

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

**«Проектування та просування продукту лікувально-
оздоровчого туризму
Вінницької області на міжнародний ринок»**

Студентки 2 курсу 10 групи
освітнього ступеня «магістр»
спеціальності 242 «Туризм»
спеціалізації «Міжнародний
туристичний бізнес»

_____ (підпис)

Узун
Вікторії Віталіївни

Науковий керівник
к.е.н., доц.

_____ (підпис)

Хлопьяк
Сергій Васильович

Гарант освітньої програми
д.е.н., професор

_____ (підпис)

Ткаченко
Тетяна Іванівна

Київ 2019

Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу

Кафедра туризму та рекреації

Освітній ступінь «магістр»

Спеціальність 242 «Туризм»

Спеціалізація «Міжнародний туристичний бізнес»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____

« _____ » _____ 20 ____ р.

ЗАВДАННЯ

на випускню кваліфікаційну роботу студентіві

Узун Вікторії Віталіївни

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:
«Проектування та просування продукту лікувально-оздоровчого туризму
Вінницької області на міжнародний ринок»

Затверджена наказом ректора від «30» жовтня 2018 р. № 3992

2. Термін здачі студентом закінченої роботи – 16.11.2019 р.

Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи – дослідження концептуальних засад формування та обґрунтування інноваційного проекту розробки та впровадження продукту лікувально-оздоровчого туризму Вінницької області на міжнародний ринок.

Об'єкт дослідження – процес формування інноваційного туристичного продукту на міжнародному ринку лікувально-оздоровчого туризму.

Предмет дослідження – теоретичні, методологічні та практичні аспекти проектування та просування туристичного продукту Вінницької області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму на міжнародний ринок.

3. Перелік графічного матеріалу:

Рис. «Компоненти marketing mix «5С» із урахуванням специфіки ринку санаторно-курортних послуг», рис. «Основні етапи розробки лікувально-оздоровчого продукту», рис. «Компоненти лікувально-оздоровчого туризму», рис. «Структура

ринку лікувально-оздоровчого туризму за цільовим критерієм».

4. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

| Розділ | Консультант | Підпис, дата | |
|--------|-------------|----------------|------------------|
| | | Завдання видав | Завдання прийняв |
| 1 | Хлопяк С.В. | 02.12.2018 | 02.12.2018 |
| 2 | Хлопяк С.В. | 02.12.2018 | 02.12.2018 |
| 3 | Хлопяк С.В. | 02.12.2018 | 02.12.2018 |

5. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом):

Вступ

Розділ 1. Концептуальні засади формування інноваційного туристичного продукту на міжнародному ринку лікувально-оздоровчого туризму.

1.1. Лікувально-оздоровчий туризм як об'єкт наукового дослідження.

1.2. Інноваційні практики проектування та просування продукту лікувально-оздоровчого туризму на міжнародний ринок.

Висновки до розділу 1.

Розділ 2. Передумови формування лікувально-оздоровчого туристичного продукту Вінницької області на міжнародному ринку.

2.1. Туристично-рекреаційний потенціал Вінницької області.

2.2. Аналіз міжнародного ринку в сегменті лікувально-оздоровчого туризму.

2.3. Стейкхолдери інноваційного туристичного продукту.

Висновки до розділу 2.

Розділ 3. Проект інноваційного продукту Вінницької області на міжнародному ринку лікувально-оздоровчого туризму.

3.1. Сутність та складові проекту інноваційного туристичного продукту в сегменті лікувально-оздоровчого туризму.

3.2. Механізм просування інноваційного продукту лікувально-оздоровчого туризму на міжнародний ринок.

3.3. Ефективність проекту туристичного продукту Вінницької області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму на міжнародному ринку.

Висновки до розділу 3.

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

Додатки

6. Календарний план виконання роботи:

| № пор. | Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи | Строк виконання етапів роботи | |
|--------|--|-------------------------------|---------------|
| | | За планом | Фактично |
| 1 | Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи | 01.09.2018- 29.10.2018 р. | 29.10.2018 р. |
| 2 | Оформлення і затвердження завдання на роботу | 30.10.2018- 02.12.2018 р. | 02.12.2018 р. |
| 3 | Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника | 03.12.2018 - 12.05.2019 р. | 12.05.2019 р. |
| 4 | Написання та оформлення наукової статті | до 01.06.2019 р. | 01.06.2019 р. |
| 5 | Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника | 13.05.2019- 31.08.2019 р. | 31.08.2019 р. |
| 6 | Написання та попередній захист 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника | 01.09.2019- 20.10.2019 р. | 20.10.2019 р. |
| 7 | Оформлення випускної кваліфікаційної роботи за структурою, представлення роботи на кафедру та попередній захист у комісіях | 21.10.2019- 03.11.2019 р. | 03.11.2019 р. |
| 8 | Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту | 04.11.2019- 15.11.2019 р. | 15.11.2019 р. |
| 9 | Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедру | до 16.11.2019 р. | 16.11.2019 р. |
| 10 | Захист випускної кваліфікаційної роботи у екзаменаційній комісії | згідно з розкладом | |

7. Дата видачі завдання «02» грудня 2018 р.

8. Науковий керівник

випускної кваліфікаційної роботи _____

С.В. Хлопьяк

(підпис)

10. Гарант освітньої програми _____

Т.І. Ткаченко

(підпис)

11. Завдання прийняв до виконання студент _____ В.В. Узун
(підпис)

12. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студент _____

Науковий керівник
випускної кваліфікаційної роботи _____ С.В. Хлопак
(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист _____
(ПІБ, підпис, дата)

13. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

*Випускна кваліфікаційна робота студента _____
(прізвище, ініціали)
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.*

Гарант освітньої програми _____ Т.І. Ткаченко
(підпис)

Завідувач кафедри _____ Т.І. Ткаченко
(підпис)

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| ВСТУП | 7 |
| РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ | 9 |
| 1.1. Лікувально-оздоровчий туризм як об’єкт наукового дослідження..... | 9 |
| 1.2. Інноваційні практики проектування та просування продукту лікувально-оздоровчого туризму на міжнародний ринок..... | 14 |
| Висновки до розділу 1 | 20 |
| РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ | 23 |
| 2.1. Туристично-рекреаційний потенціал Вінницької області..... | 23 |
| 2.2. Аналіз міжнародного ринку в сегменті лікувально-оздоровчого туризму..... | 30 |
| 2.3. Стейкхолдери інноваційного туристичного продукту..... | 38 |
| Висновки до розділу 2 | 47 |
| РОЗДІЛ 3. ПРОЕКТ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК ЛІКУВАЛЬНО – ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ | 49 |
| 3.1. Сутність та складові проекту інноваційного туристичного продукту в сегменті лікувально – оздоровчого туризму..... | 49 |
| 3.2. Механізм просування інноваційного продукту лікувально-оздоровчого туризму на міжнародний ринок..... | 56 |
| 3.3. Ефективність проекту туристичного продукту Вінницької області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму на міжнародному ринку..... | 61 |
| Висновки до розділу 3 | 65 |
| ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ | 67 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 70 |
| ДОДАТКИ | 75 |

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сучасне суспільство все більше піклується про зміцнення та охорону свого здоров'я. Високий потенціал фізичної та розумової діяльності людей є безпосередньою передумовою повноцінного життя. Лікувально-оздоровчий туризм дає змогу в комфортних і невимушених умовах підтримувати стан здоров'я у належному стані, тому його розвиток останніми роками є вкрай динамічним як на вітчизняному, так і на міжнародному туристичних ринках.. Загальносвітова мода на здоровий зовнішній вигляд поступово охоплює Україну: за останні десять років вітчизняний ринок оздоровчого закордонного туризму зріс майже на третину. З огляду на те, що Україна має один із найкращих природних лікувально-оздоровчих потенціалів у Європі, питання вдосконалення санаторно-курортного комплексу стає одним з найпріоритетніших напрямів розвитку вітчизняного туризму та просування його на міжнародний ринок

Рівень дослідженості теми. Значний внесок у дослідження проблем розвитку і функціонування сфери туристично-рекреаційних послуг та лікувально-оздоровчого туризму зробили такі відомі зарубіжні та вітчизняні вчені, як: І. С. Барчуков, В. С. Бовкун, К. Д. Бокова, М. О. Бокова, О. М. Ветитнева, М. В. Вачевський., Кифяк В.Ф., Живицький О.В., Бережна О.О, та ряду інших. У їх працях розглядається як тематика розвитку санаторно-курортної галузі у цілому, так і аналізуються окремі аспекти 5 функціонування таких інституційно-територіальних утворень, якими є туристично-рекреаційні комплекси.

Метою роботи – дослідження концептуальних засад формування та обґрунтування інноваційного проекту розробки та впровадження продукту лікувально-оздоровчого туризму Вінницької області на міжнародний ринок.

Об'єкт дослідження – процес формування інноваційного туристичного продукту на міжнародному ринку лікувально-оздоровчого туризму.

Предмет дослідження – теоретичні, методологічні та практичні аспекти проектування та просування туристичного продукту Вінницької області в

сегменті лікувально-оздоровчого туризму на міжнародний ринок.

Наукова новизна отриманих результатів даного дослідження полягає у теоретичному обґрунтуванні суті, місця й значення вітчизняного лікувально-оздоровчого туризму в системі міжнародного туристичного ринку.

Практичне значення отриманих результатів дають теоретичне підґрунтя для розвитку лікувально-оздоровчого туризму у Вінницькій області на якісно новому рівні за рахунок шляхів підвищення його конкурентоспроможності та врахування сприятливих факторів, які розкриті в процесі дослідження на базі санаторію «Авангард».

Апробація результатів дослідження. За результатами проведеного дослідження підготовлено та опубліковано наукову статтю на тему «Проблеми та перспективи розвитку лікувально-оздоровчого туризму у Вінницькій області» (Додаток А) у збірнику студентських наукових праць КНТЕУ, 2019 р.

Структура роботи. Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, бібліографії, що налічує 29 джерел використаної літератури, та додатків. Робота містить 16 таблиць, 20 рисунків, 4 додатка. Загальний обсяг роботи складає 87 сторінок.

РОЗДІЛ 1

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ

1.1. Лікувально-оздоровчий туризм як об'єкт наукового дослідження

Оздоровчий вплив туризму сприяє його широкому використанню в комплексі курортного лікування. Останнім часом у науково-методичній літературі, засобах масової інформації пропагується такий вид туризму, як лікувальний, або лікувально-оздоровчий. Лікувальний туризм посідає особливе місце в системі загальносвітових курортно-туристичних відносин. За показником людино-днів перебування частка в світовому туристичному обороті лікувального туризму становить менше 1%, а в структурі доходів – близько 5%, тобто є найбільш грошомісткою галуззю туризму.

Питання організації лікувально-оздоровчого туризму та його місця у системі туристичної індустрії розкрито у працях зарубіжних та вітчизняних учених І. С. Барчукова, В. С. Бовкуна, К. Д. Бокова, М. О. Бокової, О. М. Ветитнева, М. В. Вачевського, А. А. Геги, Б. І. Аксентійчука, С. В. Івасівки, П. В. Гудза, О. Р. Зав'ялової, Л. Б. Журавльової, О. М. Нікелова, С. В. Леонова, О. Г. Матрошиліна, О. М. Жданова, А. М. Тучак, В. І. Поляковського, І. В. Котова, Ю. М. Федотова, І. В. Востокова, В. Д. Дехтяра, В. І. Дубовського, Ю. Я. Рogaля, М. В. Одрехівського, Р. П. Шологона, М. І. Алексєєва, О. І. Чебаненка, Мацола В.І., Марьяненко П.В., Кифяк В.Ф., Живицький О.В., Бережна О.О, та ряду інших.

Дослідження туризмологів засвідчили, що лікувально-оздоровчий туризм посідає особливе місце в системі загальносвітових відносин [1,2]. Сьогодні на ринку туристичних послуг найбільше ціниться можливість відновлення здоров'я під час захоплюючих туристичних мандрівок.

З метою формування чіткого поняття лікувально-оздоровчого туризму було проаналізовано низку понять, що характеризують його основні риси (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Визначення поняття «лікувально-оздоровчий туризм»

| Автор | Визначення |
|---------------------|--|
| Мацола В.І. [7] | Лікувально-оздоровчий туризм передбачає переміщення резидентів і нерезидентів в межах державних кордонів і за межі державних кордонів на термін не менше 20 ч і не більше 6 міс. в оздоровчих цілях, цілях профілактики різних захворювань організму людини. |
| Марьяненко П.В. [6] | Лікувально-оздоровчий туризм – це різновид як індивідуального так й групового відпочинку, що передбачає здійснення певних відновлювальних та лікувальних процедур. |
| Кифяк В.Ф. [5] | Лікувально-оздоровчий туризм передбачає досягнення наступних цілей: відпочинок, рекреація, лікування, оздоровлення. |
| Живицький О.В. [4] | Рекреаційний туризм – це подорож для відпочинку, оздоровлення або лікування, яку здійснюють використовуючи природні властивості клімату, мінеральних вод, грязі, привабливих ландшафтних та інших ресурсів. |
| Бережна О.О. [2] | Лікувально-оздоровчий туризм є організація стаціонар-ного/амбулаторного розміщення туристів з метою поєднання послуг з лікування певного захворювання та відпочинку. |

Джерело: складено автором

Узагальнюючи дослідження авторів щодо визначення поняття лікувально-оздоровчий туризму, останній слід розглядати як подорож на визначений термін з метою отримання широкого комплексу послуг, які поєднують відпочинок, оздоровлення, лікування та рекреацію.

Існує спільність думок авторів, що розвиток лікувально-оздоровчого туризму тісно пов'язаний із станом санаторно-курортної галузі, яка в теперішніх умовах зазнає певні труднощі, які пов'язані із зменшенням кількості санаторно-курортних комплексів, відсутністю їх фінансування, моральним та фізичним зносом медичного обладнання та інші [2,4,5].

Історично склалося так, що в більшості зарубіжних країн (Італія, Франція, США та ін.), За винятком так званої німецької школи курортології (Німеччина, Чехія, Словаччина), лікувально-оздоровчий туризм трактують, виходячи з головного мотиву поїздки - поєднання оздоровлення та відпочинку, відсуваючи при цьому медичний аспект на другий план. При цьому Європейська асоціація наукових експертів в галузі туризму використовує дефініцію лікувально-оздоровчого туризму, запропоновану австралійським вченим Л.К. Ріхтером:

«Лікувально-оздоровчий туризм - поєднання відпочинку і розваг та індивідуальних, спрямованих на турботу про клієнта програм здоров'я» [4,6,8].

Далі докладніше розглянемо класифікації лікувально-оздоровчого туризму виходячи із аналізу визначень науковців. Вони визначають досліджуваний термін, як розділ курортології, який розглядає організацію роботи санаторно-курортної галузі з точки зору технології подорожі. Однак даний підхід, на мою думку, не є вірним, оскільки комплекс послуг в лікувально-оздоровчому туризмі ширше, ніж в курортній рекреації. Даний аспект підтверджується наведеними далі класифікаціями.

Лікувально-оздоровчий туризм можна розділити на лікувальний і оздоровчий, поєднаннями комбінацій, яких є медичний, санаторно-курортний і оздоровчий туризм (рис.1.1).

Оздоровчий туризм реалізується як на території санаторно-курортних установ, так і в оздоровчо-профілактичних закладах (спа-центри, аква-центри, косметологічні салони, спортивно-оздоровчі комплекси тощо).

Оздоровчий туризм реалізується як на території санаторно-курортних установ, так і в оздоровчо-профілактичних закладах (спа-центри, аква-центри, косметологічні салони, спортивно-оздоровчі комплекси тощо).

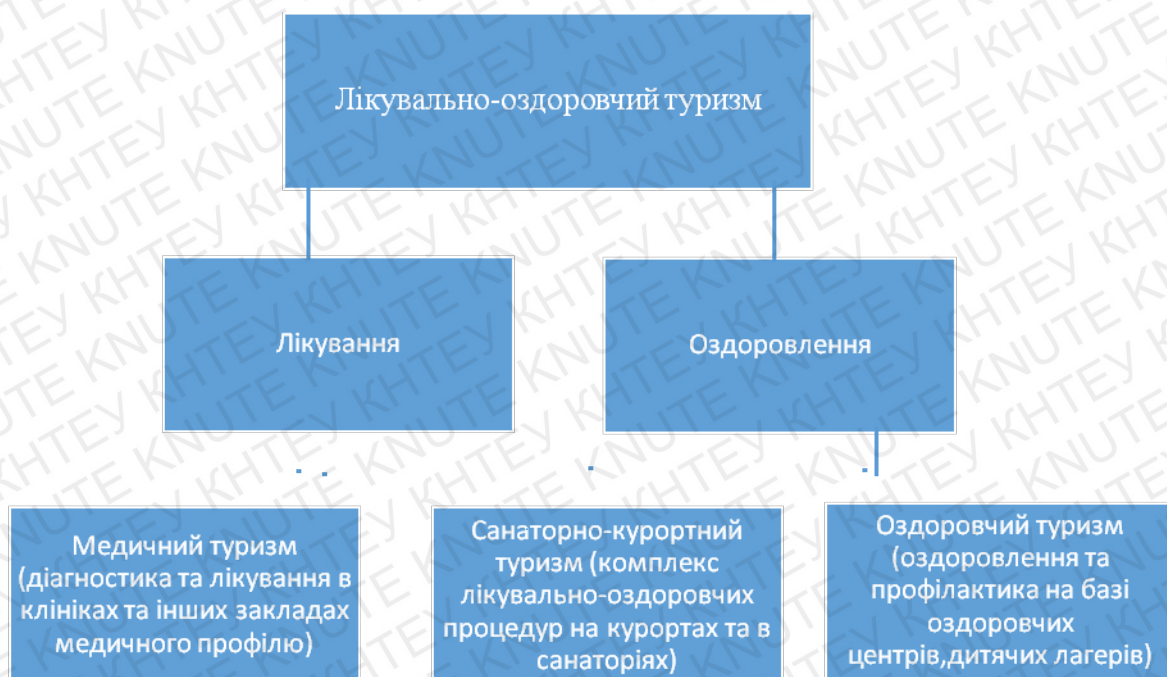
Основою розвитку лікувально-оздоровчого туризму є природні рекреаційні ресурси. За визначенням О.О. Бейдика, природні рекреаційні ресурси - це природні тіла, явища, процеси або окремі елементи рельєфу, які проявляються на певній площі протягом певного часу і які можуть бути використані для цілей рекреації і туризму [10,11].

Природні рекреаційні ресурси лікувально-оздоровчого туризму включають кліматичні, орографічні (геоморфологічні), бальнеологічні та грязелікувальні, водні (гідрологічні), ландшафтні, рослинні ресурси і ресурси тваринного світу.

Природні рекреаційні ресурси лікувально-оздоровчого туризму включають кліматичні, орографічні (геоморфологічні), бальнеологічні та грязелікувальні, водні (гідрологічні), ландшафтні, рослинні ресурси і ресурси тваринного світу.

Курорти по домінуючому природному лікувальному ресурсу поділяють на

кліматичні, в яких основним лікувальним фактором виступає біоклімат; бальнеологічні, де лікування засноване на використанні мінеральних вод, і грязьові. Можливо також поєднання на курортах різних природних ресурсів.



*Рис.1.1. Компоненти лікувально-оздоровчого туризму
Джерело: [10]*

Найбільш поширеними і популярними об'єктами лікувально-оздоровчого туризму є санаторії. Їх медичне оснащення визначається двома факторами: основними природними лікувальними факторами, які використовуються в оздоровниці, і її профілем. Профіль санаторію визначають захворювання, які в ньому лікують.

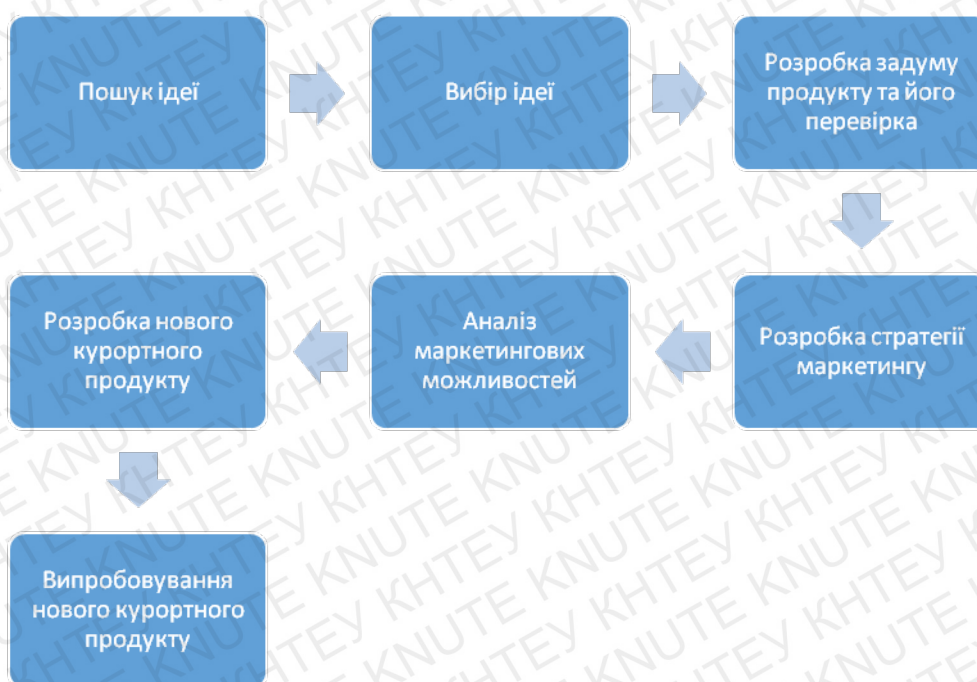
Санаторії характеризуються найрозвиненішою матеріальною базою і, як правило, найбільшою територією. Територію санаторно-курортного закладу можна розділити на три основні функціональні зони: лікувальну, господарську та селітебну. Найбільшою зоною є лікувальна, в якій розміщені спальні і лікувальні корпуси, зимові та літні спорткомплекси, їдальня, центр дозвілля, і парк санаторію. Спальні корпуси - це готельний комплекс, оснащений всім необхідним. Столову відрізняє від ресторану обов'язкове надання відпочиваючим

відповідного дієтичного харчування. Крім їдальні, як правило, є безалкогольні бари та фіто-бари [10,11].

У XX ст. в світі виникла ціла курортна індустрія, яка охоплює практично всі країни і континенти. На базі традиційних кліматичних бальнеологічних, і грязьових курортів з'явилися нові форми оздоровлення - SPA, wellness, fitness.

Поїздки в рамках лікувально-оздоровчого туризму можуть переслідувати різні цілі:

- можуть бути оздоровчими (в разі коли відпочинок, та особливі кліматичні і природні умови роблять позитивний вплив на здоров'я);
- можуть припускати лікувальну складову в якості додаткової програми;
- можуть здійснюватися за призначенням лікаря і мати лікування в якості основної туристської мети (в цю категорію входить, наприклад, відпочинок в спеціалізованих санаторіях).



*Рис.1.2. Основні етапи розробки лікувально-оздоровчого продукту
Джерело: [10]*

Лікувально-оздоровчий туризм в сучасному світі - один з основних видів туризму, саме тому так важлива його організація. Згідно О.Р. Зав'ялової під

організованим туризмом слід розуміти подорожі одного або декількох туристів (а також груп) по попередньо розробленій туристським підприємством програмі, яка містить заздалегідь узгоджений маршрут, терміни перебування і обсяг послуг, що надаються [8,9].

Укладання лікувально-оздоровчих програм для санаторно-курортних закладів передбачає такі сім етапів розробки лікувально-оздоровчого продукту (рис.1.2).

Залежно від місцевості і специфіки курорту, програми турів можуть включати різноманітні лікувальні процедури, що передбачають наявність медичних показань. Це може бути відвідування водо- і грязелікарень, аерарії і соляріїв, масаж і лікувальна фізкультура, електросвітлолікування, інгаляції і т.п. При призначенні оздоровчих заходів необхідно враховувати вік, захворювання і протипоказання, існуючі у людини.

1.2. Інноваційні практики проектування та просування продукту лікувально-оздоровчого туризму на міжнародний ринок

При розробці стратегії просування лікувально-оздоровчого туризму на міжнародний ринок впливають різні умови, в тому числі вид стратегії - стратегія "проштовхування" або "витягування". Стратегія "проштовхування" забезпечує стимули для учасників каналів збуту, щоб спонукати їх просувати продукцію лікувально-оздоровчого туризму до кінцевого споживача. При використанні стратегії "витягування" маркетингові зусилля спрямовані на кінцевих споживачів з метою спонукати їх купувати відповідний продукт і звертатися за ним до посередників, таким чином, їх попит витягує продукт у виробника через канали розповсюдження.

