

Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2022. № 1(54). С. 75–79.  
*Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies)*. 2022;1(54):75–79.

Научная статья  
УДК 366.1  
doi: 10.47598/2078-9025-2022-1-54-75-79

## ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ В WELLNESS-ИНДУСТРИИ

**Екатерина Валерьевна Жилина<sup>1</sup>, Лилия Закировна Буранбаева<sup>2✉</sup>,  
Анжелика Александровна Никитина<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Институт истории и государственного управления Башкирского государственного университета,  
Уфа, Россия, Ekaterina-zhilina@inbox.ru

<sup>2</sup>Башкирская академия государственной службы и управления при Главе Республики Башкортостан,  
Уфа, Россия, blz05101969@mail.ru✉

<sup>3</sup>Башкирский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации,  
Уфа, Россия, aa\_nikitina@mail.ru

**Аннотация.** Предмет исследования — потребительское поведение на рынке wellness-услуг как сегмента индустрии здорового образа жизни. Цель исследования — анализ поведения потребителей wellness-индустрии в период пандемии COVID-19 и выявление приоритетных направлений ее развития в будущем. Задачи исследования — изучение роли рынка wellness-услуг в изменении потребительского поведения, современных трендов wellness-индустрии. Новизна исследования: выявлены актуальные тенденции, обуславливающие изменения в потребительском поведении и переориентации на онлайн-потребление услуг wellness-индустрии, раскрыты тренды ее развития. Выводы: пандемия коронавируса стала причиной постепенной переориентации на онлайн-потребление [7] (в том числе услуг wellness-индустрии) благодаря внедрению современных технологий в условиях цифровизации.

**Ключевые слова:** wellness, wellness-индустрия, здоровье, здоровый образ жизни, здравоохранение, потребительское поведение, рынок оздоровительных услуг, цифровизация

**Для цитирования:** Жилина Е. В., Буранбаева Л. З., Никитина А. А. Потребительское поведение в wellness-индустрии // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2022. № 1(54). С. 75–79. <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2022-1-54-75-79>.

Research Article

## CONSUMER BEHAVIOR IN THE WELLNESS INDUSTRY

**Ekaterina V. Zhilina<sup>1</sup>, Lilia Z. Buranbaeva<sup>2✉</sup>, Anzhelika A. Nikitina<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Institute of History and Public Administration of the Bashkir State University, Ufa, Russia,  
Ekaterina-zhilina@inbox.ru

<sup>2</sup>Bashkir Academy of Public Administration and Administration under the Head of the Republic of Bashkortostan,  
Ufa, Russia, blz05101969@mail.ru✉

<sup>3</sup>Bashkir Cooperative Institute (branch) of the Russian University of Cooperation, Ufa, Russia, aa\_nikitina@mail.ru

**Abstract.** The subject of the study is consumer behavior in the wellness services market as a segment of the healthy lifestyle industry. The purpose of the study is to analyze the behavior of consumers in the wellness industry during the COVID-19 pandemic and identify priority areas for its development in the future. The objectives of the study are to study the role of the wellness services market in changing consumer behavior, modern trends in the wellness industry. The novelty of the study: current trends are identified that cause changes in consumer behavior and reorientation towards online consumption of wellness industry services; trends of its development are revealed. Conclusions: the coronavirus pandemic has caused a gradual

reorientation to online consumption [1] (including wellness industry services) due to the introduction of modern technologies in the context of digitalization.

**Keywords:** wellness, wellness industry, health, healthy lifestyle, healthcare, consumer behavior, health services market, digitalization

**For citation:** Zhilina E. V., Buranbaeva L. Z., Nikitina A. A. Consumer behavior in the wellness industry. *Vestnik BIST (Bashkirskogo instituta social`ny`x texnologij) = Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies)*. 2022;1(54):75–79. <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2022-1-54-75-79>.

Здоровье как важнейшая потребность человека определяет его способность к труду, обеспечивает гармоничное развитие личности, предоставляет возможность участвовать в общественной, семейно-бытовой и досуговой жизнедеятельности [2]. Создавая индивидуальную систему поведения, человек обеспечивает себе физическое, духовное и социальное благополучие в окружающей среде и активное долголетие. Предпосылкой к этому является ведение здорового образа жизни (ЗОЖ).

Доказано, что образ жизни человека определяет один из основных факторов, оказывающих влияние на сохранение и укрепление здоровья. Его доля составляет 50% среди других факторов (наследственность — 20%, окружающая среда — 20%, медицинское обслуживание — 10%), то есть от личного поведения человека зависит 50% здоровья. Поэтому ведение ЗОЖ — это надежный способ профилактики возникновения заболеваний.

