

Zuzanna Pawłowska

I rok SS2 Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze, Globalne Usługi Finansowe
Wydział Ekonomiczny, Uniwersytet Gdański

Tobiasz Ryk

III rok SS1 Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze, Biznes Międzynarodowy
Wydział Ekonomiczny, Uniwersytet Gdański

ROZWÓJ RYNKU *WELLNESS* I JEGO WPŁYW NA GOSPODARKE

Wstęp

Wzrost znaczenia zdrowego stylu życia oraz rosnąca świadomość dobrostanu fizycznego i psychicznego sprawiły, że *wellness* zyskał w ostatnich latach na popularności. Coraz więcej konsumentów zwraca uwagę na jakość życia, profilaktykę zdrowotną oraz równowagę między pracą a życiem prywatnym. Zjawisko to wpływa nie tylko na codzienne wybory jednostek, ale również na funkcjonowanie całej gospodarki. Wraz z rozwojem trendu powstały nowe rynki produktów i usług, a tradycyjne sektory zaczęły dostosowywać swoją ofertę do zmieniających się oczekiwań konsumentów. W efekcie *wellness* stało się istotnym czynnikiem kształtującym współczesne procesy gospodarcze.

Celem artykułu jest analiza wpływu trendu *wellness* na współczesną gospodarkę. W pracy przedstawiono istotę i rozwój tego zjawiska, jego skalę oraz strukturę, a także omówiono jego oddziaływanie na wybrane sektory oraz najważniejsze wyzwania związane z jego dalszym rozwojem. W realizacji celu wykorzystano metody badawcze oparte na analizie literatury przedmiotu oraz raportów branżowych, analizie danych statystycznych i prognoz rynkowych, a także na analizie porównawczej wybranych sektorów i regionów.

Dodatkowym problemem badawczym jest wskazanie, poprzez jakie mechanizmy ekonomiczne rynek *wellness* oddziałuje na wzrost gospodarczy, zatrudnienie i produktywność. Takie ujęcie pozwala traktować *wellness* nie tylko jako zbiór modnych praktyk konsumenckich, lecz także jako zjawisko wpływające na popyt, inwestycje, strategie przedsiębiorstw oraz organizację pracy.

1. Czym jest *wellness* – definicja i geneza

Historia *wellness* sięga lat 60. XX w., choć dopiero od niedawna pojęcie to jest powszechnie używane w dyskursie publicznym i w marketingu. Koncepcja ta rozszerza ujęcie zdrowia fizycznego o wymiar mentalny, społeczny oraz środowiskowy, przyjmując tym samym charakter holistyczny¹.

Na rozwój tego rynku kluczowy wpływ miały ograniczenia tradycyjnych systemów ochrony zdrowia w krajach rozwiniętych. Systemy oparte na modelu naprawczym okazały się kosztowne i coraz mniej wydolne, a rosnące wydatki związane z leczeniem chorób cywilizacyjnych wymusiły zwrócenie uwagi na prewencję. W konsekwencji coraz większą odpowiedzialność za zdrowie zaczęto przypisywać jednostce. Równolegle zachodziły istotne zmiany o charakterze społeczno-kulturowym. Rozwój mediów społecznościowych znacząco zwiększył dostępność treści dotyczących zdrowia, diety i aktywności fizycznej, przyczyniając się do popularyzacji stylu życia zorientowanego na dobrostan.

Wszystkie te procesy zostały dodatkowo wzmocnione przez pandemię COVID-19, która stała się jednym z najważniejszych katalizatorów zmian. Izolacja społeczna oraz wzrost obaw o zdrowie sprawiły, że konsumenci na całym świecie zwrócili się ku produktom i usługom wspierającym odporność oraz kondycję. Jednocześnie pandemia przyczyniła się do spadku zaufania do systemów ochrony zdrowia, co jeszcze bardziej uwidoczniło trend poszukiwania alternatywnych form dbania o zdrowie².

