

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВЕТЕРИНАРНОЇ
МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ ІМЕНІ С. З. ГЖИЦЬКОГО
ФАКУЛЬТЕТ ЗЕМЛЕВПОРЯДКУВАННЯ ТА
ІНФРАСТРУКТУРНОГО РОЗВИТКУ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ, РЕКРЕАЦІЇ ТА КРАЄЗНАВСТВА

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Ступінь вищої освіти БАКАЛАВР

на тему ” **МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ
ПСИХОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В СВІТІ**”

Виконала: здобувачка вищої освіти

IV курсу, групи ТУР-41

спеціальності 242 Туризм

(шифр і назва спеціальності)

освітньої програми Туризм

Вовк Софія Степанівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник _____

(наук. ступінь, вчене звання, ім'я та прізвище)

Рецензент: Марія ПЕЧЕНА

(ім'я та прізвище)

ДУБЛЯНИ 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
ФАКУЛЬТЕТ ЗЕМЛЕВПОРЯДКУВАННЯ ТА ТУРИЗМУ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ

Ступінь вищої освіти Бакалавр
Галузь знань 24 Сфера обслуговування
(шифр і назва)

Спеціальність 242 Туризм
(шифр і назва)

Освітня програма «Туризм»
(назва ОП)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
туризму
(назва кафедри)

(підпис)

(ім'я та прізвище)

“ ” _____ 2025 року

З А В Д А Н Н Я
на кваліфікаційну роботу здобувача вищої освіти
Вовк Софії Степанівни

(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи «Міжнародний досвід і тенденції розвитку психологічного туризму в світ»

Керівник роботи _____
(ім'я та прізвище, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджена наказом ЛНУП від “07” січня 2025 р. №7/к-с.

2. Строк подання здобувачем роботи до 16 червня 2025 року

3. Вихідні дані до роботи: Закони України та Постанови Кабінету Міністрів України, дані Державної служби статистики України, наукові праці вітчизняних та закордонних учених з питань дослідження міжнародного досвіду і тенденцій розвитку психологічного туризму в світ, довідкові матеріали, література на туристичну тематику.

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПСИХОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та сутність психологічного туризму

1.2. Психологічні аспекти подорожей, їх вплив на особистість та емоційний стан

1.3. Методи дослідження та чинники впливу психологічного туризму

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ПСИХОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ

2.1. Міжнародний досвід розвитку психологічного туризму

2.2. Попит та популярність послуг сфери психологічного туризму в світі

2.3. Стан, потенціал і проблеми розвитку психологічного туризму в Україні

2.4. Вплив туристичної діяльності на стан охорони навколишнього середовища

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПСИХОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Застосування інноваційних технологій в сфері психологічного туризму

3.2. Шляхи популяризації психологічного туризму за допомогою сучасних маркетингових засобів

РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ

4.1. Аналіз стану і заходи поліпшення виробничої санітарії і гігієни праці на туристичних підприємствах

4.2. Пожежна безпека туристичного підприємства

4.3. Інструкція з охорони праці туристичного підприємства

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): рисунки, таблиці

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата		Відмітка про виконання
		завдання видав	завдання прийняв	
Стан охорони навколишнього середовища				
Охорона праці				

7. Дата видачі завдання “11” січня 2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Відмітка про виконання
1.	Отримання завдання для написання кваліфікаційної роботи	11.01.2025 р.	
2.	Розробка плану кваліфікаційної роботи, ознайомлення з літературними джерелами за темою, збір практичних матеріалів	до 20.01.2025	
3.	Написання вступу і I розділу	до 20.02.2025	
4.	Написання II розділу	до 18.03.2025	
5.	Написання III розділу	до 07.04.2025	
6.	Написання IV розділу і висновків	до 12.05.2025	
7.	Оформлення кваліфікаційної роботи і подання науковому керівнику для написання відгуку	до 26.05.2025	
8.	Перевірка тексту кваліфікаційної роботи на унікальність. Скерування на зовнішню рецензію	до 09.06.2025	
9.	Представлення кваліфікаційної роботи на кафедру	16.06.2025	
10.	Захист кваліфікаційної роботи перед Екзаменаційною комісією	26.06.2025	

Здобувач вищої освіти

(підпис)

Софія ВОВК

(ім'я та прізвище)

Керівник кваліфікаційної роботи

(підпис)

(ім'я та прізвище)

УДК 338.48:159.9(100)

Кваліфікаційна робота: 65 сторінок, включаючи 7 таблиці, 12 рисунки, 50 літературних джерела.

Вовк С.С. Міжнародний досвід і тенденції розвитку психологічного туризму в світі. Кваліфікаційна робота за спеціальністю 242 Туризм. Львів: ЛНУВМБ ім. С.З. Гжицького, 2025. 65 с.

У кваліфікаційній роботі всебічно розкрито теоретичні засади психологічного туризму, розглянуто поняття та сутність психологічного туризму, досліджено психологічні аспекти подорожей, їх вплив на особистість та емоційний стан, описано методи дослідження та чинники впливу психологічного туризму

Проаналізовано сучасний стан та тенденції розвитку психологічного туризму у світі. Охарактеризовано міжнародний досвід розвитку психологічного туризму. Проаналізовано попит та популярність послуг сфери психологічного туризму в світі. Досліджено стан, потенціал і проблеми розвитку психологічного туризму в Україні.

На основі результатів досліджень розроблено низку рекомендацій щодо удосконалення шляхів розвитку психологічного туризму в Україні. Подано застосування інноваційних технологій в сфері психологічного туризму. Запропоновано шляхи популяризації психологічного туризму за допомогою сучасних маркетингових засобів

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота присвячена вивченню міжнародного досвіду і тенденцій розвитку психологічного туризму в світі.

В першому розділі «Теоретичні засади психологічного туризму» всебічно розкрито теоретичні засади психологічного туризму, розглянуто поняття та сутність психологічного туризму, досліджено психологічні аспекти подорожей, їх вплив на особистість та емоційний стан, описано методи дослідження та чинники впливу психологічного туризму

У другому розділі «Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку психологічного туризму у світі» проаналізовано сучасний стан та тенденції розвитку психологічного туризму у світі. Охарактеризовано міжнародний досвід розвитку психологічного туризму. Проаналізовано попит та популярність послуг сфери психологічного туризму в світі. Досліджено стан, потенціал і проблеми розвитку психологічного туризму в Україні.

У третьому розділі «Застосування інноваційних технологій в сфері психологічного туризму» розроблено низку рекомендацій щодо удосконалення шляхів розвитку психологічного туризму в Україні. Подано застосування інноваційних технологій в сфері психологічного туризму. Запропоновано шляхи популяризації психологічного туризму за допомогою сучасних маркетингових засобів

Ключові слова: психологічний туризм, емоційний стан, тури з психологічною підтримкою, терапевтичні подорожі, ретрит-програми.

The thesis is devoted to the study of international experience and trends in the development of psychological tourism in the world.

The first chapter, 'Theoretical Foundations of Psychological Tourism,' comprehensively reveals the theoretical foundations of psychological tourism, examines the concept and essence of psychological tourism, explores the psychological aspects of travel, their impact on personality and emotional state, and describes research methods and factors influencing psychological tourism.

The second chapter, 'Analysis of the Current State and Trends in the Development of Psychological Tourism in the World,' analyses the current state and trends in the development of psychological tourism in the world. It characterises international experience in the development of psychological tourism. It analyses the demand for and popularity of psychological tourism services in the world. The state, potential and problems of the development of psychological tourism in Ukraine are investigated.

The third chapter, 'Application of innovative technologies in the field of psychological tourism,' develops a number of recommendations for improving the development of psychological tourism in Ukraine. The application of innovative technologies in the field of psychological tourism is presented. Ways to popularise psychological tourism using modern marketing tools are proposed.

Keywords: psychological tourism, emotional state, tours with psychological support, therapeutic travel, retreat programmes.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПСИХОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ.....	8
1.1. Поняття та сутність психологічного туризму	8
1.2. Психологічні аспекти подорожей, їх вплив на особистість та емоційний стан	15
1.3. Методи дослідження та чинники впливу психологічного туризму	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ПСИХОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ.....	25
2.1. Міжнародний досвід розвитку психологічного туризму	25
2.2. Попит та популярність послуг сфери психологічного туризму в світі	32
2.3. Стан, потенціал і проблеми розвитку психологічного туризму в Україні	36
2.4. Вплив туристичної діяльності на стан охорони навколишнього середовища.....	42
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПСИХОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	44
3.1. Застосування інноваційних технологій в сфері психологічного туризму	44
3.2. Шляхи популяризації психологічного туризму за допомогою сучасних маркетингових засобів.....	49
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ.....	53
4.1. Аналіз стану охорони праці і заходи покращення виробничої санітарії і гігієни праці у підприємствах та організаціях туристичної галузі	53
4.2. Пожежна безпека.....	55
4.3. Інструкція з охорони праці для менеджера з туризму	56
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	62

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному світі, де психологічне напруження, стрес, емоційна втома є невід’ємною частиною повсякденного життя, існує гостра потреба у нових формах відпочинку, здатних відновити не лише фізичні сили, а й забезпечити емоційне та психічне відновлення. Відповіддю на цей попит є психологічний туризм, відносно нова, але стрімко зростаюча тенденція, яка поєднує подорожі з елементами психотерапії, самопізнання та особистісного розвитку. У світі активно розвиваються ретрит-програми, тури з психологічною підтримкою, терапевтичні подорожі для подолання стресу та емоційних криз, а також професійного вигорання, всі вони сприяють зміцненню внутрішніх людських ресурсів.

Темпи розвитку психологічного туризму досить швидкі в силу зростання попиту та загальносвітових тенденцій. Досвід інших країн надзвичайно важливий для такого сектору, особливо для формування конкурентоспроможної моделі психологічного туризму в Україні. Тому вивчення досвіду та його адаптація має стати актуальним завданням для країн світу. Дослідження цієї теми є особливо актуальним в контексті зростання попиту на послуги психологічної допомоги та необхідності створення нових туристичних продуктів.

Метою дослідження є вивчення міжнародного досвіду та тенденцій розвитку психологічного туризму, аналіз його впливу на особистість і суспільство, а також обґрунтування перспектив розвитку цієї сфери в Україні з урахуванням глобальних трендів.

Виходячи із мети, були поставлені наступні **завдання дослідження**:

- розкрити поняття, сутність та класифікацію психологічного туризму;
- дослідити психологічні аспекти подорожей і їх вплив на емоційний стан особистості;
- проаналізувати методи дослідження психологічного туризму та ключові чинники його розвитку;
- охарактеризувати сучасний стан і тенденції розвитку психологічного туризму у світі;
- розглянути міжнародний досвід організації психологічних турів та їх маркетингове просування;

- дослідити попит і динаміку популярності послуг психологічного туризму;
- проаналізувати стан та потенціал розвитку психологічного туризму в Україні;
- виявити основні проблеми та запропонувати шляхи вдосконалення цієї сфери;
- визначити інноваційні підходи до просування психологічного туризму та підвищення його конкурентоспроможності;
- надати рекомендації щодо впровадження ефективних стратегій розвитку психологічного туризму в національному контексті.

Об'єктом дослідження є психологічний туризм в міжнародному контексті.

Предметом дослідження є сучасні тенденції, маркетингові підходи та інноваційні рішення, що формують ринок психологічного туризму.

Для досягнення поставленої мети в кваліфікаційній роботі використано такі **методи дослідження**, як аналіз і синтез, порівняльний аналіз, системний підхід, узагальнення, соціологічні методи (анкетування, опитування), статистичний аналіз, класифікація та вивчення закордонного досвіду.

Інформаційною базою дослідження є наукові публікації вітчизняних та закордонних авторів, аналітичні звіти світових організацій, статистичні дані та маркетингові дослідження ринку туристичних послуг. А також офіційні документи з розвитку туризму, практичні кейси з організації психологічних ретритів і турів, матеріали з Інтернет-ресурсів провідних туристичних компаній, що спеціалізуються на психологічному туризмі.

Наукова новизна полягає в докладному аналізі сучасного стану і світових передумов розвитку психологічного туризму, а також шляхи його імплементації в український ринок.

Практичне значення дослідження полягає в можливості застосування отриманих результатів для розробки нових туристичних програм із компонентами психотерапії та медитаційних практик, а також у можливостях удосконалення маркетингових стратегій просування таких послуг на ринок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПСИХОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та сутність психологічного туризму

Психологічний туризм – це вид туризму, який пропонує покращення психологічного благополуччя, емоційне відновлення, самопізнання та особистий розвиток. Такий туризм викликає особливий інтерес у сучасному суспільстві, де більшість людей стикається з хронічним стресом, переповненням інформацією та втратою емоційної стійкості [5].

У двадцять першому столітті туризм не може бути лише засобом зміни середовища чи пізнання нової культури. Більша увага до аспектів психічного здоров'я та самосвідомості призвела до появи нових нетрадиційних шляхів у пошуку подорожей та вподобань туристів. Одним із таких є психологічний туризм, новий феномен, який об'єднує туризм із психотерапевтичними техніками та ментальним відпочинком.

Поняття «психологічний туризм» на сьогодні в Україні не має наукового формулювання чи законодавчої бази, але більшість науковців поділяють концепцію, що це передусім використання подорожі як інструменту емоційного відновлення, усунення стресу, розв'язання конфліктів та внутрішнього розвитку.

На думку В.М. Тихоновича, психологічний туризм – це туристичний підхід, який пов'язаний із збереженням психічного здоров'я людини та надає підтримку цілісності здоров'я людини з урахуванням її психічного, емоційного та духовного стану за допомогою використання подорожей. Туризм, у цьому випадку, є основною частиною, що сприяє терапевтичній меті покращення психічного здоров'я людини. Поняття «психологічна подорож» зародилось на стику філософських, психологічних і культурних прагнень людини [5]. У Китаї в 2002 році був використаний термін «психотуризм», що позначає спеціальні програми для внутрішнього відновлення шляхом подорожей. Подібні практики стали більш популярними на Заході, особливо у формі ретритів, йога-турів, медитаційних подорожей до «місць сили» та практик самопізнання. Більшість

подорожей мають спільні риси з арт-терапією, наприклад ландшафтотерапією та тілесно-орієнтованою психотерапією.

Ментальні аспекти подорожей стають все більш поширеними в наукових роботах. Дослідники стверджують, що подорожі можуть служити засобом позитивного впливу на емоційний стан, відновлення ресурсів і психологічної адаптації. Це стало найбільш актуальним для людей з посттравматичним стресовим розладом – ветеранів війни та переселенців, а також тих, хто пережив емоційне вигорання чи тривалі періоди депресії. Люди в таких програмах отримують не просто новий досвід, а й шанс на психологічний супровід, групову підтримку, саморефлексію.

Методологія вивчення психологічного туризму є міждисциплінарною та охоплює елементи психології, соціології, менеджменту туризму та лідерства. Основні методи включають анкетування та глибинні інтерв'ю, спостереження, а також статистичний аналіз змін психоемоційного стану до та після участі в турах. Такі підходи, на думку науковця Лемака В.Л., повинні дозволити максимально оцінити рівень ефективності впливу туристичних програм на психічне благополуччя учасників [8].

У світовій практиці психологічний туризм вважається частиною більш широкого поняття – оздоровчого туризму. У звіті Global Wellness Institute вказується, що сегмент оздоровчого туризму, який стрімко зростає, охоплює мільйони споживачів, які прагнуть не тільки відпочинку, але й покращення свого психологічного стану. Такі подорожі не обов'язково повинні бути дуже дорогими або екзотичними. Навіть коротка поїздка на природу, медитативна практика чи розмова з фахівцем дадуть бажаний ефект психологічної та внутрішньої рівноваги [11].

В Україні розвиток цього сектору, на жаль, не є дуже стрімким. Тим не менш, війна, емоційне виснаження і потреба у відновленні ресурсів разом створюють великий попит на ці послуги. Вчені стверджують, що психологічний туризм може бути яскравою перспективою у розвитку внутрішнього туризму для

відновлення психологічного та фізичного стану військових, освітян і волонтерів, а також інших верств населення.