Для формирования системы ЗОЖ необходимо учитывать факторы, которые влияют на здоровье как положительно (качество и режим дня, рациональное питание, прогулка на свежем воздухе, закаливание, физическая активность, личная гигиена, оптимальный труд, полноценный отдых, психоэмоциональное состояние), так и отрицательно (курение, употребление алкоголя и наркотиков, эмоциональная и психическая напряженность, переизбыток, стресс, нарушение режима сна и отдыха, неблагоприятная экологическая обстановка).

Формирование, осознание и развитие потребностей и мотивации к ЗОЖ осуществляются под воздействием внешних и внутренних факторов. К внешним факторам необходимо отнести экономические, социальные, политические, исторические, национально-культурные. Внутренними факторами являются пол, возраст, вид деятельности, социальное поло-

жение, стиль и образ жизни и потребления, физическое состояние, уровень образования, психологические особенности потребителя.

Формирование ЗОЖ и выработка установок на сохранение здоровья у различных категорий населения в настоящее время является одним из приоритетных направлений здравоохранения Российской Федерации.

Пандемия COVID-19 и постоянный стресс заставили переосмыслить отношение человека к своему физическому и эмоциональному здоровью. Изменились не только желания потребителей, но и вкусы и требования к услугам (товарам). Спрос на пассажирские перевозки, услуги гостиниц и предприятий общественного питания в период пандемии существенно сократился, а на предметы личной гигиены, средства индивидуальной медицинской защиты, медицинские приборы (например, кварцевые лампы), наоборот, увеличился [3]. В 2020 году зафиксирован рост спроса на продовольственные товары, обусловленный закрытием предприятий общественного питания, и на непродовольственные товары в связи с ожиданиями роста цен на них. Кроме того, отмечено снижение спроса на услуги объектов развлекательной инфраструктуры.

В качестве основных тенденций, которые обуславливают изменения в потребительском поведении, можно выделить:

- рыночную неопределенность и чувствительность потребителя к цене как фактора, влияющего на его выбор;
- доступность и удобство услуги благодаря цифровизации и использования современных технологий;
- цифровое взаимодействие на основе роста спроса потребителей на получение услуг в онлайн формате;
- приоритет на благополучие потребителей [4].

Здоровье — традиционная категория wellness. Вначале получившая развитие за

рубежом wellness-индустрия, призванная удовлетворять совершенно разнообразные запросы и интересы потребителей, напрямую связана с развитием профилактической и эстетической медицины. Wellness как стиль жизни помогает потребителям замедлить старение, продлить молодость, повысить жизненный тонус [5].

Рост спроса на услуги wellness-индустрии связан с изменениями в моделях потребительского поведения. Так, большинство потребителей активно следят за своим рационом, ограничивая потребление жиров и сахара и отдавая предпочтение натуральным продуктам.

Новая индустрия направлена на повышение ответственности людей за свое здоровье, пропаганду различных систем оздоровления (в том числе и нетрадиционных), сознательный отказ от применения любых химических препаратов и лекарств. Основными принципами wellness как философии являются гармония, красота, уход, движение, питание, умственная и духовная активность.

Wellness-услуги отличаются в зависимости от страны и континента. Так, в Америке акцентируется внимание на профилактике и лечении заболеваний, связанных с сердечно-сосудистыми заболеваниями и лишним весом. В Азии специализируются на представлении услуг по сохранению и (или) восстановлению красоты, уходу за телом. Европа, имеющая большое число термальных источников и курортов, предлагает туристические услуги [6].

Стремление к балансу физического и эмоционального здоровья стимулирует быстрое сближение здравоохранения и wellness-индустрии. Современная wellness-индустрия успешно применяет доказательные медицинские методики, позволяющие фокусировать их на профилактику заболеваний и комплексное оздоровление организма, а система здравоохранения заимствует wellness-практики. Однако существует мнение, что системе здравоохранения и фармацевтической отрасли невыгодно, чтобы человек был здоровым. Более выгодным является наличие большого числа больных людей, которые постоянно будут обращаться к услугам медицинских и фармацевтических организаций. Химические препараты и лекарства не только не устраняют причины

болезней, но и могут вызвать побочные эффекты. К сожалению, в России в отличие, например, от азиатских стран, практика применения народных средств не развита.