Виробленням підходів, завдань, напрямків, інструментів в області просування санаторно-курортних послуг займалися автори робіт Т. Несторенко, О. Мороз, Ю. Мігущенко, М. Оборін, Р. Попова, Н. Ступень та ін. [6]. У наукових публікаціях наголошувалося необхідність застосування методів маркетингу, а

саме комплексу маркетингу (marketing mix), який дає можливість всебічно вивчити фактори, що впливають на рішення споживача про покупку, чітко провести позиціонування ринку санаторно-курортних послуг, визначити інструменти просування і їх ефективність. Класичною системою комплексу маркетингу вважається модель «4P» І. Дж. Маккартні Концепція дозволяє виробити товарну, збутову, цінову політику і політику просування. Застосування «4P» в секторі ринку, який працює не на кінцевого, рядового споживача, а на такі ж компанії (наприклад «B2B»), буде мати високу ефективність. В системі ринкових відносин «бізнес - клієнт» («B2C»), кожен компонент marketing mix «4P» вимагає суттєвого конкретизації [12,13].

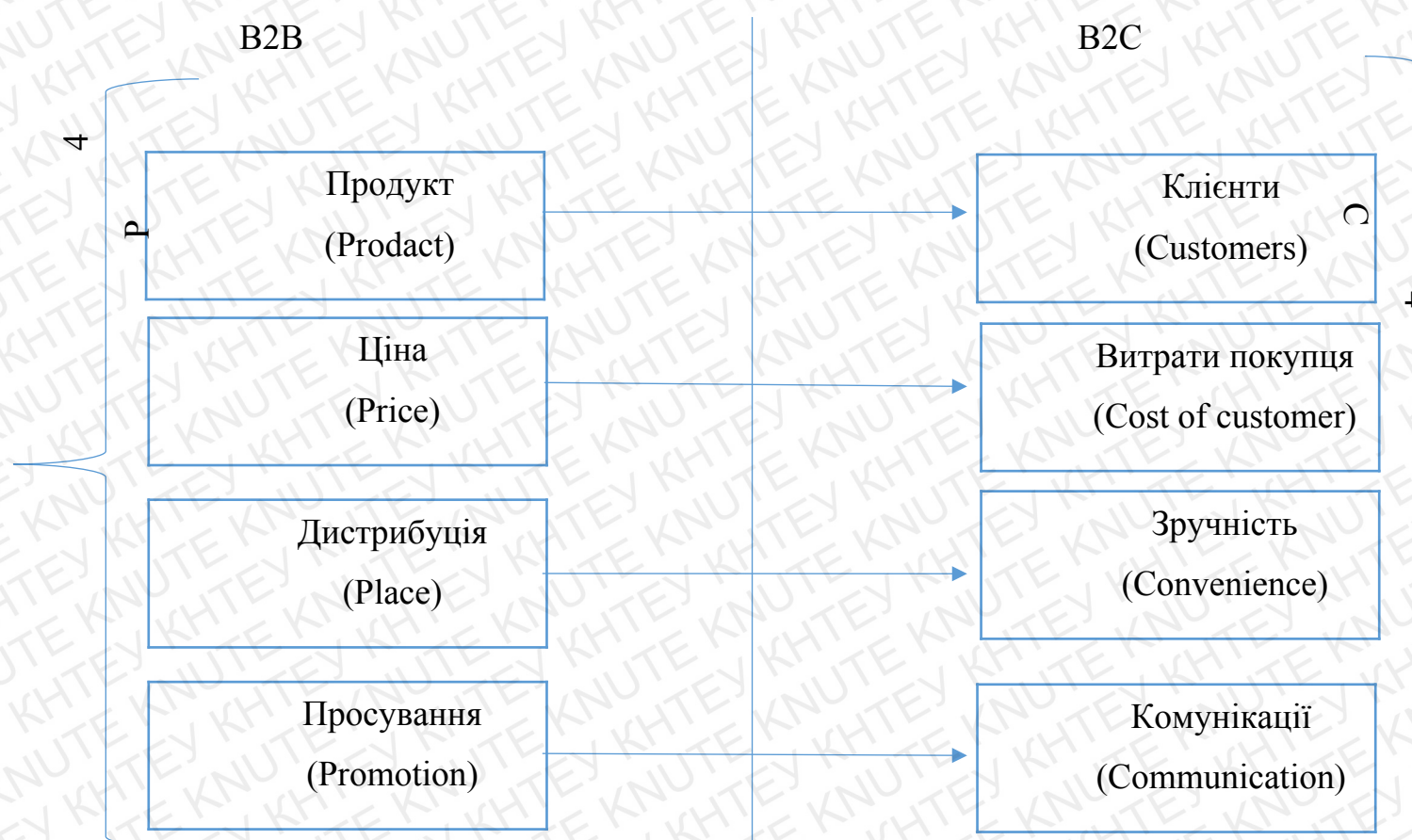


Рис. 1.3. Порівняння моделей marketing mix 4P та 4C в розрізі бізнес-системи

Джерело: [17]

Ринок санаторно-курортних послуг - це система відносин, орієнтована на кінцевого споживача, так як споживач, купуючи путівку, задовольняє власні індивідуальні потреби і рішення приймає виходячи зі стану власного здоров'я. У

процесі продажу товару велике значення має професіоналізм продавця і емоційний стан покупця. Наведені параметри ринку санаторно-курортних послуг свідчать про наявність системи взаємовідносин (бізнес-відносин) «B2C».

Ринок санаторно-курортних послуг в рамках marketing mix представлений центральною ланкою - споживачем (рекреанти, відпочиваючі). Однак об'єкт дослідження, виконуючи значну соціально-економічну роль (поліпшення якості здоров'я населення).

На думку автора, вдосконалена модель marketing mix "5C" враховує вплив зовнішніх факторів і може служити в якості базису для розробки системи просування регіонального ринку санаторно-курортних послуг (рис.1.3).

Ринок санаторно-курортних послуг в рамках marketing mix представлений центральною ланкою - споживачем (рекреанти, відпочиваючі).

Ринок санаторно-курортних послуг в рамках marketing mix представлений центральною ланкою - споживачем (рекреанти, відпочиваючі). Однак об'єкт дослідження, виконуючи значну соціально-економічну роль (поліпшення якості здоров'я населення), схильний до істотного впливу факторів зовнішнього середовища, які можна згрупувати наступним чином: політичний і адміністративний вплив, економічні, соціальні, технологічні, культурна та традиції населення. На мою думку, вдосконалена модель marketing mix "5C" враховує вплив зовнішніх факторів і може служити в якості базису для розробки системи просування регіонального ринку санаторно-курортних послуг (рис.1.4).

Система просування ринку лікувально-оздоровчих послуг представлена на рис 1.4. Запропонована система просування має чотири ієрархічних рівня:

- 1) базовий рівень - аналіз споживчого попиту за допомогою комплексу маркетингу «5C»;
- 2) рівень створення цінностей - відбувається сегментування клієнтського потоку (засноване на результатах, отриманих в рамках базового рівня), націлювання та позиціонування ринку санаторно-курортних послуг, а також в рамках цього рівня передбачається вироблення різноспрямованих заходів з просування лікувальних послуг, підпорядкованих стратегічній мети;

3) фіксування вартості - передбачається фіксація результатів застосування методів просування (можлива корекція прийомів і методів) і отримання зворотного зв'язку від споживача санаторно-курортних послуг;

4) збереження цінностей - відбувається утримання клієнта та залучення нових клієнтів, що базується на апробованих методах залучення, в результаті відбувається зростання доходів ринку санаторно-курортних послуг (Додаток Б).

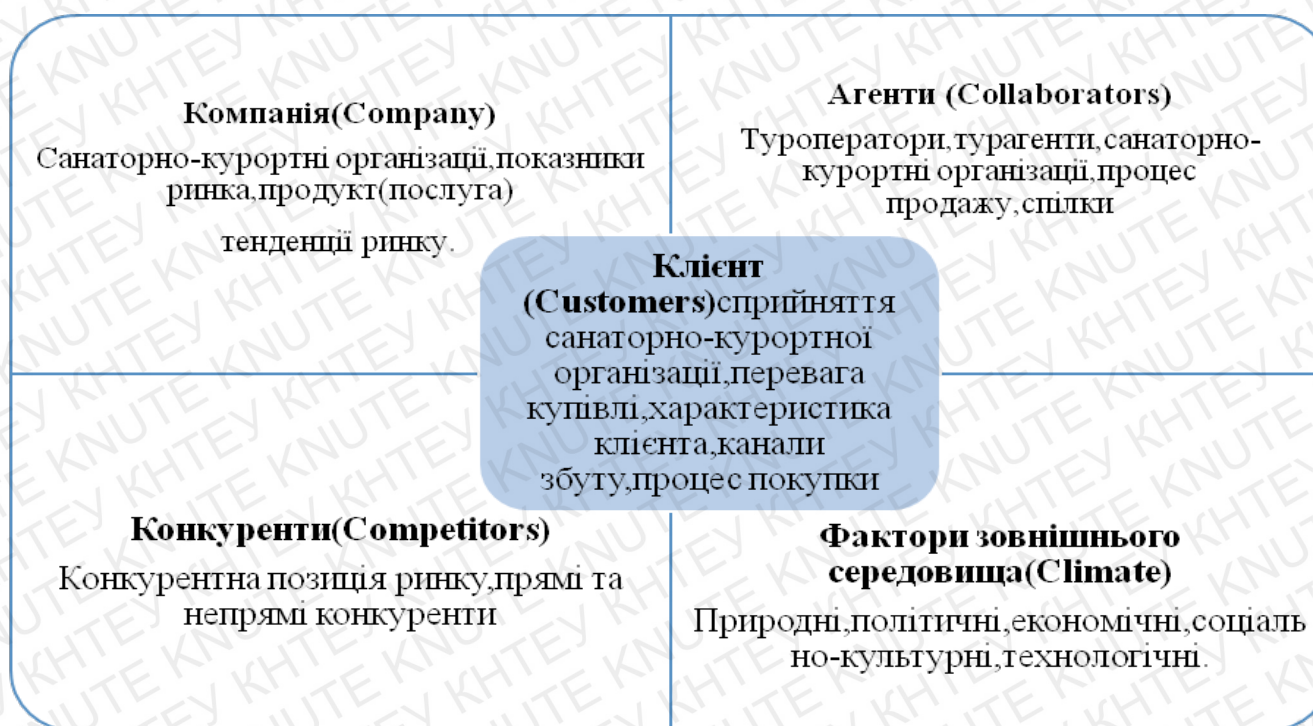


Рис.1.4. Компоненти marketing mix «5С» із урахуванням специфіки ринку санаторно-курортних послуг

Джерело: [17]

Розглянемо європейські практики просування санаторно – курортних послуг на міжнародний ринок лікувальних послуг. Відомий угорський курорт Мішкольц-Тапольца славиться своїми водолікувальними купальнями, які розташовані в природних термальних печерах. До печерної купальні відноситься також відкрите термальне озеро, що живиться теплими джерелами, насиченими різними газами [14]. За висновком лікарів, повітря печери надає оздоровчий вплив при катаральних утрудненнях дихання, астмі. Загалом, угорці використали стратегію

виходу на міжнародний ринок лікувально-оздоровчих послуг - "проштовхування" або "витагування".

Для просування угорського туристичного продукту на міжнародний ринок лікувально-оздоровчих послуг було сконцентровано зусилля на інформування споживача про переваги пропонованого продукту, створений позитивний імідж курорту Мішкольц-Тапольца та Угорщини загалом, в свідомості споживачів, і формуванні стабільного попиту, тобто використовувалась стратегію "витагування" [17]. Однак, оскільки лікувально-оздоровчий продукт не має матеріальної форми, параметрів постійної якості, і споживачам для задоволення потреб в даному продукті необхідно переміститися до місця його формування та випробувати послуги на собі, то для просування угорського лікувально-оздоровчого продукту необхідно також використовувати стратегію залучення споживачів.

В ході реалізації даної стратегії основні зусилля були спрямовані на надання необхідної інформації про угорський курорт споживачам, формування доброзичливого ставлення до нього і його придбання. Успішне застосування стратегії, призвело до того, що споживач звернувся до одного з учасників каналу збуту, щоб придбати лікувально-оздоровчу послугу, і отримав її безпосередньо у творців туристичної послуги, в Угорщині. У такому випадку вирішили, що споживачеві надається знижка і забезпечується надійність отримання послуг, що входять у вартість (рис 1.5). В якості основних засобів, які використовувалися для просування образу угорського курортного продукту на міжнародний ринок можна виділити:

- рекламу (в ЗМІ, мережі Інтернет, соціальних мережах, зовнішня реклама);
- стимулювання споживачів (система бонусів, знижки, "гарячі" тури);
- зв'язки з громадськістю (благодійний акції, зустрічі з пресою, фестивалі та ін);
- участь в міжнародних туристичних виставках і ярмарках і організація власних заходів.

При реалізації стратегії просування угорського продукту на міжнародний

ринок оздоровчо-лікувальних послуг між учасниками були розподілені функції, обов'язки, права і відповідальність.

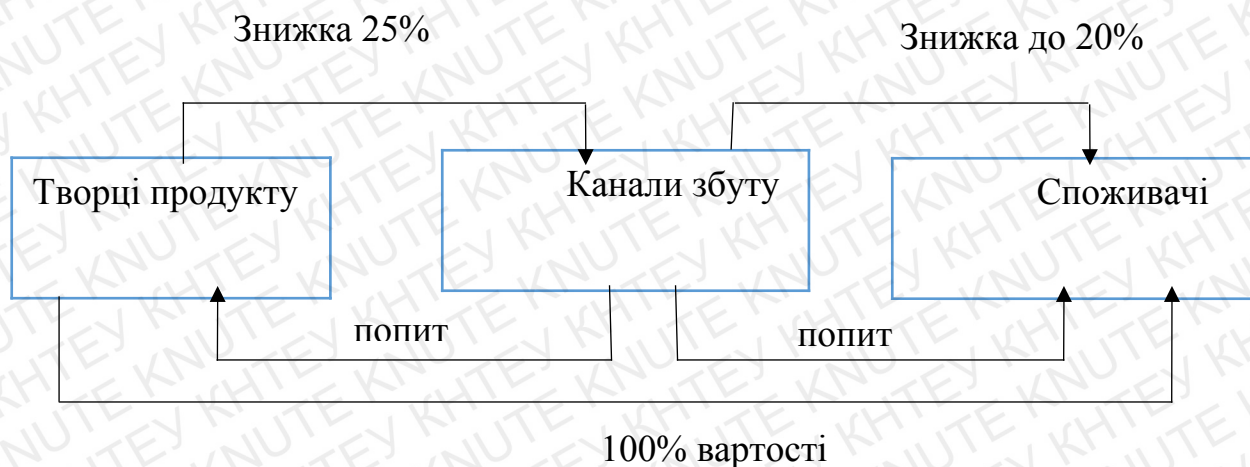


Рис. 1.5. Стратегія залучення споживачів угорського курорту «Мішкольц-Тапольца»

Джерело: [18]

У структурі управління курортами і туризмом виділяють рівні управління (рис.1.6). Заходи по просуванню угорського лікувально-оздоровчого продукту реалізовувались на чотирьох рівнях: на рівні формування продукту, рівні спеціалізації, територіальному і регіональному рівнях (рис.1.6).

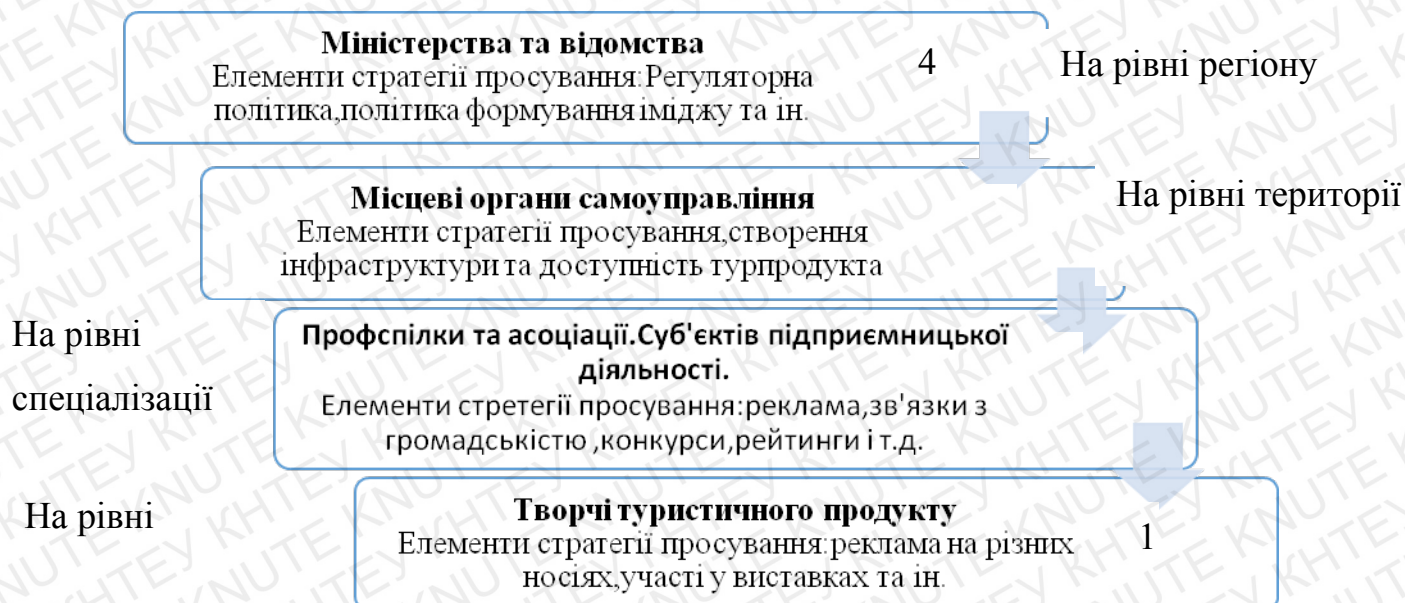


Рис.1.6. Ієрархічні рівні просування лікувально-оздоровчого продукту курорту «Мішкольц-Тапольца»

Джерело: [15]

Ініціатива з розробки та реалізації стратегії просування туристичного продукту належить Міністерству курортів і туризму Угорщини. На рівні регіону міністерства і відомства розробили заходи, спрямовані на розвиток курортно-рекреаційної та туристичної сфери, на координацію діяльності творців туристичних послуг та ін. Всі рівні, перебували в безперервній взаємодії один з одним, здійснювали просування туристичного продукту в рамках стратегії. На кожному з рівнів просування застосовували специфічні інструменти просування.

Зусилля по просуванню продукту були спрямовані на залучення потенційних відпочивальників через засоби масової інформації, зв'язку з громадськістю та інші засоби комунікацій.

Таким чином, реалізація стратегії просування угорського лікувально-оздоровчого продукту на міжнародний ринок, передбачала об'єднання зусиль суб'єктів господарської діяльності та органів управління, для досягнення поставлених цілей.

Висновки до розділу 1

Провівши аналіз готових визначень поняття лікувально-оздоровчий туризм, як вітчизняних та і закордонних вчених, можна визначити основні характеристики лікувально-оздоровчого туризму :

По-перше, для лікувального туризму характерно досить тривале перебування на курорті.

По-друге, сьогодні на ринку туристичних послуг найбільше ціниться можливість відновлення здоров'я під час захоплюючих туристичних мандрівок.

По-третє, в останнє десятиліття спостерігається активне поєднання в рамках курортів лікування і відпочинку. Найбільша кількість туристів вибирає для цього найбільш підходящий тип курортів - приморські кліматичні або гірські.

По-четверте, лікувально-оздоровчий туризм можна розділити на лікувальний і оздоровчий, поєднаннями комбінацій, яких є медичний, санаторно-курортний і оздоровчий туризм.

Основою розвитку лікувально-оздоровчого туризму є природні рекреаційні ресурси. Також змінився характер попиту на лікувально-оздоровчі послуги з боку людей середнього віку, лікувально-профілактичні заклади стали більш поліфункціональні, аби відповідати всім запитам клієнтів.

За результатами проведеного дослідження з приводу просування лікувально-оздоровчого туризму на міжнародний ринок, можна зробити наступні висновки:

- ринок санаторно-курортних послуг є частиною територіальної суспільної системи, ядро якої – людина та її потреби, і відповідно ринковий механізм формується на базі повного або часткового задоволення потреб споживача;
- запропонована модель системи просування ринку санаторно-курортних послуг, що базується на о застосуванні моделі marketing mix «5С», дозволить вивести послугу на новий якісний рівень, забезпечить підвищення конкурентоспроможності санаторно-курортного комплексу на міжнародному ринку.

Також була розглянута модель просування лікувально-оздоровчих послуг Угорщини – курорту «Мішкольц-Тапольц», де саме стратегія "проштовхування" забезпечила стимулювання для учасників каналів збуту, та спонукала їх до просування продукції лікувально-оздоровчого туризму до кінцевого споживача міжнародного ринку. При використанні стратегії "витягування" маркетингові зусилля були спрямовані на кінцевих споживачів лікувально-оздоровчих послуг з метою спонукати їх купувати відповідний продукт і звертатися за ним до посередників.

Ініціатива з розробки та реалізації стратегії просування туристичного продукту належить Міністерству курортів і туризму Угорщини. На рівні регіону міністерства і відомства розробили заходи, спрямовані на розвиток курортно-рекреаційної та туристичної сфери, на координацію діяльності творців туристичних послуг та ін. Всі рівні, перебували в безперервній взаємодії один з одним, здійснювали просування туристичного продукту в рамках стратегії.

Зусилля по просуванню продукту були спрямовані на залучення

потенційних відпочивальників через засоби масової інформації, зв'язку з громадськістю та інші засоби комунікацій.

РОЗДІЛ 2

ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

2.1. Туристично-рекреаційний потенціал Вінницької області

За умови сталого розвитку рекреаційно-туристичного потенціалу у Вінницькому регіоні можна забезпечити більш масштабне і раціональне використання природних можливостей для цілей туристичної галузі, а її раціональна організація принесе значний соціально-економічний ефект, який визначається надходженням додаткових коштів, створенням нових робочих місць, оздоровленням людей, розвитком окремих центрів і територій [27]. Туризм у Вінницькій області на даний час характеризується досить стійкими темпами розвитку. Проте в просторовому відношенні даний розвиток вкрай нерівномірний. Комплекс запропонованих туристських продуктів затребуваний лише частково. Основне туристичне навантаження припадає лише на декілька найбільш відомих і традиційних центрів, які приваблюють туристів – м. Вінниця, м. Хмільник, м. Немирів, м. Шаргород, смт. Муровані-Курилівці. Однією з причин просторових диспропорцій у розвитку туристського комплексу є той факт, що територія Вінницької області відрізняється значною диференціацією за ступенем забезпеченості та особливостями розміщення туристично-рекреаційних ресурсів і туристичної інфраструктури [28].

Залежно від наявності та поєднання видів туристично-рекреаційних ресурсів і факторів туристської привабливості, а також від рівня організації туризму, в межах регіону можна виділити різні територіальні одиниці. Вони будуть відрізнятися за інструментами регіональної політики стосовно до них, за рівнем і способами позиціонування, за інтенсивністю туристично-рекреаційної діяльності. Можна виділити такі територіальні одиниці як туристський район,

туристська зона і туристський центр [29]. Зупинимося на особливостях їх організації більш докладніше. Територіальні формування Вінницької області в межах адміністративних районів і їх груп можна розглядати як туристські райони. Крім того, дана територіальна категорія може розглядатися досить широко залежно від системи критеріїв, що характеризують її, і масштабу реалізованих туристських і супутніх проектів (наприклад, як туристичний район може бути територія Вінницької області в цілому). Як приклад туристських зон Вінницької області можуть бути такі території: Центральна (Середньобузька), Північна (Верхньобузька), Південна (Придністровська), Західна (Середньомурафська), Північно-Східна, Південно-Східна. Туристський центр. У Вінницькій області туристськими центрами є території: м. Шаргород, м. Хмільник, м. Бар, м. Могилів-Подільський, м. Немирів, м. Бершадь, м. Ямпіль. У той же час, «чистими» туристськими центрами в області є національний природний парк «Кармелюкове Поділля», історико-культурні пам'ятки Немирівське скіфське городище, державний історико-культурний заповідник «Буша», ставка Гітлера «Вервольф», національний музей-садиба М.І. Пирогова, літературно-меморіальний музей класика української літератури М.М. Коцюбинського. Решту (особливо Вінницю і прилеглі території муніципальних районів і районних центрів) можна охарактеризувати як мультиспеціалізовані центри, оскільки спеціалізованою галуззю економіки є не тільки туризм (останній становить лише від 5 до 15 % доходів). На підставі цієї типології територій з точки зору інтенсивності туристично-рекреаційної діяльності та щільності об'єктів туристського показу та інфраструктури туризму в Вінницькій області найбільший інтерес викликають території таких туристських зон:

Центральна (Середньобузька): м. Вінниця, м. Немирів, м. Тульчин, м. Ладизин, с. Степашки Гайсинського району. Північна (Верхньобузька): м. Хмільник. Південна (Придністровська): м. Ямпіль, м. Могилів-Подільський. Західна (Середньомурафська): м. Бар, м. Шаргород. Південно-Східна: м. Крижопіль, м. Бершадь, с. Заболотне Крижопільського району. Це друга за площею туристична зона області. Північно-Східна. Знаходиться у стадії

формування, має високу транспортну доступність. Розподіл туристично-рекреаційного потенціалу області за виділеними вище туристськими зонами наведено в таблиці (Додаток В).

