

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ОДЕСЬКОЇ
ОБЛАСТІ В СЕГМЕНТІ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО
ТУРИЗМУ НА РИНКУ КРАЇН ЄС»**

Студентки 2 курсу 12м групи
освітнього ступеня «магістр»
спеціальність 242 «Туризм»
спеціалізація «Міжнародний
туристичний бізнес»

Кивгило
Анастасія
Олегівна

(підпис
студента)

Науковий керівник:
к.держ.упр., доц.

С.С. Кравцов

(підпис)

Керівник проектної групи
(гарант освітньої програми)
д.е.н., проф.

Т.І. Ткаченко

(підпис)

Київ – 2020

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 туризму і рекреації

Т. І. Ткаченко

« » 2020 р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентів

Кивгило Анастасії Олегівні

(*прізвище, ім'я, по батькові*)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи: *«Просування туристичного продукту Одеської області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму на ринку країн ЄС»*

Затверджена наказом КНТЕУ від «18» грудня 2019 р. № 4353

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 20.11.2020 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи – розробити практичні рекомендації, спрямовані на просування туристичного продукту Одеської області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму на ринку країн ЄС.

Об'єкт дослідження – процес просування туристичного продукту Одеської області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму на ринку країн ЄС.

Предмет дослідження – теоретичні, методологічні та практичні засади просування туристичного продукту Одеської області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму на ринку країн ЄС.

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

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видано	Завдання виконано
1	Кравцов С.С.	15.01.2020	15.01.2020
2	Кравцов С.С.	15.01.2020	15.01.2020
3	Кравцов С.С.	15.01.2020	15.01.2020

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ

1.1 Лікувально-оздоровчий туризм як об'єкт наукового дослідження

1.2 Досвід реалізації лікувально-оздоровчого туристичного продукту на ринку країн ЄС

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В СЕГМЕНТІ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1 Туристичний потенціал Одеської області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму

2.2 Дослідження ринку туристичних послуг Одеської області

2.3 Стейкхолдери розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Одеській області

Висновки до розділу 2

РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА РИНКУ КРАЇН ЄС

3.1 Рекомендації щодо просування туристичного продукту

3.2 Розробка інфотуру з метою просування туристичного продукту Одеської області на ринку країн ЄС

Висновки до розділу 3

ВИСНОВКИ

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	12.09.2019 – 18.12.2019	12.09.2019 – 18.12.2019
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	19.12.2019 – 19.01.2020	19.12.2019 – 19.01.2020
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	20.01.2020 – 22.05.2020	20.01.2020 – 22.05.2020
4.	Написання та оформлення наукової статті	до 22.05.2020	до 22.05.2020
5.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	23.05.2020 – 15.09.2020	23.05.2020 – 15.09.2020
6.	Написання та попередній захист 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	16.09.2020 – 01.11.2020	16.09.2020 – 01.11.2020
7.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи за структурою, представлення роботи на кафедрі та попередній захист у комісіях	02.11.2020 – 08.11.2020	02.11.2020 – 08.11.2020
8.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	09.11.2020 – 19.11.2020	09.11.2020 – 19.11.2020
9.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	до 20.11.2020	до 20.11.2020
10.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	Згідно з розкладом

7. Дата видачі завдання «15» січня 2020 р.

8. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Кравцов С. С

9. Гарант освітньої програми _____ Ткаченко Т. І

10. Завдання прийняв до виконання студент _____ Кивгило А. О.

11. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студентка Кивгило Анастасія Олегівна своєчасно закінчила випускню кваліфікаційну роботу відповідно до календарного плану. Зміст, структура та дизайн роботи відповідають всім вимогам. Робота складається з вступу, трьох частин, висновків, переліку посилань та додатків.

У випускній кваліфікаційній роботі досліджено концептуальні засади розвитку лікувально-оздоровчого туризму, у тому числі розглянуто лікувально-оздоровчий туризм як об'єкт наукового дослідження та практику формування туристичного продукту лікувально-оздоровчого туризму європейських країн. Було зроблено аналіз передумов формування туристичного продукту в сегменті лікувально-оздоровчого туризму Одеської області, зокрема оцінено потенціал розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Одеській області, проведено маркетингові дослідження ринку туристичних послуг Одеської області, визначено стейкхолдерів розвитку лікувально-оздоровчого туризму в регіоні. На підставі проведеного дослідження було розроблено та обґрунтовано проєкт туристичного продукту Одеської області на ринку країн ЄС лікувально-оздоровчого туризму.

Робота рекомендована до захисту в Екзаменаційній комісії.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Кравцов С. С.
(підпис, дата) (прізвище, ініціали)

Відмітка про попередній захист _____ Кравцов С.С.
(ПІБ, підпис, дата)

12. Висновок про випускню кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента Кивгило А. О.
(прізвище, ініціали)
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____ Ткаченко Т. І.
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____ Ткаченко Т. І.
(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » _____

2020

р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ.....	11
1.1 Лікувально-оздоровчий туризм як об'єкт наукового дослідження.....	11
1.2 Досвід реалізації лікувально-оздоровчого туристичного продукту на ринку країн ЄС.....	16
Висновки до розділу 1.....	20
РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В СЕГМЕНТІ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ	21
2.1 Туристичний потенціал Одеської області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму.....	21
2.2 Дослідження ринку туристичних послуг Одеської області.....	27
2.3 Стейкхолдери розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Одеській області.....	35
Висновки до розділу 2.....	43
РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА РИНКУ КРАЇН ЄС.....	44
3.1 Рекомендації щодо просування туристичного продукту.....	44
3.2 Розробка інфотуру з метою просування туристичного продукту Одеської області на ринку країн ЄС.....	51
Висновки до розділу 3.....	56
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	61
ДОДАТКИ.....	67