Wellness-индустрия в последнее время взяла курс на цифровизацию. Объем инвестиций в технологические тренды (трекеры, фитнес-браслеты, разнообразные гаджеты, приложения, программные комплексы), действие которых направлено на предотвращение и профилактику болезней, повышение продолжительности и качества жизни, составляет примерно 1 трлн долларов. Технологические продукты используются людьми и дома, и на работе, позволяя отслеживать и оптимизировать здоровье [7]. Стремительное развитие получает практика использования диджитал-лекарств, обеспечивающих терапевтический эффект.

Информационный поток вызывает у человека с одной стороны беспокойство, а с другой — стимулирует на дальнейшее развитие. Wellness-компании в целях смягчения негативного влияния цифрового потребления на физическое и ментальное состояние человека, а также защиты от переизбытка цифровых взаимодействий, пропагандируют бесконтактную терапию и wellness-туризм.

Наблюдается повышенный спрос на соляные пещеры, витаминные капельницы, барокамеры, устройства для автоматического массажа, капсулы релаксации, фито-бары, процедурные кабинеты с цифровым доступом и т. д.

Практика путешествий с целью сохранения и укрепления здоровья становится все более популярной. Wellness-туризм позволяет человеку посещать санаторно-курортные учреждения с целью отдыха и оздоровления, восстановления и развития физических и духовных сил, повышения внутреннего благополучия и удовлетворения жизнью. Именно данные мотивы человека отличают wellness-туризм от медицинского туризма, целью которого является предоставление лечения от диагностического заболевания.

Wellness-туризм включает различные формы оздоровления (спа, йогу, тайский массаж, акупунктуру, медитацию, фитнес, диету, скандинавскую ходьбу, езду на велосипеде, катание на лыжах, дыхательную гимнастику, этниче-

ские и гастрономические программы) и образовательные программы по интеграции здоровых привычек в повседневную жизнь.

Повышенное внимание человека к своему здоровью и психическому благополучию приводит к постепенному размыванию границ wellness-индустрии. Потребителей больше интересует не накачивание мышц, а возможности восстановления баланса тела и разума, физического и ментального.

По мере развития технологий и активного их внедрения в wellness-индустрию возникает необходимость персонального подхода к потреблению оздоровительных услуг. Потребителю на основе индивидуальных рекомендаций разрабатывают специальное меню, комплекс физических упражнений, сеансы йоги и т. д.

При выборе продуктов питания, косметики, средств по уходу, витаминов, биодобавок, одежды и обуви потребители учитывают наличие натуральных компонентов в их составе и экологичность.

Большинство работодателей, учитывая психологическое здоровье работников из-за гибридного режима работы, стресса и неопределенности, готовы инвестировать в корпоративные программы оздоровления, основан-

ные на медитировании и потреблении здоровой пищи. В будущем ожидается развитие виртуальных оздоровительных услуг: телемедицины, онлайн-тренировок, онлайн-консультаций психологов и т. п.

Таким образом, покупательское поведение населения в период пандемии серьезно отразилось на деятельности предприятий и организаций, вынужденных либо закрыться, либо перейти на онлайн формат предоставления своих услуг (например, бесконтактная доставка) [8]. В числе пострадавших от пандемии представителей бизнеса можно выделить также производителей и поставщиков wellness-услуг.

Wellness-индустрия является основой для развития бизнеса. Производство продуктов питания, необходимых для поддержания и улучшения здоровья человека, оказание спортивно-оздоровительных услуг имеют не только экономическую выгоду, но и социальную значимость, способствующую сохранению и укреплению здоровья населения.

Трендовыми направлениями развития рынка wellness-услуг в ближайшем будущем станут ведение ЗОЖ, фитнес, питание, сон, внешний вид, ментальное здоровье.

#### Список источников

- [1] Пандемия изменила образ жизни россиян. Как это сказалось на потребительском поведении? // РБК исследования рынков. 21 июля 2021 г. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/12719/>
- [2] Здоровье — принцип жизни. Здоровый образ жизни как ценность современного человека // Департамент здравоохранения Ханты-Мансийского автономного округа — Югры. URL: <https://www.dzhmao.ru/info/articles/zdorove-printsip-zhizni-zdorovyy-obraz-zhizni-kak-tsennost-sovremennogo-cheloveka/>
- [3] Воронина Л. А., Шапошников А. М. Основные тенденции изменения потребительского поведения в условиях пандемии коронавируса. // Экономика: теория и практика. 2020. № 2 (58). С. 23–30.
- [4] Ухова А. И., Окольнішников А. Д., Беляев Н. А. Трансформация потребительского поведения россиян в условиях распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19) // Вестник Южно-Уральского государственного университета. 2021. Т. 15, № 1. С. 176–181.
- [5] Жура С. Е., Ершова И. В., Смирнова Н. С. Wellness экономика как основа современных концепций здравоохранения // Интерактивная наука. 2021. № 5 (60). С. 58–59.
- [6] Wellness-индустрия здоровья, красоты и благополучия // Wellness-портал. URL: <https://velnesportal.ru/wellness-style/wellness-industriya-zdorovya-krasoty-i-blagopoluchiya>
- [7] Буранбаева Л. З., Жилина Е. В., Абрамов Н. Р. Телемедицина как направление развития рынка цифровых технологий в здравоохранении // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2021. № 3 (52). С. 75–80.
- [8] Бойко Т. А., Коротченко Д. С., Долженкова Е. В. Покупательское поведение в условиях пандемии коронавируса // Молодежь и наука : материалы Международной научно-практической конференции старшеклассников, студентов и аспирантов (Нижний Тагил, 29 мая 2020 г.). Нижний Тагил : Нижнетагильский технологический институт (филиал) Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2020. С. 369–371.