Зі зростанням туристичного попиту та значення психічного здоров'я одним із значущих напрямків у туризмі майбутнього вважається психологічний туризм. Все це зумовлює появу нового середовища, розробку програм просування та маркетингових стратегій для поширення таких послуг та їх прийняття суспільством. Це економічна і, водночас, гуманітарна перспектива розвитку туризму в Україні.

Психологічний туризм як нова форма поєднання психології та туризму також визначає вплив психологічних чинників на рішення та досвід туристів. Цей термін об'єднує зміст якості туристичних послуг зі змістом якості послуг психологічної допомоги, що є необхідним як у визначенні туризмознавства, так і у відношенні до досліджень позитивної психології [7]. Сприяння психічному благополуччю за допомогою позитивної психології відповідає меті туриста.

Таблиця 1.1 – Відмінності традиційного туризму та психологічного туризму

Критерій	Традиційний туризм	Психологічний туризм
Основна мета	Відпочинок, пізнання нових місць і культур	Покращення психічного здоров'я, самопізнання
Акцент	Культурні пам'ятки, рекреаційні активності	Емоційне відновлення, психотерапевтичні практики
Приклади діяльності	Екскурсії, пляжний відпочинок, шопінг	Ретрит, йога-тур, медитації, арттерапія
Цільова аудиторія	Загальна аудиторія	Люди з емоційним виснаженням, ветерани, волонтери тощо
Кінцевий результат	Нові враження	Психоемоційний баланс, зниження стресу, особистісне зростання

Джерело: складено автором на основі [7]

Крім того, вивчення психології в туризмі покращує розуміння поведінки туристів і адаптацію туризму до мінливих психологічних потреб туристів, які викликані, наприклад, пандемією COVID-19 або військовими діями. Після цього

дослідження туроператори матимуть базу для розробки високоякісних і конкурентоспроможних туристичних продуктів.

Різниця між психологічним туризмом і традиційним туризмом полягає в мотивації та типі досвіду, якого прагнуть туристи, причому психологічний туризм більше зосереджується на психічному та емоційному благополуччі людини, а не лише на відпустці чи знайомстві з різними місцями (табл. 1.1). Традиційний туризм, як правило, зосереджений на знайомстві з різними культурами, старовинними місцями або розвазі та не сприяє психологічному чи емоційному благополуччю туриста в повному та професійному значенні. Швидше, туризм традиційного характеру пов'язаний з новими враженнями в рекреаційному, культурному чи історичному плані. Психологічний туризм, як правило, втілюється в спеціалізованих заняттях для відновлення психічного здоров'я, таких як спеціальний відпочинок, оздоровчі програми або терапевтичні сесії, які ведуть до профілактики розладів та сприяння особистісного розвитку [8].

Ця сфера тісно пов'язана зі сприйняттям і задоволенням туристів, яке може бути неоднаковим для всіх осіб і для всіх категорій туристів. Ці відмінності підкреслюють необхідність для турагентів і туроператорів пристосовувати пропозиції до психологічних потреб туристів у поїздки, щоб виправдати надії на досягнення рівня задоволення, прагнення туриста до емоційного та психічного благополуччя.

Щоб зрозуміти основні складові, які визначають психологічний туризм, важливо розуміти кілька елементів, з яких складається туристична подорож. Сюди входять дії, пов'язані з поїздкою, тобто планування та підготовка до поїздки, дії під час самої подорожі, а також спогади після поїздки [5]. Кожен аспект включає безліч емоційних, фізичних, духовних та інтелектуальних переживань, які разом формують психологічний досвід туриста. Навіть більше, суб'єктивно, оцінка цих вражень включає складні афективні, когнітивні та поведінкові компоненти, що підкреслює психологічну складність туризму.

Інтеграція психологічних теорій у туристичну літературу допомагає нам зрозуміти, як туристи отримують задоволення під час подорожі. Вивчення теоретичних основ психологічного туризму розкриває позитивну психологію як основну частину, через яку можна зрозуміти більшість концепцій. Позитивна психологія фокусується на максимізації індивідуального психологічного благополуччя, що особливо актуально в контексті туризму, де досвід тісно пов'язаний із задоволенням і щастям.

Початок звернення туриста до турпродукту проявляється, коли людина вирішує провести вільний час поза домом, сподіваючись на зміну місця, щоб зняти нервові напруження та втому від роботи.

Мотивація туриста заснована на задоволенні рекреаційних потреб, що визначається індивідуальними фізіологічними і психологічними особливостями, системою поглядів і цінностей, набором схильностей, рівнем освіти і т. д. У світі існує понад 300 видів і підвидів подорожей, які постійно збагачуються новими формами, здатними задовольнити найрізноманітніші, часом дуже специфічні, бажання і потреби туриста [5].

Основою туристичної подорожі є мотивація, яка є найважливішим чинником у прийнятті рішення про подорож і виборі туристичного продукту та його елементів. Мотивація вибору туристичної подорожі (час, тривалість, напрямок, вид, витрати, характер діяльності) є найважливішою характеристикою, яка впливає на поведінкову ініціативу туриста при плануванні відпустки, виборі, купівлі та використанні туру.

Туристичні мотиви є найважливішими елементами діяльності, які можна вважати визначальними складовими попиту, основою вибору подорожі та програми відпочинку.

Мотиви людини в певній мірі формують його поведінку як покупця і споживача товарів і послуг, особливо в туризмі. Немає такого продукту, який може бути реалізований на ринку, якщо він не розроблений у відповідності до споживчого попиту.

Розуміння мотивів потенційного туриста має велике значення при плануванні, формуванні та організації процесу реалізації туристичного продукту. Це дає можливість виробляти і пропонувати на ринок той туристичний продукт, який найбільшою мірою відповідає споживчим очікуванням. Туристична мотивація - це та необхідна база, на якій повинна будуватися ефективна система планування, розробки і реалізації туристичного продукту.

Мотивів, якими керується турист, багато. Причому у туриста завжди присутня ціла гама спонукальних мотивів, з яких лише певні можуть мати суттєву значимість і впливати на механізм і результат ухвалення остаточного рішення. Проте будь-який мотив у конкретній ситуації під впливом певних обставин здатний впливати на поведінку споживача у процесі прийняття ним рішення про подорож і вибір турпродукту (рис.1.1.).

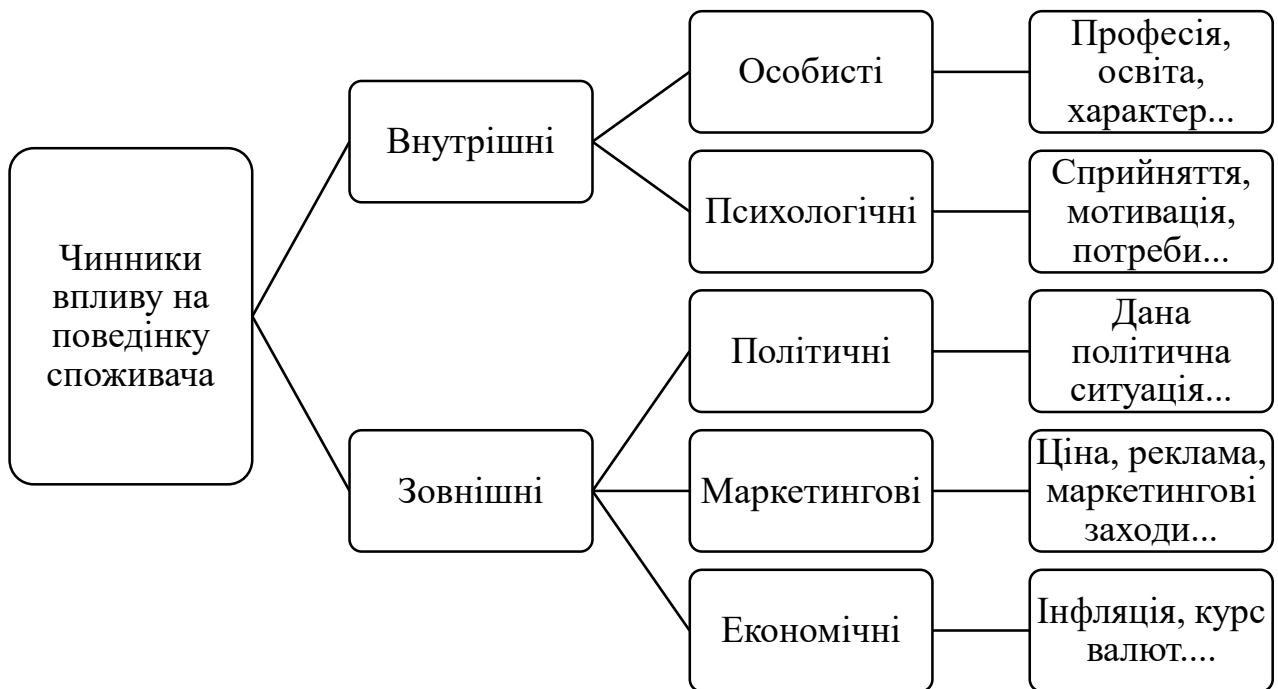


Рис. 1.1. Чинники впливу на поведінку споживача

Джерело: побудовано автором на основі [8]

Розуміння туристичних мотивів дозволяє забезпечувати відповідність попиту пропозиції і, як результат, підвищення конкурентоспроможності

підприємства за рахунок задоволення потреб туриста в конкретному туристичному продукті.

Емоційні потреби туристів визначаються бажанням відпочити та відновитися, шуканням позитивних емоцій та вражень. Подорожі є відмінним способом позбавлення від стресових ситуацій та забезпечення психологічного розслаблення. Вибір конкретного туристичного напрямку може визначатися прагненням знайти радість та задоволення від непередбачуваності нових емоцій.

Таблиця 1.2 - Критерії виокремлення основних видів туризму

№ п/п	Критерії мотивацій	Основні види туризму
1	Фізіологічні:	
	- відпочинок	Відпочинковий
	- лікування й оздоровлення	Лікувально-оздоровчий
	- спорт	Спортивний
2	Психологічні:	
	- відхід від щоденної одноманітності	Розважальний
3	Культурологічні та духовні:	
	- пізнання культури народів світу	Культурно-пізнавальний
	- духовні потреби	Релігійно-паломницький
4	Професійні:	
	- розвиток та вдосконалення особистості	Діловий або економічний
	- участь у конгресах, симпозіумах, конференціях	Науковий
5	Політичні:	
	- політична діяльність	Дипломатичний
	- участь у громадсько-політичних заходах	Майданний
6	Індивідуальні:	
	- відвідування знайомих, друзів, родинних місць;	Сентиментальний
	- відпочинок на природі	Екологічний, зелений
	- тихе "полювання" (збір ягід, грибів, рибальство)	Аматорський
	- різкі враження	Екстремальний
	- пізнання світу через Інтернет	Віртуальний

Джерело: складено автором на основі [5]

Індивідуальні інтереси та хобі відіграють важливу роль у визначенні того, яким чином турист витрачає свій час та ресурси під час подорожей. Психологічні чинники, пов'язані з індивідуальними уподобаннями, можуть включати в себе

бажання досліджувати історичні пам'ятки, отримувати нові знання або насолоджуватися природнім середовищем.

Вибір туриста часто визначається його індивідуальним ставленням до ризику та значенням безпеки під час подорожі. Психологічний аспект сприйняття ризику може бути визначений бажанням чи необхідністю дослідження невідомого, а також тим, наскільки особа готова приймати виклики та несподіваності. Зокрема, це частково пояснює зацікавлення Україною деякими туристами, попри небезпеку.

1.2. Психологічні аспекти подорожей, їх вплив на особистість та емоційний стан

Психологія в туризмі — це відносно новий, але стрімко зростаючий в обсягах напрям досліджень, який з кожним роком стає все більш актуальним. Туризм — це не лише спосіб відпочинку, а й важливий інструмент впливу на психічний та емоційний стан особистості. Подорожі здатні позитивно впливати на людину: змінювати світогляд, знижувати рівень стресу, сприяти самореалізації та відновленню емоційного балансу.



Рис. 1.2. Ієрархія потреб А.Маслоу

Джерело: побудовано автором на основі [17]

Психологічні аспекти подорожей тісно пов'язані із задоволенням базових і вищих потреб особистості. У цьому контексті особливо доречною є теорія ієрархії потреб А. Маслоу, згідно з якою спочатку необхідно задовольнити фізіологічні потреби, а вже потім переходити до вищих — таких як самореалізація чи естетичні прагнення. Подорожі можуть задовольняти всі ці рівні потреб: від базових (їжа, сон, безпека) до духовних (вивчення нових культур, самопізнання).

Піраміда Маслоу дуже добре пояснює базові потреби (безпеки, фізіологічні) і вищі потреби (рис. 1.2.). Без задоволення потреб нижчої ланки неможливо перейти до вищої.

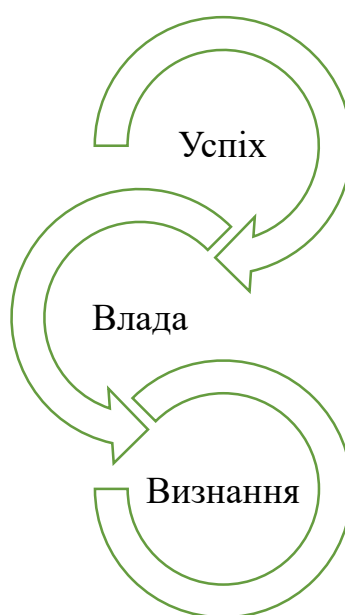


Рис. 1.3. Потреби за версією Мак-Кленанда

Джерело: побудовано автором на основі [17]

Ще одна корисна теорія — теорія потреб Мак-Кленанда, який виділив три основні мотиваційні сили: потребу у владі, потребу в досягненнях і потребу у визнанні (рис 1.3.). Туризм здатен задовольнити і ці потреби.

Наприклад, досягнення або встановлення особистих рекордів у подорожах, щоб задовольнити досягнення, відвідування туристичних спільнот або ведення

блогу про подорожі для соціального визнання. Крім того, вони не завжди мають пряме значення, наприклад, «влада» — це не лише політична, але навіть проста виграшна позиція, в якій людина може керувати чимось.

Людські потреби є основою не тільки туристичної діяльності, але й усього маркетингу в туристичному бізнесі. У цьому відношенні дедалі важливішим є підхід когнітивного маркетингу. Це механізм, який дозволяє значно глибше зрозуміти споживчу мотивацію та побудувати ефективну споживчу комунікацію на основі механізмів психологічного сприйняття [25].

Цілком новою ідеєю маркетингу є когнітивний маркетинг, що включає взаємодію покупця і продавця. Виконано з використанням різних когнітивних спотворень і фільтрів для прогнозування поведінки споживачів. Когнітивний маркетинг спрямований на виявлення когнітивних складових поведінки покупців та впровадження управління на основі даних.

Адекватне сприйняття комунікації її учасниками досягається наступними шляхами:

- 1) ідентифікація: для компанії це означає визначення споживачів із загальними потребами і поведінкою;
- 2) рефлексія — глибоке розуміння причинно-наслідкових зв'язків у поведінці споживача;
- 3) емпатія — розуміння емоційного стану сторін;
- 4) стереотипізація — перенесення на покупця характеристик типових груп.

Когнітивний маркетинг відомий пошуком нових методів отримання інформації по когнітивних типах споживачів. Можна припустити, що методи традиційного маркетингу (опитування або фокус-групи) здебільшого ґрунтуються на описових, а не причинно-наслідкових чинниках. У когнітивному маркетингу використовуються проєктивні методики, для яких характерне створення експериментальної ситуації, яка допускає різні можливі її інтерпретації піддослідними [28].

Передбачити поведінку споживача не є так важко, як здається на перший погляд. Це підтвердили дослідження, які показали, що наш вибір вже зроблений за допомогою когнітивних здібностей та особистих характеристик.

У сучасному туризмі дедалі більшого значення набуває міждисциплінарний підхід до аналізу поведінки споживачів. Психологія, когнітивні науки та навіть нейробиологія дедалі глибше інтегруються в систему досліджень туристичних мотивацій, оскільки саме завдяки цим наукам можна зрозуміти, чому люди приймають ті чи інші рішення, пов'язані з подорожами. Одним із ключових чинників, що впливають на вибір туриста, є біохімічні процеси в мозку людини — зокрема, діяльність гормонів, які безпосередньо формують наші емоції, мотивації, реакції та поведінкові установки.