Skala tego zjawiska znajduje odzwierciedlenie w danych. Według Global Wellness Institute sektor *wellness* obejmuje szeroki zakres branż, przecinając się m.in. z turystyką, nieruchomościami, technologią, żywnością czy modą³. W 2024 r. globalny rynek *wellness* osiągnął wartość 6,8 bln USD, co odpowiadało 6,12% światowego PKB. Prognozy wskazują, że do 2029 r. jego wartość wzrośnie do 9,8 bln USD⁴, co oznacza tempo rozwoju ponad dwukrotnie wyższe niż w przypadku gospodarki globalnej.

1 *Global Wellness Institute – What is wellness?*, <https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/> (dostęp: 20.03.2026).

2 *Global Wellness Economy Monitor 2025*, Global Wellness Institute, Miami 2025, s. 18, <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/2025-global-wellness-economy-monitor/> (dostęp: 20.03.2026).

3 *Ibidem*, s. 1.

4 *Ibidem*, s. 2.

2. Struktura sektorowa i zróżnicowanie regionalne

Gospodarka *wellness* składa się z jedenastu głównych sektorów, które charakteryzują się zróżnicowaną dynamiką wzrostu i udziałem w rynku. Raport GWI z 2024 r. ukazuje wartości i charakterystykę poszczególnych rynków oraz prognozy ich rozwoju na przyszłość⁵. Analizując te dane, można zauważyć wyraźną dominację tradycyjnych segmentów o ugruntowanej pozycji. Należą do nich przede wszystkim kosmetyki i pielęgnacja, zdrowa żywność oraz aktywność, które łącznie odpowiadają za ponad połowę całej gospodarki *wellness*.

Jednocześnie najszybsze tempo wzrostu prognozowane jest w sektorach silnie powiązanych z długofalowymi trendami demograficznymi oraz rozwojem technologii. Szczególnie wyróżniają się nieruchomości, co odzwierciedla rosnące oczekiwania wobec przestrzeni mieszkalnych, które mają nie tylko zaspokajać podstawowe potrzeby, ale również aktywnie wspierać zdrowie i dobrostan mieszkańców. Dynamicznie rozwijają się także obszary takie jak medycyna, źródła termalne oraz zdrowie psychiczne.

Istotnym aspektem jest również zróżnicowanie geograficzne. Największym rynkiem pozostaje Ameryka Płn., gdzie roczne wydatki na osobę przekraczają 6000 USD. Na kolejnych miejscach znajduje się Europa Zach. (około 1900 USD na osobę) oraz region Azji i Pacyfiku, który (pomimo niższych wydatków) odnotowuje niezwykle dynamiczny wzrost⁶. Różnice te uwidaczniają jednocześnie jedną z kluczowych słabości gospodarki *wellness*, czyli jej elitaryzację oraz nierówny dostęp.

Tabela 1. Wybrane dane liczbowe dotyczące gospodarki *wellness*

Obszar rynku	Wartość bazowa	Prognoza	Znaczenie gospodarcze
Cała gospodarka <i>wellness</i>	6,8 bln USD w 2024 r.	9,8 bln USD w 2029 r.	Skala porównywalna z dużymi sektorami globalnej gospodarki
Zdrowa żywność	1,15 mld USD w 2024 r.	1,62 mld USD w 2029 r.	Presja na zmianę oferty producentów żywności
Higiena osobista i uroda	1,35 mld USD w 2024 r.	1,71 mld USD w 2029 r.	Wzrost znaczenia profilaktyki i personalizacji
Turystyka <i>wellness</i>	0,89 mld USD w 2024 r.	1,38 mld USD w 2029 r.	Wyższe wydatki turystów i rozwój hoteli spa
Cyfrowe zdrowie	178,37 mld USD w 2024 r.	486,55 mld USD w 2032 r.	Rozwój telemedycyny, AI i modeli subskrypcyjnych

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych *Global Wellness Economy Monitor 2025*, Global Wellness Institute, Miami 2025 i *Digital Health – Market Insights, Competitive Landscape, and Market Forecast – 2032*, Delve Insight, 2025.

5 *Ibidem*, s. 6.

6 *Ibidem*, s. 4.

Zestawienie wskazuje, że gospodarka *wellness* nie rozwija się równomiernie. Największe wartości osiągają segmenty powiązane z codzienną konsumpcją, natomiast najwyższą dynamikę i potencjał innowacyjny wykazują obszary technologiczne. Oznacza to, że wpływ *wellness* na gospodarkę wynika jednocześnie ze wzrostu masowego popytu konsumenckiego i z powstania nowych modeli biznesowych.