Той факт, що на території Вінницької області знаходиться майже 1900 історичних, понад 1700 археологічних, близько 600 архітектурних пам'яток, 45 заказників, серед них 18 державного значення, 213 пам'яток природи, в тому числі 8 державного значення, 33 заповідні урочища, 29 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва, з яких 11 державного значення, цілком дозволяє вважати область одним із важливих туристських регіонів України. Але, на жаль, на сьогоднішній день комплекс пропонованих на регіональному рівні турпродуктів, затребуваний лише частково. Основне туристичне навантаження припадає лише на декілька найбільш відомих і традиційних центрів, які приваблюють туристів – Вінниця, Хмільник, Немирів, Ямпіль, Могилів-Подільський. Найвищі показники мають Вінницький, Могилів-Подільський, Немирівський та Тульчинський райони; наближені до середньообласного — Гайсинський, Тростянецький та Жмеринський; нижчі за середньообласні показники комплексної бальної оцінки та коефіцієнта рекреаційної цінності спостерігаються в Чернівецькому, Оратівському, Чечельницькому, Калинівському, Липовецькому районах тощо. Найбільша щільність об'єктів туристського показу спостерігається в м. Вінниці, Вінницькому, Могилів-Подільському, Немирівському, Тульчинському, Гайсинському, Тростянецькому районах, що дозволяє вважати їх найбільш перспективними для розвитку різних видів туризму. В інших районах Вінницької області щільність туристських об'єктів значно нижче, а тому й суттєво нижча інтенсивність туристично-рекреаційної діяльності. Поряд із оцінкою реального рівня використання туристично-рекреаційного потенціалу і територіальних диспропорцій розвитку туризму в Вінницькій області проведена оцінка потенційної ємності виділених вище туристських зон (табл. 3). Потенційна місткість розрахована експертним шляхом на підставі існуючих норм антропогенного та екологічного навантаження на територію, а також виходячи з існуючої потенційної пропускної спроможності об'єктів транспортної

інфраструктури і самих об'єктів туристського показу.

Таблиця 2.1

Оцінка реального рівня використання потенційної ємності основних туристичних зон Вінницької області за 2017 рік

| Зона та центр туристичної активності | Оцінка | | Рівень використання потенційної ємності, % |
|--------------------------------------|-----------------------------------|---|--|
| | потенційна ємність, тис. осіб/рік | реальний туристський потік, тис. осіб/рік | |
| Вінницька область в цілому | 130268 | 36602 | 28,1 |
| Центральна (Середньобузька) | 105787 | 32794 | 31 |
| Північна (Верхньобузька) | 7321 | 1025 | 14 |
| Південна (Придністровська) | 10277 | 2672 | 26 |
| Західна (Середньомурафська) | 5833 | 70 | 12 |
| Південно-Східна | 1000 | 39 | 3,9 |
| Північно-Східна | 50 | 2 | 4 |

Джерело: [25]

Таким чином, можна зробити висновок, що найбільш повно сьогодні використовується туристично-рекреаційний потенціал таких туристських зон: - Центральна (Вінницький, Тульчинський, Тиврівський, Немирівський, Тростянецький, Гайсинський адміністративні райони) – близько 31 % від потенційної туристської ємності. - Південна (Муровано-Куриловецький, Могилів-Подільський, Чернівецький, Ямпільський, Томашпільський адміністративні райони) – близько 26 %. Недовикористання туристично-рекреаційного потенціалу більшості туристичних зон Вінницької області пояснюється відсутністю турпродуктів комплексного і тематичного характеру з якістю послуг, що

відповідають міжнародним стандартам, недостатнім їх маркетинговим супроводом. Тому для оптимізації використання туристично-рекреаційного потенціалу як наведених вище, так і другорядних туристських зон Вінницької області необхідним бачиться реалізація таких інвестиційних пріоритетів:

- розширення видів (асортименту послуг) та збільшення загальної потужності засобів розміщення;
- розвиток транспортного обслуговування (розширення асортименту та якості послуг) і підвищення якості транспортної інфраструктури;
- розвиток асортименту і підвищення доступності фінансових послуг, послуг та систем зв'язку (у тому числі в області інформатизації та телекомунікацій, розвиток online-послуг);
- розвиток туроператорської діяльності та підготовки мережевих, комплексних і тематичних турпродуктів, можливості їх комбінування за індивідуальними замовленнями;
- розвиток інформаційного забезпечення туризму, туристського маркетингу і брендингу (у тому числі брендингу територій і турпродуктів).

Виділені вище територіальні пріоритети розвитку туризму продиктовані, в тому числі, широким розвитком у Вінницькій області водного туризму. Водний туризм на катамаранах та рафтах на Середньому Побужжю поєднує в собі проходження водних порогів і перекатів та знайомство з пам'ятками архітектури і садово-паркового мистецтва, таких як костел 19 ст. на території Печерського парку, огляд мальовничих скель в с. Звониха, що використовуються для тренувань скелелазів. Водний похід по Південному Бугу від с. Тиврів до с. Райгород – один із «класичних» водних маршрутів України [27].

Водний туризм менш залежний від туристської інфраструктури, має величезне культурно-пізнавальне значення і дуже популярний в даний час. Вінницька область володіє значним потенціалом для розвитку екологічного туризму. Незважаючи на свою високу популярність, екологічний туризм потребує відносно невеликих капіталовкладень [28]. Туризм, пов'язаний з відвідуванням міст, історичних місць, пам'ятників історії та культури вимагає розвиненої

готельної і транспортної інфраструктури, що пов'язано з великими фінансовими вкладеннями. Існуюча інфраструктура туризму – готельне і дорожнє господарство, транспорт і зв'язок, сфера культурно-побутового обслуговування та дозвілля – не завжди задовольняє сучасні вимоги. Також з цим пов'язані обмеження в розвитку туризму і в залученні існуючих об'єктів туристського показу в господарський обіг. У зв'язку з тим, що в створенні туристичного продукту та наданні туристичних послуг беруть участь не тільки підприємства туристської індустрії, але і господарюючі суб'єкти, які працюють в інших сферах економічної діяльності, можна говорити про те, що рівень розвитку туризму в межах кожного туристського центру, кожного адміністративного району буде визначатися рівнем розвитку інфраструктури [29].

Вінниччина багата якісними мінеральними та прісними підземними водами, що дало поштовх до розвитку лікувально-оздоровчого туризму. Радонові Води Хмільника та столова вода "Регіна" відомі далеко за межами області. На даний час ведуться роботи з розвідки і освоєння Немирівського родовища радонових вод Бронницького родовища мінеральних вод типу "Миргородська" та лікувально-столових вод з кремнієвою мінералізацією. Розвідане і експлуатується Хмільницьке родовище мінеральних радонових вод, відкрите в 1935 році. Родовище приурочене до тріщиноватої зони в масиві специфічних хмільницьких гранітів. Воно складається з п'яти ділянок; Лісової, Курортної, Голодькінської, Угринівської та Острівної. Води переважно гідрокарбонатні кальцієві і кальцієво-магнієві слабкої мінералізації - 0,4-0,9 г/дм³. Концентрація радону в водах коливається від 5 до 200 нКи/дм³, що згідно класифікації мінеральних радонових вод відповідає водам від дуже слаборадонових до радонових середньої концентрації. Виключення становить Острівна ділянка, де раніше зустрічалися слабовуглекислі гідрокарбонатно-хлоридні кальцієво-натрієві води з мінералізацією 5,0-6,5 г/дм³ та високим вмістом органічних речовин - до 47,7 мг/дм³. Однак, в результаті інтенсивного видобутку мінералізація вод понизилася до 2,4 г/дм³. Концентрація радону в водах цієї ділянки коливається в межах від 3 до 25 нКи/дм³. Радонові води Хмільницького родовища уже протягом півстоліття

інтенсивно використовуються в лікувальних цілях.

Таблиця 2.2

Родовища підземних мінеральних лікувальних радонових вод

| Родовище | Ділянка | Ким експлуатується | На підставі чого експлуатується |
|-------------|-------------------------|---|---------------------------------|
| Хмільницьке | Курортна | Укрпрофоздоровниця | Ліц.№417 |
| | Лісова Санаторій | "Поділля" | Ліц.№1298 |
| | Угринівська | ВКС "Хмільник" | Ліц.№ |
| | Голодькінська | Укрпрофоздоровниця | Ліц.№418 |
| | Острівна | Дорожна лікарня №2 Санаторій "Радон" Санаторій "Південний Буг" | Ліц.№1488 Ліц.№1325 |
| Немирівське | Санаторій "Авангард" | | Ліц.№ |

Джерело: [40]

Експлуатація Немирівського родовища радонових вод розпочата недавно в режимі дослідного видобутку. Родовище приурочене до потужної тектонічної зони в породах кристалічного фундаменту. Води слаборадоніві (10-25 нКи/дм³) слабомінералізовані (0,6-1,1 г/дм). Запаси мінеральних радонових вод по двох свердловинах оцінені по категорії С1 в кількості відповідно: 168 і 242 м /добу (табл. 2.2).

Основними елементами у проектах просторового розвитку туризму на території області були об'єкти туристського показу, об'єкти туристської інфраструктури (готелі, сільські садиби, гостьові будинки, санаторії, оглядові майданчики і вежі, пляжі), а також туристські маршрути. Основні об'єкти туристського показу були розташовані, переважно, на територіях м. Вінниці і околиць, с. Буша Ямпільського району, с. Лядова Могилів-Подільського району, Тульчинського району, Немирівського району. Враховуючи те, що в створенні турпродукту і наданні послуг беруть участь не тільки туристські підприємства, але і багато інших суб'єктів, можна говорити про те, що рівень розвитку туризму

на окремій території багато в чому визначатиметься рівнем розвитку туристичної і допоміжної інфраструктури. Отже, одним із пріоритетів державної регіональної політики в області розвитку туризму є оптимізація просторового розміщення об'єктів туристської і допоміжної інфраструктури. З урахуванням розвитку конкурентного середовища, вихід регіональних турпродуктів на глобальні ринки і диференціації розвитку туризму в регіоні на основі відмінностей в спеціалізації для регіонального туристського комплексу прийнятні принципи і інструменти кластерного розвитку [29].

2.2. Аналіз міжнародного ринку в сегменті лікувально-оздоровчого туризму

Будь-який вид туризму є складовою цілого туристичного комплексу, який розвивається, виходячи з туристичної привабливості та конкурентоспроможності країни, а також її рейтингу на світовому туристичному ринку. За рейтингом туристичної конкурентоспроможності та привабливості у сегменті лікувально-оздоровчого туризму, складеним Всесвітнім економічним форумом (ВЕФ) у 2016 році найвищий бал та місце серед досліджуваних країн отримала Чехія (31), на другому місці – Угорщина (39), Польща зайняла 42 місце і Словаччина була на 54 місці (табл. 2.3). Україна у 2015 році посіла загальну 76 сходинку серед 140 країн, представлених у звіті, і значно відстала за умовами для ведення лікувально-оздоровчого бізнесу, проведення туристичної політики держави і культурними ресурсами [2]. Проте, за інфраструктурним показником наша країна знаходилась на одному рівні зі Словаччиною та Польщею.

У 2016 році найвищий бал та місце у рейтингу серед досліджуваних країн отримала Чехія (37), Угорщина – 41, Польща – 47 і Словаччина – 61.

Україна до даного рейтингу у 2016 році не потрапила. Це пояснюється основною умовою ведення туристичної діяльності – безпекою, а на даний момент у нашій країні існує високий ризик, обумовлений політичною, економічною та військовою нестабільністю. За 2017-2018 рр. ВЕФ представив звіт та рейтинг

всесвітньої економічної конкурентоспроможності, який оцінював економічні можливості 138 країн для ведення лікувально-оздоровчого бізнесу. За цим рейтингом Україна посіла 85 місце. Найбільш проблематичними факторами для ведення бізнесу у нашій країні назвали корупцію, політичну нестабільність, інфляцію, неефективну урядову бюрократію та доступ до фінансування. У той же час Чехія зайняла 31 сходинку, Польща – 36, Словаччина – 65, Угорщина – 69 [3].

Україна до даного рейтингу у 2016 році не потрапила. Це пояснюється основною умовою ведення туристичної діяльності – безпекою, а на даний момент у нашій країні існує високий ризик, обумовлений політичною, економічною та військовою нестабільністю.

Таблиця 2.3

Розподіл місць за рейтингом туристичної конкурентоспроможності країн регіону, 2017/2018 р.

| Країна | Місце 2017/2018 | Можливості для ведення бізнесу | Туристична політика держави | Інфраструктура | Природні та культурні ресурси |
|------------|-----------------|--------------------------------|-----------------------------|----------------|-------------------------------|
| Польща | 42/47 | 58/39 | 49/23 | 60/62 | 42/43 |
| Чехія | 31/37 | 37/31 | 28/14 | 35/35 | 47/63 |
| Угорщина | 39/41 | 49/33 | 26/2 | 47/48 | 71/62 |
| Словаччина | 54/61 | 60/44 | 43/58 | 64/66 | 53/67 |
| Україна | 76/- | 71/- | 60/- | 68/- | 91/- |

Джерело: [35]

ВЕФ представив звіт та рейтинг всесвітньої економічної конкурентоспроможності, який оцінював економічні можливості 138 країн для ведення лікувально-оздоровчого бізнесу. За цим рейтингом Україна посіла 85 місце. Найбільш проблематичними факторами для ведення бізнесу у нашій країні назвали корупцію, політичну нестабільність, інфляцію, неефективну урядову бюрократію та доступ до фінансування. У той же час Чехія зайняла 31 сходинку, Польща – 36, Словаччина – 65, Угорщина – 69 [3].

Отже, на сьогоднішній день основною перешкодою для ведення будь-якого виду туристичної діяльності, у тому числі і лікувально-оздоровчого туризму, – є безпека перебування туристів на території країни, корупція, політична

нестабільність, проблеми з веденням бізнесу та інвестиційною діяльністю. Історія розвитку курортної справи як у країнах регіону, так і в Україні нараховує понад 500 років. За історичним аспектом заснування та розвиток курортів як України, так і країн регіону дуже схожий і співпадає у часі (табл. 2): В Україні знаходиться 58 курортів (45 з яких – загальнодержавного і міжнародного значення), у той час як у Польщі – 43, Чехії – 33, Угорщині – 22 та у Словаччині – 18. Найвідомішими чеськими курортами є Карлові Вари, Франтішкові Лазні, Маріанські Лазні, Яхимів, Лугачовіце; угорськими – Хевіз, Балатонфюред, Хайдусобосло, Парадфюредо; словацькими – П'єштяни, Бардейов, Раєцке Тепліце, Смордакі; польськими – Криниця, Душнікі-Здруй, Велічка. Найвідомішими курортами України є Трускавець, Моршин, Нимирів (Львівська область); Сойми, Свалява, Кваси, Синяк (Закарпатська область); курорти Хмільник (Вінницька область), Миргород (Полтавська область), Бермінводи (Харківська область), Бердянськ, Кирилівка (Запорізька область), Гопрі, Генічеськ (Херсонська область), Одеса та ін.

У країнах Центральної Європи існує можливість лікування та оздоровлення як за кошти Національних фондів охорони здоров'я, виплат за медичним страхуванням громадян, так і за власні кошти. В Україні, в свою чергу, отримати послуги з лікування та оздоровлення на сьогодні можна загалом тільки за свій кошт, що доволі дорого при поточному рівні цін і середньомісячній зарплаті, та скориставшись знижками від профспілкових організацій. Так, з 2015 року було відмінено фінансування лікування з боку Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності. Лікування в українських закладах на основі медичного страхування не користується попитом через неорганізовану систему страхування населення в цілому.

За кількісними показниками лікувально-оздоровчого туризму Україна також не поступається досліджуваним країнам Центральної Європи.

За кількістю лікувально-оздоровчих підприємств Україна випереджає країни регіону. Станом на 2018 рік у нашій країні нараховувалось 404 заклади, що менше ніж у цілому регіоні всього лише на 70 підприємств. За 2018 рік в

українських закладах пройшли лікування 651 943 чоловік, що більше у 2,1 рази, ніж у закладах Словаччини, але менше на 1,7% ніж в Угорщині; на 12,2% ніж в Польщі; на 12,3% ніж у Чехії).

Водночас, за кількістю іноземних туристів, що відпочивали з лікувально-оздоровчою метою, ми значно відстаємо від досліджуваних країн: від Чехії – у 13,1 рази, від Угорщини – у 11,2 рази, від Словаччини – у 2,6 рази, та від Польщі – у 1,6 рази.

Таблиця 2.4

Основні кількісні показники лікувально-оздоровчої (л-о.) діяльності країн Центральної Європи та України (2018 р.)

| Показник | Центральна Європа | | | | |
|--|-------------------|-----------|-----------|------------|------------|
| | Польща | Чехія | Угорщина | Словаччина | Україна |
| Кількість л-о. курортів | 43 | 33 | 22 | 18 | 58 |
| Кількість л-о. підприємств, од. | 250 | 88 | 35 | 101 | 404 |
| Кількість ліжко-місць | 43 925 | 22 504 | 12 420 | 13 142 | 95 360 |
| Кількість туристів, які відпочивали з л-о. метою, у т.ч: | 731 453 | 732 276 | 663 000 | 304 975 | 651 943 |
| - кількість іноземних туристів, осіб | 39 332 | 318 135 | 272 000 | 63 271 | 24 323 |
| Кількість туроночей | 9 735 899 | 6 649 924 | 2 223 000 | 2 612 785 | 11 995 598 |
| Доходи від л-о. діяльності, у.о | 28 127 989 | 3 526 463 | 1 614 440 | 1 909 725 | 9 507 504 |

Джерело: [15]

За лікувально-оздоровчу діяльність Україна отримала дохід у 9 507 504 у. о. в той час як Польща отримала 28 127 989 у. о. І хоча наша країна, і сусідня Польща мають найнижчі показники кількості іноземних туристів, які відпочивали з лікувально-оздоровчою метою, та все ж, завдяки обслуговуванню туристів-резидентів отримують найбільші доходи серед досліджуваних країн за лікувально-туристичну діяльність.

В індустрії туризму і курортів задіяно понад 100 млн. працівників. динаміка

створення нових робочих місць в 1,5 рази випереджає середні показники. При цьому сучасні курортні заклади, як правило, з'являються на територіях з різним рівнем розвитку, що в розрізі країни є вирішенням важливої проблеми регіонального економічного вирівнювання. Більшість країн Європи (перш за все, Швейцарія, Австрія, Франція, Болгарія, Іспанія, Італія та ін.) обрали стратегію, за якою провідну роль в утворенні національного ВВП та доходів бюджету відіграє туризм і санаторно-курортна діяльність. Державні органи вищезгаданих країн сприяють розвитку сфери курортних послуг, оскільки вона, своєю чергою, стимулює інші галузі економіки – будівництво, транспорт, готельне господарство, агропродовольчий комплекс, громадське харчування та розваги, виробництво місцевих товарів, побутових послуг тощо.

Найбільшу кількість прибутків від розвитку туризму та санаторно-курортної справи зафіксовано у європейському регіоні. Чималими темпами прибутковість цих галузей зростає в Африці (9,8% за 2016 р.). Швидкий розвиток зафіксовано в Азійсько-Тихоокеанському регіоні (так звана Південно-Східна Азія), в якому протягом останніх років створено мережу потужних сучасних туристичних та санаторно-курортних центрів.

Якщо розглядати світовий ринок лікувально-оздоровчого туризму загалом (включаючи всі підвиди : альтернативну медицину, оздоровчий туризм, відпочинок на термальних курортах, превентивну медицину, програми оздоровлення, програми зниження ваги, фітнес, антивікові програми та ін.), то аналіз статистики розвитку лікувально-оздоровчого ринку засвідчив позитивні тенденції до зростання. Так, за останні п'ять років (2013-2018 рр.) ринок лікувально-оздоровчого туризму зріс вдвічі: від 1,9 трлн. дол. США у 2013 р. до 3,7 трлн. дол. США у 2018 р. (рис. 2.1), де товщина ліній свідчить про щільність взаємозв'язків між сегментними ринку.

При цьому за 2013-2015 рр. доходи стейкхолдерів зросли на 14% (до 563,2 млрд. дол. США). В розрізі сегментів за цільовими критеріями найшвидші темпи приросту спостерігалися на ринку нерухомості (+19% або від 100 млрд. дол. США у 2013 р. до 119 млрд. дол. США у 2017 р.). Це пояснюється не тільки загальними

тенденціями до збільшення транзакцій на світовому ринку нерухомості, але значним зростанням попиту на послуги лікувально-оздоровчого туризму і, відповідно, придбанням нерухомості у курортних дестинаціях [12].

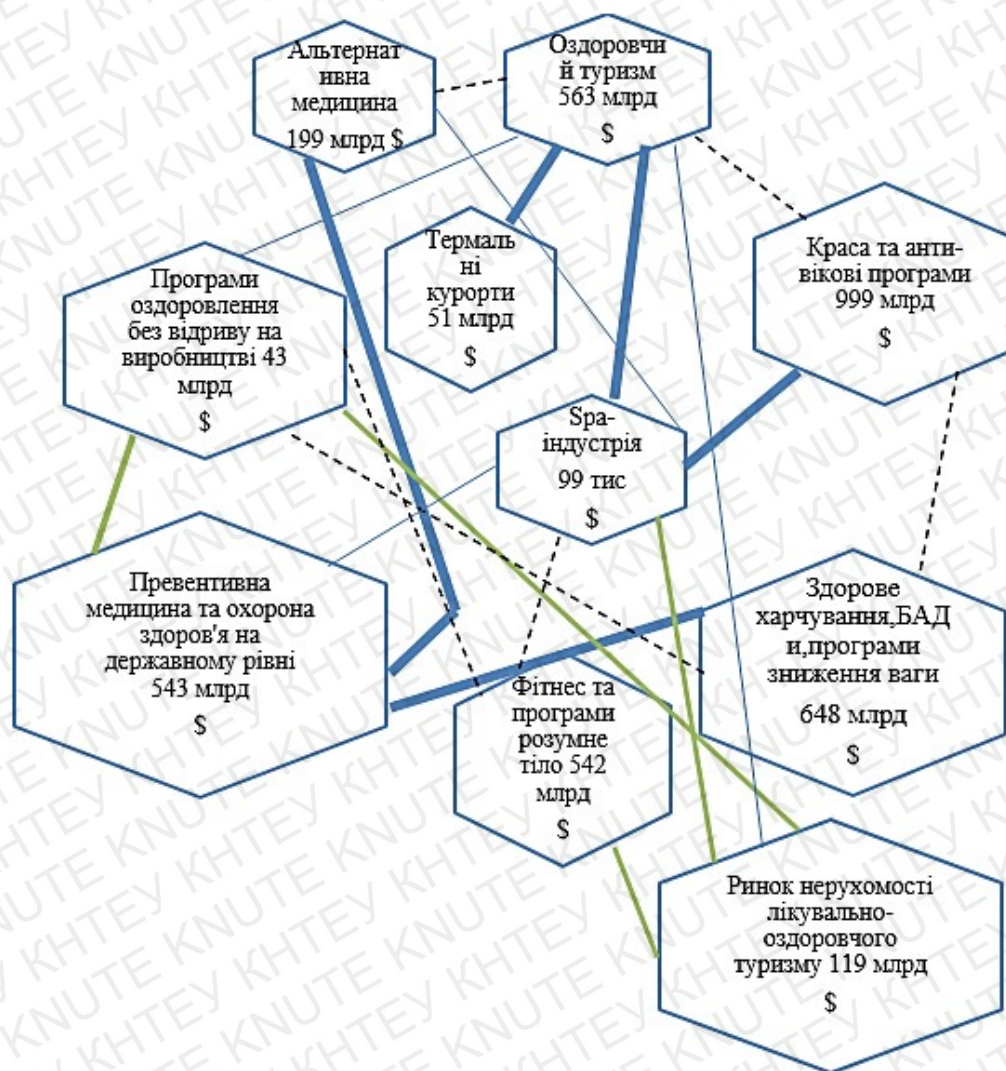


Рис. 2.1. Структура ринку лікувально-оздоровчого туризму за цільовим критерієм

Джерело: [13]

На підставі вищенаведених результатів дослідження можна зробити висновок, що виділити чітко, власне лікувально-оздоровчий туризм, у структурі туристичного ринку практично неможливо, оскільки він теоретично може бути у складі кожного із зазначених цільових сегментів.