До так званих «гормонів щастя» належать серотонін, дофамін, ендорфін та окситоцин. Ці речовини мають різні механізми дії, однак усі вони так чи інакше пов'язані із формуванням позитивного емоційного досвіду. Подорожі, як складна сукупність нових вражень, фізичної активності, соціальної взаємодії та досягнення цілей, здатні стимулювати виділення цих гормонів, що й пояснює позитивний вплив туризму на ментальне здоров'я.

Серотонін виділяється у ситуаціях, коли ми відчуваємося соціально корисними, важливими, коли вирішуємо складні завдання або допомагаємо іншим. У контексті туризму це може бути, наприклад, волонтерський туризм, навчальні поїздки, або навіть просто успішна організація самостійної подорожі [31].

Дофамін відповідає за відчуття задоволення від досягнень. Підготовка до подорожі, бронювання готелю, складання маршруту — усе це «дофамінові» дії. Найбільший викид дофаміну відбувається в момент досягнення мети: прибуття до місця призначення, підйом на вершину гори, побачення нової країни.

Ендорфін — природний знеболювач, що виділяється під час фізичної активності, сміху, приємної взаємодії з навколишнім середовищем. У подорожах він активується під час трекінгу, плавання, катання на лижах, відпочинку на

пляжі тощо. Саме завдяки ендорфіну туристи так часто пов'язують поїздки з емоційною розрядкою.

Окситоцин, відомий як «гормон обіймів» або «гормон довіри», виробляється під час соціальної взаємодії, зокрема у моменти фізичної близькості, обіймів, рукостискань або навіть щирої розмови. У туризмі окситоцин проявляється при знайомстві з новими людьми, спільних подорожах, участі в культурних заходах.

Цікаво, що часто поштовхом до подорожі слугує не позитивний, а негативний емоційний фон [31]. Людина приймає рішення подорожувати не лише заради нових вражень, а й для втечі від проблем, відновлення внутрішнього ресурсу, боротьби зі стресом, емоційним вигоранням чи депресією. У таких ситуаціях активізуються зовсім інші гормони — адреналін, кортизол та норадреналін.

Кортизол є головним гормоном стресу. Його підвищений рівень свідчить про хронічну напругу, втому, нестачу енергії. Високий рівень кортизолу може призвести до психосоматичних захворювань, тому туризм у такому випадку виступає своєрідним захисним механізмом, який дозволяє зменшити навантаження.

Адреналін активізується під час страху або небезпеки, але водночас він може стимулювати активні дії, пошук нових вражень. Адреналінові тури — це саме ті подорожі, які включають ризик або екстрим: стрибки з парашутом, дайвінг, гірські походи. Вони допомагають людині «перезапустити» нервову систему.

Норадреналін відповідає за зосередженість і швидкість реакції у складних ситуаціях. У туризмі він проявляється під час вирішення логістичних питань, несподіванок у планах, адаптації до нових культур. Це — гормон «адаптаційної мобілізації» (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 — Гормони і особливості їх виділення

Назва гормону	Коли виділяється
Серотонін	Допомога іншим, важкі завдання
Дофамін	Досягнення, завершення завдання
Ендорфін	Спорт, рух тіла, позитивні емоції
Окситоцин	Соціальна близькість, обійми, стискання рук

Джерело: побудовано автором на основі [31]

Подорож слугує своєрідною гормональною терапією, яка дозволяє організму перейти з негативного стану в позитивний. Якщо до подорожі людина знаходиться під дією кортизолу, то після відпочинку її гормональний фон змінюється; активуються серотонін, дофамін, окситоцин. Цей ефект можна порівняти з ефектом антидепресантів, але без ліків, з усіма додатковими естетичними, культурними та соціальними перевагами.

Цей ефект особливо помітно після— коли людина повертається натхненна, з новими ідеями, менш тривожна, у кращому настрої та мотивована до нових речей. Це доводить, що туризм виконує рекреаційну, а також лікувальну функцію.

Для туроператорів і маркетологів інформація про нейробиологічні механізми мотивації може стати справді важливим чинником для створення нових туристичних продуктів та покращення реклами [31]. Знання того, які гормони працюють у туриста на кожному етапі подорожі, дозволяє налагодити правильну комунікацію, формувати пропозиції, які емоційно «відгукуються», створювати послуги, що відповідають не тільки логічним, а й підсвідомим очікуванням від клієнта.

Нейробиологія в туризмі пояснює нові рівні поведінки споживачів. Вивчення гормональної функції та її впливу на мотивацію до подорожі допомагає у формуванні нового покоління туристичних продуктів — персоналізованих, емоційно відповідних та адаптованих до внутрішнього стану споживача. Туризм майбутнього визначається як туризм, який дбає не лише про

фізичний комфорт туриста, але й про його психологічне, емоційне та навіть біохімічне благополуччя.

1.3. Методи дослідження та чинники впливу психологічного туризму

Психологічний туризм є новим напрямком в галузі вивчення туризму, який поєднує принципи психології, економіки, нейробіології та соціології. По суті, це дослідження та реальне застосування психологічних механізмів, що визначають мотивацію до подорожі та формування вражень, задоволення потреб, різноманітні аспекти психоемоційного відновлення та особистісної трансформації завдяки туризму [28].

До вивчення психологічного туризму необхідно підходити комплексно, використовуючи декілька наукових методів, що включають як класичні соціально-поведінкові, так і найсучасніші когнітивні та нейропсихологічні техніки. При цьому важливо враховувати всю систему чинників, що впливають на психічний стан туриста, мотивацію до подорожі та яскравість туристичного досвіду.

Дослідження психологічного туризму базується на кількох основних методологічних підходах, умовно класифікованих як традиційні методи соціогуманітарних наук та інноваційні міждисциплінарні методи.

Ці методи дозволяють з різних боків аналізувати психоемоційний стан туриста, його реакції на подорожі, очікування, рівень стресу чи щастя, готовність до соціальних взаємодій.

На психологічне сприйняття подорожі та ефект від неї впливає ціла низка зовнішніх і внутрішніх чинників (рис1.4.). Ці чинники умовно поділяють на персональні, соціальні, організаційні та екзистенційні.

Таблиця 1.4 – Основі методи дослідження психологічного туризму

Група методів	Конкретні методи	Опис застосування
Соціологічні	Анкетування, фокус-групи, інтерв'ю	Вивчення мотивацій, емоційних очікувань і вражень
Психодіагностичні	Тестування, опитувальники (MMPI, 16 PF, шкала Бека тощо)	Виявлення психоемоційного стану до та після подорожі
Проективні	Метод вільних асоціацій, тематичні апперцептивні тести	Дослідження глибинної мотивації та підсвідомих установок
Нейропсихологічні	fMRI, ЕЕГ, аналіз гормонального профілю (кортизол, дофамін)	Оцінка змін мозкової активності під час і після подорожі
Поведінкові	Спостереження, відстеження поведінки	Аналіз реальної поведінки туриста в умовах подорожі
Цифрова аналітика	Аналіз даних з соцмереж, мобільних додатків	Вивчення емоційних реакцій, рівня залученості, типів взаємодії
Кейс-метод	Аналіз конкретних історій туристів	Якісне вивчення трансформаційного досвіду
Експериментальний метод	Створення змодельованих умов для турів	Оцінка ефективності нових туристичних продуктів

Джерело: створена автором на основі [23]

1. Особистісні чинники відносяться до психологічних характеристик індивіда, таких як тривога, стрес, цінності та стійкість емоцій. Наприклад, людина, яка є інтровертом, може інакше відреагувати на ті самі умови групового туру, ніж екстраверт.

2. Соціальні чинники включають культуру, рівень підтримки та очікування в оточенні, або друзі, або родини, які супроводжують в подорожі. Це підвищує рівень емоційного комфорту.

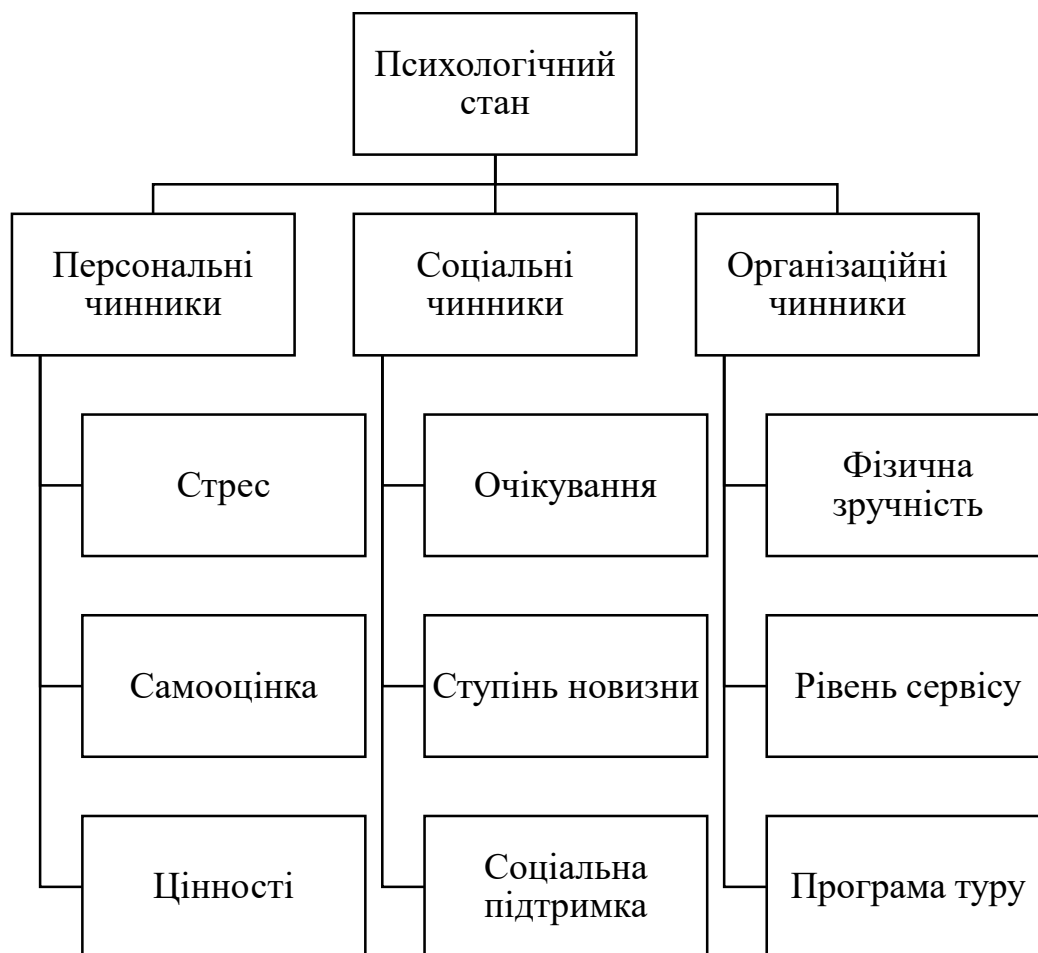


Рис. 1.4. Чинники впливу на психологічне сприйняття подорожі

Джерело: створено автором на основі [27]

3. Організаційні чинники – умови проживання, транспорт, якість обслуговування, продуманість маршруту. Саме від цих чинників залежить рівень задоволеності та відсутності тривоги.

4. Екзистенціальні чинники – це внутрішній сенс, або зміст, який людина вкладає в подорож: знайти себе, пройти духовне навернення, змінити життєву перспективу – це той чинник, який лежить в основі психологічного туризму як терапії.

Врахування цих прийомів і чинників допомагає створювати персоналізовані туристичні продукти, спрямовані не тільки на розвагу, але й на психологічне відновлення, розвиток і трансформацію особистості:

- антистрес-тури — медитаційні, йога, тури з вимогою тиші;
- тури особистісного зростання — тренінги, майстер-класи.

Такі продукти базуються на психології задоволення потреб за Маслоу, враховують когнітивні патерни поведінки, механізми адаптивного стресу, нейробіологічні особливості.

Психологічний туризм є потужним інструментом для задоволення інтересу до подорожей та покращення якості життя, зниження тривоги та пошуку внутрішнього сенсу [5]. Його дослідницькі підходи варіюються від класичної соціології до нейронаук. Аналіз чинників впливу веде до більш точного розуміння туриста, а інноваційні методи допомагають більш ефективно впливати на його емоційний і психологічний стан. Майбутнє туризму — за його терапевтичною функцією, балансуючи між «наукою, досвідом» і глибокою потребою людини в гармонії.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ПСИХОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ

2.1. Міжнародний досвід розвитку психологічного туризму

У сучасному світі, що швидко розвивається, все більше і більше людей відчують емоційне вигорання, підвищений рівень стресу, тривоги, відчуття втрати сенсу життя або потребу в глибокому перезавантаженні. Це є поштовхом для зростання інтересу до нестандартних видів туризму, зокрема до психологічного туризму – напряду, який синтезує подорожі з елементами психологічної, духовної, емоційної та фізичної трансформації [7].

Психологічний туризм – це інновація, яка потрібна сучасній людині не тільки для відпочинку, але й для отримання нового досвіду, внутрішнього оздоровлення, самопізнання та переоцінки власних цінностей. У більшості країн світу цей туризм виріс далеко за межі своєї ніші та перетворився на повністю розвинену програму яка починається з глибоких ретритів йоги в Індії, аюрведичних процедур у Шрі-Ланці чи медитацій у горах Непалу до психотерапевтичних таборів у США та шаманських церемоній у Перу та Коста-Ріці (табл. 2.1.). Туристичні продукти нового покоління створюються із залученням психологів, тренерів, лікарів, духовних наставників і навіть маркетологів; відповідність найвищим стандартам якості, безпеки, а головне, орієнтована на внутрішню трансформацію туриста [40].

Світовий досвід доводить, наскільки різноманітними можуть бути підходи до психологічного туризму з урахуванням культурних особливостей, природних ресурсів та історичного походження країни. У західному світі практикуються науково обґрунтовані терапевтичні підходи, такі як когнітивна поведінкова терапія або групова робота з емоціями. Навпаки, країни Сходу пропонують духовно-енергетичні практики, які зосереджені на гармонізації тіла, душі та балансі внутрішньої енергії [41]. Країни Латинської Америки виділяються шаманськими традиціями, ритуалами та зв'язком із природою.

Таблиця 2.1 – Порівняльна характеристика країн-лідерів з розвитку
психологічного туризму

Країна	Основні напрямки психологічного туризму	Формати програм	Цільова аудиторія	Особливості
Індія	Йога-ретрити, аюрведа, медитації	Центри аюрведи, ашрами, духовні тури	Шукачі духовного балансу, прихильники йоги	Глибокі духовні традиції, недорогі програми.
Таїланд	Спа, детокс, mindfulness, масажі	Медичні курорти, спа-центри, ретрити	Люди з високим рівнем стресу, міські жителі	Доступні ціни, поєднання тілесного й психологічного оздоровлення
Індонезія (Балі)	Духовні практики, саунд-хілінг, вегетаріанські ретрити	Ретрити, еко-курорти, майстер-класи	Екотренди, молодь, цифрові кочівники (номади)	Природна екзотика, Instagram-естетика
США	Психотерапевтичні табори, кемпи для емоційного розвитку, антистресові програми	Кемпи, групова терапія, коучинг, медитація	Професіонали, люди з високим рівнем тривожності	Високі стандарти безпеки, авторські методики, ціна вища за середню
Коста-Рика, Перу	Шаманські церемонії, піші подорожі	Ритуальні тури, джунглеві кемпи, індивідуальні церемонії	Шукачі духовної трансформації	Використання традиційних рослин, супровід шаманів
Іспанія, Португалія	Йога, ретрити мовчання, медитація в горах, арт-терапія	Еко-ретрити, сільські центри, терапевтичні подорожі	Європейці середнього віку, жінки 30–50 років	М'який клімат, європейський сервіс, поєднання природи й психології

Джерело: складено автором на основі [41, 40, 42]

Світова практика доводить, що психологічний туризм відноситься до методів не тільки відпочинку та оздоровлення, а й профілактики та лікування, що робить його важливим засобом збереження психічного здоров'я населення. Попит на такі послуги зростає з кожним роком, здебільшого серед середнього класу, фрілансерів і підприємців, жінок середнього віку – і всіх, хто шукає сенсу, душевного спокою чи нового етапу в житті. Цей аспект набуває більшої ваги в стратегіях сталого туризму, оскільки він об'єднує екологічну грамотність, культурну спадщину та індивідуальну трансформаційну практику.