## References

- [1] The pandemic has changed the way Russians live. How has this affected consumer behavior? // RBC market research. July 21, 2021. (In Russ.). Available from: <https://marketing.rbc.ru/articles/12719/>
- [2] Health is the principle of life. Healthy lifestyle as a value of a modern person // Department of Health of the Khanty-Mansiysk autonomous region — Ugra. (In Russ.). Available from: <https://www.dzhmao.ru/info/articles/zdorove-printsip-zhizni-zdorovyy-obraz-zhizni-kak-tsennost-sovremennogo-cheloveka/>
- [3] Voronina L. A., Shaposhnikov A. M. Main trends in consumer behavior changes in the context of the coronavirus pandemic. *E`konomika: teoriya i praktika = Economics: Theory and Practice*. 2020;2(58):23–30. (In Russ.).
- [4] Ukhova A. I., Okolnishnikov A. D., Belyaev N. A. Transformation of consumer behavior of Russians in the context of the spread of a new coronavirus infection (COVID-19). *Vestnik Yuzhno-Ural`skogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of the South Ural State University*. 2021;15(1):176–181. (In Russ.).
- [5] Zhura S. E., Ershova I. V., Smirnova N. S. Wellness economics as a basis for modern healthcare concepts. *Interaktivnaya nauka = Interactive Science*. 2021;5(60):58–59. (In Russ.).
- [6] Wellness-industry of health, beauty and well-being // Wellness-portal. (In Russ.). Available from: <https://velnesportal.ru/wellness-style/wellness-industriya-zdorovya-krasoty-i-blagopoluchiya>
- [7] Buranbaeva L. Z., Zhilina E. V., Abramov N. R. Telemedicine as a direction of development of the digital technology market in healthcare. *Vestnik BIST (Bashkirskogo instituta social`ny`x texnologij) = Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies)*. 2021;3(52):75–80. (In Russ.).
- [8] Boyko T. A., Korotchenko D. S., Dolzhenkova E. V. Purchasing behavior in the context of the coronavirus pandemic. *Molodezh` i nauka : materialy` Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii starsheklassnikov, studentov i aspirantov (Nizhnij Tagil, 29 maya 2020 g.) = Youth and science: materials of the International scientific and practical conference of high school students, students and graduate students (Nizhny Tagil, May 29, 2020)*. Nizhny Tagil: Nizhny Tagil Institute of Technology (branch) of the Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin; 2020. P. 369–371. (In Russ.).

## Информация об авторах

Е. В. Жилина — кандидат экономических наук, доцент кафедры экономико-правового обеспечения безопасности Института истории и государственного управления Башкирского государственного университета;

Л. З. Буранбаева — кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории и социально-экономической политики Башкирской академии государственной службы и управления при Главе Республики Башкортостан;

А. А. Никитина — кандидат экономических наук, научный сотрудник Башкирского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации.

## Information about the authors

E. V. Zhilina — Candidate of Science (Economics), Associate Professor at the Department of Economic and Legal Security, Institute of History and Public Administration of the Bashkir State University;

L. Z. Buranbayeva — Candidate of Science (Economics), Associate Professor at the Department of Economic Theory and Socio-Economic Policy, Bashkir Academy of Public Administration and Administration under the Head of the Republic of Bashkortostan;

A. A. Nikitina — Candidate of Science (Economics), researcher, Bashkir Cooperative Institute (branch) of the Russian University of Cooperation.

---

Статья поступила в редакцию 10.03.2022; одобрена после рецензирования 21.03.2022; принята к публикации 23.03.2022.

The article was submitted 10.03.2022; approved after reviewing 21.03.2022; accepted for publication 23.03.2022.