Таблиця 2.5

Рейтинг країн за значення Індексу міжнародного лікувально-оздоровчого туризму

| Туристична дестинація | ІМТ | Туристична дестинація | ІМТ | Туристична дестинація | ІМТ |
|--------------------------|-------|--------------------------|-------|--------------------------|-------|
| 1. Канада | 76,62 | 15. Домінікана | 67,58 | 29. Мексика | 60,7 |
| 2. Велика Британія | 74,87 | 16. Дубай | 67,54 | 30. Катар | 60,07 |
| 3. Ізраїль | 73,91 | 17. Ямайка | 67,17 | 31. Марокко | 59,77 |
| 4. Сінгапур | 73,56 | 18. Тайланд | 66,6 | 32. Туреччина | 59,49 |
| 5. Індія | 72,1 | 19. Філіппіни | 66,4 | 33. Йорданія | 57,02 |
| 6. Німеччина | 71,9 | 20. Тайвань | 66,28 | 34. Росія | 57,01 |
| 7. Франція | 71,22 | 21. Аргентина | 65,37 | 35. Оман | 56,9 |
| 8. Південна Корея | 70,16 | 22. Бразилія | 65,22 | 36. Туніс | 56,78 |
| 9. Італія | 69,5 | 23. Китай | 64,78 | 37. Кувейт | 52,69 |
| 10. Колумбія Аравія | 69,48 | 24. Польща | 63,79 | 38. Саудівська | 52,43 |
| 11. Іспанія | 68,29 | 25. Абу Дабі | 63,65 | 39. Бахрейн | 51,99 |
| 12. Японія | 68,00 | 26. Мальта | 62,97 | 40. Ліван | 49,92 |
| 13. Панама | 67,93 | 27. ПАР | 62,2 | 41. Іран | 36,00 |
| 14. Коста Рика | 67,67 | 28. Єгипет | 60,92 | | |

Джерело: [14]

Повертаючись до України та її ролі на міжнародному ринку оздоровчих послуг, можна зазначити, що наша держава є визнаним лідером за показником кількості санаторно-курортних закладів, тут діє розгалужена система санаторіїв, пансіонатів з лікуванням, санаторіїв-профілакторіїв, курортних поліклінік, бальнеогрязелікарень різної форми власності та підпорядкування. Упродовж останніх років розвиток санаторно-курортної сфери характеризується певним зменшенням чисельності оздоровлених (за останні п'ять років зменшилася на 10 %)[12]. За даними Державної служби статистики України послугами спеціалізованих засобів розміщення з метою оздоровлення та лікування переважно користуються громадяни України (96,5 %), але й іноземні туристи відвідують українські санаторії (28, 2 тис. осіб у 2017 р.), бази та інші заклади відпочинку (8,5 тис. осіб), з них: 12 % – туристи з Азербайджану; 12,5% – Білорусії; 23% – Польщі та 38% – Республіки Молдови [10].

Не дивлячись на те, що переважна більшість осіб, що перебували у

спеціалізованих засобах розміщення є громадянами України, їх чисельність з року в рік зменшується при зростанні кількості іноземних громадян. Так, кількість відпочиваючих за кордоном на останні п'ять років збільшилась у двічі переважно за рахунок туристів з країн СНД (рис.2.2).

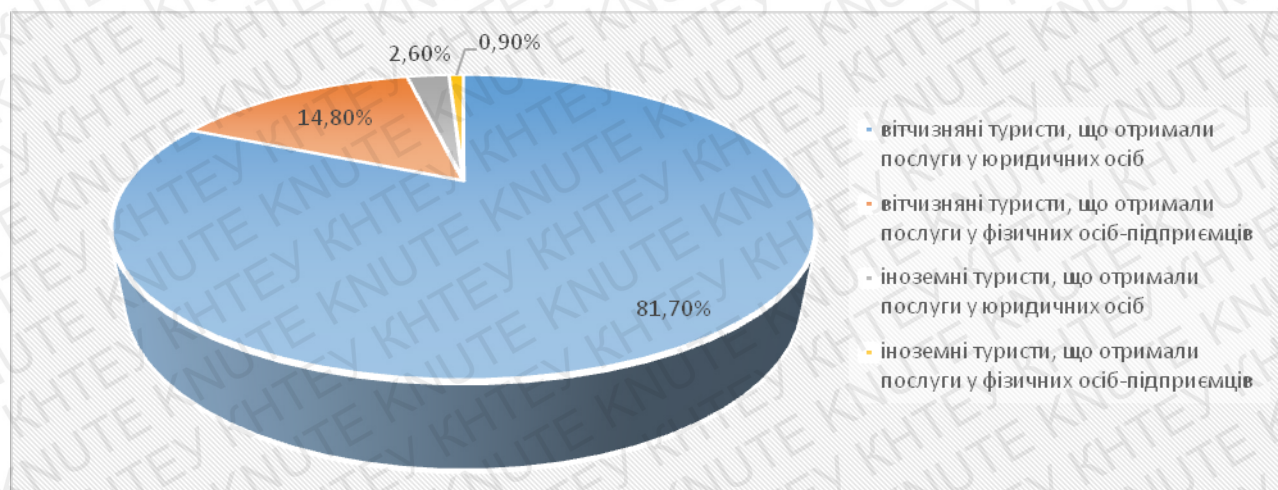


Рис. 2.2. Частка розміщених туристів у санаторно-курортних закладах України, зареєстрованих як юридична чи фізична особа-підприємець (у 2017 році)

Джерело: [24]

У зв'язку з вищезазначеним у період з 2014 по 2017 роки, іноземні та внутрішні туристи, які прибували з метою відпочинку, оздоровлення та лікування користувались переважно послугами підприємств Дніпропетровської (15,2% від загальної чисельності осіб, що перебували у спеціалізованих закладах України), Одеської (11,7%), Запорізької (11,4%), Львівської (8,9%) і Херсонської (7,9%) областей. Тобто, більше половини усіх туристів перебували у спеціалізованих закладах п'яти вищезазначених областей.

Таким чином, популяризація тенденції до здорового життя, статистика «старіння населення» (віковий розподіл), зростання потреби отримання високоякісних медичних послуг, зростання витрат на страхове медичне обслуговування, спрощення візових формальностей, широкий доступ до інформації через Інтернет, доступний медіапростір, поширення практики рекомендації відвідування зарубіжних закладів лікувально-оздоровчого туризму

власне медичними закладами, страховими компаніями та роботодавцями, нові технологічні досягнення типу telehealth, які сприяють онлайн консультуванню пацієнтів, зростання пропозиції туроператорів лікувально-оздоровчого туризму визначили даний вид туризму прогресивним сегментом сучасного туристичного ринку. Все це зумовлює неабиякий інтерес до досліджень даного ринку з боку науковців та практиків у сфері туризму та обґрунтування напрямів його розвитку.

2.3. Стейкхолдери інноваційного туристичного продукту

Для зацікавлення стейкхолдерів необхідно провести аналіз економічної діяльності санаторію «Авангард», аби показати реальні цифри та можливі прибутки у майбутньому - після реалізації проекту.

Таблиця 2.6

Аналіз економічної діяльності санаторію «Авангард» за 2016-2018 роки,

тис. грн.

| Показники | 2016 | 2017 | 2018 | Абс. Відхилення 2016/17 | Абс. Відхилення 2017/18 | Темп приросту 2016/17, % | Темп приросту 2018/17, % |
|---|--------|--------|--------|-------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції | 28071 | 37694 | 43686 | 9623,3 | 5991,2 | 34,3 | 15,9 |
| Фінансові результати від операційної діяльності | 858,3 | 1567,8 | 582,9 | 709,5 | -984,9 | 82,7 | -62,8 |
| Фінансові результати від звичайної діяльності | 510,8 | 745,9 | 395 | 235,1 | -350,9 | 46,0 | -47,0 |
| Прямі матеріальні витрати | 12248 | 16478 | 19773 | 4230,5 | 3295,4 | 34,5 | 20,0 |
| Прямі витрати на оплату праці | 3012 | 4814,7 | 6566,9 | 1802,7 | 1752,2 | 59,9 | 36,4 |
| Загальновиробничі витрати | 3910,6 | 5956,6 | 6992,6 | 2046 | 1036 | 52,3 | 17,4 |
| Витрати на збут | 355,7 | 283 | 362 | -72,7 | 79 | -20,4 | 27,9 |
| Витрати на рекламу | 22,8 | 6,7 | 18,1 | -16,1 | 11,4 | -70,6 | 170,1 |

Джерело: складено автором

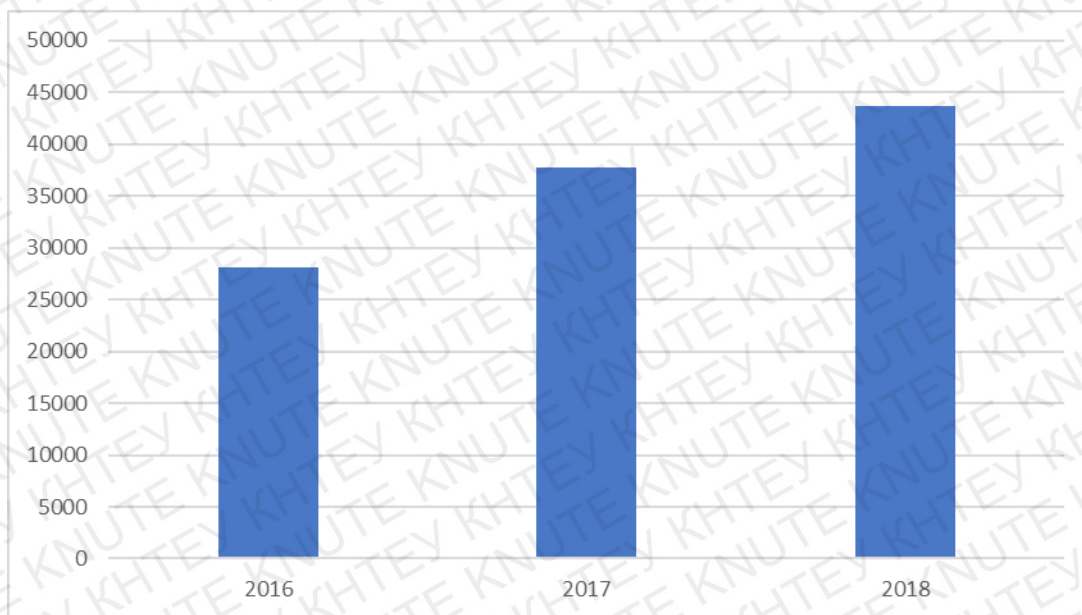


Рис. 2.3. Чистий дохід санаторію «Авангард» за 2016-2018 роки

Джерело: складено автором

По даним показникам, можна побачити динаміку росту доходу за три роки у грошовому та відсотковому еквівалентах.

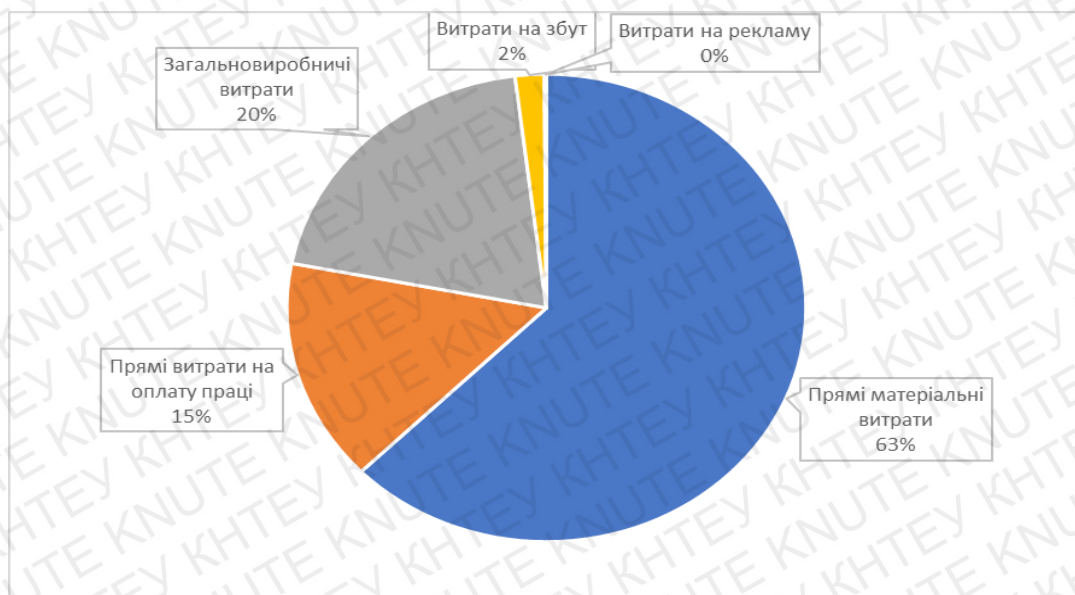


Рис.2.4. Структура витрат санаторію «Авангард» за 2016 рік

Джерело: складено автором

Варто зауважити, що витрати на рекламу у 2016 році показали малий відсотковий показник, порівняно з іншими витратами.

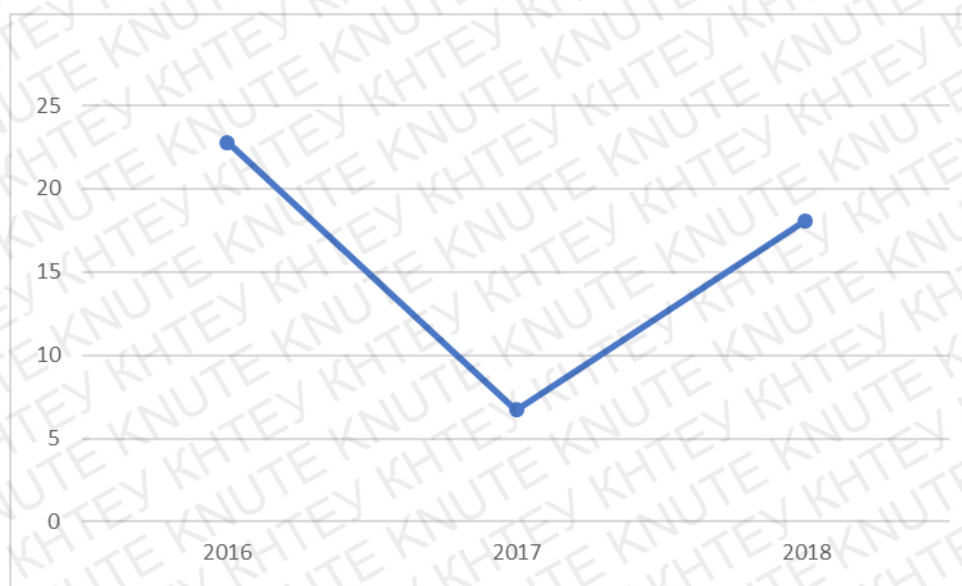


Рис.2.5. Витрати на рекламу санаторію «Авангард» за 2016-2018 роки

Джерело: складено автором

Прослідковується динаміка нерівномірних витрат підприємства на послуги реклами. Слід врахувати цей факт та покращити у процесі реалізації проекту.

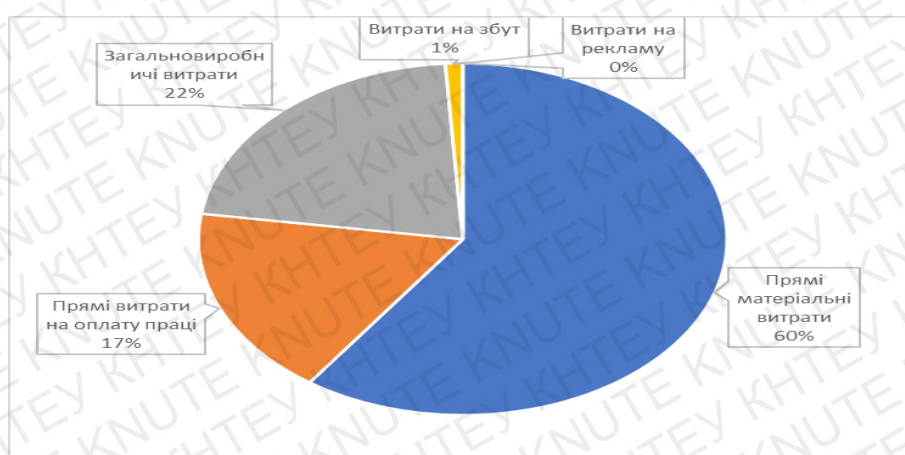


Рис.2.6. Структура витрат санаторію «Авангард» за 2017 рік

Джерело: складено автором

Порівнюючи дані показників витрат за 2016 рік, ми бачимо збільшення усіх зазначених витрат на декілька відсоткових пунктів.

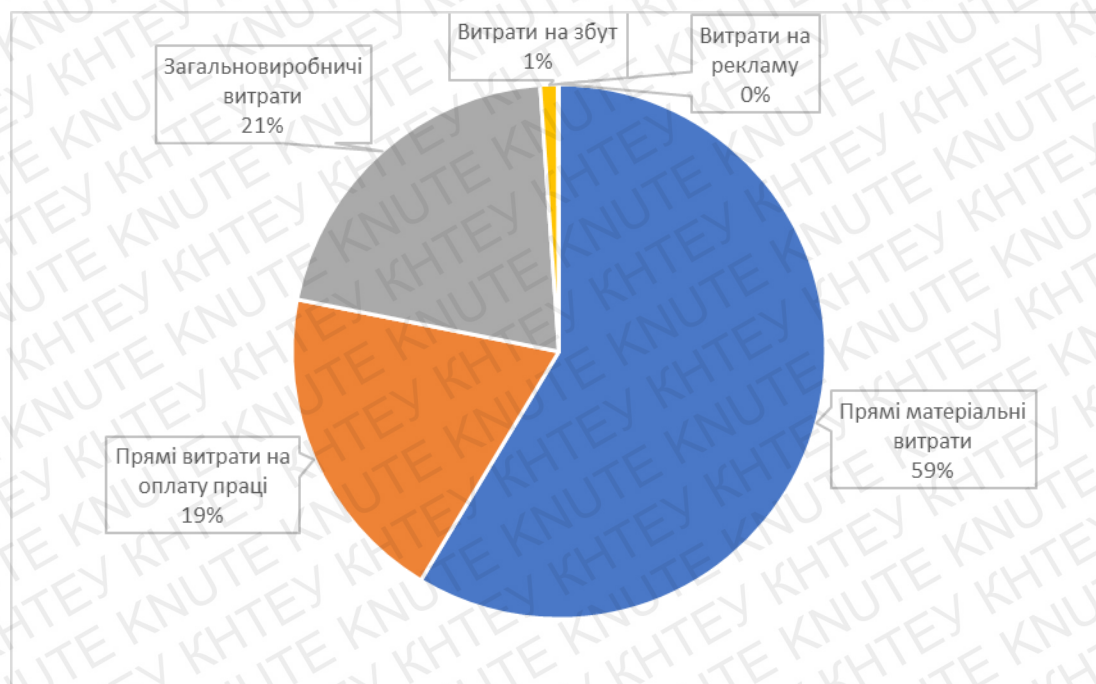


Рис.2.7. Структура витрат санаторію «Авангард» за 2018 рік

Джерело: складено автором

Показники витрат санаторію за 2018 рік відображають позитивне збільшення оплати праці персоналу на 4 відсоткових пункти порівняно із 2016 та 2017 роками.

Провівши економічний аналіз фінансових показників лікувально-оздоровчого санаторію «Авангард», можна із впевненістю проектувати та просувати лікувально-оздоровчий продукт Вінницької області на міжнародний ринок даних послуг. Для успішного створення та просування продукту велику роль відіграють стейкхолдери мого інноваційного продукту. Різні групи стейкхолдерів мають різні інтереси, вплив та можливості, можуть бути зацікавлені в успіху або невдачі мого проекту.

Цілі Проекту «Інноваційний продукт Вінницької області Немирівського району – санаторій «Авангард» на міжнародному ринку лікувально-оздоровчого туризму» спрямовані на збільшення туристичної та інвестиційної привабливості

території міста Немирова через розвиток санаторно-курортного туризму на міжнародному ринку даних послуг. У санаторії «Авангард» очікують не менше 5 тисяч відвідувачів щороку. Умови для розвитку санаторно-курортного туризму в місті Немирів Вінницької області створюватимуть шляхом побудови й оснащення сучасного водолікувального корпусу, та розвитку інших лікувальних ресурсів санаторію та туристичного центру. Також велика увага буде приділятися обміну міжнародним досвідом з питань організації ефективного санаторного лікування та оздоровлення.

Представивши цілі проекту, показавши його цінність можна приступати до залучення стейкхолдерів.

Так, як санаторій «Аванград» належить до приватного акціонерного товариства лікувально-оздоровчих закладів профспілок України, то головною зацікавленою стороною проекту буде саме ПраТ «Укрпрофздоровниця», далі стейкхолдерів буду обирати виходячи із їх інтересу в проекті. Потенційними стейкхолдерами можуть стати:

1. Відділ культури та туризму Немирівської районної державної адміністрації.
2. Громадська організація немирівський районний осередок міжнародної громадської організації Україна-Польща-Німеччина.
3. ДП Немирівський спиртовий завод.
4. Житлово-комунальне господарство, енергетики та інфраструктури; екології та природних ресурсів.
5. Місцеве населення. Тепер необхідно визначати їх інтереси у проекті (табл.2.6).

Отже, проведений аналіз стейкхолдерів проекту допоміг :

1. Вже на початкових етапах планування проекту прислухатися до думки найвпливовіших зацікавлених сторін, щоб зрозуміти наслідки проекту для всіх зацікавлених сторін, покращити позитивні впливи (наприклад, створення нових робочих місць) і мінімізувати негативні наслідки (наприклад, забруднення довкілля).
2. Налагодити постійний взаємозв'язок із зацікавленими сторонами

особливо на ранніх стадіях впровадження проекту, що дозволить їм дізнатися, чим ми займаємось, і дати відгук на проект. Підтримка впливових зацікавлених сторін сприяє отриманню додаткових ресурсів, що підвищує шанси проекту на успіх.

Маючи чітке уявлення про стейкхолдерів проекту необхідно сформувавши карту впливів зацікавлених сторін на проект (та навпаки), а також виявити можливі ризики для проекту від такого взаємовпливу.