Досвід провідних країн у цій сфері може стати цінним орієнтиром для України, яка тільки починає розвивати напрямок психологічного туризму. Завдяки своєму природному потенціалу, культурній спадщині, висококваліфікованим фахівцям психології та велнесу наша країна має всі можливості стати привабливою для створення психологічних турів для українців та іноземців.

Індія, безперечно, є одним із провідних світових напрямків духовного туризму. Це батьківщина йоги, медитації та стародавніх практик Аюрведи, які також є такими ж, як і в сучасному світі для внутрішнього зцілення. Йога-ретрити в ашрамах, медитативні подорожі в Гімалаї, аюрведичні детокс-програми - все це приваблює туристів, які шукають глибокого духовного очищення [43]. Невисока вартість і атмосфера справжньої автентичності, яка дозволяє зануритися в духовні практики на глибинному рівні, роблять його особливим.

Таїланд приділяє велику увагу фізичному та психічному здоров'ю туристів за допомогою спа-процедур, масажів, програм усвідомленості та курсів детоксу. Країна створила широку мережу курортів, які пропонують розкішні умови, бюджетну вартість і поєднання фізичної релаксації з душевною рівновагою. Таїланд орієнтований на людей із високим рівнем стресу, які потребують швидкого, але глибокого відновлення.

Балі, частина Індонезії, відома як «острів зцілення». Особливо тут популярні вегетаріанські та духовні ретрити, практики здорового зцілення та

екологічно свідомі тури. Балі став найкращим місцем для цифрових кочівників і молодих людей, які хочуть розважатися, відпочивати, рости та насолоджуватися красою.

США підходять до концепції психологічного туризму з більш наукової та структурованої точки зору. До американського формату відносяться психотерапевтичні табори, коучингові програми, антистресові та мотиваційні табори. Як правило, вони включають групову роботу, тренінги, а потім також додають деякі інтерактивні заходи з природною терапією (лісова терапія, гірські походи тощо). Ці послуги дорогі, але пропонують винятковий рівень обслуговування з індивідуальним підходом та професійною підтримкою.

Цікавою тенденцією є зростання духовних подорожей у латинських країнах, зокрема в Перу та Коста-Ріці. Там подорожі тісно пов'язані з шаманськими традиціями та обрядовими практиками.

Європейський підхід, прикладом якого є Іспанія та Португалія, фокусується на мирі, гармонії та комфорті. Популярними є тихі усамітнення, арт-терапія, програми на природі та йога-тури. Європейці прагнуть не стільки радикальної трансформації, скільки емоційної рівноваги; це перезавантаження після вигорання або ж просто психоемоційне відновлення, екологічні стандарти, зручна логістика та безпека.

ТЕРАПЕВТИЧНІ ТУРИ ДО ТАЙЛАНДУ

ДОСТУПНА ТЕРАПІЯ ЗА ЗНИЖКОЮ.

Медичний туризм дуже популярний, і Таїланд є провідним напрямком. Ми застосовуємо ту саму концепцію до терапевтичних послуг.

Одна з основних причин медичного туризму — це потенціал для значної економії коштів. Отримайте виняткову та спеціалізовану терапію за значно меншу ціну.

Ми пропонуємо передові методи лікування та технології без черги. Оминайте черги та отримайте своєчасну та інтенсивну терапію для вашої дитини.

Ім'я *

Перший Останній

Електронна пошта *

Дорослі **Діти**

Скільки дорослих подорожує? Скільки дітей подорожує?

Телефон *

 050 123 4567

Місто *

Рис. 2.1. Тури в Таїланд з психологічною підтримкою

Джерело: створено автором на основі [42]

Ініціатива Child and Family Therapy Tour Initiative у Таїланді є унікальним прикладом поєднання високоякісної спеціалізованої допомоги з оздоровчою подорожжю, яка має глибоке соціальне, освітнє та гуманістичне значення, головною метою якої є забезпечення доступної, інтенсивної та цілісної терапії для дітей з особливими потребами в турботливому та професійному середовищі, а сім'ї відпочивають у безпечній та приємній обстановці (рис.2.1).

Ідея розпочалась з концепції оздоровчих подорожей, але розширилась до повного методу, який охоплює тіло, розум, навички та соціальне відновлення дитини та допомагає сім'ї [40]. У Таїланді працює група дуже хороших експертів — фізіотерапевтів, логопедів, ерготерапевтів, поведінкових аналітиків та експертів із сенсорної інтеграції. Сім'ї можуть користуватися кращими методами лікування, технологіями та спеціально розробленими програмами, не чекаючи в чергах і не стикаючись із бюрократичною тяганиною.

Дуже важливо, щоб лікування не було встановлено у вузькому розумінні клінічних етапів — воно пов'язане з повсякденним життям. Сім'ї живуть у затишних апартаментах з їжею, їх підвозять до аеропорту, беруть участь у навчальних сесіях і вони можуть відпочити та подорожувати з гідом. Діти отримують сприятливе середовище, яке знижує стрес і допомагає терапії працювати краще.

Унікальність цієї програми в тому, що вона враховує потреби не лише дітей, а й батьків. Сім'ї залучаються до процесу навчання - як продовжити терапію після повернення додому. Таким чином, поїздка в Таїланд — це не просто короткочасне лікування, а справжній старт нового життя для дитини.

Також організатори ведуть активну просвітницьку роботу — видають дитячі книги про рідкісні захворювання, розвивають у дітей емоційний інтелект і життєві навички, підтримують дослідницький інтерес і мрію про майбутнє. Вони прагнуть надихнути нове покоління лікарів, учених, викладачів і дослідників, які змінять світ.

Програма дає варіанти фінансового забезпечення на вибір через подарунки, гранти та безкоштовну роботу. Кожен подарунок допомагає сім'ї

зробити крок до майбутнього, де дитина з особливими потребами може розкрити свій потенціал.

Це приклад чудового соціального проекту, який поєднує медицину, школу, подорожі та людей, створюючи особливий простір, де легко отримати допомогу.

Таблиця 2.2 – Порівняння найпопулярніших медитативних турів країн Сходу

Назва туру	Тривалість	Місця	Вікова категорія	Оператор	Ціна (зі знижкою)	Основні особливості
Essential Bali & Gili Islands	10 днів	Убуд, Батор, Канді Даса, Гілі	18–35 років	Intrepid Travel	€613 (замість €645)	Йога серед рисових полів, медитації, СПА, пляж
Taj Mahal Tour with Yoga	11 днів	Нью-Делі, Харідвар, Рішікеш	1–90 років	Golden Triangle India Tours	€647 (замість €1,437)	Ашрами в Рішікеші, Ганга Арті, медитація
Yoga, Ganga & Tajmahal	9 днів	Нью-Делі, Джайпур, Абханері, Агра	5–90 років	MTA Destination	€758 (замість €948)	Ашрами, церемонії на річці, екскурсії
Bhutan Wellness Retreat	10 днів	Паро, Тхімпху, Пунака, Дочула,	12–75 років	World Tour Plan	€3,053 (замість €3,213)	Йога в Гімалаях, дзонги, медитації
Golden Triangle with Yoga in Rishikesh	9 днів	Нью-Делі, Джайпур, Агра, Рішікеш, Харідвар	5–80 років	Payless Tours India	€871	Йога в ашрамах, духовні практики, Ганга Арті
Yoga & Meditation & Spiritual India	12 днів	Нью-Делі, Агра, Харідвар, Рішікеш, Варанасі	15–100 років	Amazing India Tours	€917	5-зіркові готелі, сативічне харчування, йога біля Ганги
Golden Triangle with Rishikesh	10 днів	Нью-Делі, Джайпур, Агра, Матхура, Рішікеш	до 90 років	Yolo India Tours	€866	Ашрами, Beatles Ashram, медитація, храми

Назва туру	Тривалість	Місця	Вікова категорія	Оператор	Ціна (зі знижкою)	Основні особливості
8 Day Weight Loss, Fitness & Yoga	8 днів	Ко Самуї	18–78 років	Visit Natural Detox Resort	€479	Йога, фітнес, здорове харчування, детокс
Golden Triangle + Vrindavan & Rishikesh	10 днів	Нью-Делі, Агра, Вріндаван, Харідвар, Рішікеш	5–99 років	Real Viaggi India	€1,741	Йога біля Тадж-Махалу, медитація в ашрамах
Kerala Ayurveda Tour	10 днів	Кочі, Муннар, Періяр, Аллепі, Ковалам	1–80 років	Alkof Holidays	€1,697 (замість €2,611)	Аюрведа, медитація в горах, круїзи по каналах

Джерело: створено автором на основі [49]

Представлені тури демонструють сучасні складові сфери психологічного туризму, в якому подорож об'єднує йогу, медитацію, здоров'я та духовний розвиток. Тури охоплюють країни - від екзотичного Балі та Бутану до класичних духовних місць Індії та оздоровчих курортів Таїланду (табл. 2.2.). Кінцева мета – допомогти учасникам віднайти внутрішню рівновагу та максимально швидко позбутися стресу, глибоко пізнати себе та отримати унікальний індивідуальний досвід [49].

Програма може включати практику індуїзму, буддизму, аюрведи або сучасного фітнесу, варіанти, які підходять людям, які подорожують, належать до різних вікових груп і мають різні фізичні можливості. Ось як такі країни, як Індія, Бутан, Індонезія та Таїланд, мають добре розвинений сектор психологічного туризму, який використовує їхні культурні, релігійні та природні ресурси для сприяння середовищу подорожей, які є джерелом внутрішнього перезавантаження. Як наслідок, психологічний туризм – це відпочинок із зовсім іншим ступенем свідомості, спокою, самопізнання.

2.2. Попит та популярність послуг сфери психологічного туризму в світі

Стрес і психічне здоров'я все ще залишаються серйозними проблемами в сучасному світі. Згідно з глобальними дослідженнями, більше ніж троє з п'яти людей, в середньому 62% у 31 країні, переживали стрес принаймні один раз, і це заважало їм у повсякденному житті; цифри коливаються від 76% у Туреччині до 44% у Японії. Про це повідомляють жінки більше, ніж чоловіки, від 66% до 58% [26].

Найбільшому ризику піддаються жінки покоління Z. Сорок відсотків людей у всьому світі сказали, що вони страждали від депресії протягом кількох тижнів або навіть довше, настільки глибокої, що вони відчували сум або безнадійність майже щодня. Це описує кризу системного характеру щодо емоційного благополуччя молодого покоління [26].

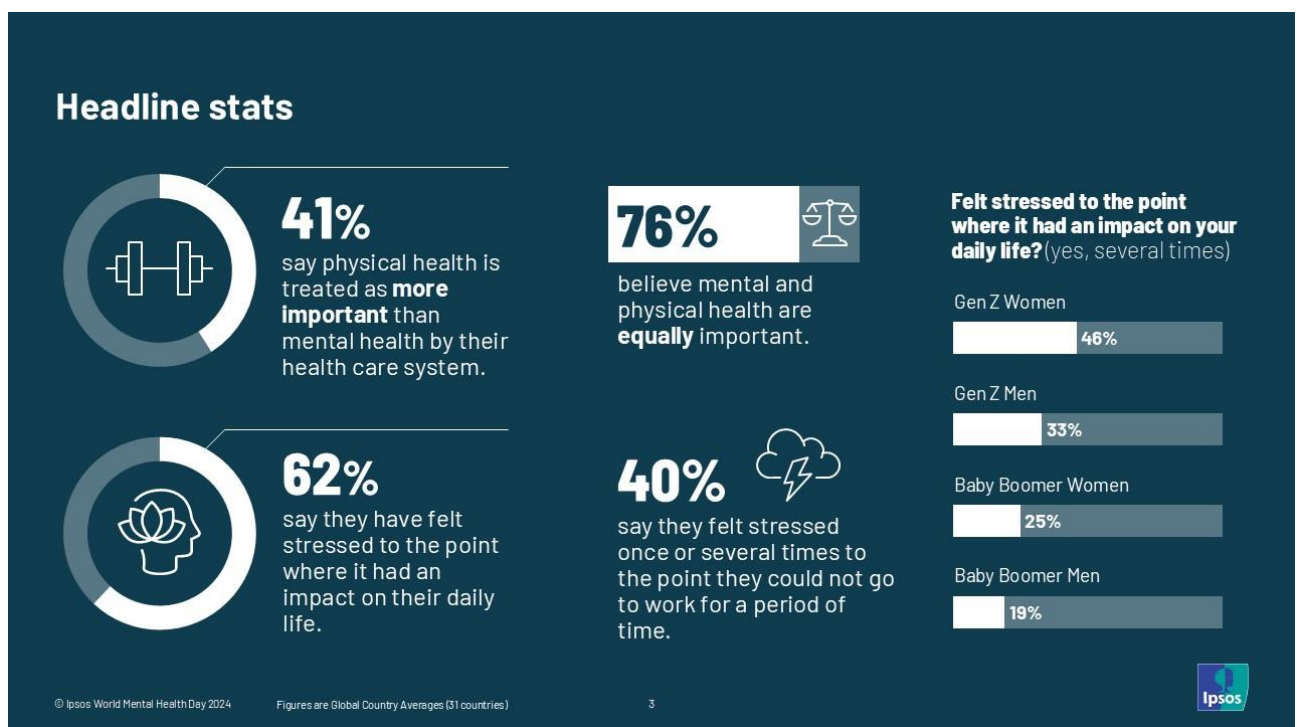


Рис. 2.2. Світова статистика оцінки ментального здоров'я за 2024 рік
Джерело: створено автором на основі [26]

Психічне здоров'я є найважливішою проблемою громадського здоров'я. Згідно з опитуванням, 45% респондентів стверджують, що психічне здоров'я є ключовою проблемою їхньої країни. Для порівняння, 38% випадків раку та 31% стресу були названі серйозною загрозою для добробуту.

Значний відсоток молодих людей каже, що стрес не лише відчувається, але й заважає виконувати їхні службові обов'язки (рис.2.2.). Більше половини представників покоління Z сказали, що протягом останнього року їм доводилося не ходити на роботу принаймні один день через сильний стрес. Це число трохи менше для мілленіалів – 47% [26].

Проте, все більше і більше людей бачить цінність психічного здоров'я. Більшість населення (в середньому 76% у 31 країні) вважають, що психічне та фізичне здоров'я однаково важливі. Це свідчить про зростаюче відчуття потреби в універсальному способі залишатися здоровим.