Tabela 2. Mechanizmy oddziaływania rynku *wellness* na gospodarkę

Mechanizm oddziaływania	Dane	Interpretacja
Popytowy	Globalny rynek <i>wellness</i> : 6,8 bln USD w 2024 r., prognoza 9,8 bln USD w 2029 r.	Wzrost wydatków konsumentów na zdrowie, aktywność, kosmetyki, żywność i turystykę zwiększa znaczenie <i>wellness</i> jako samodzielnego segmentu gospodarki.
Technologiczno-inwestycyjny	Cyfrowe zdrowie: 178,37 mld USD w 2024 r., prognoza: 486,55 mld USD w 2032 r.	Rozwój aplikacji, telemedycyny, AI i modeli subskrypcyjnych przyciąga kapitał.
Turystyczny	Turystyka <i>wellness</i> : 894 mld USD w 2024 r., prognoza 1,38 bln USD w 2029 r.	<i>Wellness</i> podnosi wartość usług, ponieważ turyści poszukują nie tylko wypoczynku, lecz także regeneracji i profilaktyki.
Pracowniczy	Niski poziom zaangażowania i prezenteizm: ok. 438 mld USD kosztów rocznie dla gospodarki globalnej.	Efektywność programów dobrostanu zależy od jakości wdrożenia i nie powinna być traktowana jako automatyczna redukcja kosztów.
Społeczny	Wysoka cena wielu usług <i>wellness</i> ogranicza ich dostępność.	Rozwój rynku może pogłębiać nierówności, jeżeli dobrostan staje się dobrem dostępnym głównie dla osób o wyższych dochodach.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych *Global Wellness Economy Monitor 2025*, Global Wellness Institute, Miami 2025, *Digital Health – Market Insights, Competitive Landscape, and Market Forecast – 2032*, Delve Insight, 2025, Gallup, *Global Engagement Falls for the Second Time Since 2009*, *Promoting Health and Well-being at Work: Policy and Practices*, OECD, Paryż 2022.

Przedstawione mechanizmy pokazują, że wpływ *wellness* na gospodarkę nie ogranicza się do wzrostu sprzedaży konkretnych produktów i usług. Rynek ten oddziałuje jednocześnie na strukturę konsumpcji, kierunki inwestycji, organizację pracy oraz poziom nierówności społecznych. Z tego względu *wellness* należy analizować nie tylko jako trend konsumencki, lecz także jako

zjawisko wpływające na alokację kapitału, konkurencyjność przedsiębiorstw oraz politykę zarządzania kapitałem ludzkim.

3. Rozwój technologii *wellness*

Rynek cyfrowego zdrowia obejmuje znacznie więcej niż często z nim kojarzone aplikacje i *wearables*. W jego skład wchodzi e-konsultacje, wykorzystanie sztucznej inteligencji w diagnostyce oraz tzw. terapie cyfrowe. Technologie stają się fundamentem całego sektora, zwiększając dostępność usług medycznych i umożliwiając bardziej spersonalizowaną opiekę. Według raportu *Delve Insight*, w 2024 r. globalny rynek cyfrowego zdrowia był wart 178,37 mld USD, a do 2032 r. może wzrosnąć do 486,55 mld USD, co oznacza średnioroczny wzrost przekraczający 18%⁷.

W imponującym tempie rozwija się segment technologii wspierających aktywność. W ciągu ostatnich pięciu lat jego wartość podwoiła się, osiągając około 86 mld USD. Duża część tego rynku działa w modelu subskrypcyjnym, co oznacza, że aplikacje i platformy *wellness* generują powtarzalne przychody. Z tego względu sektor przyciąga zarówno inwestorów jak i największych graczy technologicznych, takich jak *Google* czy *Amazon*⁸.