Таблиця 2.6

Зацікавлені сторони проекту «Інноваційний продукт Вінницької області Немирівського району – санаторій «Авангард» на міжнародному ринку лікувально-оздоровчого туризму»

| Зацікавлені сторони | Інтерес зацікавлених сторін у проекті |
|--|--|
| 1. ПраТ«Укрпрофздоровниця» | <ol style="list-style-type: none"> 1. Збільшення туристичної привабливості Немирівського району в межах України та сусідніх держав. 2. Перепідготовка персоналу санаторію «Авангард» шляхом проведення тренінгів, професійних курсів. 3. Розширення сфери діяльності санаторію «Авангард» і круглорічний цикл роботи. 4. Реконструкція лікувальних та житлових корпусів. |
| 2. Відділ культури та туризму Немирівської районної державної адміністрації | <ol style="list-style-type: none"> 1. Збільшення потоків туристів до міста Немирова за рахунок лікувально-оздоровчого туризму. 2. Збільшення екскурсійного туризму до історичної частини санаторію «Авангард» |
| 3. Громадська організація немирівський районний осередок міжнародної громадської організації Україна-Польща-Німеччина | <ol style="list-style-type: none"> 1. Залучення іноземних туристів до лікувально – оздоровчого туризму. 2. Покращення місцевої інфраструктури (дороги, вуличне освітлення, інфраструктура на території санаторію). 3. Створення іміджу санаторію «Авангард» як підприємства готового до міжнародної співпраці в області лікувально-оздоровчого туризму. |
| 4. ДП Немирівський спиртовий завод | <ol style="list-style-type: none"> 1. Стати спонсором проекту та вивести свій бренд на міжнародний рівень впізнаваності. |
| 5. Житлово-комунальне господарство, енергетики та інфраструктури; екології та природних ресурсів | <ol style="list-style-type: none"> 1. Розбудова соціальної інфраструктури санаторію. 2. Мінімізація негативного впливу на навколишнє середовище (збереження місць відпочинку на території санаторію, відновлення водоймищ та збереження парку) |
| 6. Місцеве населення | <ol style="list-style-type: none"> 1. Нові робочі місця за рахунок розбудови санаторію; 2. Збільшення доходів; 3. Скорочення трудової міграції; |

Джерело: складено автором

Для початку необхідно з'ясувати наступне: – потенційний вплив зацікавлених сторін на проект; – потенційний вплив проекту на зацікавлені

сторони (табл. 2.7).

На попередніх етапах вже сформовано перелік людей і організацій чий інтереси зачіпає проект. Одні з них будуть зацікавлені в реалізації проекту, а інші – ні. У деяких з них може бути достатньо впливу, щоб загальмувати впровадження проекту або, навпаки, сприяти його просуванню. Варто систематизувати інформацію щодо зацікавлених сторін з метою визначення їх категорій.

Таблиця 2.7

Аналіз зацікавлених сторін проекту «Інноваційний продукт Вінницької області Немирівського району – санаторій «Авангард» на міжнародному ринку лікувально-оздоровчого туризму»

| Зацікавлені сторони | Оцінка впливу зацікавлених сторін на проект | Оцінка впливу проекту на зацікавлені сторони. Виявлені ризики |
|--|--|---|
| 1. ПраТ «Укрпрофздоровниця» | Можливості для підвищення рівня інвестицій від вітчизняних та закордонних підприємств і підприємців. | 1. Необхідність у розробці нових програмах перебування в санаторії «Авангард», відповідно до вимог нових вимог та професійних потреб. 2) Оновлення старої та створення нової інфраструктури території санаторію |
| 2. Відділ культури та туризму Немирівської районної державної адміністрації | 1. Часткове фінансування проекту з бюджету району; 2) Надання допомоги в отриманні відповідних дозволів; | Розширення послуг лікувально-оздоровчого туризму |
| 3. Громадська організація немирівський районний осередок міжнародної громадської організації Україна-Польща-Німеччина | Сприяння пошуку інвесторів, зацікавлених у реалізації проекту в Україні, країнах ЄС і СНД. | 1. Нові можливості міждержавної співпраці для Вінницької області. 2. Досвід налагодження роботи міждержавних санаторіїв в Україні. |
| 4. ДП Немирівський спиртовий завод | 1. Допомога у забезпеченні трудовими ресурсами (їх пошук). 2. Часткове фінансування проекту із власного бюджету | Залучення нових партнерів для фінансування проекту |
| 5. Житлово-комунальне господарство, енергетики та інфраструктури; екології та природних ресурсів | Покращення території санаторію «Авангард» в якості пріоритетної для району та області сфери розвитку. | 1. Створення безпечної системи утилізації виробничих відходів та сміття та території санаторію та прилеглої території парку. 2. Врахування потреб та можливостей осіб різних соціально-гендерних груп на виробництві (зупинки громадського транспорту, туалети,). |
| 6. Місцеве населення | Формують трудові ресурси для санаторію «Авангард» | Сприяння офіційному працевлаштуванню молоді, забезпечення «першим робочим місцем». |

Джерело: складено автором

Даних стейкхолдерів можна поділити на категорії : Категорія I: Зацікавлені сторони з високим рівнем впливу і зацікавленості в проекті; Категорія II: Зацікавлені сторони з високим рівнем впливу, але низьким інтересом в реалізації проекту ; Категорія III: Зацікавлені сторони з меншим рівнем впливу, але високою зацікавленістю в реалізації проекту; Категорія IV: Зацікавлені сторони з малим рівнем впливу, і низькою зацікавленістю в реалізації проекту. Для кращого розуміння категорій стейкхолдерів проекту їх варто зобразити схематично (рис.2.3).

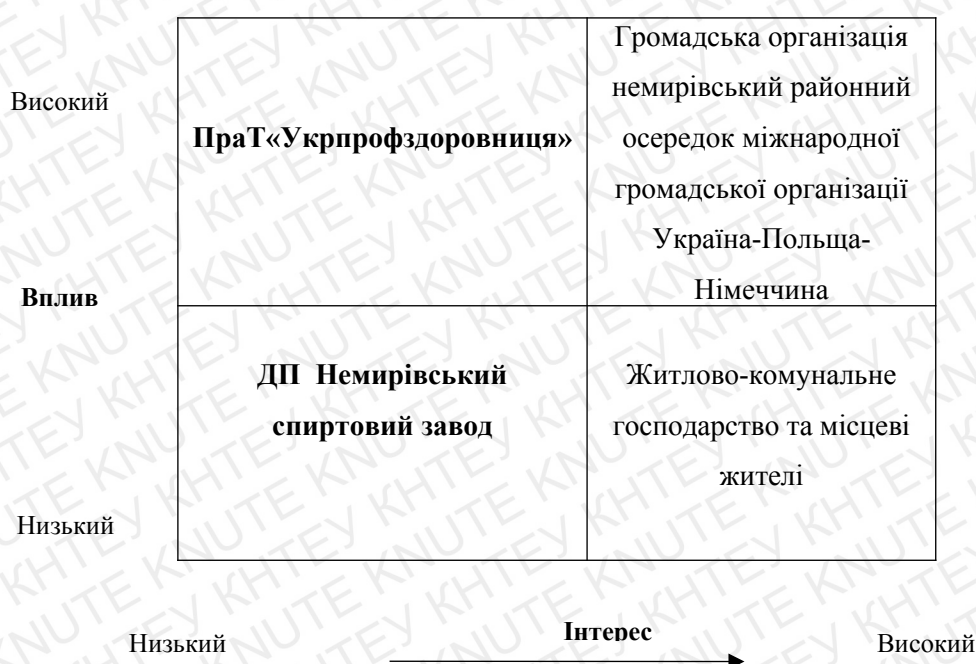


Рис.2.3 Схема зацікавлених сторін

Джерело: складено автором

Після визначення категорій зацікавлених сторін проекту слід розробити та впровадити стратегію чи план співпраці з кожною із них. При розробці плану роботи з стейкхолдерами слід передбачити такі заходи:

- обмін інформацією через веб-сайти, брошури, інформаційні листівки, повідомлення у ЗМІ тощо;
- періодичне проведення фокусних груп, щоб забезпечити зворотний зв'язок з розв'язання важливих питань реалізації проекту;
- постійну співпрацю та консультації із зацікавленими групами, що забезпечують зворотний зв'язок на постійній основі;

– членство представників і представниць зацікавлених сторін у робочих групах з управлінням впровадження проекту.

Виконання плану співпраці із стейкхолдерами слід розглядати як важливий складник процесу управління впровадженням проекту. Це сприятиме налагодженню зворотного зв'язку між робочою групою чи командою проекту та різними групами зацікавлених сторін; досягненню консенсусу щодо реалізації спільних планів; отриманню реакції на заплановані дії тощо.

Стратегії, щодо зацікавлених сторін:

1. ПраТ «Укрпрофздоровниця» - членство в управлінських органах розвитку санаторію для підтримки прийняття рішень;
2. Громадська організація немирівський районний осередок міжнародної громадської організації Україна-Польща-Німеччина - Утворення робочої групи, куди входять потенційні інвестори;
3. Відділ культури та туризму Немирівської районної державної адміністрації - членство в дорадчих і консультативних органах санаторію;
4. Місцеве населення - регулярні зустрічі із громадою, систематичне її інформування. Створення сайту для поширення інформації. Залучення громадських екологічних груп для забезпечення екологічно безпечного виробництва. Проведення періодичних фокусних груп для з'ясування очікувань щодо зайнятості;
5. ДП Немирівський спиртовий завод – членство груп потенційних інвесторів.
6. Житлово-комунальне господарство, енергетики та інфраструктури; екології та природних ресурсів - допомогти забезпечити доступний та безперервний процес надання працівників для реконструкції території санаторію.

Аналіз стейкхолдерів допоміг проекту у виборі партнерів, визначив їх роль та місце у проекті. дав можливість мінімізувати ризики та провести стратегію щодо зацікавлених сторін та подальшою співпрацею з ними.

Висновки до розділу 2

Туризм у Вінницькій області на даний час характеризується досить стійкими темпами розвитку. Основне туристичне навантаження припадає лише на декілька найбільш відомих і традиційних центрів, які приваблюють туристів – м. Вінниця, м. Хмільник, м. Немирів, м. Шаргород, смт. Муровані-Курилівці. Однією з причин просторових диспропорцій у розвитку туристського комплексу є той факт, що територія Вінницької області відрізняється значною диференціацією за ступенем забезпеченості та особливостями розміщення туристично-рекреаційних ресурсів і туристичної інфраструктури.

Туристичними зонами Вінницької області є : Центральна (Середньобузька), Північна (Верхньобузька), Південна (Придністровська), Західна (Середньомурафська), Північно-Східна, Південно-Східна. Була проведена оцінка реального рівня використання потенційної ємності основних туристичних зон Вінницької області.

Також Вінниччина багата якісними мінеральними та прісними підземними водами, що дало поштовх до розвитку лікувально-оздоровчого туризму. Радонові Води відомі далеко за межами області.

Був проведений аналіз міжнародного ринку лікувально – оздоровчих послуг, де можна дійти висновку, що Україна посідає не останнє місце за кількістю санаторно – курортних закладів, високим рівнем надання профілактичних та лікувальних послуг. Також, було виявлено, що лікувально – оздоровчий туризм є передовим видом туризму на світовому ринку туристичних послуг, який приносить країнам світу непоганий прибуток. Так, як лікувально – оздоровчий туризм має свої підвиди, це дозволило світовим ринкам оздоровчих послуг створити нові продукти та успішно їх продавати споживачам.

Після проведення аналізу різних факторів пов'язаних із лікувально – оздоровчим туризмом, було прийнято рішення просувати продукт лікувального туризму Вінницької області, а саме санаторій «Аванград» міста Немирова. Було зроблено аналіз можливих стейкхолдерів проекту, визначено їх цілі та роль у

просуванні та реалізації проекту. Виконання плану співпраці із стейкхолдерами є важливою частиною процесу управління впровадженням проекту.

Виконання плану співпраці із стейкхолдерами слід розглядати як важливий складник процесу управління впровадженням проекту. Це сприятиме налагодженню зворотного зв'язку між робочою групою чи командою проекту та різними групами зацікавлених сторін; досягненню консенсусу щодо реалізації спільних планів; отриманню реакції на заплановані дії тощо.

Аналіз стейкхолдерів допоміг проекту у виборі партнерів, визначив їх роль та місце у проекті, також дав можливість мінімізувати ризики та провести стратегію щодо зацікавлених сторін та подальшою співпрацею з ними.

РОЗДІЛ 3

ПРОЕКТ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК ЛІКУВАЛЬНО – ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ

3.1. Сутність та складові проекту інноваційного туристичного продукту в сегменті лікувально – оздоровчого туризму

Санаторій «Авангард» – це багатoproфільний лікувально-оздоровчий заклад. Спеціалізується на лікуванні захворювань системи кровообігу, нервової системи, опорно-рухової системи і різних обмінних порушень в організмі.

Санаторій «Авангард» має велику лікувально-діагностичну базу (47 кабінетів), лікувальний басейн, бювет мінеральних вод, радонові ванни. У санаторії «Авангард» 5 спальних корпусів на 246 номерів.

Номери санаторію одно- і двомісні номери зі зручностями категорії «стандарт», є номери «напівлюкс» з поліпшеними меблями і сантехнікою, також є двокімнатні номери «люкс» і апартаменти. У всіх номерах в наявності повний санвузол, телевізор, холодильник (Додаток Г).

Харчування в санаторії «Авангард» - диференційоване: для дорослих – 4-разове; для дітей – 5-ти разове.

ДП «Клінічний санаторій «Авангард»» позиціонує себе як сучасне підприємство курортного бізнесу, що функціонує на ринку туристичних послуг у місті Немирів. Санаторій надає широкий комплекс туристичних та лікувально-оздоровчих послуг, згідно своїм лікувальним профілем. Санаторно-курортне підприємство «Авангард» має у своєму розпорядженні сучасну та ефективну матеріальну базу для лікування та оздоровлення відпочиваючих. Номерний фонд санаторію «Авангард» великий, містить номери різної місткості та різних цінних категорій. Харчування в санаторії «Авангард» забезпечується у власній їдальні і ресторани, які надають якісне дієтичне харчування за показами лікаря відповідно до затверджених дієт-програм. Окрім основних послуг у санаторії «Авангард» можна отримати широкий спектр додаткових послуг, таких як організація

екскурсій, спортивні послуги, послуги масажного кабінету, стоматолога, косметолога і багато інших. Санаторій «Авангард» щороку приймає тисячі туристів, і тому займає важливе місце у туристичній діяльності району.

З метою визначення найбільш важливих та пріоритетних цілей розвитку санаторно-курортного комплексу було проведено опитування серед відпочивальників санаторію. Була запропонована анкета (див. Додаток.). Через специфіку проведення опитування, у ньому взяли участь лише відпочиваючі корпусу №4. Усього в опитуванні взяли участь 159 респондентів, тобто вибірку можна вважати репрезентативною.

Розподіл респондентів опитування за місцем проживання в санаторії виглядає наступним чином: понад 72% респондентів є мешканцями гарно відремонтованого корпусу №4; 11,5% – корпусу №5; 8,8% – корпусу №1, 5,4% – корпусу №2; 2% – корпусу №3 (рис. 6.1), що, скоріш за все, відповідає фактичному рівню завантаження номерного фонду зазначених корпусів:

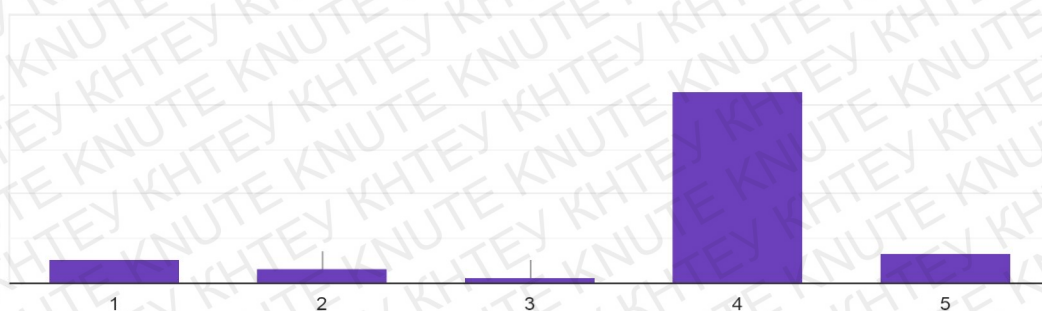


Рис. 3.1. Розподіл респондентів за місцем проживання(корпусу) в санаторії «Авангард»

Джерело: складено автором

Важливо зауважити, що понад 46% респондентів відвідують санаторій «Авангард» не вперше. Так, близько 16% респондентів відпочивали в ньому 4 і більше раз, 8% - 3 рази, 22,8% - два рази (рис.3.2).

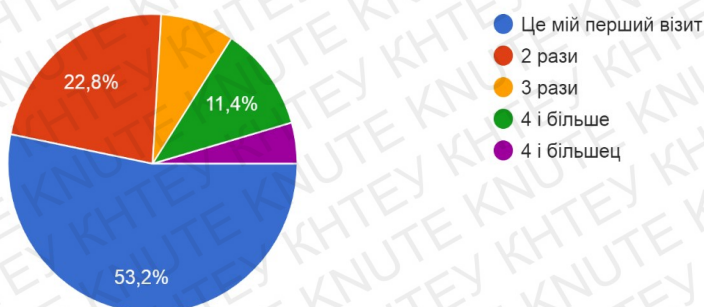


Рис. 3.2. Розподіл респондентів санаторію «Авангард» за кількістю відвідувань

Джерело: складено автором

Серед основних джерел інформації, якими користувались при виборі санаторію, гості назвали рекомендації лікаря (51%), розповіді знайомих і друзів (43,1%) та інтернет сайт санаторію «Авангард» (33,3%) (рис. 3.3).

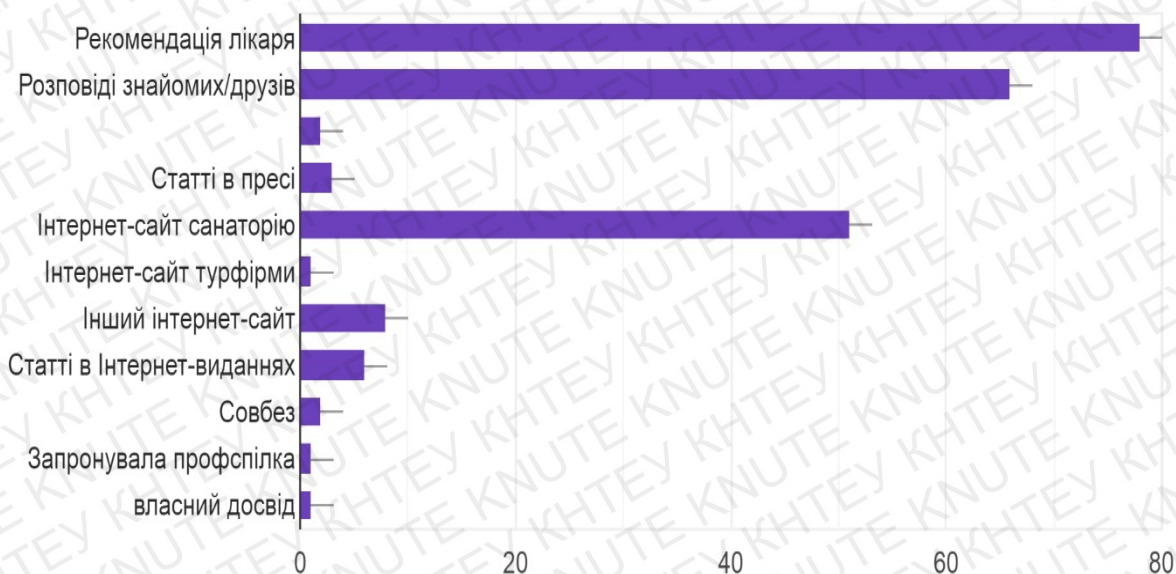


Рис. 3.3. Рейтинг критеріїв вибору санаторію «Авангард»

Джерело: складено автором

Щодо процедури заїзду, то респонденти високо оцінили ввічливість персоналу та його готовність допомогти, але відзначили доволі повільне оформлення та невисоку зручність процедури в цілому (рис. 3.4).

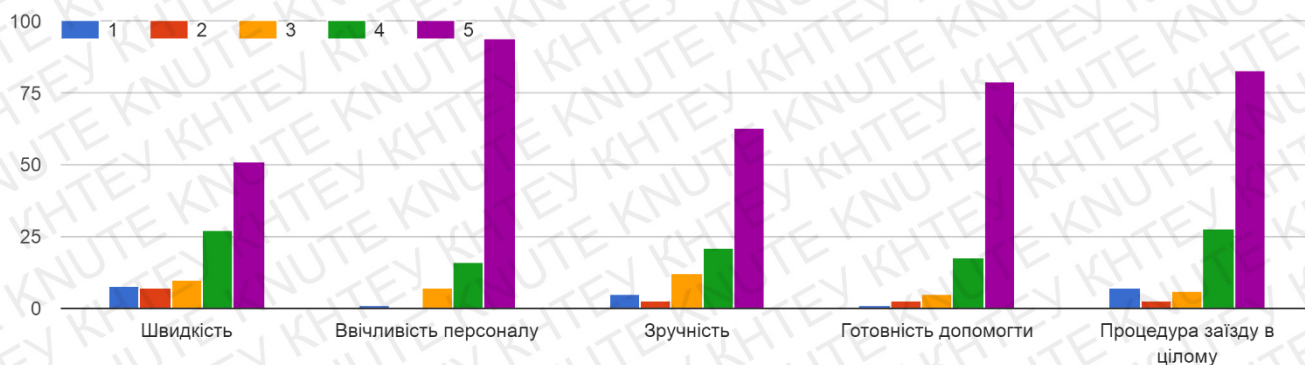


Рис. 3.4. Оцінка респондентами процедури заїзду в санаторій «Авангард»

Джерело: складено автором

Задоволені респонденти також і взаємодією з лікарем (рис. 3.5), відзначаючи готовність лікаря допомогти та ввічливість. Невелике незадоволення викликає лише зручність графіка прийому лікарів.

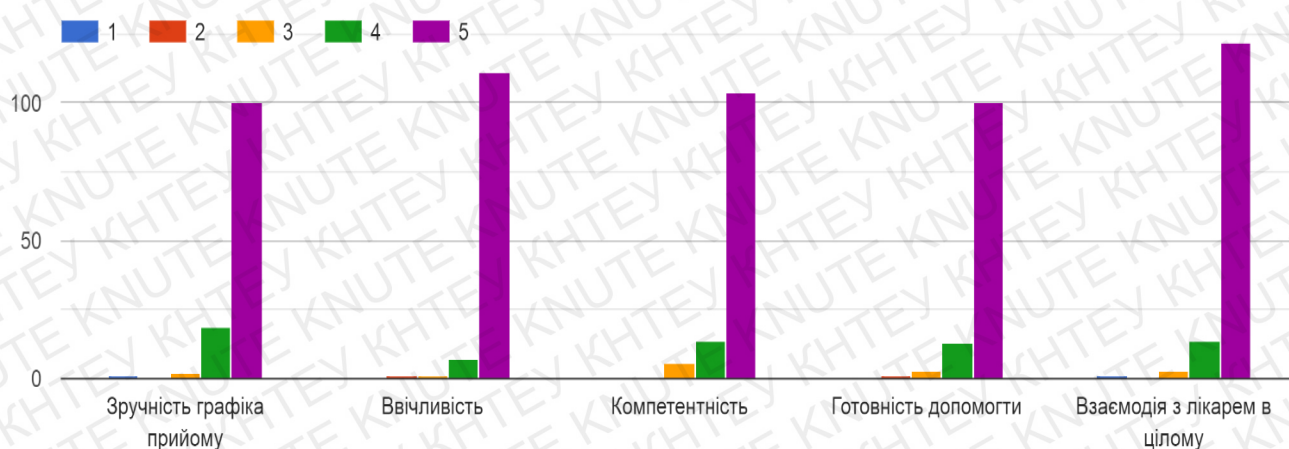


Рис.3.5. Оцінка респондентами взаємодії з лікарем у санаторії «Авангард»

Джерело: складено автором

Згідно методики оцінки ставлення споживачів, підсумовуючим стало питання анкети №9, в якому респондентам було запропоновано оцінити рівень задоволення окремими аспектами діяльності санаторію «Авангард» за п'ятибальною шкалою, де 5 – максимальний рівень.