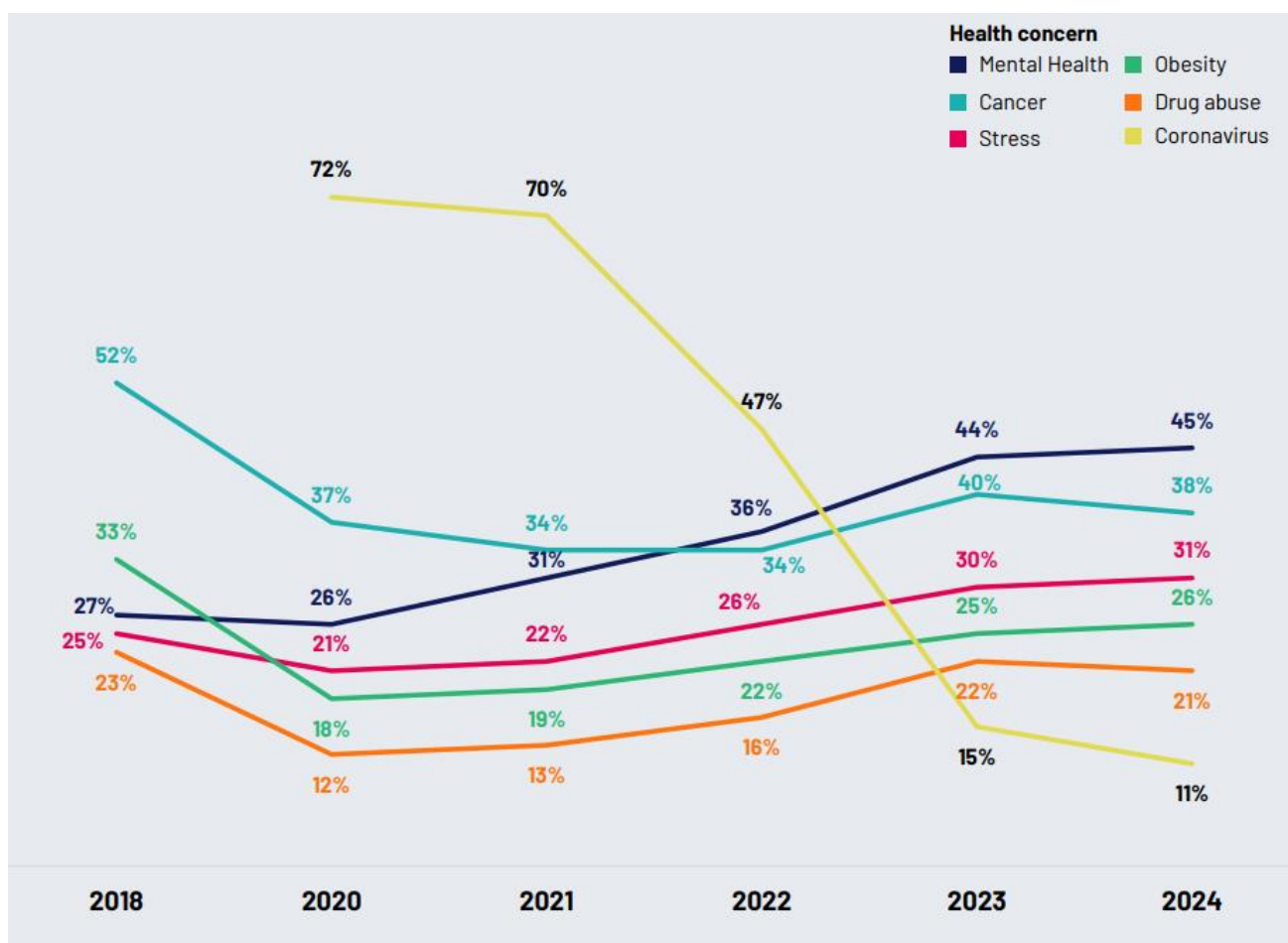


Рис. 2.3. Зміни зацікавлення суспільства щодо ключових аспектів здоров'я
Джерело: створено автором на основі [26]

Графік (рис. 2.3.) ілюструє зміну рівня суспільного зацікавлення щодо ключових аспектів здоров'я у період з 2018 по 2024 рік — і наочно демонструє, як глобальні події, соціальні трансформації та культурні наративи змінюють пріоритети людей. Зокрема, особливу увагу привертають два напрямки: ментальне здоров'я і стрес — показники, які є не лише маркерами особистого благополуччя, а й індикаторами глибших суспільних процесів.

Одна з найбільших змін — зростання значущості теми ментального здоров'я. У 2018 році лише 27% опитаних вважали його серйозною проблемою, але вже у 2024 ця цифра зросла до 45%. Це стрімке підвищення суспільної тривоги свідчить про те, що психічне благополуччя поступово перестає бути темою табу й починає сприйматися на рівні з фізичним здоров'ям [26].

Причин для цього декілька. По-перше, пандемія COVID-19 спричинила глобальну хвилю ізоляції, невизначеності, тривоги й депресивних станів. По-друге, популяризація теми психічного здоров'я у медіапросторі, освітніх платформах і серед інфлюенсерів суттєво вплинула на зростання обізнаності. Суспільство почало відкрито говорити про тривожність, вигоряння, депресію, що раніше залишалися в тіні — і це виявило глибинну потребу в емоційній підтримці.

На перший погляд, рівень занепокоєння через стрес демонструє відносну стабільність: від 25% у 2018 році до 31% у 2024. Однак ця стабільність — радше ілюзія. Стрес не є ізольованим явищем, він супроводжує майже всі інші проблеми — ментальні розлади, залежності, емоційне виснаження. Зростання показника після 2020 року пов'язане зі збільшенням хронічного стресу: дистанційна робота, інформаційна перенасиченість, економічна нестабільність, війни та політична турбулентність створюють тиск, що перетворюється на повсякденний фон життя.

Більше того, сучасна культура токсичної продуктивності, постійного самовдосконалення та візуального успіху (особливо у соціальних мережах) формує постійну тривожність і страх не відповідати очікуванням. Це робить

стрес "невидимим супутником" — він завжди поруч, навіть коли не є в центрі уваги.

Global Tourism Growth Rate 2024



Рис. 2.4. Розвиток туризму у 2019-2024 рр.

Джерело: створено автором на основі [11]

Тому з постійним зростанням проблем із психічним здоров'ям серед населення та загалом із зростанням моди на подорожі як спосіб відновлення емоційної рівноваги - попит на послуги з підтримки благополуччя значно зростає.

Туризм більше не є простим засобом фізичної рекреації — зараз його розглядають як засіб досягнення внутрішньої трансформації, зниження стресу та запобігання емоційному виснаженню [11]. У цій перспективі психологічний туризм має досить значний потенціал зростання, оскільки він поєднує подорожі, відновлення душевної рівноваги та професійну психологічну допомогу. Це напрямок, який реагує на виклики сьогодення, на бажання людей, які хочуть не

лише змінити своє життя, а й працювати над собою, знайти внутрішній спокій та покращити якість життя.

2.3. Стан, потенціал і проблеми розвитку психологічного туризму в Україні

Українська туристична індустрія пережила кілька важких років занепаду та почала демонструвати ознаки досить активного відновлення у 2024 році, незважаючи на численні виклики, пов'язані з війною, енергетичними проблемами, зруйнованою інфраструктурою — це був дещо переломний рік для галузі, яка довго перебувала в стані кризи.

Хоча в суспільстві постійно точаться дискусії про доцільність говорити про відпочинок під час війни, насправді готелі та санаторії повернули свою вагу не лише як місце відновлення сил, особливо для втомлених українців, але й як джерело істотного податкового надходження, частина якого йде на утримання Збройних Сил України (рис. 2.5.).



Рис. 2.5. Звіт ДАРТ за 2024 рік щодо податкових надходжень

Джерело: створено автором на основі [9]

За дев'ять місяців 2024 року до державного бюджету від галузі надійшло понад 2 мільярди гривень, за даними Держтуризму, — на 42% більше, ніж за аналогічний період 2023 року, коли доходи становили близько 1,46 мільярда гривень. У порівнянні з 2021 роком загальна виручка галузі зросла на 16% [9].

На частку готелів припадає 1,33 млрд, або 64,5% від загальної суми. У 2023 році він становив 916 мільйонів, у 2021 році — 1,03 мільярда, для порівняння. Також зросли надходження від туристичних баз та дитячих таборів відпочинку, які у 2024 році сплатили 148,7 млн гривень — більше, ніж у 2023 році (106,4 млн), проте не досягнувши рівня 2021 року (316,2 млн).

Хорошою тенденцією стало збільшення кількості вибору кемпінгів і автостоянок. Їх податки у 2024 році склали 3,5 мільйона гривень — вдвічі більше, ніж роком раніше. Хоча це трохи менше, ніж у 2021 році (2,7 мільйона), такий потік показує повернення інтересу до інших способів подорожей.

Загальна кількість платників податків у галузі зменшилася на 31%. Це свідчить про те, що ринок ще не повністю відновився. Також зросла кількість підприємців у туристичній сфері — на 8% порівняно з 2023 роком. Проте порівняно з довоєнним 2021 роком загальна кількість платників податків у галузі зменшилася на 31%.

Директор Держтуризму Мар'яна Олесків говорила про те, що незважаючи на серйозні проблеми, українська туристична галузь демонструє високу стійкість і може стати важливим джерелом доходу в майбутньому. Але проблеми залишаються: і руйнування інфраструктури, і нестабільний попит, і брак кваліфікованих кадрів. Усе це в поєднанні з тим, що більшість тих українців, які виїхали за кордон, не повернулися через війну, це ніби гальмо, що блокує розвиток внутрішнього туризму.

Незважаючи на це, ринок повільно прокидається. Важливішим став внутрішній туризм, який тепер відіграє ключову роль у підтримці економіки. Люди знову рухаються на захід, на південь країни та в деякі інші зони відпочинку. Тут також задіяна державна підтримка: проводяться програми з

відновлення інфраструктури та залучення інвестицій, а також стимулювання бізнесу у сфері туризму.

Рівень розвитку внутрішнього туризму дуже повільно відновлюється до рівня, який був до війни, оскільки війна створила серйозні проблеми в галузі.

Стрімке зростання тарифів на енергоносії стало великою проблемою для туроператорів, готелів, приватних садиб. Через складну енергетичну ситуацію в країні власники туристичних об'єктів змушені підвищувати ціни на проживання та інші послуги, щоб компенсувати витрати. Це, в свою чергу, робить відпочинок менш доступним для широкого кола українців [7].

Оскільки держава вже оголосила про свої програми підтримки, субсидії та пільги, яких поки що недостатньо для того, щоб туристичний сектор динамічно міг розвиватися.

Війна, мобілізація та масовий відхід робочого персоналу спричинили означають серйозні втрати туристичної робочої сили. Особливо не вистачає працівників для обслуговування, адміністрування, організації турів та готельного менеджменту.

Експерти з туризму зазначають, що сьогодні майже кожен готель має проблеми з персоналом, а плинність кадрів досягає 30-40 відсотків. Це також проблема, тому що зараз дуже багато їхніх працівників внутрішньо переміщені особи, як наслідок, пережили психологічно важкі часи і потребують навчання.

Є і позитивні зрушення. У Карпатах та інших регіонах зростає популярність місць екотуризму, що використовують альтернативні джерела енергії, такі як сонячні батареї, вітрові турбіни, енергозберігаючі системи. Це не тільки зменшує залежність від енергетичної інфраструктури, але й відповідає сучасним тенденціям сталого туризму.

Незважаючи на те, що до 2024 року багато туристичних сайтів почали стабільно працювати, країні все ще бракує розгалуженої інфраструктури. Тому що, дороги, мости та інші транспортні мережі були зруйновані на сході та півдні країни, через що дуже важко дістатися до місць, які хотіли б відвідати туристи.

Крім того, найбільшим мінусом є відсутність безпеки. Постійна загроза обстрілів є настільки нестабільною, що відлякує не лише місцевих, а й потенційних іноземних відвідувачів. Довіра до місць, де процвітає туризм, є результатом не лише пропозиції, але й впевненості в тому, що перебування буде безпечним.

Відтоді, як почалася повномасштабна війна, туристична галузь України зазнала серйозного удару. Але різні регіони мають різні показники відновлення залежно від їхнього географічного положення та рівня безпеки. Найбільш відчутна різниця між Карпатським регіоном і морськими курортами Чорного та Азовського морів.

Карпатський регіон – одне з небагатьох туристичних місць в Україні, яке майже не зазнавало обстрілів; його інфраструктура залишилася практично неушкодженою, що дозволить пришвидшити відновлення та знизити витрати на реконструкцію порівняно з іншими регіонами.

Через економію багато українців, насамперед із центральних та східних регіонів, не мають економічних можливостей відпочивати в Карпатах, де ціни в сезон можуть зрости на 100% від міжсезоння. Це призводить до сезонної нестабільності попиту.

У туристичних об'єктах Карпат, як і в інших регіонах України, зберігається кадровий дефіцит [7]. Перед місцевими готелями та туроператорами постало нове першочергове завдання: підготувати новий персонал і створити умови для його утримання.

На відміну від Карпат, морським курортам України війна завдала важкого удару. Через окупацію, часті обстріли та забруднення навколишнього середовища, через зношеність інфраструктури на більшій частині Чорного та Азовського узбережжя туризм зайшов у глухий кут.

Об'єкти в Одесі, Миколаєві, Херсоні та на південному сході країни були певною мірою пошкоджені або втрачені. На окремих територіях повернення туризму може розглядатися лише після рекультивації та повної екологічної

експертизи. Постійний страх перед ракетними ударами та мінуванням пляжів робить відпочинок у цих районах досить небезпечним.

Майбутнє українського туризму безпосередньо пов'язане з результатом війни та подальшим відновленням стабільності. Умови миру, економічна ситуація та клімат безпеки визначатимуть можливі основні сценарії розвитку галузі — від швидкого зростання до відносно оптимістичного тривалого виживання в умовах невизначеності.

Якщо війна закінчиться за умови повного відновлення територіальної цілісності України та стабілізації ситуації в країні, то можна очікувати справжнього туристичного буму.

Мільйони українців, які не мали можливості подорожувати під час війни, охоче вирушать у дорогу. Туристи будуть відвідувати все ще безпечніші райони. По-перше, це Карпати, Закарпаття, Львівщина, Черкащина – території, які залишилися відносно недоторканими. Вони зможуть запропонувати не лише гарну природу, а й оновлену інфраструктуру.

Важливим напрямком буде реабілітаційний туризм. Необхідні будуть програми для ветеранів, людей з інвалідністю, дітей та людей з посттравматичним стресовим розладом, які потребують фізичного та психологічного відновлення [6]. Нові туристичні продукти будуть розроблені відповідно до потреб цих груп, а інклюзивність буде не лише модною тенденцією, але й критично важливою вимогою.

Іноземні відвідувачі почнуть прибувати приблизно через рік після стабілізації ситуації. Але, на думку експертів, інвестиції в готельну інфраструктуру ззовні надійдуть на 3-5 років раніше.

Якщо війна закінчиться без політичного врегулювання і країна залишиться в ситуації часткової стабільності, то відновлення туристичної галузі буде повільним і обережним.

Пріоритетом буде внутрішній туризм, де люди обиратимуть напрямки, які вважаються безпечними та легкодоступними.

За таких обставин були б затребувані велосипедні маршрути, гірськолижні курорти, екотури. Важливими будуть державні програми, зокрема для реабілітації військовослужбовців та соціально незахищених верств населення.

Туроператорам і готелям доведеться змінюватися в цих умовах через зниження попиту з боку клієнтів, які також, ймовірно, будуть знижувати ціни та оптимізувати витрати через посилення конкуренції за клієнта.

У довгостроковій перспективі війни з деякими частинами, окупованими після війни, високим рівнем небезпеки та збитків, індустрія туризму працюватиме за дуже поганих умов. Туристична діяльність відбуватиметься у більш спокійних місцях – Карпатах, Закарпатті, районах навколо Львова та Києва. Інші місця (наприклад, Херсон, Миколаїв, Запоріжжя) не будуть готові до відвідування через пошкодження та замінування.

Психологічний туризм в Україні набуває все більшої популярності, задовольняючи потреби суспільства в емоційному відновленні та психічному оздоровленні [6]. Серед найбільш затребуваних на даний момент вже пропонуються йога-тури в Карпати, Буковель, Шацькі озера, де окрім фізичної активності можна поєднати дихальні практики та відпочити на природі. Окремо можна виділити психологічні табори для внутрішньо переміщених осіб та військовослужбовців – місце безпеки, де вони можуть розвиватися та вирішувати емоційні проблеми.

У такі складні моменти розвиток психологічного туризму — спеціалізованих подорожей і турів, спрямованих на те, щоб допомогти відновити психічну рівновагу, вилікувати психологічні розлади та повернутися до нормального життя — стає дуже важливим. Для солдатів і ветеранів, які брали участь у бойових діях, такі програми дуже важливі для реабілітації та пристосування до цивільного життя.

2.4. Вплив туристичної діяльності на стан охорони навколишнього середовища

Туризм, як один із найдинамічніших і найприбутковіших секторів світової економіки, відіграє ключову роль у зміцненні культурного обміну, розвитку регіонів та формуванні глобальних зв'язків. Проте стрімке зростання цієї галузі супроводжується серйозними викликами, зокрема щодо збереження навколишнього середовища.

Найбільш очевидним і водночас тривожним наслідком туризму є руйнування природних екосистем. Зведення готелів, курортів, доріг та аеропортів часто здійснюється за рахунок руйнування природних ландшафтів — пляжів, лісів, долин. Це порушує цілісність середовищ існування для багатьох видів тварин і рослин. Наприклад, прибережні зони, освоєні під туристичні комплекси, втрачають своє біорізноманіття.