Równolegle, starzejące się społeczeństwa oraz rosnąca liczba chorób przewlekłych stawiają nowe wyzwania przed systemami zdrowotnymi. W tym kontekście rozwija się tzw. *longevity economy*, będąca segmentem skupiającym się na wydłużaniu życia i poprawie jego jakości. Nie chodzi już tylko o klasyczną opiekę geriatryczną, ale o zaawansowane rozwiązania mające spowalniać, a w niektórych przypadkach nawet odwracać procesy starzenia na poziomie komórkowym. Dane pokazują skalę zjawiska, według raportu *Longevity Technology*, w 2024 r. inwestycje w startupy związane z wydłużaniem życia osiągnęły wartość 8,49 mld USD, czyli o ponad 200% więcej niż rok wcześniej⁹. Szczególnie dużo kapitału trafia do organizacji wykorzystujących AI oraz zaawansowaną analizę danych.

Jeżeli trend się utrzyma, jego konsekwencje wyjdą daleko poza sektor zdrowia. Pojawiają się wyzwania dla systemów emerytalnych i ubezpieczeniowych,

7 *Digital Health – Market Insights, Competitive Landscape, and Market Forecast – 2032*, Delve Insight, 2025, <https://www.delveinsight.com/report-store/digital-health-market> (dostęp: 20.03.2026).

8 *Annual Longevity Investment Report 2024*, Longevity Technology, 2024, <https://longevity.technology/investment/report/annual-longevity-investment-report-2024/> (dostęp: 20.03.2026).

9 *Ibidem*.

ale także całkowicie nowe rynki produktów i usług dla populacji, która nie tylko żyje dłużej, lecz także chce jak najdłużej zachować zdrowie i aktywność.

4. Żywność i kosmetyki

Wellness radykalnie i trwale przekształciło światowy przemysł spożywczy. Konsumenci coraz częściej postrzegają żywność nie tylko przez pryzmat smaku czy sytości, ale także jako element dbania o zdrowie. To podejście napędza popyt na produkty wykraczające poza tradycyjną żywność, a skala rynku dobrze pokazuje, że mamy do czynienia z czymś więcej niż tylko trendem.

W praktyce widać to na dwóch poziomach. Z jednej strony rośnie zainteresowanie produktami wzbogacanymi o konkretne składniki o udokumentowanym działaniu, takie jak kwasy omega-3 czy witaminy. Z drugiej strony, dużą popularność zdobyły tzw. *superfoods*, takie jak jagody goji czy nasiona chia. Według danych GWI segment ten osiągnął w 2024 r. wartość 1,15 mld USD, a do 2029 r. może wzrosnąć do 1,62 mld¹⁰. Ta dynamika wywiera ogromną presję na koncerny spożywcze, które muszą dostosowywać swoje produkty do zmieniających się preferencji konsumentów.

Podobne zmiany zachodzą w branży kosmetycznej. Tradycyjne podejście do walki ze starzeniem stopniowo ustępuje miejsca bardziej holistycznemu spojrzeniu na pielęgnację, zmienia się też sama grupa odbiorców. Kosmetyki o działaniu przeciwstarzeniowym przestają być domeną dojrzałych konsumentów, sięgają po nie coraz młodsze osoby, traktując je raczej jako profilaktykę. Według danych GWI sektor kosmetyków i pielęgnacji osiągnął w 2024 r. wartość około 1,35 mld USD¹¹. Coraz popularniejsza staje się też kategoria nutrikosmetyków, czyli suplementów diety mających poprawiać wygląd od wewnątrz, co dodatkowo zaciera granicę między przemysłem spożywczym, farmaceutycznym i kosmetycznym.

5. Turystyka *wellness*

Obok dynamicznie rozwijającego się rynku kosmetyków i żywności, drugim wyraźnym filarem tej gospodarki jest turystyka *wellness*, czyli wszystkie podróże związane z dążeniem do utrzymania lub poprawy osobistego dobrostanu¹². W przeciwieństwie do klasycznej turystyki zdrowotnej koncentrującej się na leczeniu konkretnych chorób i schorzeń, turystyka *wellness* ma charakter proaktywny i prewencyjny.

10 *Global Wellness Economy Monitor 2025*, Global Wellness Institute, s. 63.

11 *Ibidem*, s. 59.

12 *Ibidem*, s. 77.