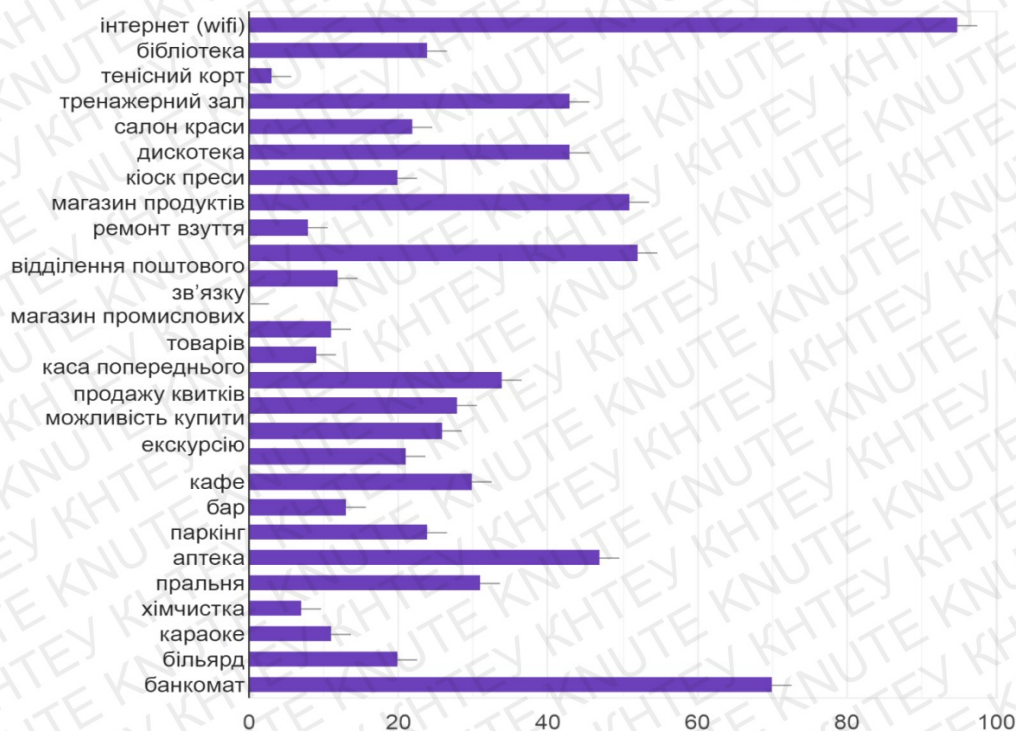


Рис. 3.6. Оцінка важливості для респондентів додаткових послуг санаторію

Джерело: складено автором

Завдяки проведеному дослідженню серед відпочиваючих санаторію, можна із упевненістю розробляти проект, враховуючи всі побажання відвідувачів.

Проект під назвою «Інноваційний продукт Вінницької області Немирівського району – санаторій «Авангард» на міжнародному ринку лікувально-оздоровчого туризму» має на меті створити якісний туристичний продукт на основі раціонального використання лікувально-оздоровчих ресурсів, визначення зон пріоритетного розвитку лікувального туризму шляхом модернізації та реконструкції санаторію «Авангард».

Загальні та конкретні цілі проекту – сприяти розвитку лікувально-оздоровчого туризму у місті Немирів, Вінницької області завдяки розширенню діяльності санаторію «Авангард». **Конкретні цілі:**

1. Збільшення туристичної привабливості Немирівського району в Україні та поза її межами.
2. Перепідготовка персоналу санаторію «Авангард» шляхом проведення

тренінгів. професійних курсів.

3. Розширення сфери діяльності санаторію «Авангард» на додаткові медичні послуги і круглорічний цикл роботи.
4. Проведення реконструкції та ремонту лікувальних та житлових корпусів
5. Встановлення інфраструктури на території санаторію .
6. Вдосконалення та проведення до ладу існуючих спортивних об'єктів
7. Залучення міжнародних та вітчизняних спонсорів.
8. Виведення послуги лікувально-оздоровчого туризму санаторію «Авангард» на міжнародний ринок даних послуг.

Цільові групи проекту та кінцеві бенефіціари проекту. Безпосередніми бенефіціарами проекту стануть жителі Немирова, які отримають додаткові робочі місця завдяки розширенню санаторію «Авангард», при цьому працевлаштування набуде не сезонно-орієнтованого характеру, а постійного. Населення, яке має захворювання опорно-рухового апарату, гінекології, шлунково-кишечного тракту та потребує санаторно-курортного лікування зможе отримувати необхідне лікування. Протягом наступних років кількість оздоровлених зростатиме.

Очікувані результати проекту. Збільшення туристичної привабливості Немирівського району, підвищення інвестиційної привабливості регіону та посилення позицій в соціально-культурному розвитку Центрального регіону. Покращення стану санаторної бази та вдосконалення програм перебування, оновлення медичного обладнання. Економічна ефективність реалізації проекту полягає в зростанні надходжень до районного бюджету від оздоровлення відпочиваючих на 10-15%.

В результаті провадження діяльності з покращення стану водоймищ на території санаторію та прилеглого парку покращиться екологічна картина місцевості. Передбачено встановлення охоронної зони парку, забезпечення належного режиму природокористування та комплексного контролю.

Розроблення стратегії розвитку лікувально-оздоровчого туризму у районі проведення тренінгів з перепідготовки обслуговуючого і медичного персоналу санаторію, проведення капітального ремонту санаторію «Авангард» (ремонт

приміщень лікувальних та житлових корпусів. території), придбання медичного обладнання, меблів та інвентарю. Придбання нового медичного обладнання та підвищення кваліфікації медичного персоналу дозволить додати до список послуг додаткові процедури, як у комплексі путівки так і окремо. Це такі процедури та додаткові опції як : детокс програма, програма схуднення, SPA-процедури.



Рис. 3.1. Стратегічні цілі розвитку санаторного комплексу санаторію «Авангард»

Джерело: складено автором

Актуальність проекту: обґрунтування необхідності, соціально-економічної спрямованості та реалістичності виконання проекту. Одним із важливих напрямків розвитку регіону є лікувально-оздоровчий туризм. Враховуючи загальносвітову тенденцію до якіснішого і профільного туризму, Немирів може

включитись до проекту лікувально-оздоровчого туризму, унікального у своєму роді, який передбачає, разом з традиційним відпочинком, надання послуг в медичній сфері. У світі швидкими темпами розвиваються не тільки загальні види туризму, але і лікувально-оздоровчий туризм. Саме в цьому напрямку потрібно розвивати санаторій «Авангард».

Також доцільно буде розробити стратегічний план дій, основною метою якого буде підвищення конкурентоспроможності області у сфері надання лікувальних та оздоровчих послуг, що підвищило б якість життя населення міста та області, і дозволило б вивести лікувально-оздоровчий продукт на міжнародний ринок.

Для вирішення питань, які постали перед санаторієм «Авангард» та його розвитком запропоновано наступні стратегічні цілі (рис. 3.1).

Реалізація поставлених цілей буде сприяти покращенню стану інфраструктури санаторної галузі і лікувально-оздоровчої місцевості, забезпечення економічної стабільності та прибутковості всього санаторної, дасть можливість зберегти і раціонально використовувати природні лікувальні ресурси регіону, підвищити рівень надання санаторно-курортних послуг та конкурентоспроможність санаторної сфери на національному та міжнародному ринку.

3.2. Механізм просування інноваційного продукту лікувально-оздоровчого туризму на міжнародний ринок

На першому етапі просування лікувально-оздоровчих послуг санаторію «Авангард» на міжнародний ринок необхідно провести стратегічну сегментацію та виділити основні цільові сегменти. Основними критеріями сегментації для санаторно-курортної закладу є:

Джерело фінансування – соціальні фонди (соціальний туризм), власні кошти фізичних осіб. кошти юридичних осіб.

Мета відвідування та профіль продукту – профілактика та загальне

оздоровлення (wellness-туризм), санаторно-курортне лікування людей з хронічними хворобами (курортний туризм), реабілітація людей після перенесеної хвороби, виробничих травм, операцій (реабілітаційний туризм), висококваліфіковане операційне за спеціалізоване медикаментозне лікування та відновлення життєвих функцій організму людини (медичний туризм), проведення ділових зустрічей та конференцій завдяки наявності великих конференц-залів на базі санаторію. (діловий, MICE туризм).

Вік – дитина (дитячий туризм), молодь (молодіжний туризм), людини середнього віку, люди третього віку (туризм третього віку), люди четвертого віку (туризм четвертого віку).

Рівень доходу споживача та затребуваний рівень обслуговування – економічний, середнього рівня, високого рівня (VIP-, Luxury-туризм).

Тип споживача - місцевий житель (або інший споживач, що не потребує послуги розміщення, можливо харчування), турист – громадянин (резидент) України (національний, внутрішній туризм), в'їзний (громадянин іншої держави, нерезидент) турист (міжнародний туризм).

Комбінація цих п'яти критеріїв дає можливість виділити достатньо значну кількість груп споживачів, які можуть стати об'єктами для вибору цільових ринків та формування стратегічних одиниць бізнесу для санаторію «Авангард».

Споживачі послуг соціального туризму, отримали право самостійно обирати санаторно-лікувальний заклад, послуги якого оплачуються коштами державних фондів, виділення окремою санаторно-курортного продукту для зазначеного сегменту ринку стає недоцільним. Санаторно-курортні послуги для корпоративних клієнтів та іноземних туристів теж відрізняються лише рівнями обслуговування та методами продажів та просування на відповідних ринках, що робить доцільним їх об'єднати в одну стратегічну одиницю.

Таким чином визначаємо наступний склад продуктового портфелю санаторію «Авангард» :

- реабілітаційний санаторно-курортний продукт;
- лікувально-оздоровчий санаторно-курортний продукт;

- дитячий санаторно-курортний продукт;
- продукт МІСЕ-туризму.

При визнанні сфери санаторно-курортних послуг санаторію «Авангард» однією з першочергових цілей доцільно створити особливі (привабливі) економіко-правові умови здійснення господарської діяльності, головним чином, в частині залучення інвестицій та підтримки процесу впровадження інноваційних технологій. Це може бути реалізовано шляхом застосування важелів економічної підтримки курортних закладів, що апробовані та показали високу ефективність у розвинутих країнах.

Серед таких важелів: податкові пільги (включно, звільнення курортних послуг від збору податку на додану вартість), пільгова передача у довгострокову оренду земельних ділянок під будівництво нових санаторно-курортних закладів та інших об'єктів інфраструктури, звісно при погодженні із «Укрпрофздоровницею». Буде корисним і встановлення прискорених (пільгових) ставок податкової амортизації для сучасних основних фондів (передусім, обладнання вітчизняного виробництва, яке використовується для надання процедур).

Підтримка розвитку сфери санаторно-курортної діяльності міста Немирова може здійснюватись з використанням методології програмно-цільового управління, що передбачає розробку та ухвалення комплексних програм, спрямованих на реалізацію конкретних заходів розвитку курортного потенціалу, підвищення якості та ефективності санаторно-курортних послуг, зміцнення матеріально-технічної бази курортного господарства на рівні держави й регіонів. Вказані програми можуть реалізовуватися за допомогою ПрАТ «Укрпрофздоровниця» до складу якої входить санаторій «Авангард».

Уряд в особі спеціально уповноваженого державного органу може взяти на себе функцію організації некомерційного маркетингового просування санаторно-курортного продукту Вінниччини на міжнародному ринку. Основним джерелом фінансування має стати держбюджет та бюджет, який виділить «Укрпрофздоровниця» (оскільки «Авангард» не спроможний здійснити субсидіювання таких витрат). Запропоноване просування повинне відбуватися як

через представлення загальних переваг санаторно-курортної галузі «Авангарду», так і через презентацію конкретних конкурентоспроможних (за світовими стандартами) курортних продуктів санаторію (профіль надання лікувально-оздоровчих та медичних послуг). Доцільним вважається залучення до таких проектів дипломатичних та торгово-економічних представництв України за кордоном, іноземних відділень Торгово-економічної палати, громадських (неурядових) організації. Цей процес вимагає і поживлення діяльності Національної туристичної організації України (НТО), функцією якої є презентація (промоція) видів санаторно-курортних послуг на внутрішньому та міжнародному ринках, що дасть неабияку перевагу послугам санаторію «Авангард» на міжнародному ринку.

Важливою частиною просування продукту є інформування споживачів через оприлюднення переліку санаторно-курортних і оздоровчих закладів, які успішно пройшли ліцензування та акредитацію. Вказане підвищить прозорість ринку санаторно-курортних послуг, а також створить умови для подальшого зміцнення добросовісної конкуренції між надавачами таких послуг. При цьому невід'ємною вимогою повинна стати достовірність інформації, адже рекламно-інформаційні ресурси позитивно впливають на зростання попиту та забезпечення, певною мірою, конкурентоспроможності оздоровчих послуг.

Опираючись на міжнародний досвід просування лікувально-оздоровчих послуг на ринок, можна використати удосконалену маркетингову модель «7Р», яка орієнтована на сферу послуг. Особливості просування продукту санаторно-курортних послуг «Авангард» відображаються в кожному елементі комплексу маркетингу «7Р»:

1. «*Продукт (Product)*» - продукт санаторію «Авангард» уже сформований (див.вище).
2. Блок «*Дистрибуція (Place)*» як діяльність, завдяки якій послуга стає доступною для цільового споживача. Посередницька діяльність в цьому напрямку для компаній дозволяє істотно розширити лінійку турпродуктів, отже, сформувати імідж універсального агента з позиції покупця; у цьому допоможуть

уже існуючі партнери-туроператори санаторію «Авангард»: «Світ Мандрів», «Кандагар Тревел», «Еліта тур».

3. Блок «*Просування (Promotion)*» передбачає вибудовування комунікаційної політики між групами учасників ринку. Кожна сторона процесу купівлі-продажу санаторно-курортних послуг повинна

бути в достатній мірі поінформована партнерами-туроператорами про сутність наявних пропозицій санаторію «Авангард», їх унікальності, конкурентні переваги; також підключати інші маркетингові канали – сторінки в соціальних мережах, реклама на сайтах туроператорів (включаючи міжнародних), ведення власного сайту санаторію - http://sanatoriy-avangard.com/ua_uk/, електронні розсилки із пропозицією санаторних послуг таким організаціям як: управління праці лікувальним закладам (лікарням), освітнім закладам .

4. Блок «*Люди (People)*» включає вироблення заходів по стимулюванню персоналу, безпосередньо пов'язаного з продажем санаторно-курортних послуг, і персоналу санаторію «Авангард», який бере участь в процесі її реалізації. Персонал санаторію «Авангард», що забезпечує прямі продажі санаторних послуг в порівнянні з персоналом, які реалізують інші турпродукти, володіє знаннями в області профілів лікування, якими володіє санаторій, в області якості і кількості рекреаційних об'єктів курортних територій і ступеня розвиненості інфраструктури та ін. Також персонал знає про специфіку санаторно-курортних послуг, і може грамотно розповісти про них. Загалом, на даному блоці санаторій і став популярним в межах областей України, а також країн сусідніх. «Сарафанне радіо» став у свої часи найкращим маркетинговим каналом просування для санаторію «Авангард».

За допомогою проведеного анкетування відпочиваючих санаторію «Авангард», та аналіз його послуг було визначено, що саме не вистачає людям для комфортного відпочинку в санаторії. За допомогою створеного проекту, було запропоновано удосконалення санаторію в різних сферах його діяльності, що в подальшому приверне потенційних клієнтів.

5. В рамках компоненту «*Фізичне втілення (Physical evidence)*» в системі

пропозицій по просуванню продукту санаторно-курортних послуг необхідно чітко показати матеріально-речові докази надання послуги, які будуть служити для клієнта підтвердженням факту надання послуги та її високу ефективність. Такими доказами санаторію «Авангард» за словами відпочиваючих, які не в перше там відпочивають є реальне поліпшення стану здоров'я на довгострокову перспективу, вироблення у споживачів навичок і умінь вести здоровий спосіб життя.

Розробивши заходи з просування в рамках кожного попереднього блоку, тепер необхідно приступити до формування прийнятної цінової політики. Орієнтуючись на специфіку санаторно-курортних послуг, цінову політику слід розглянути в контексті співвідношення корисності і якості. Ціни на санаторні послуги в «Авангарді» є цілком адекватна та дозволить оперативно реагувати на зміну ринкової кон'юнктури (Додаток Г).

Реалізація запропонованої системи просування санаторно-курортних послуг має ряд переваг. Вона, по-перше, поєднує використання передових маркетингових технологій; по-друге, адаптована під складну структуру міжнародного ринку санаторно-курортних послуг; по-третє, централізований підхід дозволяє забезпечити комплексний розвиток курортних територій регіону; по-четверте, заходи системи просування базуються на детальному і послідовному аналізі споживчого попиту, який враховує вплив факторів зовнішнього середовища.

3.3. Ефективність проекту туристичного продукту Вінницької області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму на міжнародному ринку

За моїми дослідженнями, від впровадження проекту лікувально-оздоровчого продукту санаторію «Авангард» міжнародний ринок оздоровчих послуг отримує низку позитивних ефектів. Для більш детальної оцінки ефективності проекту, розглянемо його у різних аспектах: доцільності, відповідності, результативності, ефективності у досягненні цілей, економічності та сталості, альтернативи та впливів.

Доцільність проекту. «Інноваційний продукт Вінницької області

Немирівського району – санаторій «Авангард» на міжнародному ринку лікувально-оздоровчого туризму». В ході дослідження було виявлено, що санаторій «Аванград» має достатньо хорошу лікувальну базу, медперсонал, техніку, територію, є конкурентоспроможним та, найголовніше, послуги надані санаторієм відповідають концепції «ціна-якість», що є великим плюсом в залученні відпочиваючих із інших країн. Цілі проекту є цілком реальними та можуть бути легко досягнуті завдяки, безпосередньо, стейкхолдерам проекту. Попит на лікувально-оздоровчі послуги є завжди, тому основна задача проекту залишається в покращенні умов перебування відпочиваючих як резидентів України так і гостей нашої держави.

Таблиця 3.1

Обсяг інвестицій та капіталовкладень (І)

| Статті витрат | Сума, грн з урахуванням ПДВ (І) |
|--|---------------------------------|
| 1. Підвищення кваліфікації персоналу | 146 735 |
| 2. Встановлення інфраструктури на території санаторію :- доріжки;-лавочки;-вказівні знаки; -ліхтарі; -паркани. Загалом - | 350 000 |
| 3. Реконструкція житлових корпусів | 6 000 000 |
| 4. Закупівля мебельної фурнітури | 555 000 |
| 5. Оновлення медичного обладнання | 2 000 000 |
| 6. Встановлення спортивного майданчику | 100 000 |
| 7. Витрати на маркетинг просування лікувальних послуг санаторію на міжнародний ринок | 50 000 |
| Загальна сума інвестицій становить ($\Sigma = I$) | 9 201735 |

Результативність. Проект не має певних часових рамок. може бути реалізований в залежності від активності стейкхолдерів. Проте цілі є цілком реальними і не матимуть проблем під час їх реалізації. Усім стейкхолдерам проекту його реалізація безсумнівно принесе не лише дохід, але й популярність (див. Розділ 2, пункт 2.3).

Розглянемо економічну складову нашого проекту: 1) обсяг капітальних вкладень та інвестицій (табл. 3.1); 2) обсяг додаткових середньорічних витрат (табл. 3.2).

Отже, виходячи із статті витрат, загальна сума інвестицій від стейкхолдерів становитиме 92 01735 грн.

Проведемо статті середньорічних витрат санаторію «Авангард».

Таблиця 3.2

Обсяг додаткових середньорічних витрат (В)

| Статті витрат | Сума, грн з урахуванням ПДВ (І) |
|---|---------------------------------|
| 1.Заробітня платня працівникам | 51 781 |
| 2. Амортизація | 500 000 |
| 3. Адміністративні витрати | 450 000 |
| 4. Електроенергія | 50 000 |
| 5. Предмети, матеріали, обладнання та інвентар | 22 283 |
| 6. Опалювання (опалювальний сезон 6 міс) | 300 000 |
| Загальна сума додаткових середньорічних витрат становить ($\Sigma = В$) | 1 374064 |

Обсяг додаткових середньорічних витрат санаторію становитиме **1 374064** грн.

Останнім показником є обсяг додаткових середньорічних надходжень, які планує отримувати санаторій від відпочиваючих (табл.3.3).

Таблиця 3.3

Обсяг додаткових середньорічних доходів після оподаткування (Д)

| Статті доходів | Сума, грн з урахуванням ПДВ (Д) |
|--|---------------------------------|
| 1. Детокс програма (5000 грн/особу) | 12 500 |
| 2. Програма схуднення (7000 грн/особу) | 35 000 |
| 3. SPA-процедури (в середньому 500 грн/особу) | 3 000 |
| 4. Дитячий табір (2500 грн/ 1 зміна період літо – 3 міс.) | 375 000 |
| 5. МІСЕ-туризм (від 3500 тис.) | 20 000 |
| 6.Додатковий потік відпочиваючих | 3 000000 |
| Загальна сума додаткових середньорічних доходів післ оподаткування становить ($\Sigma =Д$) | 3 427 500 |

Для додаткових доходів було включено такі пропозиції :

1. Детокс програма .Тривалість 7 днів.
2. Програма схуднення. Тривалість проходження програми 14 днів.
3. SPA-процедури
4. Дитячий табір. Зміна: період літо – 3 міс. Очікувана кількість відпочиваючих дітей протягом літнього періоду становить 450 осіб.
5. MICE - туризм. В рік очікується 70–90 проведених ділових заходів.

Після проведення ремонтних робіт та реконструкції житлових та лікувальних корпусів, а також оновлення медичного обладнання очікується збільшення відпочиваючих у санаторії до 20%.

Для розрахунку середньорічного прибутку скористуємося формулою :

$$Д - В \quad (3.1)$$

$$3\,427\,500 - 1\,374\,064 = 2\,053\,436 \text{ (грн)}$$

Отриманий результат свідчить про, хоч і невелику, проте позитивну економічну ефективність від впровадження проекту та приріст відпочиваючих.

Розрахуємо також рентабельність даного проект, використаємо при цьому формулу :

$$(Д - В) / I * 100\% \quad (3.2)$$

$$(3\,427\,500 - 1\,374\,064) / 92\,01735 * 100\% = 0,22\%$$

Розрахований показник показує, що за умов залучення інвестицій у проект рентабельність його виражатиметься у частці **0,22%** .

Розрахуємо також період окупності планового проекту для його визначення скористаємось формулою :

$$I / (Д - В) \quad (3.3)$$

$$92\,01735 / (3\,427\,500 - 1\,374\,064) = 4 \text{ роки } 4 \text{ місяці}$$

Результатами вирахованого показника періоду окупності є термін 4 роки та 4 місяці, що є до волі реальним результатом для окупності проекту санаторію «Авангард».

І найголовніше питання, що ж зміниться після реалізації проекту? Буде збільшено обсяги фінансового ресурсу, що спрямовуватиметься для потреб

санаторію; поширено у сфері оздоровчих послуг регіональних програм як державного, так і міжнародного партнерства, покликаних покращити рівень обслуговування та підтримати привабливий інвестиційний клімат; розширено курортну територію з урахуванням нормативів антропогенного навантаження, підтримка благоустрою таких територій згідно функціонального призначення; попит на санаторно-курортні послуги іноземних громадян зростає, запроваджено регулярне інформування осіб в режимі он-лайн про можливості надходження путівок на санаторно-курортне лікування (зокрема, з використанням сучасних комунікаційних технологій через мережу Інтернет), збільшення кількості пацієнтів, податків та зборів, ріст регіонального валового продукту. Головною ефективністю реалізації проекту стане нарощування чисельності пролікованих, зменшення кількості хворих, збільшення рівня працездатності населення, валового внутрішнього продукту, пов'язаного з функціонуванням оздоровчих підприємств.

Висновки до розділу 3

Було представлено проект інноваційного туристичного продукту міста Немирова. Визначено найбільш важливі та пріоритетні цілі розвитку санаторно-курортного комплексу «Авангард», також було проведено опитування серед відпочивальників санаторію, завдяки якому був розроблений проект під назвою «Інноваційний продукт Вінницької області Немирівського району – санаторій «Авангард».

Загальними та конкретними цілями проекту визначено– сприяти розвитку лікувально – оздоровчому туризмі у місті Немирів, Вінницької області завдяки розширенню діяльності санаторію «Авангард». Також був розроблений стратегічний план дій, щодо розвитку лікувально-оздоровчого туризму у місті Немирів.

Важливим етапом просування інноваційного продукту є визначення цільового ринку споживача. Запропоновано механізм просування продукту на

міжнародний ринок лікувально-оздоровчих послуг, де було використано маркетингову модель 7Р, яка найбільше підходить для сфери обслуговування.

Було визначено, що реалізація запропонованої системи просування санаторно-курортних послуг має ряд переваг.

Також виявлено, що від впровадження проекту лікувально-оздоровчого продукту санаторію «Авангард» міжнародний ринок оздоровчих послуг отримує низку позитивних ефектів. Для більш детальної оцінки ефективності проекту, було розглянуто його у різних аспектах.

Був прорахований період окупності та необхідні інвестиції. Головною ефективністю реалізації проекту стане нарощування чисельності пролікованих, зменшення кількості хворих, збільшення рівня працездатності населення, валового внутрішнього продукту, пов'язаного з функціонуванням оздоровчих підприємств.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У роботі здійснено такі теоретичне узагальнення та запропоновано шляхи удосконалення інноваційного проекту – розроблення теоретико-методологічних засад, методичного забезпечення та науково-практичних підходів до формування та реалізації інноваційного продукту Вінницької області у сфері санаторно-курортних послуг:

1. Сучасні тенденції розвитку лікувально-оздоровчого туризму мають позитивний характер. Проаналізовані дані свідчать про те, що лікувально-оздоровчий туризм активно розвивається: зростає кількість бажаючих отримати санаторні послуги у світі загалом, і у всіх туристичних макрорегіонах зокрема, створюються нові робочі місця у оздоровчому туризмі, і їх кількість постійно зростає, збільшуються прибутки від лікувального туризму.

