових споживчих трендів велнес-економіки, використання якого дає можливість визначати рівень популярності ключових споживчих трендів як складових здорового способу життя та оцінювати потенціал для розвитку регіональної велнес-економіки. Запропонований методичний підхід передбачає інтегровану оцінку популярності шляхом

поєднання ключових споживчих трендів велнес-економіки, зокрема психології, спорту, туризму, краси та медицини.

Проведена оцінка виявила суттєві регіональні розбіжності і диспропорції у розвитку велнес-споживання в Україні. Найбільш високий рівень популярності у товарах і послугах велнес-економіки є характерним для західних, а також окремих центральних областей, що пов'язано з наявністю та розвитком туристично-рекреаційного потенціалу, високим ступенем адаптованості до велнес-споживання як наслідку формування високої культури здорового способу життя. На відміну від цього, у східних і більшій частині південних областей мають місце найменша популярність споживчих трендів велнес-економіки, що зумовлено воєнними діями, які призвели до руйнування інфраструктури, міграції і демографічних втрат, зниження загальної купівельної спроможності населення.

Отримані результати оцінки споживчих трендів велнес-економіки можуть бути використані в якості аналітичного підґрунтя для розроблення та реалізації диференційованих інвестиційних стратегій розвитку велнес-економіки, адаптованих під особливості відповідного регіонального середовища. Обґрунтовано, що для регіонів з високою популярністю споживчих трендів велнес-економіки доцільно впроваджувати стратегію інвестиційної експансії, в той час як для регіонів з середнім потенціалом є більш доцільною стратегія помірної інвестиційної нарощування. На територіях із низьким велнес-споживанням необхідно проводити обережну інвестиційну політику, спрямовуючи інвестиції в найбільш пріоритетні і соціально орієнтовані заходи.

Запропонований методичний підхід до оцінки споживчих трендів велнес-економіки може корисний для всіх зацікавлених осіб, зокрема органів державного управління, інвесторів, маркетингових аналітиків та підприємств економіки велнесу в процесі розробки різнорівневих стратегій соціально-економічного розвитку. В цьому і полягає його практична цінність.

Перспективи подальших наукових розробок можуть бути пов'язані з необхідністю удосконалення аналітичного інструментарію для прогнозування динаміки споживчих трендів велнес-економіки, розробки моделей оцінки ризиків інвестування велнес-проектів, а також імплементації цифрових аналітичних платформ і технологій штучного інтелекту в моніторинговий процес за поведінкою споживачів у режимі реального часу. Крім того, подальші дослідження можуть бути спрямовані на оцінку впливу воєнних і післявоєнних умов на трансформаційні зміни попиту в товари і послуги велнес-економіки з метою стимулювання її розвитку.

Література

1. Global Wellness Economy: Country Rankings (2019-2024 data). Global Wellness Institute. URL: <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/2026-the-global-wellness-economy-country-rankings/> (дата звернення: 24.04.2026).
2. The future of wellness: Connected and customized. McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/the-next-normal/wellness> (дата звернення: 24.04.2026).
3. The rise of a dynamic consumer health market. Deloitte. URL: <https://www.deloitte.com/global/en/industries/life-sciences-health-care/research/the-rise-of-a-dynamic-consumer-health-market.html> (дата звернення: 26.04.2026).
4. Health And Wellness Market. URL: <https://market.us/report/health-and-wellness-market/> (дата звернення: 26.04.2026).
5. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. Wiley, 2021. 221 p.
6. Роджерс Е.М. Дифузія інновацій. Київ: Києво-Могилянська академія, 2009. 592 с.

7. Бабушко С.Р., Попович С.І. Інновації у вітчизняному Wellness туризмі. *Грааль науки*. 2024. № 36. С. 29–33. DOI: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.16.02.2024.002>.

8. Бойко В. Wellness-туризм: нові горизонти для балансу та здоров'я в сучасних умовах. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2025. № 22. С. 71–277. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.22.31>.

9. Парфіненко Т.О. Концепція wellness як інноваційний напрямок організації роботи готельних підприємств. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-81>.

10. Устименко Л., Булгакова Н. Розвиток wellness-туризму та його вплив на трансформацію туристичної індустрії України. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. 2019. № 2 (1). С. 49–59. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.2.1.2019.173023>.

11. Google Trends. URL: <https://trends.google.com> (дата звернення: 30.04.2026).

References

1. Global Wellness Institute (2025), “Global Wellness Economy: Country Rankings (2019-2024 data)”, available at: <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/2026-the-global-wellness-economy-country-rankings/> (Accessed 24 April 2026).

2. McKinsey & Company (2023), “The future of wellness: Connected and customized”, available at: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/the-next-normal/wellness> (Accessed 24 April 2026).

3. Deloitte (2024), “The rise of a dynamic consumer health market”, available at: <https://www.deloitte.com/global/en/industries/life-sciences-health-care/research/the-rise-of-a-dynamic-consumer-health-market.html> (Accessed 26 April 2026).

4. Market.us (2024), “Health And Wellness Market”, available at: <https://market.us/report/health-and-wellness-market/> (Accessed 26 April 2026).

5. Kotler, P., Kartajaya, H. and Setiawan, I. (2021), *Marketing 5.0: Technology for Humanity*, Wiley, USA.
6. Rodzhers, E.M. (2009), *Dyfuziia innovatsij* [Diffusion of innovations], Kyievo-Mohylians'ka akademiia, Kyiv, Ukraine.
7. Babushko, S.R. and Popovych, S.I. (2024), “Innovations in domestic wellness tourism”, *Hraal' nauky*, vol. 36, pp. 29–33.
8. Bojko, V. (2025), “Wellness tourism: new horizons for balance and health in modern conditions”, *Tavrijs'kyj naukovyj visnyk. Seriia: Ekonomika*, vol. 22, pp. 71–277.
9. Parfinenko, T.O. (2023), “The concept of wellness as an innovative way of organizing the work of hotel enterprises”, *Ekonomika ta suspil'stvo*, [Online], vol. 48, available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2290> (Accessed 28 April 2026).
10. Ustymenko, L. and Bulhakova, N. (2019), “The development of wellness tourism and its impact on the transformation of the tourism industry of Ukraine”, *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu kul'tury i mystetstv. Seriia: Turyzm*, vol. 2, no. 1, pp. 49–59.
11. Google Trends (2026), available at: <https://trends.google.com> (Accessed 30 April 2026).

Отримано редакцією журналу / Received: 12.05.26

Прорецензовано / Revised: 22.05.26

Дата публікації / Published: 26.05.26