Dane za ostatnie lata (2020-2024) pokazują, jak szybko ten segment odbudował się po pandemicznym załamaniu. W 2020 r. rynek wyraźnie zmalał, ale już w 2022 r. jego wartość ponownie przekroczyła 800 mld USD. W 2024 r. osiągnął poziom 894 mld USD, co oznacza wzrost o 13,8% w porównaniu z poprzednimi latami. Prognozy na 2029 r. wskazują na dalszy dynamiczny rozwój nawet do 1,38 bln USD¹³. Rosnąca popularność nie jest przypadkowa, coraz częściej wyjazdy postrzegane są jako inwestycja w zdrowie, a nie tylko forma biernego odpoczynku. Dodatkowo upowszechnienie pracy zdalnej umożliwiło łączenie podróży z codziennymi obowiązkami. W odpowiedzi nawet tradycyjne hotele zaczynają rozszerzać swoją ofertę o elementy *wellness*, ponieważ, jak wynika z raportu GWI, turysta *wellness* wydaje średnio o 40-60% więcej niż przeciętny podróżny.

Przykładem państwa, które świadomie wykorzystuje ten trend, jest Arabia Saudyjska. W ramach strategii *Vision 2030* intensywnie inwestuje ona w rozwój turystyki luksusowej i *wellness*, m.in. poprzez projekty nad Morzem Czerwonym czy kompleks Amaala. W latach 2020-2022 sektor ten notował średnioroczny wzrost na poziomie około 66%, co dobrze pokazuje skalę potencjału tego rynku¹⁴.

W przypadku Polski wpływ trendu *wellness* jest widoczny przede wszystkim w rozwoju hoteli spa, usług uzdrowiskowych, pakietów regeneracyjnych oraz oferty turystycznej łączącej wypoczynek z profilaktyką zdrowotną. Nie tworzy to jeszcze tak dużego rynku, jak w USA czy Europie Zachodniej, ale pokazuje, że *wellness* może wzmacniać konkurencyjność regionów opartych na turystyce, usługach medycznych i zasobach naturalnych, takich jak wody mineralne czy walory klimatyczne. *Wellness* może zwiększać wartość dodaną polskiej turystyki, ponieważ przesuwą ofertę z biernego wypoczynku w stronę usług specjalistycznych. Sprzyja to wydłużaniu sezonu turystycznego, rozwojowi lokalnych miejsc pracy oraz wzrostowi popytu na usługi komplementarne.

Jednocześnie rozwój tego segmentu ujawnia ograniczenia typowe dla gospodarki *wellness*, ponieważ część usług pozostaje dostępna głównie dla konsumentów o wyższych dochodach, a korzyści ekonomiczne koncentrują się przede wszystkim w regionach posiadających odpowiednią infrastrukturę oraz rozpoznawalną markę turystyczną.

13 *Ibidem*, s. 78.

14 Global Wellness Institute – Global Wellness Institute Launches New Report Highlighting Saudi Arabia's Booming Wellness Economy, <https://globalwellnessinstitute.org/press-room/press-releases/gow-saudi-arabia/> (dostęp: 20.03.2026).

6. *Wellness* a rynek pracy i kapitał ludzki

Wpływ popularyzacji *wellness* nie ogranicza się jedynie do powstania nowych, ogromnych sektorów rynku. Coraz wyraźniej widać go także wewnątrz przedsiębiorstw, a dokładniej w sposobie zarządzania pracownikami i podejściu do kapitału ludzkiego.