2. Вітчизняна лікувально-оздоровча галузь відіграє надзвичайно важливу роль у соціально-економічному житті країни. Зростає її статус та зацікавленість держави в подальшому розвитку галузі. Чинниками позитивного впливу, що визначають перспективний розвиток лікувально-оздоровчого туризму, є збільшення інвестицій в інфраструктуру, маркетинг і рекламу, розвиток внутрішніх ринків, вихід на міжнародний ринок лікувальних послуг, зростання міжрегіонального співробітництва й міжгалузевих партнерств.

3. Стратегічною метою розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні можна визначити створення конкурентоспроможного на світовому ринку лікувального продукту, здатного максимально задовольнити лікувальні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток санаторних комплексів та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурного довілля. Програма дій, зорієнтована на досягнення цієї мети, має бути синхронізованою із загальними темпами становлення ринкових механізмів і співвідносною з політикою структурних реформ в економіці. Вона повинна також враховувати накопичений досвід розвитку лікувально-оздоровчого туризму у світі, що створює сприятливі умови

доопрацювання та розроблення відповідної нормативно-правової бази лікувального туризму.

4. Для підвищення конкурентоспроможності сфери санаторно-курортних послуг у межах міжнародного ринку, вивчаючи зарубіжний досвід розвитку цих послуг, доцільне впровадження просування лікувально-оздоровчих послуг методом marketing mix 7P, що є найбільш успішним для сфери обслуговування.

5. На сучасному етапі розвитку інформаційних технологій та інтенсивного використання інтернет-систем одним з важливих маркетингових інструментів забезпечення конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг санаторію «Авангард» визначено соціаль медіа маркетинг і його тренди.

6. Аналіз становлення і оцінка сучасного стану санаторно-курортного комплексу на території України свідчить про те, що курортна рекреація повинна стати пріоритетною сферою перспективного розвитку туризму в державі, оскільки вже тепер вона може забезпечити значні валютні надходження, сприяти зміцненню національної грошової системи і створити у цій сфері додаткові робочі місця.

7. На думку автора, Україна, зокрема і Вінницька область, завдяки унікальному природно-рекреаційному потенціалу, зростанню потреби населення в послугах санаторно-курортних закладів, збільшенню зацікавлення цією сферою іноземних туристів володіє усіма передумовами для відновлення і розвитку лікувально-оздоровчого туризму. Головною перешкодою для цього є відсутність державної і регіональної стратегії розвитку санаторно-курортного господарства області, яка б передбачала активний вплив на його інвестиційну привабливість.

8. Унікальним та перспективним регіоном для швидкого нарощування темпів у галузі лікувально-оздоровчого туризму виступає Вінницька область. Вінницька область зараз має достатній ресурс конкурентоздатності через демократичні ціни на лікувально-оздоровчі послуги, однак ще важливо донести до широкого загалу споживачів, особливо іноземних. Ціни на проживання у санаторії «Авангард», який досліджувався у моїй роботі, у більшості випадків є

нижчими від європейських. Одночасно конкурентоспроможність території забезпечується не лише рівнем цін, а й їх оптимальним співвідношенням з якістю послуг, що корелюється з обраною маркетинговою стратегією.

9. Завдяки цьому був розроблений проект покращення та просування лікувально-оздоровчих-послуг санаторію «Авангард», визначено його основні цілі та завдання. Також була проведена економічна ефективність даного проекту, що довела його успішність та окупність протягом 4 роки та 4 місяці.

10. На сьогоднішній день в рамках створення і розвитку системи лікувально-оздоровчого туризму в Україні основними завданнями є: інтеграція критеріїв Європейської асоціації курортів до нормативно-правової бази України; впровадження стандартів якості надання лікувально-оздоровчих послуг; просування у професійному середовищі: формуванню асоціацій регіонів із лікувально-оздоровчими продуктами на внутрішньому українському ринку та популяризації таких продуктів; донесення інформації до споживачів за кордоном; діалог з тур операторами; покращення доступу (транспортне сполучення) до туристичних регіонів України; збільшення Інтернет-присутності провідних курортів з лікувально-оздоровчим наголосом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барчуков Н. С. Санаторно-курортна справа: Навчальний посібник / Н. С. Барчуков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 303 с.
2. Боков М. А., Ветітнів А. М., Попков В. П., Угрюмов Е. Є., Шаповалов В. І. Менеджмент в санаторно-курортних організаціях : В 3-х т. / М. А. Боков, А. М. Ветитнев, В. П. Попков, Е. Є. Угрюмов, В. І. Шаповалов. – СПб.: Видавництво СПбГУЭФ, 2001. – 320 с.
3. Ветітнев А. М. Курортна справа : Навчальний посібник / А. М. Ветітнев, Л. Б. Журавлева. – М.: КНОРУС, 2006. – 528 с.
4. Дехтяр В. Д. Основи спортивно-оздоровчого туризму / В. Д. Дехтяр. – К: Науковий світ, 2002. – 202 с.
5. Жданова О. М., Тучак А. М., Поляковський В. І., Котова І. В. Організація та методика оздоровчої фізичної культури і рекреаційного туризму: Навч. посібник / О. М. Жданова, А. М. Тучак, В. І. Поляковський, І. В. Котова. – Луцьк: РВВ «Вежа», 2000. – 248 с.
6. Кусков А. С., Листикова О. В. Курортологія та оздоровчий туризм: Навчальний посібник / А. С. Кусков, О. В. Листикова. – Ростов н/Д: Феникс, 2004. – 320 с.
7. Мальська М. П., Рутинський М. Й. Лікувально-оздоровчий туризм // Мальська М. П., Рутинський М. Й., Паньків Н. М. Туризм у міжнародному і національному вимірах. Історія і сучасність: Монографія / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, Н. М. Паньків. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2008. – С. 191-210.
8. Матрошилін О. Г., Зав'ялова О. Р., Роголя Ю. Я. Загальна фізіотерапія і курортологія: Навч. посібник / О. Г. Матрошилін, О. Р. Зав'ялова, Ю. Я. Роголя. – Дрогобич: РВВ ДДПУ ім. І. Франка, 2006. – 297 с.
9. Одрехівський М. В. Маркетингово-орієнтоване управління рекреаційними інноваційними підприємствами: монографія / М. В. Одрехівський. – Дрогобич: РВ ДДПУ, 2009. – 488 с.

10. Рутинський М. Класифікація та типологія курортів // Вісник Львівського ун-ту. Серія географічна. – 2007. – Вип. 34. – С. 236-246.
11. Рутинський М. Й. Ключеві принципи сталого розвитку курортно-рекреаційної сфери західного регіону України // Стале природокористування: підходи, проблеми, перспектива. Матеріали III міжнар. наук. конф. (28-29 травня, 2010 р.) / М. Й. Рутинський. – Тернопіль: Підручники і посібники, 2010. – С. 137-138.
12. Butler R. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *The Canadian Geographer*, 1980, vol. 24, iss. 1, pp. 5–12. 2.
13. Christaller W. Some Considerations of Tourism Location in Europe. *Papers and Proceedings of the Regional Science Association*, 1963, vol. 12, no. 1, pp. 95–105.
14. Hjalager A.M. Innovation Patterns in Sustainable Tourism. *Tourism Management*, 1997, vol. 18, no. 1, pp. 35–42.
15. Leiper N. The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist, and the Tourist Industry. *Annals of Tourism Research*, 1979, vol. 6(4), pp. 390–407.
16. Borden N.H. The Concept of the Marketing Mix. In: *Science in Marketing*. Ed. by G. Schwartz. N.Y., John Wiley & Sons, 1965, pp. 386–397.
17. Офіційний сайт ПАТ «Угорський туризм». веб-сайт: URL: <http://www.gotohungary.com> (Дата звернення 15.06.2019)
18. Медичний туризм. Куди поїхати лікуватися? веб-сайт: URL: https://www.obozrevatel.com/health/medical_tourism/meditsinskij-turizm-kuda-poehat-lechitsya.htm. (Дата звернення 25.06.2019)
19. Fallon Steve Budapest: Steaming Special Section on Thermal Baths –Lonely Planet, 2003. – p.74-130.
20. Ведмідь Н. І. Санаторно-курортний комплекс: сервісне управління: монографія / Н. І. Ведмідь. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 536 с.
21. Munro, J. How Big is the Medical Tourism Industry? / Munro, J. – веб-сайт URL: <https://www.mtqua.org/> (Дата звернення 25.08.2019)
22. Smith M. Health, Tourism and Hospitality. Spas, Wellness and Medical

Travel / Smith M., Puczko L. - Routledge, London and New York, 2016. 3. Global Wellness Institute, Global Wellness Economy Monitor, January 2017

23. Woodman, W. Medical Tourism Statistics & Facts, 2016 / Woodman, W.: веб-сайт URL: www.patientsbeyondborders.com (Дата звернення 25.08.2019)

24. Global wellness industry is a \$3.7 trillion market.: веб-сайт URL: <https://www.globalwellnessinstitute.org/press-room/statistics-and-facts/> (Дата звернення 25.09.2019)

25. Alumni Reception 2016 Global healthcare outlook. Battling costs while improving care.: веб-сайт URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Life-Sciences-HealthCare/gx-lshc-2016-health-care-outlook.pdf> (Дата звернення 28.09.2019)

26. Інтернет-проект «Санаторії та курорти України» : веб-сайт URL: <http://www.sanikur.com>. (Дата звернення 10.09.2019).

27. Чернова Г.В. Сільський зелений туризм на Вінниччині // Науково-теоретичний збірник “Гуманітарний вісник” Переяслав-Хмельницького державного педагогічного університету ім. Г. Сковороди, матеріали III міжнародної науково-практичної конференції “Проблеми розвитку спортивно-оздоровчого туризму і краєзнавства в закладах освіти”. – Переяслав-Хмельницький, 2004. – С. 458 – 462.

28. Чернова Г.В. Особливості функціонально-територіальної структури територіально-рекреаційного комплексу Вінницької області // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Географія. – Вінниця, 2006. – Вип. 12. - С. 209-216

29. Чернова Г.В. Перспективи розвитку екологічного туризму регіону (на прикладі Вінницької області) // Екологія і раціональне природокористування: Зб. наук. праць Сумського державного педагогічного університету ім. А.С.Макаренка. – 2006. – С. 202 – 207.

30. Шаптала О. Рекреація і туризм: взаємозв'язки, відносини і проблеми/ Шаптала О. // Вісник Української Академії державного управління при Президентіві України. – 2009. - №3. – 399 с. 63

31. Чернишенко А. Формування стратегії сталого розвитку туризму і курортів в Україні: Круглий стіл //Новости турбізнесу. – 2007. - № 12. – С. 20
32. Aaker, D. A., & Shansby, J.G. (1982). Positioning your product. *Business Horizons*, 25(3), 56-62
33. Kavaratzis M. City Branding: an Effective Assertion of Identity or a Transitory Marketing Trick? / M. Kavaratzis, G. Ashworth // *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*. – 2005. – Vol.96. - №5.
34. Kotler, P. (2000). *Marketing management: Millennium edition* (10th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall
35. Kotler, P.; Gertner, D. (2001). Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective. *Brand Management*, 9 (4-5), 249-261.
36. Porter E. Michael. *Competitive strategy: An analysis of industries and competitors* / Michael E. Porter; per. From English I. Minervin; - M.: Alpina Business Books, 2005. – 54 p
37. Seddighi H.R., Theocharous A.L. A model of tourism destination choice: a theoretical and empirical analysis, p. 475-487
38. Zenker S. The place brand centre – a conceptual approach for the brand management of places / S. Zenker, E. Braun // 39 th European Marketing Academy Conference. – Copenhagen, 2010.
39. Волинська обласна рада сайт URL: <http://www.volynrada.gov.ua> (Дата звернення 25.08.2019)
40. Гаврилюк А.М. Державне регулювання комунікаційного забезпечення туристичної індустрії в Україні: автореферат дис. На здобуття ступеня д.е.н.: 25.00.02 / А.М. Гаврилюк. – К.: Національна академія державного управління при Президентові України, 2011. – 20 с. сайт URL: <http://academy.gov.ua/> (Дата звернення 25.10.2019)
41. Дослідження сприйняття України сайт URL: <http://brandukraine.org/k/>. (Дата звернення 25.10.2019)

42. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO-Elibrary World Tourism Organization) сайт URL : <http://www.e-unwto.org> (Дата звернення 25.10.2019)

43. Щорічне дослідження конкурентоспроможності регіонів України(2008-2012). – Фонд «Ефективне управління»: сайт URL :http://www.feg.org.ua/cms/projects/studying_Ukraine_competitiveness.html (Дата звернення 02.10.2019)

44. The Travel & Tourism Competitiveness Report (2007-2013). – World Economic Forum. – сайт URL: www.weforum.org/ttcr (Дата звернення 02.10.2019)

45. Dimitrios Buhalis. Strategic Use of Information Technologies in the Tourism Industry. сайт URL:<https://www.researchgate.net> (Дата звернення 02.10.2019)

ДОДАТКИ

Додаток А

**Київський національний торговельно-економічний
університет
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу
Кафедра туризму та рекреації**

**ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС: ВИКЛИКИ
ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ**

**Збірник наукових статей студентів, які здобувають освітній
ступінь «магістр» за спеціальностями
073 «Менеджмент» (спеціалізація «Туристичний
та курортно-рекреаційний менеджмент»),
242 «Туризм» (спеціалізація «Міжнародний
туристичний бізнес»)**

Частина 2**Київ 2019**

| ЗМІСТ | |
|---|----|
| ВСТУП | 5 |
| МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС | |
| ГЕРАСИМЕНКО В. Особливості розвитку франчайзингової системи в туристичному бізнесі та за кордоном..... | 6 |
| ЗАКАРЛЮКА А. ABS-система у міжнародному туризмерейтингу..... | 11 |
| ЛИТВИНЕНКО А. Концептуальні засади формування конкурентопроможного пацієнтального туристичного продукту на ринку СС..... | 18 |
| ОЛЕХ А. Сутність національного туристичного продукту та особливості його просування на міжнародний ринок..... | 24 |
| ІВАНЮР М. Проектування та просування інсайт-продукту на туристичний ринок..... | 29 |
| РЕБЕНКО А. Замки і споруди Тернопільщини як ресурси розвитку замкового туризму в Західній Україні..... | 34 |
| УЗУН В. Прийєми та перспективи розвитку лікувально-оздоровчого туризму у Вінницькій області..... | 41 |
| ЧУЖИПОВА Ю. Проектування та просування продукту культурно-пізнавального туризму м. Березань на міжнародний ринок..... | 47 |
| ТУРИСТИЧНИЙ ТА КУРОРТНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ | |
| БУРЕНКО К. Теоретичні концепції та методи управління доходами туристичного оператора..... | 52 |
| ГРИЦЕНКО Д. Формування продуктової політики туристичного підприємства..... | 58 |
| КАНАЄВА А. Формування системи лояльності туристичного підприємства..... | 63 |
| КОВАЛЕНКО С. Управління скопомічною ефективністю діяльності туристичного підприємства..... | 71 |
| КРИМАРЕНКО Д. Диверсифікація продуктового портфеля туристичного підприємства..... | 78 |
| 3 | |

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ У ВІННИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

УЗУП В., 2 курс (ОС «магістр») ФРІТБ КНТЕУ,
спеціальність «Туризм», спеціалізація «Міжнародний туристичний бізнес»

У статті досліджено та обґрунтовано необхідність розвитку санаторно-курортної діяльності та лікувально-оздоровчого туризму у Вінницькій області. Досліджено основні державні та регіональні програми і концепції розвитку лікувально-оздоровчого туризму Вінницької області. Запропонований комплекс стратегічних та оперативних цілей розвитку лікувально-оздоровчого туризму на регіональному рівні на базі Вінницької області, що дасть можливість органам державної влади, місцевого самоврядування та іншим зацікавленим суб'єктам розробити механізми реалізації визначених цілей.

Ключові слова: лікувально-оздоровчий туризм, курорти, санаторії, туристичний продукт, заклади оздоровлення.

The article examines and justifies the need for the development of sanatorium and resort activities and health tourism in the Vinnytsia region. Researched the main state and regional programs and concepts for the development of health tourism. In article presents a set of strategic and operational goals for the development of health tourism at the regional level based on the Vinnytsia region, that will allow governmental authority, local self-government and other stakeholders to develop a mechanism for the implementation of certain goals.

Keywords: health-improving tourism, resorts, sanatoriums, tourist product, health institutions.

Актуальність теми. Ринок послуг лікувально-оздоровчого туризму зазнає останнім часом радикальних змін. Традиційні кліматичні, бальнеологічні, грязьові курорти перестають бути місцем лікування і відпочинку головним чином осіб третього віку і набувають ознак поліфункціональних оздоровчих центрів, розрахованих на ширше коло споживачів. Доцільність проведення широкомасштабного аналізу регіональних ринків відпочинку і лікування, розробки і впровадження стандартів курортного обслуговування (лікувально-оздоровчого туризму) обумовлюють актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значна увага ресурсній складовій лікувально-оздоровчої сфери приділяється в публікаціях таких науковців, як О. Бейдик, В. Квартальнов, О. Лобіцева, В. Поникова, В. Жученко, Т. Сокол, В. Стафійчук, П. Фоменко, Н. Чорниєва, І. Богатюк, М. Мельська, М. Рутинський, В. Кирик, І. Асташкіна, І. Волкова, О. Колесник, К. Діденко, С. Ярьомско, А. Столярченко, О. Басва та ін. Серед основних напрямів досліджень значущих науковців можна виділити: особливості природних ресурсів в Україні, які можуть бути використані у сфері лікувального туризму; аналіз напрямів та перспектив розвитку лікувально-оздоровчого туризму у регіонах України; аналіз лікувально-оздоровчих послуг в українських санаторіях, курортах, пансіонатах; методологію організації лікувально-оздоровчого туризму в Україні; механізми управління санаторно-курортними комплексами в Україні. Аналізуючи публікації виступаючих авторів, необхідно зазначити, що в жодній не розкрито тенденції розвитку лікувально-оздоровчого туризму на території Вінницької області, більшість дослідників здійснюють огляд ситуації загалом в Україні, або окремо розглядаються області, які зараз є лікувально-оздоровчими центрами.

Мета статті полягає в узагальненні теоретичних засад та розробки рекомендацій щодо визначення комплексу стратегічних цілей розвитку лікувально-оздоровчого туризму у Вінницькій області на регіональному та міжнародному рівні, удосконалення існуючого санаторно-курортної бази та проєктування нового продукту на міжнародний ринок лікувально-оздоровчого туризму.

Відповідно до поставленої мети в роботі розглянуто і вирішено такі основні завдання: визначено теоретичний зміст лікувально-оздоровчої діяльності та її місце у системі міжнародного туризму; проаналізовано передумови розвитку лікувально-оздоровчого туризму у Вінницькій області; дано оцінку конкурентоспроможності лікувально-оздоровчого туризму у місті Немирів; розроблено практичні рекомендації щодо вдосконалення механізму функціонування лікувально-оздоровчого туризму у Вінницькій області, зокрема у місті Немирів з використанням вітчизняного та закордонного досвіду.

Об'єктом дослідження процес формування туристичного продукту Вінницької області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму.

Результати дослідження. Аналіз наукової літератури засвідчує, що на сьогоднішній день немає єдиної думки щодо трактування поняття «лікувально-оздоровчий туризм». Вітчизняні науковці дають визначення лікувально-оздоровчого туризму з точки зору установлення санаторно-курортної системи, яка збереглася ще з радянських часів. У західній науковій літературі найчастіше використовують такі поняття як «health tourism», «medical tourism», «wellness & spa tourism» [1, 2].

Українські науковці також не мають єдиної думки щодо трактування терміну «лікувально-оздоровчий туризм». Так, деякі українські та зарубіжні вчені вважають, що цей вид туризму є складовою іншого виду туризму – наприклад, рекреаційного, тобто виїзду з метою відпочинку, оздоровлення і лікування, медичного, «головною метою якого є лікування чи перебування у медичних закладах та який склався з лікувально-оздоровчого, оздоровчого та лікувального туризму» [2].

Рекреація, з медичної точки зору, є найбільш цінний вид туризму, який спрямований на відновлення здоров'я і працездатності шляхом відпочинку на лоні природи, в сприятливих кліматичних умовах. Для реалізації цієї мети пацієнтам і туристам-рекреантам на курортах надаються різноманітні рекреаційні послуги (recreation facility). Дієві послуги використовують в різних цілях: оздоровчих, туристських, спортивних і ліжувальних, основи природно-рекреаційні ресурси (клімат, лікувальні грязі, мінеральні води тощо) і спеціальні засоби залучають для підвищення загального психофізичного потенціалу і розвитку окремих функціональних систем організму [6].

Лікувальний туризм здійснюється з метою зміцнення здоров'я і передбачає перебування в санаторно-курортних установах. Туризм із метою лікування виокремлений і в класифікації осіб, які подорожують, рекомендацій ІНWТO. Метою оздоровчого туризму є профілактика захворювань і відпочинок. Він характеризується більшою тривалістю подорожі, відвідуванням меншої кількості міст і більшою тривалістю перебування в одному місці, тобто поряд із проведенням дозвілля передбачає відпочинок. Впорядкування оздоровчого туризму також відбувається за класифікації UNWTO [8].

Особливу увагу слід приділяти лікувально-оздоровчому туризму в контексті прагнення людей до здорового способу життя, а також поліпшення екологічного стану та збільшення захворюваності населення в Україні та світі. Тому дослідження особливостей лікувально-оздоровчого туризму та можливостей його розвитку в Україні є актуальним.

Лікувально-оздоровчий туризм виділяється одним з найперспективніших видів туризму України. Він розвивається за рахунок значних ресурсів: морського узбережжя, гарячих, теплих і холодних мінеральних джерел, лікувальних лямпових родонітних грязей, лісів тощо, якими багата країна. Інтерес до лікувально-оздоровчого туризму в Україні зі сторони іноземців зростає, завдяки не високим цінам на відпочинок та оздоровлення у санаторно-курортних закладах України [3].

Враховуючи характер рекреаційної спеціалізації та ступінь розвитку рекреаційного господарства території Вінниччини, наявність рекреаційних ресурсів та їх територіальні комбінації, на території Вінницької області можна виділити 55 елементів територіальної структури: 6 рекреаційних районів, 13 рекреаційних центрів, 36 рекреаційних пунктів, які безпосередньо вплинули на розвиток лікувально-оздоровчого туризму (табл. 1).

Таблиця 1

Територіальна структура рекреаційного комплексу Вінницької області

| Рекреаційний район | Рекреаційні центри | Площа, км ² | Напрямок рекреаційного використання |
|---------------------------------------|--|------------------------|--|
| 1. Центральний (Середньобузський) | 1) Вінниця 2) Тульчин 3) Шепетів 4) Тарнів 5) с. Степанів Гайсинського району | 6260 | Виконує оздоровчо-спортивно-лікувально-пізнавальну функцію і налічує 12 рекреаційних пунктів |
| 2. Північний (Верхньобузський) | 1) Хмільник | 3350 | Виконує лікувально-пізнавальну функцію і налічує 3 рекреаційних пунктів |
| 3. Південний (Прийільсько-сировський) | 1) Могилів-Подільський 2) Ямпіль | 3190 | Виконує переважно оздоровчо-лікувальну функцію і налічує 4 рекреаційних пунктів |
| 4. Західний (Середньомурафський) | 1) Шаргород 2) Бар | 3400 | Виконує оздоровчо-пізнавальну функцію і налічує 6 рекреаційних пунктів |
| 5. Північно-Східний | | 5070 | Виконує оздоровчо-спортивно-пізнавальну функцію і налічує 3 рекреаційних пунктів |
| 6. Південно-Східний | 1) Крижопіль 2) Бершадь 3) с. Яблочкиве Крижопільського району | 5200 | Виконує лікувально-оздоровчо-спортивну функцію і налічує 4 рекреаційних пунктів |

Все більшим попитом серед туристів, які приїжджають оздоровитися у Вінницьку область, користуються санаторії м. Хмільника та м. Немцова, адже Вінниччина багата якісними мінеральними та прісними підземними видами. Далеко за межами не лише області, але й України відомий курорт державного значення м. Хмільника, який ще називають «радоногово скарбниною», українська Валст-Вадешом. До складу бальнеологічного курорту у м. Хмільник входять 8 санаторно-курортних закладів, що дають змогу щорічно оздоровлятися до 50 тис. осіб, як в Україні, так і з-за кордону, а це стимулює потяг до розвитку курортного туризму. Завдяки сучасному обладнанню, новітнім методикам, високому професійному рівню лікарського корпусу ефективність лікування на курортах Вінниччини складає 97% [7].