Крім того, активна присутність туристів спричиняє значне фізичне навантаження на довкілля — стежки в горах розмиваються, ґрунти виснажуються, природні парки перетворюються на перевантажені атракції. Забруднення повітря і води, викликане транспортом і відходами, посилює ці негативні ефекти. Місцеві системи утилізації не завжди справляються з обсягом сміття, що призводить до забруднення річок, озер і морів.

Не менш загрозливим є тиск туризму на природні ресурси. Вода, енергія та ліс — усе це споживається туристичною інфраструктурою в обсягах, що перевищують середній рівень побутового використання. У регіонах із посушливим кліматом, як-от Середземномор'я чи Північна Африка, курорти споживають стільки води, що це призводить до дефіциту для місцевих громад і аграрного сектору. Лісознищення для потреб індустрії туризму особливо помітне в екологічно чутливих регіонах: Амазонка, Південно-Східна Азія та навіть українські Карпати.

Додатковим фактором навантаження є використання викопного палива для живлення готелів, транспорту й освітлення, що збільшує вуглецевий слід та

пришвидшує зміну клімату. Такий стиль експлуатації ресурсів не тільки шкодить довкіллю, але й ставить під загрозу саму туристичну індустрію — зникають привабливі ландшафти, погіршується якість повітря й води.

У відповідь на ці загрози в усьому світі зростає усвідомлення необхідності впровадження сталих практик. Все більшої популярності набуває екотуризм — подорожі, орієнтовані на мінімізацію екологічного впливу та просвітництво. Країни, як-от Коста-Ріка, успішно інтегрують охоронні програми у туристичну стратегію, впроваджують сертифікацію еко-житла та навчальні ініціативи для туристів і працівників галузі.

Також впроваджуються технології повторного використання води, перехід на відновлювану енергію, заохочення до сортування сміття й зменшення пластику. Але основною перешкодою залишається потреба збалансувати економічне зростання з екологічною відповідальністю. Брак координації між урядами, бізнесом та громадами, а також відсутність суворого контролю за виконанням екологічних стандартів часто зводить зусилля нанівець.

Таким чином, туризм — явище подвійної природи: з одного боку, він може бути руйнівною силою для довкілля, а з іншого — потужним інструментом його збереження. Ключем до вирішення проблем є перехід до відповідального туризму, заснованого на принципах сталості, співпраці та екологічної свідомості.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПСИХОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Застосування інноваційних технологій в сфері психологічного туризму

У 2025 році починається нова технологічна епоха для оздоровчого туризму, орієнтованого на подорожі, але поєднаного з передовими технологіями охорони здоров'я. Відпочинок з елементами йоги у віртуальній реальності та оздоровчі подорожі під керуванням штучного інтелекту стануть одними з тих нових варіантів для туристів, які хочуть омолодитися [29].

Курорти, керовані штучним інтелектом, мають ще одну важливу особливість – це можливість для туристів займатися оздоровчими заходами під час подорожі. Ретрити на основі віртуальної реальності запропонують туристам можливість медитувати на прекрасних пляжах Балі або займатися йогою в джунглях подорожуючи віртуально. Такі ретрити зазвичай поєднуюватимуть новітні технології вимірювання фізичних показників із віртуальним коучингом.

ІІІ є основою сучасних оздоровчих подорожей. Дані про здоров'я гостей, як-от режим сну, дієти та рівень фізичної підготовки, ретельно перевіряються санаторіями, щоб можна було розробити індивідуальну програму для спеціальних туристів.

Smart Thermal Spas SHA Wellness Clinic в Іспанії запроваджує автоматизовані алгоритми штучного інтелекту для перевірки поширених показників здоров'я користувачів і пропонує персоналізовані плани харчування та фізичних вправ на основі неінвазивного сканування стану здоров'я, проведеного штучним інтелектом. Крім того, вони проводять кулінарні майстер-класи та оздоровчі семінари, керовані штучним інтелектом.

Очікується, що розумні спа-центри з термальними технологіями стануть популярними в 2025 році. Гаджети користувача IoT, проводитимуть моніторинг температури, вмісту мінералів у воді, параметрів здоров'я користувачів у режимі реального часу.

Таким спа-центром є «Блакитна лагуна» в Ісландії з розумними браслетами для відвідувачів спа-центру, які аналізують показники гостей та миттєво показують їм стан їхнього здоров'я [49].

Пасажири кораблів Celebrity Cruises Edge можуть під час подорожі носити браслети, які відстежують дані про стан їхнього здоров'я. Згідно з цією отриманою інформацією, пасажирам можуть бути надані такі послуги, як сеанси медитації на палубі, заняття аквааеробікою з незначним навантаженням або індивідуальні страви, приготовані відповідно до їхніх уподобань.

Доріжки для фітнесу на відкритому повітрі перетворилися на інтерактивні подорожі завдяки доповненій реальності. Пристрої доповненої реальності відображають прописані вправи та віртуальні контрольно-пропускні пункти в реальному середовищі, надихаючи туристів підтримувати свою фізичну форму, досліджуючи та занурюючись у нові місця.

Також є спеціальні приміщення для сну на основі штучного інтелекту оснащені клімат-контролем, музикою, освітленням та іншими функціями для підвищення рівня комфорту користувача. Технологія штучного інтелекту допоможе проаналізувати режим сну та порушення людини, і їй буде надіслано сповіщення.

Все частіше люди вимагають відпустки без використання технологій. Зараз активно розвиваються оздоровчі центри, які можуть відзначитись спеціальними цифровими зонами детоксикації, з яких гості можуть «вийти з діджитал-простору», щоб зосередитися на загальному фізичному самопочутті. Ці місця, на противагу, часто використовують технології для поступового розслаблення учасників перед тим, як приступити до цифрової детоксикації.

Під час оздоровчої подорожі туристи можуть спочатку користуватися всіма технологіями за допомогою покрокової програми, наприклад програми усвідомленості, яка навчає їх релаксації та правильного використання гаджетів. Після завершення вони переходять у режим офлайн для пристроїв, щоб підштовхнути користувачів до більш різноманітних форм проведення дозвілля, таких як прогулянки на природі, ведення щоденника та медитації під керівництвом ченців.

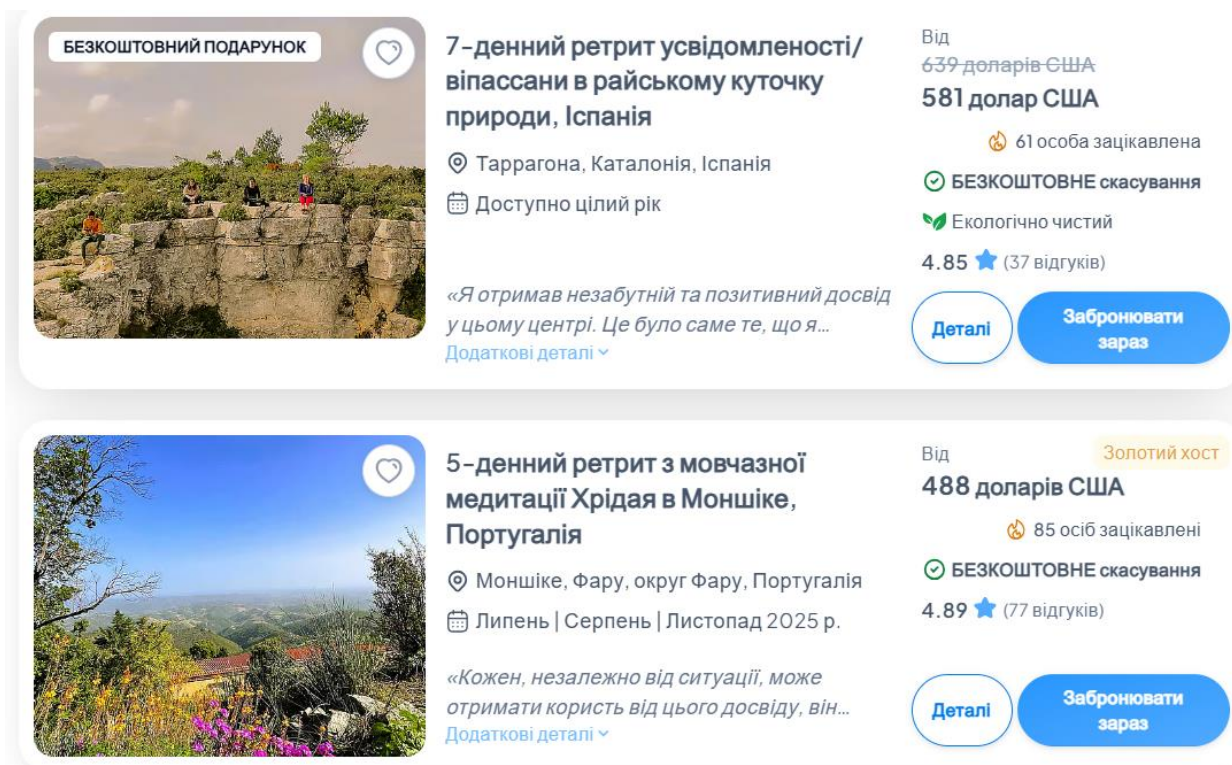


Рис. 3.1. «Тихі» тури в Іспанії та Португалії (знімок екрану)

Джерело: створено автором на основі [49]

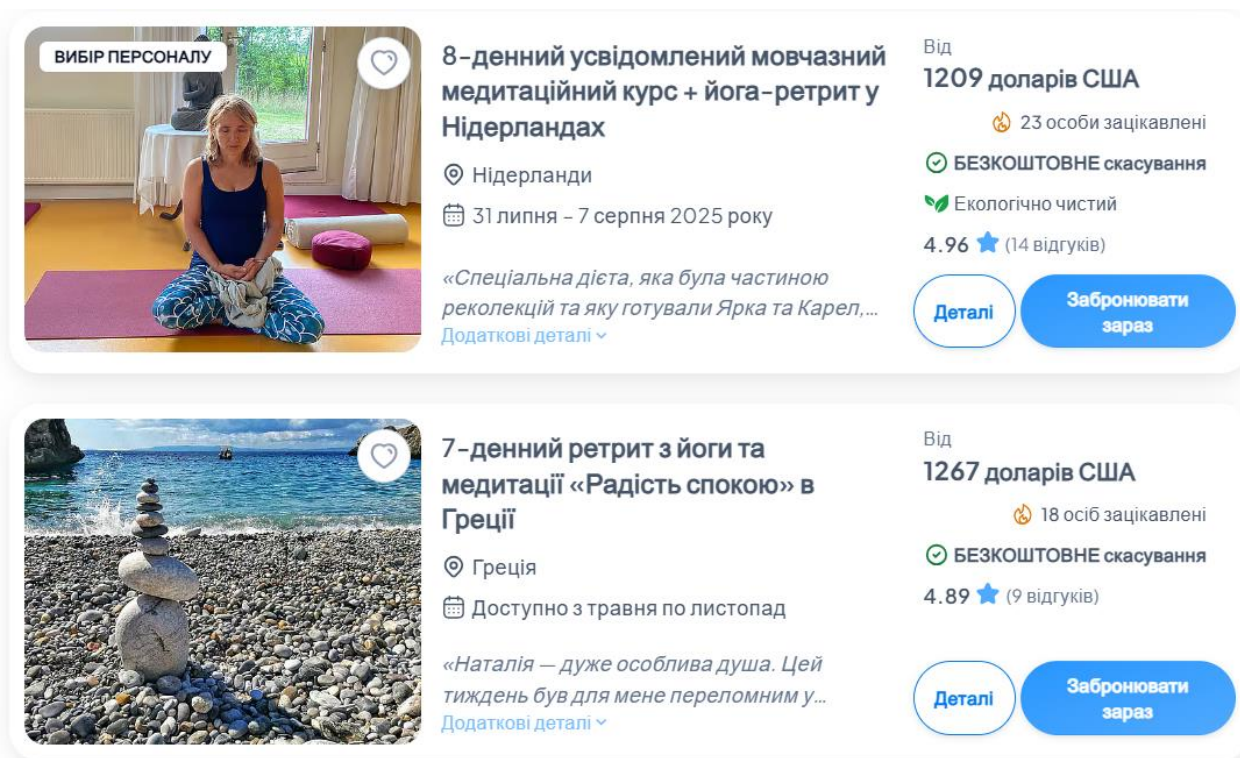


Рис. 3.2. «Тихі» тури в Нідерландах та Греції (знімок екрану)

Джерело: створено автором на основі [49]

Таблиця 3.1 – Порівняльна характеристика популярних «тихих» турів

Назва ретриту	Локація	Тривалість	Ціна (від)	Рейтинг	Дати проведення	Безкоштовне скасування	Особливості
7-денний ретрит усвідомленості	Таррагона, Іспанія	7 днів	\$581 (знижено з \$639)	★ 4.85 (37 відгуків)	Доступно цілий рік	До 1 дня до початку	Еко, подарунок, посадка дерев
5-денний ретрит мовчазної медитації Хрідая	Моншіке, Португалія	5 днів	\$488	★ 4.89 (77 відгуків)	Липень, Серпень, Листопад 2025	До 28 днів до початку	Трансформаційний досвід
7-денна медитація під час ходьби (тихий ретрит)	Румунія	7 днів	\$300	★ 4.79 (25 відгуків)	Червень – Вересень 2025	До 1 дня до початку	Бюджетний, усамітнення в природі
4-денний ретрит з йоги та віпассани від DSY	Утрехт, Нідерланди	4 дні	\$287	★ 4.47 (8 відгуків)	Червень – Грудень	До 15 днів до початку	Найнижчий рейтинг, короткий
8-денний мовчазний курс + йога-ретрит	Нідерланди	8 днів	\$1209	★ 4.96 (14 відгуків)	31 липня – 7 серпня 2025	72 години після бронювання	Еко, спецдіста, високий рівень сервісу
7-денний ретрит «Радість спокою»	Греція	7 днів	\$1267	★ 4.89 (9 відгуків)	Травень – Листопад	До 30 днів до початку	Дуже глибокий вплив, особлива атмосфера

Джерело: складено автором на основі [37]

Багатоденні подорожі в тиші – це особливий шанс відірватися від шуму світу, повністю залишити позаду розмови, пристрої та новини, щоб знайти глибокий внутрішній спокій (рис. 3.1). У сучасному світі, особливо під час війни в Україні, постійний стрес і потік інформації виснажують розум. Тихий

відпочинок допомагає зняти напругу, очистити розум і відновити внутрішню рівновагу.

В Україні такі тури можуть відіграти важливу роль у психологічній реабілітації військовослужбовців, ветеранів, мирного населення та звільнених полонених. Тиша відкриває простір для самоусвідомлення та заспокоєння, що допомагає людям знайти внутрішній ресурс для боротьби з травмами та страхами.

Є різноманітні програми «тихого відпочинку» – від бюджетних програм на природі в Румунії до преміальних курсів медитації в Греції та Нідерландах (табл. 3.1). Найдоступніший із них — у Румунії (300 доларів США). Ідеальний варіант для новачків або бюджетних туристів із якістю та відгуками вище середнього.

За ціною відпочинок у Португалії є одним із найвигідніших: повний медитаційний досвід можна отримати за високим рейтингом 4,89 лише за 488 доларів США. Глибока терапія, спеціальне харчування, еко-програма та чудове обслуговування – все це складові преміум-ретритів у Греції та Нідерландах, але потрібен набагато більший фінансовий внесок (\$1200+) [37].

Загалом ці формати були б працездатними в українському контексті, наприклад, для ветеранів, переселенців чи людей з ПТСР, забезпечуючи не просто ізоляцію, а регулярну підтримку і довгостроковий ефект психоемоційного відновлення.

Створення мобільних додатків для учасників ретриту може підвищити якість обслуговування, пропонуючи персоналізовані функції, такі як інтерактивні тури, ведення щоденників здоров'я, відстеження емоційного стану, нагадування про практики та надання доступу до медіаконтенту.

Налаштування спеціальних веб-систем для бронювання розумних подорожей, схожих на Booking.com, але для розуму є ключовим. Ця допомога може включати фільтри потреб (відпочинок від ПТСР, спокій, духовні пошуки тощо), рейтинги експертів, мовну допомогу, типи програм (тиха, змішана, активна тощо) [37]. Це зробить доступ до психологічного туризму зрозумілим і впорядкованим.