Zależność jest dość prosta, pracownicy w lepszej kondycji psychicznej i fizycznej są bardziej skoncentrowani, kreatywni oraz efektywni. Jednocześnie badania zwracają uwagę na kosztowny problem prezenteizmu, czyli sytuacji, w której pracownik co prawda jest obecny, ale z powodu zmęczenia, choroby czy wypalenia pracuje znacznie poniżej swoich możliwości. Według danych *Gallupa* z 2024 r. niski poziom zaangażowania i prezenteizm kosztują globalną gospodarkę około 438 mld USD rocznie¹⁵. Dlatego coraz więcej przedsiębiorstw inwestuje w programy wspierające zdrowie i dobrostan pracowników. Ich efekty są wymierne, a dobrze zaprojektowane programy mogą ograniczyć absencję chorobową nawet o 25%¹⁶. W warunkach intensywnej konkurencji o wysoko wykwalifikowanych pracowników, kompleksowa oferta benefitów związanych ze zdrowiem stała się kluczowym czynnikiem różnicującym pracodawców i budującym lojalność. Dotyczy to zwłaszcza młodszych pokoleń. Na podstawie badania *Deloitte Gen Z and Millennial Survey*, opublikowanego w 2024 r., można zauważyć trzy istotne trendy¹⁷. Po pierwsze, zdecydowana większość młodych pracowników (86% Gen Z i 89% Gen Y) uznaje poczucie sensu pracy i zgodność z wartościami za kluczowe dla satysfakcji i dobrostanu. Po drugie, około jednej trzeciej badanych deklaruje, że odrzuciła ofertę pracy ze względu na brak tej zgodności, np. w kontekście podejścia do zdrowia psychicznego pracowników.

Dodatkowo w systemach opieki zdrowotnej, w których koszty ubezpieczenia w dużej mierze ponoszą pracodawcy, zdrowie pracowników ma konkretne przełożenie finansowe. Lepsza kondycja zespołu oznacza niższe składki i mniejsze wydatki na leczenie. Szacunki pokazują, że każdy dolar zainwestowany

15 *Gallup – Global Engagement Falls for the Second Time Since 2009*, <https://www.gallup.com/workplace/659279/global-engagement-falls-second-time-2009.aspx> (dostęp: 20.02.2026).

16 *Promoting Health and Well-being at Work: Policy and Practices*, OECD, Paris 2022, s. 86, https://www.oecd.org/en/publications/promoting-health-and-well-being-at-work_e179b2a5-en.html (dostęp: 20.03.2025).

17 2025 Gen Z and Millennial Survey – Growth and the pursuit of money, meaning, and well-being, Deloitte Global, Nowy Jork 2025, s. 34, <https://www.deloitte.com/global/en/issues/work/genz-millennial-survey.html> (dostęp: 20.03.2026).

w programy *wellness* może przynieść od 3 do 6 dolarów oszczędności, m.in. dzięki ograniczeniu kosztów medycznych i absencji¹⁸.

Warto jednak zachować ostrożność w interpretowaniu opłacalności takich programów. Badania pokazują, że programy *wellness* w miejscu pracy mogą poprawiać deklarowane nawyki zdrowotne pracowników, ale ich wpływ na koszty opieki zdrowotnej, absencję i produktywność bywa ograniczony oraz zależy od sposobu zaprojektowania programu. Oznacza to, że *wellness* w przedsiębiorstwie nie powinien być traktowany jako automatyczny instrument redukcji kosztów, lecz jako element szerszej strategii zarządzania kapitałem ludzkim.

W odpowiedzi na tę zależność powstał cały segment usług B2B *wellness*, który oferuje kompleksowe rozwiązania, takie jak warsztaty radzenia sobie ze stresem czy szkolenia z zakresu zdrowia. Choć w skali globalnej sektor ten wciąż jest relatywnie niewielki (ok. 53 mld USD w 2024 r.)¹⁹, jego znaczenie strategiczne i wpływ na inne obszary gospodarki nie mogą zostać pominięte.

7. Kontrowersje

Mimo imponujących wskaźników wzrostu i pozytywnego wpływu na innowacyjność oraz świadomość zdrowotną, gospodarka *wellness* niesie ze sobą szereg poważnych wyzwań.

Najbardziej fundamentalnym problemem jest nierówny dostęp do dóbr i usług. Większość produktów i doświadczeń jest po prostu droga. W praktyce sprawia to, że aktywne uczestnictwo w kulturze pozostaje przywilejem. Badacze wskazują, że współczesny trend może funkcjonować jako nowa forma nacisku społecznego²⁰. Przerzuca on odpowiedzialność za zdrowie, które w dużej mierze zależy od czynników systemowych, wyłącznie na jednostki. Te dysproporcje tworzą realny paradoks, w którym ideologia głosząca powszechne prawo do dobrostanu i zdrowia, w rzeczywistości pogłębia istniejące nierówności społeczne i zdrowotne.