Для якісної оцінки стану лікувально-оздоровчого туризму в Україні та у Вінницькому регіоні слід зробити порівняльну характеристику наявних ресурсів та підходів щодо їх використання на тлі деяких країн Європи (табл. 2).

Таблиця 2

Порівняльна характеристика наявних лікувально-оздоровчих ресурсів країн Європи та України, 2018 рік [5]

| Показник | Чехія | Польща | Угорщина | Україна |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Кількість лікувально-оздоровчих курортів, шт. | 43 | 43 | 23 | 58 |
| Кількість лікувально-оздоровчих підприємств, шт. | 251 | 88 | 35 | 104 |
| Кількість туристів, здійснюваних з лікувально-оздоровчою метою, осіб | 7 02 076 | 731 453 | 663 400 | 621 913 |
| Доходи від лікувально-оздоровчої діяльності, у.о. | 2 526 463 | 28 127989 | 1 614 440 | 4 507 534 |

За кількісними показниками лікувально-оздоровчого туризму Україна не поступається країнам Європи, а в деяких показниках навіть випереджає. Але за кількістю відпочиваючих туристів та за рівнем отриманих доходів від функціонування курортів та лікувально-оздоровчих підприємств наша країна значно відстає від, наприклад, сусідньої Польщі, яка має в чотири рази меншу кількість таких закладів, але рівень доходу від цієї сфери втричі більший. Така суттєва різниця зумовлена лекіанно маркетингового діяльності та в деякій мірі застарілою лікувально-оздоровчою базою санаторіїв. Проте іноземні туристи також користуються послугами оздоровчих санаторіїв України. Про це свідчать статистика відпочиваючих у санаторно-курортних закладах у Вінницькій та сусідніх областях (Житомирській, Київській, Черкаській та Одеських областях) за період квітень-листопад 2018 року (рис. 1).

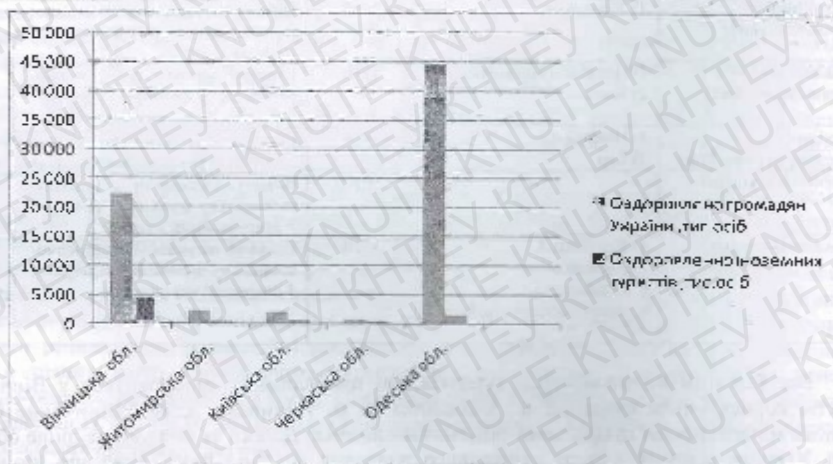


Рис. 1. Статистика відпочиваючих іноземців на території України у Вінницькій та сусідніх областях за період квітень-листопад 2018 р. [5]

Основна маса санаторно-курортних та оздоровчих закладів Вінницької області орієнтована на лікування захворювань районними видами. Наприклад, найвідоміший санаторій «Авангард» міста Немирова пропонує лікування та оздоровлення таких проблем зі здоров'ям як: захворювання системи кровообігу, органів дихання, нервової системи, кістково-м'язової системи, хвороби зятри; систем травлення; ендокринної та репродуктивної системи, також доступи медичної реабілітації онкологічних хворих та жінок із патологією вагітності. Така спеціалізація й зумовнює кількість санаторно-курортних та оздоровчих закладів у регіоні. Важливе значення для діяльності та розвитку санаторно-курортних та оздоровчих закладів має їх продуктивність. Для рекреаційної галузі повільною ознакою продуктивності є кількість оздоровлених осіб. А саме чим більше осіб буде оздоровлено в закладі за рік, тим більшим буде і дохід підприємства рекреаційної сфери. Це у свою чергу автоматично збільшує доходи до місцевих бюджетів та до держбюджету.

У таблиці 3 наведено основні показники діяльності оздоровчих закладів Вінницької області у порівнянні із оздоровчими закладами України. Порівняльну таблицю складено на основі статистичного бюлетеню «Організаційні відомості та оздоровлення населення у Вінницькій області за 2018 рік».

- розвиток кадрового менеджменту, професійна підготовка і постійне підвищення кваліфікації персоналу.

В цілому мінімізація проблем санаторно-курортного комплексу регіону дозволить реалізувати заходи щодо поліпшення якості послуг оздоровлення та рекреації, задоволення попиту населення на оздоровчі послуги за умов збереження і раціонального використання природних лікувальних ресурсів.

Департамент міжнародного співробітництва та регіонального розвитку інтеграційної адміністрації Вінницької області розробив програму розвитку туризму у Вінницькій області на 2017-2020 роки, де ключовими нішами туризму виділені лікувально-оздоровчий та зелений туризм. Згідно розробленої програми до 2020 року планується реконструювати та модернізувати дані види туризму, зокрема під прикрасу реконструкції та модернізації потрапляє санаторій «Авіапарк» міста Немирова [9]. До розробленої програми пропонуються додати та врахувати такі пункти, як:

- удосконалення системи лікувально-оздоровчого сервісу новими прийомами під конкретну матеріально-технічну базу;
- активізації організації ближнього туризму в умовах санаторно-курортного лікування;
- систематичне відкопалення мережі і розробка нових маршрутів пішохідного туризму, велотуризму, кінного туризму;
- при реконструкції і реконструкції санаторної лікувально-оздоровчої структури враховувати інтереси і постійно популярності кожної послуги;
- розвиток пішохідного лікувального туризму.

Учасниками програми стали: Вінницька обласна Асоціація органів місцевого самоврядування; Департаменти обласної адміністрації: фінансів; агропромислового розвитку, екології та природних ресурсів; житлово-комунального господарства, енергетики та інфраструктури; будівництва, містобудування та архітектури; інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю, освіти і науки; Управління обласної адміністрації: у справах національностей та релігій; культури і мистецтва; постійна комісія обласної Ради з питань освіти, культури, сім'ї та молоді, спорту і туризму, духовності та історичної спадщини та інші. Загалом на програму виділено близько 200,6 млн. грн., що є недостатнім для виконання усіх прописаних планів. Для проведення реконструкцій та модернізації величезні оздоровлення потрібно залучати іноземних спонсорів.

В цілому удосконалення послуг санаторно-курортного комплексу регіону дозволить реалізувати заходи щодо поліпшення якості послуг оздоровлення та рекреації, задоволення попиту населення на оздоровчі послуги за умов збереження і раціонального використання природних лікувальних ресурсів.

Висновки. Вітчизняні суб'єкти санаторно-курортної діяльності характеризуються забезпеченням лікування і відпочинку населення; приналежністю до мешканців і до туризму; продукуванням соціальних і економічних ефектів; прямим та опосередкованим впливом на суміжні сфери; сприянням визнання популярності України у глобальному рекреаційному процесі й у культурно-історичному розвитку.

Визначено, що лікувально-оздоровчий туризм є перспективним видом туристичної діяльності Вінницької області, в основі якого покладено створення лікувальної діагностичної, реабілітаційної, профілактичної та оздоровчої галузі для туриста, який перебуває за межами за межами помешкання і переслідує мету відновлення виснаженого здоров'я.

Порівняльна характеристика ринку лікувально-оздоровчих послуг України та деяких країн Європи свідчить про те, що вітчизняний ринок має свої проблеми. І хоча за кількісними показниками діяльності Україна не поступається досліджуваним країнам, проте ми можемо перейняти їх досвід організації лікувально-оздоровчого туризму.

У процесі аналізування діяльності санаторіїв у Вінницькій області виявлено, що чинники її фактивізації передусім визначаються природно-рекреативним потенціалом території.

Для того, щоб санаторно-курортні заклади Вінницької області активніше запроваджували прогресивні міжнародні принципи і стандарти лікувально-оздоровчого туризму, потрібно залучати українських та іноземних спеціалістів опираючись на їх досвід та розроблені програми іновачій.

Список використаних джерел

1. Стафійчук В.І. Рекреалогія : навч. посіб. / В. І. Стафійчук. - К., 2006. - 264 с.
2. Рутинський М. Лікувально-оздоровчий туризм: актуальні ції та сучасні підходи до організації / М. Рутинський, В. Петралівський // Вісник ДНУ. - 2012. - № 29. - С. 179-189.
3. Паук М. І. Використання світового досвіду залучення інвестицій в туристичній сектор / М. І. Паук // Науковий вісник Херсонського державного університету. - Серія: Економічні науки. - 2014. - Вип. 6, ч. 4. - С. 61-64.
4. Устименко Л.М. Історико-суспільні аспекти становлення та розвитку лікувально-оздоровчого туризму / Л. М. Устименко // Питання культурології. Зб. наук. праць. КНУКІМ. - 2016. - № 6. - С. 134-142.
5. Офіційний вебсайт Державної служби статистики в Україні [Електронний ресурс]. - Режим доступу URL://www.ukrstat.gov.ua
6. Кальченко О.М. Проблеми іновачійного розвитку туристичної галузі України. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу <http://onlinelibrary.net/ukr/kalchenko2.htm>
7. Левицька І.В. Інфраструктура забезпечення розвитку туризму у Вінницькій області / І.В. Левицька, В.В. Завальнюк // Міжлітній вчений. - 2015. - № 2 (2). - С. 140-144.
8. Ткаченко Т.І. Створення туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. - 2-ге видання. - 463 с.
9. Вебсайт Вінницької міської ради [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.vmr.gov.ua/default.aspx>

Робота виконана під науковим керівництвом к.е.н. дедента ХЛОП'ЯКА С.В.

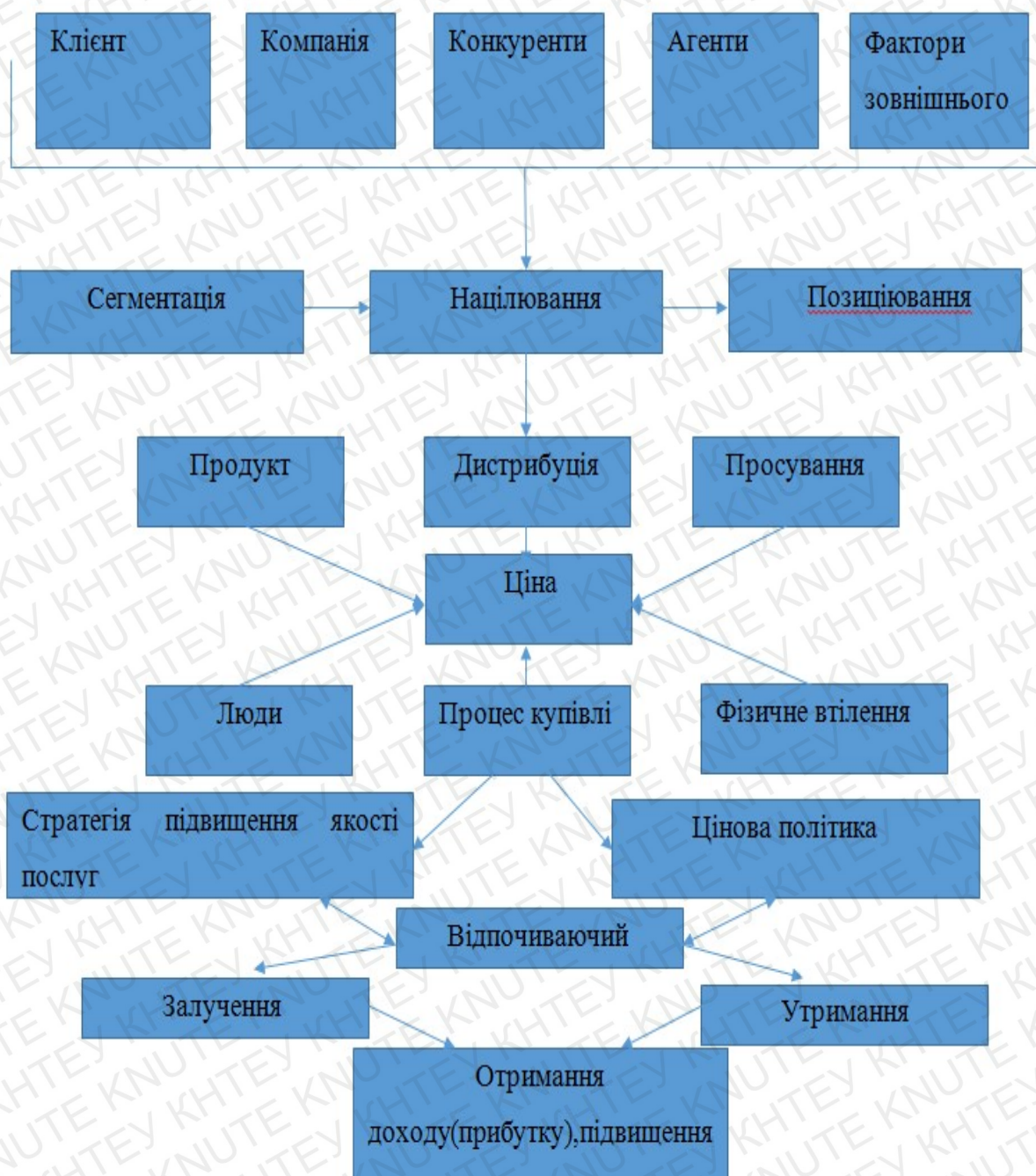
ПРОЄКТУВАННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ м. БЕРЕЗАНЬ НА МІЖПАРОДНИЙ РИНОК

ЧУЖИНОВА Ю., 2 курс (ОС «магістр») ФРГТБ КНЕУ,
спеціальність «Туризм», спеціалізація «Міжнародний туристичний бізнес»

Визначено стан культурно-пізнавального туризму міста Березань. Сформуовано цілі напрямлетри проєктування та просування продукту культурно-пізнавального туризму. Розглянуто та пояснено найважливіші складові процесу формування туристичного продукту. Визначено критерії проєктування туристичного бізнесу. Розглянуто ринок туризму Березані у контексті його просування на міжнародний ринок. Визначено стратегію підвищення привабливості Березані, як суб'єкту ринку туристичних послуг на міжнародному ринку.

Ключові слова: туристичний бізнес, культурно-пізнавальний туризм, ринок туристичних послуг, проєктування, просування.

Аналіз споживчого попиту-модель «5С» [45]



Додаток В

« Туристський потенціал основних туристичних зон Вінницької області» [27]

| Туристська зона | Склад адмін. районів | Площа км ² та частка туристів. % | Рекреаційно – туристична функція | Основна визначна пам'ятка (об'єкт показу) |
|----------------------------|---|---|--|--|
| 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Центральна (Середньобузька | Вінницький, Тульчинський, Тиврівський, Немирівський, Тростянецький, Гайсинський | 6260 89,6 | Оздоровчо-спортивно-лікувально-пізнавальна | Численні архітектурні, археологічні та історичні пам'ятки (33,4 % від загальної кількості пам'яток області). 124 об'єкти природно-заповідного фонду (у тому числі 12 — загальнодержавного значення). Миколаївська церква (1746 р.), костюл 1610–1617 рр., церква євангельських християн-баптистів «Віфанія», музей-садиба М.І. Пирогова, літературномеморіальний музей М.М. Коцюбинського, садиба Грохольських в районі П'ятничан, споруди фортифікаційного комплексу «Мури» – пам'ятка архітектури поч. XVII ст., могила П.К. Запорожця, пам'ятники М.Коцюбинському, Т.Шевченку, М.Пирогову, О.Горькому в м. Вінниці; ставка Гітлера «Вервольф» смт. Стрижавка Вінницького району; музей історії авіації, Михайлівська церква (1752 р.) в смт. Вороновиця Вінницького району; палац С.Ф. Потоцького, краєзнавчий музей, Домініканський костюл 1780 р., Успенська церква 1789 р., пам'ятники О.В. Суворова, О.С. Пушкіна та М.Д. Леонтовича в м. Тульчині; музей О.В. Суворова в с. Тиманівка Тульчинського району; палац Потоцьких-Щербатових, літературний музей, пам'ятники М.Вовчок та М.Некрасову, скіфське городище VII–VI ст. до н. е. в м. Немирові; пам'ятник Д.Нечаю в смт. Брацлав Немирівського району; пам'ятник на місці битви військ Б.Хмельницького в с. Четвертинівка Тростянецького району; музей гончарного мистецтва братів Герасименко в с. Новоселівка Гайсинського району; палацовий комплекс в с. Верхівка Тростянецького району; музей фольклориста Г.Танцюри в Гайсині тощо. |

| | | | | |
|---------------------------------|--|-------------|--------------------------------|--|
| Північна (Верхньобузька) | Хмельницький, Калинівський, Літинський | 3350 2,8 | Лікувально-пізнавальна | Запаси мінеральних р. Продовження додатку В лікувальних грязей, 23 об'єкти природно-заповідного фонду (у т. ч. 6 — загальнодержавного значення), близько 373 історико-культурних пам'яток: костіол Усікновення глави Іоанна Предтечі (1603 р.), палац Ксідо архітектора І.Фоміна в м. Хмельник; музеї: українського письменника М.П. Стельмаха в с. Дяківці Літинського району, поета-класика С.В. Руданського в с. Хомутиці Калинівського району, Героя Радянського Союзу та національного героя Франції В.В. Порика в с. Порик Хмельницького району, краєзнавчий в смт. Літин; Вознесенська церква (1777 р). в с. Уланів Хмельницького району тощо |
| Південно-Східна | Теплицький, Бершадський, Чечельницький, Піщанський, Крижопільський | 5200 0 | Лікувально-оздоровчоспортивна | Краєзнавчий музей в м. Бершадь; палац поч. ХІХ ст. в с. Чорномин Піщанського району, меморіальний музей і могила академіка Д.К. Заболотного в с. Заболотне Крижопільського району, Бондурівське городище ІV ст. Чечельницький район, музей М.Д. Леонтовича в с. Марківка Теплицького району тощо |
| Південно-Східна | Теплицький, Бершадський, Чечельницький, Піщанський, Крижопільський | 5200 0 | Лікувально-оздоровчо спортивна | Краєзнавчий музей в м. Бершадь; палац поч. ХІХ ст. в с. Чорномин Піщанського району, меморіальний музей і могила академіка Д.К. Заболотного в с. Заболотне Крижопільського району, Бондурівське городище ІV ст. Чечельницький район, музей М.Д. Леонтовича в с. Марківка Теплицького району тощо. |

| | | | | |
|-------------------------------------|--|--------------|---------------------------------|--|
| Південна (Придністровська) | Муровано-Куриловецький, Могилів-Подільський, Чернівецький, Ямпільський, Томашпільський | 3190 7,3 | Оздоровчо-пізнавальна | Сприятливі умови для Продовження додатку В лікування, спортивного туризму, пляжно-купального відпочинку, екскурсійної діяльності, мисливства, рибальства. Миколаївська (1754 р.), Георгіївська (1805-1819 рр.) церкви, краєзнавчий музей, пам'ятник Джону Леннону у м. Могилів-Подільському; скельний монастир XI ст. в с. Лядова Могилів-Подільського району; печери сіл Нагоряни та Бронниця Могилів-Подільського району; залишки турецької фортеці в с. Озаринці Могилів-Подільського району; Григорівське городище скіфських часів Могилів-Подільського району; палац XVIII — поч. XIX ст. в Мурованих Курилівцях; історико-культурний заповідник «Буша» та геологічна пам'ятка природи «Гайдамацький яр» в с. Буша Ямпільського району; садиба в с. Котюжани Муровано-Куриловецького району; пам'ятник І.Гонті в м. Чернівцях; музей мистецтва в м. Ямполі; с. Клембівка Ямпільського району — центр народної вишивки; церква, розписана художником В.А. Тропініним в с. Кукавка Могилів-Подільського району; палац поч. XIX ст., костюл 1770 р. в с. Комаргород Томашпільського району, Успенська церква 1767 р. в с. Марківка Томашпільського району, городище — археологічна пам'ятка трипільської культури с. Стіна Томашпільського району тощо |
| Західна (Середньоукраїнська) | Барський, Жмеринський, Шаргородський | 3400 | Оздоровчо-пізнавальна | Успенський собор XVIII ст., костюл Святої Анни 1811 р. в м. Бар, залишки Барської фортеці; костюл Святого Флоріана (XVIII ст.); єврейський штедл (містечко) — релікт раннього середньовічного будівництва, Миколаївський монастир в м. Шаргороді; Троїцький монастир (1767-1778 рр.), музей П.І. Чайковського в м. Браїлові Жмеринського району; пам'ятник Устиму Кармалюку в с. Кармалюковому Жмеринського району; Покровська 1700-1702 рр., Миколаївська церкви 1752 р. в с. Лозова Шаргородського району; палац XIX ст. в с. Чернятин Жмеринського району тощо |
| Північно-Східна | Козятинський, Погребищенський, Оратівський, Липовецький, Іллінецький | 5070 0,01 | Оздоровчо-спортивно-пізнавальна | Михайлівська церква I Продовження додатку В району, церква Параскеви поч. XIX ст. в с. нова Прилука Липовецького району, поселення трипільської культури поблизу сіл Вербівка та Криштопівка Іллінецького району, палаци поч. XVIII-XIX ст. в с. Нападівка Липовецького району, в с. Стара Прилука Липовецького району, вокзал в Козятині, церква-мавзолей 1910 р. та садиба сер. XIX ст. в с. Круподеринці Погребищенського району, пам'ятник на місці страти ватажків українського козацтва В.Кочубея та І.Іскри в с. Борщагівці Погребищенського району, краєзнавчий музей в смт. Оратів тощ |

Ціни путівок до санаторію «Авангард» у 2018 році [12]

| Види путівок | Ціна 1 л/д для осіб віком до 18 років та інвалідів (без ПДВ), грн. | Ціна реалізації, грн. | Для пацієнтів, які були в санаторії не менше 3-х раз за готівку; для туристичних фірм (на період міжсезоння та зимовий період), грн. |
|---|--|-----------------------|--|
| 1. 2-місна з усіма зручностями | 371 | 405 | 385 |
| 2. 2-місна з усіма зручностями (корпус №4 поверхи 1,2,3) | 437 | 480 | 456 |
| 3. 2-місна з усіма зручностями (лікування офтальмологічних захворювань) | 460 | 505 | 480 |
| 4. Супроводжуючий | - | 372 | - |
| 5. 1-місна з усіма зручностями | 465 | 510 | 485 |
| 6. «Люкс» 1-місн. 1-кімн.; 2-місн. 2-кімн. | 501 | 550 | 523 |
| 7. «Люкс» 1-місн. 2-кімн. | 635 | 700 | 665 |
| 8. «Люкс» 2-місн. 1-кімн. | 474 | 520 | 494 |
| 9. Реабілітація опікових хворих | 468 | 514 | 489 |
| 10. Реабілітація: органів дихання; вагітних | 468 | 514 | 489 |
| 11. «Люкс» 1-кімн. 1-місн.; 2-кімн. 2-місн.(к.№3) | 559 | 615 | 585 |
| 12. «Люкс» 2-кімн. 1-місн. (к. №1,3) | 741 | 820 | 779 |
| 13. Курсівка «Л» (лікування) | | 120 | |
| 14. Відділення загального профілю для дитини у супроводі дорослого (2 чол.) | | 781 | |
| в т.ч. : - для дорослого | | 405 | |
| - для дитини | | 376 | |
| 15. Реабілітаційні відділення: для після-опікових хворих; для хворих із порушеннями обміну речовин та захвор. ендокрин. системи для дитини у супроводі дорослого (2 чол.) | | 837 | |
| в т.ч. : - для дорослого | | 405 | |
| - для дитини | | 432 | |