Додавання CRM систем до служби обслуговування клієнтів організаторів відпочинку може допомогти в автоматизації зв'язку, управлінні бронюваннями та зберіганні медичних і психологічних анкет разом із організованим збором відгуків. Це підвищить якість за рахунок створення індивідуального підходу до реципієнтів і дозволить адаптувати програми до потреб конкретної аудиторії.

Українська IT-сфера має значні людські ресурси, готові взяти участь у розробці цифрових продуктів для психологічного туризму — починаючи з додатків, які відстежують настрій, потім збирають зворотний зв'язок фізичних показників (частота серцевих скорочень, сон, стрес) і аналітику того, наскільки добре працює тур. Впровадження інноваційних технологій у сферу подорожей є важливим чинником у підвищенні якості допомоги та кращому лікуванні ментальних розладів в Україні.

3.2. Шляхи популяризації психологічного туризму за допомогою сучасних маркетингових засобів

У сучасному інформаційному суспільстві, яке характеризується високим рівнем цифровізації, ефективне просування будь-якого туристичного продукту може відбуватися за допомогою цифрового маркетингу. Для психологічного туризму, це особливо важливо для створення довіри, демонстрації реальних трансформацій, пояснення цінності практик і залучення автентичної аудиторії. Найефективнішим інструментом для досягнення цих цілей є соціальні мережі.

Instagram і TikTok стають основними платформами для візуалізації досвіду. Висока емоційна чутливість аудиторії на цих платформах дозволяє транслювати самообслуговування та психічне відновлення.

- Надійним елементом довіри є пости «До/після»: порівняння емоційного стану учасників до початку ретриту та після його завершення.
- Швидкі відео з трансформаційними цитатами учасників або уривками з практики можуть отримати велику кількість поширень.

Facebook корисний для просування програми туру, роботи з психологами, використання платної реклами. YouTube можна використовувати для публікації детальних відео з турів.

На YouTube ви можете опублікувати:

- довші відео (відео-блоги, інтерв'ю з організаторами та кейси учасників);
- експертне наповнення – бесіди з терапевтами, тренерами, психіатрами;
- серія «до/після» з детальними розповідями про зміни в житті клієнтів після участі в ретритах.

Найбільше інформації несе відеоконтент; отже, він найефективніший у передачі повідомлення разом з емоціями. Після перегляду відео 84% користувачів з більшою ймовірністю куплять товар [7].

Запрошення до учасників поділитися своїм досвідом (оглядами, фотографіями, відео), таким чином створюючи «живу» рекламу – теж є хорошою стратегією [7]. Такий контент має найвищий рівень довіри, що особливо важливо у сфері психічного здоров'я.

Сучасний цифровий маркетинг – це те, що може розблокувати просування психологічного туризму в Україні та за її межами. Це допомагає не лише в рекламі послуг, але й у створенні довіри спільноти, обміні досвідом та трансляції нової культури психічного здоров'я. Використання відео, UGC, інтерактивних форматів допоможе охопити різні цільові аудиторії — від військових до творчої молоді — і сприяти їх реінтеграції через терапевтичні подорожі.

У сфері психологічного туризму, який стосується питань емоційної довіри, безпеки та глибокої трансформації, класична реклама виявляється дещо неефективною. На перший план виходить контент-маркетинг, персональний брендинг організатора, а також інтеграція лідерів думок у комунікаційні стратегії. Все це допоможе не тільки в поширенні інформації, але і в зміцненні довіри, навчанні потенційних клієнтів і налагодженні відносин з цільовою аудиторією.

Одним із головних викликів у сфері психологічного туризму є низький рівень поінформованості населення про його переваги та можливості. Ось чому

контент-маркетинг стає потужним інструментом навчання, який може просувати послуги, а також формувати свідомий попит. Одним із найкращих форматів для створення високоякісного текстового контенту є блоги, статті та дописи експертів [7].

Аналітичні матеріали на кшталт «5 доказових причин спробувати мовчазний тур» або статті експертів на тему «Що відбувається з мозком під час когнітивної терапії?» може зруйнувати міфи та підвищити довіру. Лайфхаки та чек-листи на кшталт «Що взяти з собою в подорож-ретрит?» прибере страх невідомого та залучить мозок туристів до візуалізації подорожі.

Іншим важливим інструментом є аудіо- та відеоконтент, який дозволяє встановити глибший емоційний зв'язок із аудиторією. Зокрема, подкасти про психічне здоров'я дають можливість легко поговорити про важливі теми – посттравматичний стресовий розлад, тривогу, травми, самозцілення. Створення власного подкасту або участь у популярних шоу допомагає не лише з освітньою місією, але й із поширенням інформації про формат психологічної подорожі.

Вебінари та співбесіди – ще один ефективний формат, який поєднує освіту з подорожами. Інтернет-семінари на тему «Перезавантаження після вигорання» або «Перша психологічна допомога після війни» можуть отримати позитивний відгук. А інтерв'ю з учасниками ретритів чи експертами створюють докази ефективності — живу історію змін, які стали можливими завдяки спеціальним туристичним продуктам.

Візуальний маркетинг, онлайн-платформи для просування, участь у виставках і сторітелінг - ключові компоненти багатоканальної стратегії просування психологічного туризму. Ця стратегія працює для зміцнення довіри, емоційного залучення та сталого впізнавання бренду. У сучасному інформаційному середовищі, наповненому яскравими кадрами, якісний візуальний контент здатний передати всю глибину туристичного досвіду та зацікавити потенційних учасників задовго до першого контакту з організаторами.

Професійні фото- та відеоматеріали з ретритів – це більше, ніж красиві світлини. Вони є інструментом побудови довіри, адже реальні локації, атмосфера та емоції учасників – це те, що хоче бачити потенційний клієнт.

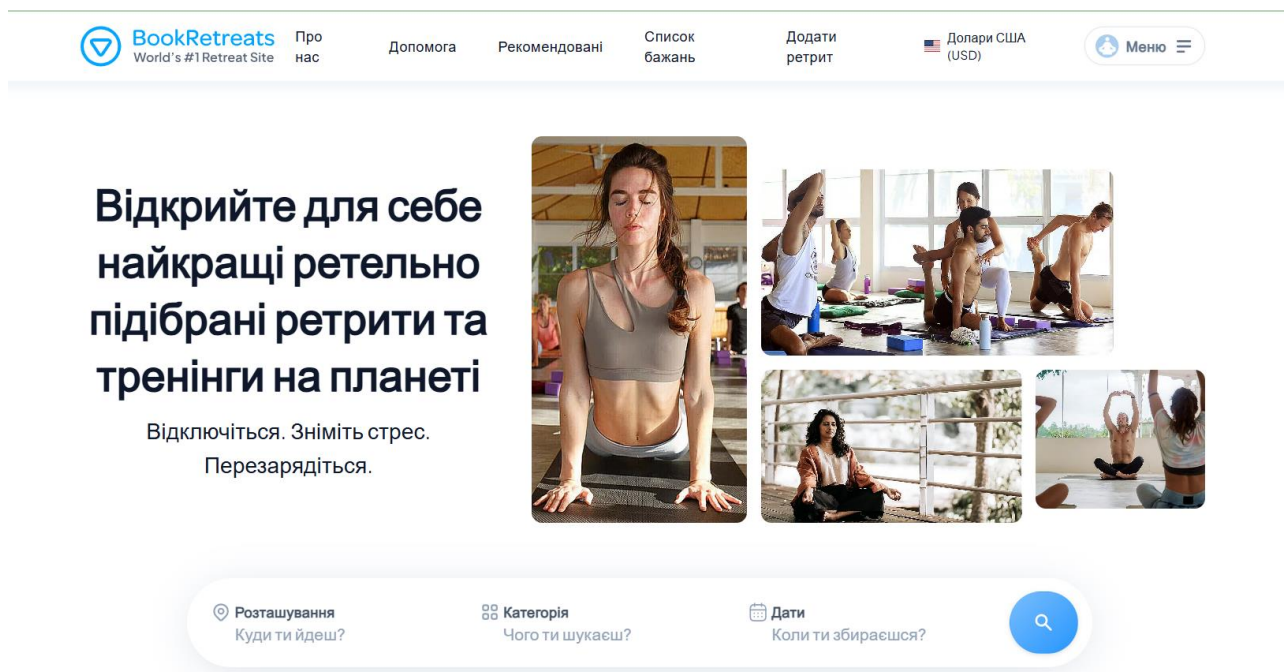


Рис. 3.3. BookRetreats (знімок екрану)

Джерело: створено автором на основі [37]

Не менш важливими є платформи онлайн-бронювання та просування. Найпотужніші міжнародні платформи Tripaveer і BookRetreats спеціалізуються на просуванні ретритів і оздоровчих турів (рис. 3.3). Вони дозволяють інтегрувати тур у світовий простір попиту та залучити іноземних клієнтів. Водночас наявність відгуків – це те, що згодом формує авторитет організатора. Зручний UX-дизайн для сайтів з онлайн-платежами, а також веб-сайтів, які мають власний гарний дизайн, з хорошим текстом, з оглядами та блогом, все це надзвичайно підвищує довіру аудиторії. Такий сайт - це не просто місце для здійснення продажів. Це скоріше простір спілкування, де клієнт може зануритися в атмосферу екскурсії, отримати відповіді на свої запитання та зробити усвідомлений вибір.

РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ

4.1. Аналіз стану охорони праці і заходи покращення виробничої санітарії і гігієни праці у підприємствах та організаціях туристичної галузі

Туристична індустрія є галуззю економіки, що динамічно розвивається, і в даний час складається з широкого спектру інших видів діяльності, таких як туристичні агентства, готельно-ресторанні комплекси, екскурсійні бюро, транспортні компанії, заклади громадського харчування та розваг тощо.

Стабільність функціонування туристичних підприємств, як і будь-якої іншої галузі, залежить від рівня належної організації охорони праці та умов праці, санітарно-гігієнічних норм, промислової безпеки. Аналіз стану охорони праці в туристичній галузі України свідчить про те, що більшість підприємств не приділяють належної уваги цим питанням і вирішують їх формально.

Найбільше постраждали малі приватні агентства. У багатьох із цих агентств взагалі немає внутрішніх інструкцій, не проводяться заходи з безпеки. Робота в готельному та ресторанному секторах пов'язана з загальними проблемами; це ненормований робочий день, фізичні навантаження, робота в стресових умовах і, як наслідок, порушення режиму сну та харчування осіб, які працюють позмінно.

Крім того, оскільки в таких закладах багато різних відвідувачів, ризик поширення інфекційних захворювань також високий; отже, рівень санітарії теж має бути дещо вищим. У той же час здоров'ю працівників можуть також завдати шкоди поганий мікроклімат, слабка вентиляція, недостатнє освітлення, неергономічність робочого місця в офісах туристичних компаній.

Рівень виробничої чистоти на багатьох підприємствах цієї галузі не є задовільним. Вона повинна відповідати не тільки санітарно-гігієнічним нормам, а й забезпечувати умови праці, щоб виключити професійне вигорання та хронічну втому. Бажано також враховувати сучасні виклики, зокрема психічне здоров'я працівників; цьому часто не приділяють належної важливості, хоча в

сфері, де потрібна щоденна взаємодія з клієнтами, важливо бути стурбованим емоційною залученістю, терпінням і стабільністю.

Працівники повинні постійно проходити навчання з питань охорони праці, пожежної безпеки та надання першої допомоги. Необхідно також організувати медичне обстеження та запровадити елементи психологічного супроводу, що в кінцевому результаті призвело б до зниження рівня стресу та уникнення професійного вигорання.

На посиленні виробничої санітарії наголошується на чистоті приміщень, контролі за якістю харчування персоналу, застосуванні екологічно безпечних засобів при прибиранні, а в разі потреби — наданні працівникам засобів індивідуального захисту. Ще одним ефективним напрямком є цифровізація процесів. Що передбачає онлайн-реєстрацію на інструктаж, електронні системи контролю умов праці, автоматизоване обслуговування журналів охорони праці — усе це накладає умови прозорості та посилення контролю у сфері охорони праці.

Дотримання законодавства з боку керівництва туристичних підприємств та дотримання вимог недостатньо. Важливо, щоб вони на практиці довели, що вони дійсно піклуються про своїх співробітників, впроваджуючи інноваційні практики в управлінні персоналом.

Участь у державних програмах, співпраця з інспекціями праці, впровадження стандартів корпоративної соціальної відповідальності — це ті кроки, які допоможуть створити культуру безпеки, на якій будуватиметься подальший сталий розвиток підприємства. Індустрія туризму — це галузь, де люди є головною цінністю, а успіх може бути гарантований лише турботою про їх здоров'я, безпеку та благополуччя в довгостроковій перспективі. Після війни ці питання стають актуальними, тому що через цю турботу відбувається відновлення економіки, довіри, людського потенціалу в Україні.

4.2. Пожежна безпека

Пожежна безпека є невід'ємною частиною безпеки праці на туристичних підприємствах, оскільки будь-яке місце, пов'язане з тимчасовим розміщенням значної кількості людей, має підвищений рівень пожежної небезпеки. У застосованому визначенні це готелі, туристичні бази, ресторани, транспортні засоби та офіси туристичних агентств. Під пожежною безпекою розуміється наявність необхідної техніки, а система організаційних, технічних і правових заходів, спрямованих на запобігання пожежам і забезпечення безпеки людей і матеріальних цінностей у надзвичайних ситуаціях.

Існуюче законодавство в Україні передбачає, що основні вимоги системи пожежної безпеки регулюються Кодексом цивільного захисту України, Правилами пожежної безпеки в Україні (НАПБ А.01.001-2004) та іншими іншими нормативними актами. На всіх туристичних об'єктах повинні бути затверджені керівником правила пожежної безпеки, а персонал повинен бути навчений правилам первинних засобів пожежогасіння та порядку дій у разі виникнення пожежі.

Кожна туристична фірма повинна мати вогнегасники. Їх слід часто перевіряти на правильність їх роботи, а також мати плани евакуації, які легко отримати – вони повинні бути на виду. Приміщення повинні мати системи пожежної сигналізації, датчики диму та, за потреби, автоматичні системи пожежогасіння – як у готелях, кухнях, технічних приміщеннях. Усі вихідні двері повинні бути вільними від речей, що знаходяться перед ними, відкриватися назовні, а вихід має бути добре освітлений і позначений правильними знаками.

Не можна перекривати виходи, не засмічувати коридори, зберігати легкозаймисті матеріали без дотримання правил зберігання. Особливу увагу слід звернути на стан електромережі. Перевантаження розеток, несправне обладнання, відсутність заземлення — типові порушення; що може призвести до пожежі. Тому вся електроустановка повинна проходити регулярний технічний огляд і випробування.

Кожен працівник туристичного підприємства повинен знати, як діяти у разі пожежі: подати сигналізацію, кому повідомити, як евакуювати відвідувачів і що робити до прибуття пожежно-рятувальної служби. Для формування навичок швидкого реагування необхідно періодично проводити навчання, інструктажі, відпрацювання евакуації. Це буде турбота про людські життя, що відповідає вимогам контролюючого органу. Ставлення до пожежної безпеки з правової точки зору також є чудовою основою для конкуренції, оскільки в очах багатьох клієнтів у туристичному секторі турбота про пожежну безпеку є неодмінною умовою комфорту, який є основною сферою послуг.

4.3. Інструкція з охорони праці для менеджера з туризму

Інструкція з охорони праці для менеджера з туризму регулює основні вимоги безпечної організації його трудової діяльності та порядок дій у разі виникнення надзвичайної та небезпечної ситуації. Воно є обов'язковим для всіх працівників, які займають посади керівника сфери туристичних послуг, незалежно від форми власності підприємства.

Менеджер з туризму безпосередньо перед початком роботи повинен пройти вступний і первинний інструктаж з охорони праці, ознайомитися з посадовою інструкцією, правилами поведінки при пожежі, правилами поведінки при надзвичайних ситуаціях і надання першої медичної допомоги. Керівник повинен знати і виконувати вимоги чинного законодавства з охорони праці, цивільного захисту та гігієни праці.