Równocześnie gwałtowny rozwój inwestycji w startupy z obszaru *longevity*, *digital health* czy innych technologii *wellness*, choć napędza innowacje, niesie ryzyko powstania bańki spekulacyjnej. Wiele młodych startupów jest

18 A. L. McCart, *Strategic Health Education by Organizational Leaders: Enhancing Workforce Well-Being and Performance*, „Journal of Quality in Health Care & Economics”, 2024, nr 7, s. 9, <https://medwinpublishers.com/article-description.php?articleId=13366> (dostęp: 20.03.2026).

19 Global Wellness Institute, *Global Wellness Economy Monitor 2025*, s. 111.

20 C. Cederström, A. Spicer, *The Wellness Syndrome*, Polity Press, Cambridge, Malden 2015, s. 40.

wycenianych na astronomiczne kwoty głównie w oparciu o obietnice przełomowych odkryć, które mogą nigdy nie zostać skomercjalizowane lub pojawić się dopiero za kilkanaście lat. Przykładem są gwałtowne wahania wartości akcji *Peloton Interactive*, które straciły około 97% swojej wartości, co pokazuje, że sektor ten nie jest odporny na wahania rynkowe.

Dodatkowym zagrożeniem jest komercjalizacja pojęcia dobrostanu. Firmy mogą wykorzystywać język troski o zdrowie głównie jako narzędzie marketingowe, bez realnej wartości dla konsumentów lub pracowników. W takim ujęciu *wellness* staje się elementem budowania wizerunku, a nie odpowiedzią na rzeczywiste problemy zdrowotne i społeczne. Może to prowadzić do rozwoju zjawiska określanego jako *wellness washing*, czyli deklarowania troski o dobrostan bez proporcjonalnych działań i mierzalnych efektów.

8. Wnioski

Można stwierdzić, że rozwój trendu *wellness* wywarł i nadal wywiera istotny wpływ na współczesną gospodarkę. To, co jeszcze niedawno funkcjonowało jako niszowy styl życia, dziś przekształciło się w rozbudowany sektor o ogromnej skali. Generuje miejsca pracy, przyciąga inwestycje oraz sprzyja powstawaniu innowacji zarówno w obszarze medycyny, jak i w codziennych praktykach. Trend ten wyraźnie wpływa także na tradycyjne branże, takie jak żywność, kosmetyki, turystyka czy nieruchomości. Marki coraz częściej dostosowują swoje produkty i strategie do rosnących oczekiwań konsumentów, którzy zwracają większą uwagę na zdrowie, jakość oraz transparentność. Zjawisko to stwarza nowe możliwości rozwoju, ale wiąże się również z ryzykiem nadużyć.

W najbliższych latach można spodziewać się dalszego wzrostu tego sektora, szczególnie widoczny będzie w krajach rozwijających się, zwłaszcza w Azji Południowo-Wschodniej, na Bliskim Wschodzie oraz w Ameryce Łacińskiej, gdzie rosnące dochody i zmiany stylu życia sprzyjają popularyzacji idei.

Wpływ *wellness* na gospodarkę ma charakter trwały i wykracza poza chwilową modę. Można go postrzegać jako element szerszej zmiany społecznej, która wpływa zarówno na decyzje konsumentów, jak i strategie przedsiębiorstw oraz kierunki rozwoju rynków.

Z przeprowadzonej analizy wynika również, że najważniejsze skutki ekonomiczne *wellness* dotyczą czterech obszarów: wzrostu popytu konsumpcyjnego, rozwoju inwestycji w technologie zdrowotne, zmian w zarządzaniu kapitałem ludzkim oraz narastania ryzyk związanych z nierównym dostępem i komercjalizacją zdrowia. Dlatego dalszy rozwój tego rynku powinien być oceniany nie tylko przez pryzmat wartości sprzedaży, lecz także przez jego realny wpływ na produktywność, jakość życia i nierówności społeczne.

Bibliografia

- 2025 Gen Z and Millennial Survey – Growth and the pursuit of money, meaning, and well-being, Deloitte Global, Nowy Jork 2025, <https://www.deloitte.com/global/en/issues/work/genz-millennial-survey.html>.
- Annual Longevity Investment Report 2024, Longevity Technology, 2024, <https://longevity.technology/investment/report/annual-longevity-investment-report-2024/>.
- Cederström C., Spicer A., *The Wellness Syndrome*, Polity Press, Cambridge, Malden 2015.
- Digital Health – Market Insights, Competitive Landscape, and Market Forecast – 2032, Delve Insight, 2025, <https://www.delveinsight.com/report-store/digital-health-market>.
- Gallup, *Global Engagement Falls for the Second Time Since 2009*, <https://www.gallup.com/workplace/659279/global-engagement-falls-second-time-2009.aspx>.
- Global Wellness Economy Monitor 2025, Global Wellness Institute, Miami 2025, <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/2025-global-wellness-economy-monitor>.
- Global Wellness Institute, *Global Wellness Institute Launches New Report Highlighting Saudi Arabia's Booming Wellness Economy*, <https://globalwellnessinstitute.org/press-room/press-releases/gow-saudi-arabia/>.
- Global Wellness Institute, *What is wellness?*, <https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/>.
- McCart A. L., *Strategic Health Education by Organizational Leaders: Enhancing Workforce Well-Being and Performance*, „Journal of Quality in Health Care & Economics”, 2024, nr 7, <https://medwinpublishers.com/article-description.php?artId=13366>.
- Promoting Health and Well-being at Work: Policy and Practices*, OECD, Paryż 2022, https://www.oecd.org/en/publications/promoting-health-and-well-being-at-work_e179b2a5-en.html.

Streszczenie

Celem artykułu jest przedstawienie zagadnienia *wellness* oraz jego wpływu na współczesną gospodarkę. We wstępie wskazano na rosnące znaczenie zdrowego stylu życia i wzrost świadomości konsumentów w zakresie dobrostanu fizycznego i psychicznego. W pierwszej części omówiono definicję i genezę, a także przedstawiono czynniki sprzyjające jego popularyzacji, takie jak ograniczenia systemów ochrony zdrowia, zmiany społeczno-kulturowe oraz pandemia COVID-19. Następnie zaprezentowano strukturę sektorową gospodarki, wskazując najważniejsze segmenty rynku, ich wartość i prognozy wzrostu. Zwrócono uwagę na dominację wybranych sektorów, takich jak kosmetyki, zdrowa żywność i aktywność fizyczna. Kolejne części poświęcono roli technologii, w tym rozwojowi cyfrowego zdrowia i rozwiązaniom opartym na sztucznej inteligencji. Omówiono także wpływ na przemysł spożywczy i kosmetyczny oraz na turystykę. Poruszono również znaczenie w kontekście rynku pracy, wskazując na jego wpływ na efektywność pracowników oraz strategię zarządzania zasobami ludzkimi. W końcowej części omówiono główne kontrowersje oraz przedstawiono wnioski i perspektywy dalszego rozwoju tego trendu.

Słowa kluczowe: *wellness*, gospodarka *wellness*, trendy konsumenckie, zdrowie i dobrostan

DEVELOPMENT OF THE WELLNESS MARKET AND ITS IMPACT ON THE ECONOMY

Summary

The aim of the article is to present the topic of wellness and its impact on the contemporary economy. The introduction highlights the growing importance of a healthy lifestyle and the increasing consumer awareness of physical and mental well-being. The first part discusses the definition, origins, and factors contributing to its popularisation, including limitations in healthcare systems, socio-cultural changes, and the COVID-19 pandemic. Next, the sectoral structure of the wellness economy is presented, highlighting the key market segments, their value and growth forecasts. Attention is drawn to regional differences and the dominance of selected sectors, such as cosmetics, healthy food, and physical activity. Subsequent sections focus on the role of technology, including the development of digital health and AI-based solutions. The impact on the food and cosmetics industries, as well as tourism, was discussed. The article further addresses the significance in the labour market, indicating its influence on employee efficiency and human resource management strategies. The final part discusses the main controversies, presents conclusions, and offers perspectives on the trend's further development.

Keywords: wellness, wellness economy, consumer trends, health and well-being