Менеджеру потрібне безпечне місце для роботи, ергономічно сконструйоване, добре освітлене і провітрюване, а якщо він тривалий час працює за комп'ютером, то таке, яке дозволяє дотримуватись режиму праці та відпочинку з регулярними перервами. Менеджер обладнання, з яким працює, має бути технічно справним. Не можна користуватися несправними електроприладами, особливо з пошкодженим кабелем або вилкою. Всі дії з

обладнанням слід виконувати обережно: не перевантажувати розетки, не підключати кілька пристроїв до однієї лінії живлення.

Менеджер з туризму, який супроводжує туристичні групи, повинен, крім спорядження та аптечки, дотримуватись правил безпечного пересування та знати шляхи евакуації. Перебуваючи в туристичних об'єктах (готелі, вокзали, аеропорти, музеї), він повинен вивчити систему безпеки об'єкта, згодом передавати інформацію про правила поведінки туристам, стежити за дотриманням клієнтами вимог безпеки. У разі виникнення надзвичайної ситуації він повинен негайно повідомити службу оповіщення, керівництво компанії та забезпечити організовану евакуацію клієнтів.

Керівник не повинен залишати робоче місце в умовах, які можуть бути небезпечними, не повинен зберігати легкозаймисті речовини, якщо вони не упаковані належним чином, не повинен палити в заборонених місцях, не повинен перебувати під впливом алкоголю або будь-якої іншої речовини, яка може погіршити увагу та реакцію. Працівник не повинен вступати в будь-які конфліктні ситуації з клієнтом або колегою, які можуть призвести до стресу та виявитися загрозою для безпечної та здорової роботи.

Керівник повинен відзначати і повідомляти керівництву про всі швидкі ситуації, аварії або порушення правил безпеки праці. Регулярний повторний інструктаж з питань охорони праці проводити не рідше одного разу на 6 місяців. Керівник зобов'язаний взяти участь у заняттях та контрольних роботах з охорони праці та пожежної безпеки, які проводяться на підприємстві.

Тому дотримання охорони праці менеджером з туризму невід'ємне від його професійних обов'язків і спрямоване не тільки на його власну безпеку, а й на безпеку туристів, за які він несе відповідальність під час виконання своїх службових обов'язків.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Отже, у кваліфікаційній роботі проведено детальний аналіз феномену психологічного туризму як інноваційного напрямку на туристичному ринку.

Психологічний туризм – це сучасний вид туризму, який зосереджений не просто на зміні місця, а на зміні внутрішнього стану людини. На відміну від звичайного туризму, який спрямований на відпочинок, вивчення культурної спадщини та розваг, психологічний туризм дозволяє лікуватися, медитувати та емоційно відновлюватися. Ця тенденція відображає вимоги сучасного суспільства, в якому психологічне благополуччя розглядається як основний напрям здоров'я людини.

Як показують проаналізовані джерела, поняття «психологічний туризм» ще не закріпилося в українській правовій чи класифікаційній термінології. Водночас він уже почав активно з'являтися в науково-практичній сфері як один із підвидів оздоровчого туризму, орієнтований на психоемоційну реабілітацію людини. Цей туризм включає формати ретритів, йога-турів, арт-терапію, сеансів медитації, а також групових подорожей з психологічним супроводом.

Основним компонентом теоретичного аналізу виявилось розмежування традиційного туризму та психологічного туризму. Де головна мета останнього – не просто нові враження туриста, а глибокий психоемоційний вплив; зменшення стресу та усунення тривоги, відновлення рівноваги та розвиток навичок уважності, що веде до підвищення стресостійкості. Цей факт зумовлює різний характер послуг, очікування туристів, різний підхід до формування туристичного продукту.

Прагнення туриста до обирання психологічного туру визначається не тільки зовнішніми стимулами, а й внутрішніми чинниками мотивації - емоційним виснаженням, кризою, потребою у зміні способу життя, пошуку сенсу. У цьому аспекті використання психологічних і мотиваційних теорій (зокрема, ієрархії потреб Маслоу, концепції потреб Мак-Клелланда) має велике

значення, що пояснює, чому певні люди звертаються до туризму, вважаючи його ресурсом для самовідновлення.

Слід зазначити, що аналіз цього явища потребує використання міждисциплінарної методології, яка поєднує соціологічний, психологічний, нейробіологічний, поведінковий та цифровий підходи.

Так звані «гормони щастя» — дофамін, серотонін, ендорфін, окситоцин — виділяються та активуються під час фізичної активності та соціальних контактів у подорожах. У той же час високий рівень кортизолу, адреналіну та норадреналіну показує, що подорож також може бути способом емоційної втечі, розслаблення або подолання напруги. Це доводить, що туризм може мати справжній терапевтичний ефект.

Чинники, що впливають на психічне сприйняття подорожей, розглядалися за такими категоріями: особистісні, соціальні, організаційні та екзистенціальні.

Варто сказати, що психологічний туризм дуже активно розвивається у світі як частина більшого явища — оздоровчого туризму. У країнах Західної Європи, Північної Америки та Азії він набуває досить чітких форм. Формуються спеціалізовані ретрит-центри, тури з тими чи іншими психотерапевтичними практиками, які активно просуваються через цифрові канали. Спрямованість може відрізнятися від одного регіону до іншого: когнітивно-поведінкова терапія в США та Великій Британії, енергетичні та тілесні практики в Індії та Таїланді, шаманські ритуали в Латинській Америці тощо.

Це свідчить про гнучкість такого туризму, його здатність змінюватися та пристосовуватися до культурних, релігійних та соціальних особливостей країни.

Ця тенденція стає важливою в умовах зростаючої ментальної кризи у світі. Дані міжнародних досліджень свідчать, що більше половини населення розвинутих країн хоча б раз на рік переживає стан емоційного виснаження і шукає способи покращити своє становище.

На цьому тлі український ринок психологічного туризму ще не розвинувся, але є дуже перспективним. У часи війни та колективної травми мільйонів громадян питання емоційного відпочинку постає дуже гостро. Це ветерани,

мирні жителі, переселенці, волонтери, вчителі, лікарі – всі, хто потребує цих форм дозвілля, яке б включало турботу про тіло та психіку у безпечних формах відпочинку.

Водночас є ключові проблеми, які заважають розвитку цього сектора в Україні: відсутність точної класифікації психологічного туризму на національному рівні, персонал недостатньо спеціалізований (туроператори інколи не володіють навичками психології, і навпаки психологи навичками туристичних спеціалістів), обмеження доступу до об'єктів через воєнний стан (зі зруйнованими будівлями та замінованими місцями), психологічна стигматизація (деякі громадяни все ще бояться «йти до психолога»), недостатня маркетингова кампанія для розширення цих послуг серед широкої аудиторії.

Незважаючи на ці виклики, ситуація поступово змінюється. Після 2022 року в Україні виникла хвиля нових ініціатив. Кемпінги для психологічного відновлення військовослужбовців, резиденції для переселенців, пересувні табори – це те, що безсумнівно свідчить про те, що попит на ці послуги стабільно зростає і буде тільки зростати.

Також були розглянуті інноваційні технології, світові тренди та потенціал цифрових рішень у сфері психологічного туризму. Отримані результати виявили високий рівень адаптаційного потенціалу даної території до сучасних викликів та її здатність розвиватися.

Світова практика доводить ефективність поєднання оздоровчих засобів із високими технологіями. Найновіші курорти використовують допомогу технологій на основі штучного інтелекту, яка дозволяє автоматично складати індивідуальні програми медитації, дихальних вправ і рухів залежно від біометричних даних (сон, пульс, тривога).

Водночас українська ІТ-індустрія має всі необхідні ресурси для розробки власних технологічних рішень для психологічного туризму. Зокрема, можливо, створювати мобільні додатки для ретритів із щоденниками емоцій і нотатками про самопостереження.

У цифрову еру найпотужнішим каналом комунікації є соціальні мережі, такі як TikTok, Instagram, YouTube Shorts, Facebook. Саме через них потенційні клієнти отримують візуальний та емоційний контакт із продуктом. Формати «до/після», трансформаційні історії, прямі трансляції з ретритів, короткі відео з щоденника туриста – усе це викликає довіру та сприяє формуванню емоційного інтересу.

Люди частіше вибирають не невідомий бренд, а конкретного психолога, наставника чи коуча, якому довіряють. Побудова особистого бренду через блоги, подкасти, відео, вебінари— усе це створює автентичне спілкування та забезпечує тривалу лояльність аудиторії.

Отже, психологічний туризм – це не просто відповідь на потреби ринку, а соціальна необхідність у часи війни в Україні. Його головна мета полягає в тому, щоб допомогти зберегти психічне здоров'я людей, зміцнити суспільство, створити нові шляхи для туризму та зробити сферу туризму більш гуманною.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алієва – Барановська В. М. Міжнародний туризм: навчальний посібник. Центр навчальної літератури, 2021. 344 с.
2. Божидарнік Т. В. Міжнародний туризм: навч. посібник. Центр учбової літератури, 2021. 312 с.
3. Головне управління статистики у Львівській області. URL : <https://www.lv.ukrstat.gov.ua/>
4. Коваленко І. В. Туризм і регіональний розвиток: Україна в контексті світового досвіду. НІСД. 2009.
5. Психологічний туризм – задоволення від процесу та ефективний відпочинок. URL: https://bibliotourism.blogspot.com/2016/05/blog-post_6.html
6. Психологічний туризм як засіб реабілітації воїнів АТО. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/chaban.htm
7. Психологічний туризм як стратегічний напрямок розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/chuchko.htm
8. Психологічний туризм. URL: <https://infotour.in.ua/psi-turizm.htm>
9. Туризм у режимі відновлення: як відпочинок українців рятує економіку країни. URL: <https://business.rayon.in.ua/topics/774368-turizm-u-rezhimi-vidnovlennya-yak-vidpochinok-ukraintsiv-ryatue-ekonomiku-kraini>
10. Туризм як засіб корекції психоемоційного стану учасників АТО. URL: <https://knute.edu.ua/file/MjIxNw==/7b5590f55477bc3a88cdeb9e00622f7f.pdf>
11. 2024 Global Tourism Statistics. URL: <https://blog.learntraveltourism.org/2024-global-tourism-statistics>
12. 9 in 10 young travellers fail to achieve ‘travel therapy’. URL: <https://www.webintravel.com/9-in-10-young-travellers-fail-to-achieve-travel-therapy/>
13. Affordable therapy and educational services tours. URL: <https://teachrare.org/therapy-travel-tours/>

14. Carbon negative tours. URL: <https://www.retreatours.com/>
15. Cheung C., Takashima M., Choi H., Yang H., Tung V. The impact of COVID-19 pandemic on the psychological needs of tourists: Implications for the travel and tourism industry. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(2), 2021. pp. 155-166.
16. CITY TOUR & HEALTHY THERAPY. URL: <https://www.sabilatravels.com/travels/city-tour-healthy-therapy/>
17. Coghlan A. Tourism and health: Using positive psychology principles to maximise participants' wellbeing outcomes – A design concept for charity challenge tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(3), 2015. Pp. 382-400.
18. Eco-Therapy and Its Benefits for Travelers. URL: <https://ecoshuttle.com/eco-therapy-and-its-benefits-for-travelers/>
19. Explore the Therapeutic Power of Guided Travel Therapy-Fostering Positive Mindsets. URL: <https://premiumlegacyhealthcare.org/services/travel-therapy/>
20. Filep S. Moving beyond subjective well-being: A tourism critique. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 38(2), 2014. Pp. 266-274.
21. Filep S., Deery M. Towards a picture of tourists' happiness. *Tourism Analysis*, 5, 2010. Pp. 399-410.
22. Filep S., Laing J. Trends and directions in tourism and positive psychology. *Journal of Travel Research*, 58(3), 2019. Pp.343-354.
23. Filep S., Moyle B. D., Skavronskaya, L. Tourist wellbeing: Re-thinking hedonic and eudaimonic dimensions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 48(1), 2024. Pp.184-193.
24. Garcês S., Pocinho M., Jesus S.N., Rieber M.S. Positive psychology and tourism: a systematic literature review *Tourism & Management Studies*, 14(3), 2018, pp. 41-51.DOI: <https://doi.org/10.18089/tms.2018.14304>
25. Haddoud M. Y., Onjewu A. K. E., Al-Azab M. R., Elbaz A. M. The psychological drivers of entrepreneurial resilience in the tourism sector. *Journal of Business Research*, 141, 2022. pp. 702-712.

26. Ipsos World Mental Health Day Report 2024. URL: <https://www.ipsos.com/en-id/ipsos-world-mental-health-day-report-2024>
27. Kozak M. Moving from Positive Psychology to Positive Tourism: A Conceptual Approach. *Tourism as a Pathway to Hope and Happiness*, 2022. Pp. 3-16. URL: <https://doi.org/10.21832/9781845418564-004>
28. Kruger S., Saayman M., Ellis S. (2014). The influence of travel motives on visitor happiness attending a wedding Expo. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(5), 2014. Pp. 649-665.
29. Lifestyle trends & Tourism: How changing consumer behavior impacts travel to Europe. Brussels: European Travel Commission. 2016. Pp. 23-27.
30. Liu B., Kralj A., Moyle B., He M., Li Y. Perceived destination restorative qualities in wellness tourism: The role of ontological security and psychological resilience. *Journal of Travel Research*, 64(4), 2025. Pp. 835-852.
31. Papadopoulou N. M., Ribeiro M. A., Prayag G. Psychological determinants of tourist satisfaction and destination loyalty: The influence of perceived overcrowding and overtourism. *Journal of Travel Research*, 62(3), 2023. Pp. 644-662.
32. Pathak D., Joshi G. Impact of psychological capital and life satisfaction on organizational resilience during COVID-19: Indian tourism insights. *Current Issues in Tourism*, 24(17), 2021. pp. 2398-2415.
33. Pearce P., Packer J. Minds on the move: New links from psychology to tourism. *Annals of Tourism Research*, 40, 2013. Pp. 386-410.
34. Pyke S., Hartwell H., Blake A., Hemingway A. Exploring wellbeing as a tourism product resource. *Tourism Management*, 55, 2016. Pp. 94-105.
35. Qu Z., Cao X., Ge H., Liu Y. How does national image affect tourists' civilized tourism behavior? The mediating role of psychological ownership. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 2021. Pp. 468-475.
36. Seven Most Popular Tech-Enhanced Wellness Travel Escapades in 2025. URL: <https://www.projectboldlife.com/experiences/seven-most-popular-tech-enhanced-wellness-travel-escapades-in-2025/>

37. Silent Retreats. URL: <https://bookretreats.com/s/yoga-retreats/silent-retreats>
38. Šimková E. Psychology and its application in tourism. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 114, 2014. Pp.317-321.
39. Skavronskaya L., Scott N., Moyle B., Le D., Hadinejad A., Zhang R., Shakeela A. Cognitive psychology and tourism research: state of the art. *Tourism Review*, 72(2), 2017. Pp. 221-237.
40. Therapy and Rehabilitation in Nepal. URL: <https://www.jonbainestours.com/tours/therapy-and-rehabilitation-in-nepal>
41. Therapy and Rehabilitation. URL: <https://www.jonbainestours.com/professions/therapy-and-rehabilitation>
42. Therapy tours. URL: <https://therapytours.in/>
43. Toura Travel Therapy. URL: <https://touratraveltherapy.com/>
44. Travel therapy. URL: <https://garysparistours.com/tours/travel-therapy/>
45. Tsai S. P. Investigating metaverse marketing for travel and tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 30(3), 2024. Pp.479-488.
46. Uysal M., Siry M., Woo E., Kin H. Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*, 53, 2015. Pp.244-261.
47. Wei C., Zhao W., Zhang C., Huang K. Psychological factors affecting memorable tourism experiences. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(7), 2019. Pp. 619-632.
48. What Is Positive Psychology? URL: <https://www.verywellmind.com/what-is-positive-psychology-2794902>
49. Yoga Tours & Retreats. URL: https://www.tourradar.com/f/yoga?srsltid=AfmBOoo4YLTnfFrdvlQgHDZXh74och9wTwn_c1Hcm4iMFBC2eyXJ6K_R
50. Zhang T. The build of tourism well-being Index System. *Business and Management Research*, 2(4), 2013. Pp. 110-115.