ВСТУП

Актуальність дослідження. Туризм є однією з найбільш високоприбуткових і динамічних галузей економіки. Аналіз сучасного стану туристичних ринків України та ЄС, перспектив їхнього розвитку та внеску туризму у світову та національну економіку є надзвичайно актуальним. Стійке економічне зростання країн, підвищення добробуту, збільшення вільного часу населення і зміцнення взаємозв'язків у всіх сферах діяльності дозволили істотно розширити географію подорожей, збільшити обсяг туристського обміну. Головною цілю більшості туристичних підприємств є ведення прибуткового і стійкого бізнесу. Для досягнення даної цілі підприємствам необхідно виробляти той товар чи послугу, який б задовольняв потенційних покупців, тим самим, забезпечував зростання бізнесу. Успіх будь-якого підприємства на ринку залежить в першу чергу від привабливості виробленого продукту. Він є серцевиною маркетингового комплексу, з яким пов'язані всі наступні елементи: ціна, просування на ринку і розповсюдження.

Підприємства туристичної індустрії, які використовують ефективні методики просування туристичного продукту, забезпечують конкурентоспроможність своєї продукції та послуг, виходячи як з власних інтересів, так і інтересів споживачів. Для них система просування туристичного продукту є гарантом високої якості обслуговування та безпеки, що надаються.

Особливості формування туристичного продукту Одеської області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму, його актуальність та методи просування на ринку країн ЄС є досліджуваною проблемою, що буде вирішуватися далі у випускній кваліфікаційній роботі .

Туристична галузь відіграє провідну роль в розвитку світової та національних економік. За рівнем забезпечення цінними природними лікувальними ресурсами Україна посідає одне з провідних місць на Європейському континенті. Це сприяє створенню об'єктивних передумов для сталого розвитку економіки країни за рахунок лікувально-оздоровчого туризму.

Україну, яка має значний обсяг ресурсів для організації та здійснення туризму, характеризують низькі значення показників, що становлять в середньому 6,8% від ВВП за останні п'ять років. В той час як на ринку ЄС, такий показник сягатиме понад 11%[1]. виправлення такої ситуації за умов сьогодення є неможливим без розробки певних маркетингових стратегій для просування туристичного продукту України, на певному прикладі Одеської області, в сегменті лікувально-оздоровчого туризму на ринку країн ЄС. Разом з тим, невирішеними питаннями залишаються раціональне використання природних ресурсів та формування туристичного продукту задля приваблення іноземних туристів і покращення національної економіки через призму туризму, що зумовило вибір теми випускної кваліфікаційної роботи.

Аналіз останніх публікацій. Теоретичну базу дослідження становлять праці вітчизняних та зарубіжних фахівців, таких як: О. Билим, О. Богаченко, І. Вахович, П. Гудзь, Р. Кремень, Л. Мельник, О. Михайлюк, С. Нездоймінов, В. Новікова, А. Парфіненко, М. Рутинський, Т. Уманець, С. Циганов, С. Яроменко, В. Кравців, В. Павлов, З. Герасимчук, Л. Черчик, І. Вахович, В. Євдокименко, М. Туріянській, М. Кляп, Ф. Шандор. Серед зарубіжних дослідників варто виділити роботи V. Antonelli, A. Carbone, K. Copper, F. Roskam, Я. Качмарека, А. Стасіака і Б. Влодарчика. Роботи з питань туристичної діяльності, менеджменту, маркетингу, турпослуг і турпродукту, збутової політики підприємств, зокрема, висвітлені у працях І. Ансоффа, І. Аренкова, Г. Багієва, А. Балабанова, С. Брикова, А. Виноградської, А. Гайдука, В. Гуляєва, А. Дуровича, А. Копанева, П. Завьялова, В. Демидова, І. Зоріна, Е. Ільїної, В. Квартальнова, А. Кирилова, Л. Волкової, Ф. Котлера, О. Никифорова та ряду ін.

Мета роботи полягає в розробці практичних рекомендацій, спрямованих на просування туристичного продукту Одеської області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму на ринку країн ЄС. Досягнення встановленої мети вимагає виконання наступних завдань дослідження:

- визначити теоретичний зміст лікувально-оздоровчої діяльності Одеської

області та її місце у системі туризму країн ЄС;

- вивчити передумови розвитку лікувально-оздоровчого туризму в країнах ЄС та в Одеському регіоні;
- оглянути лікувально-оздоровчий туризм Одеської області та Європи;
- оцінити конкурентоспроможність лікувально-оздоровчого туризму Одеського регіону;
- комплексно охарактеризувати принципи формування системи та методів просування та збуту в комплексі маркетингу туристичних підприємств;
- запропонувати механізми удосконалення взаємодії елементів комплексу маркетингу з метою збільшення обсягу збуту продукту туристичних підприємств на ринку країн ЄС;
- розробити практичні рекомендації щодо вдосконалення механізму функціонування лікувально-оздоровчого туризму в Одеській області.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні засади просування туристичного продукту Одеської області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму на ринку країн ЄС.

Об'єктом дослідження є процес просування туристичного продукту Одеської області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму на ринку країн ЄС.

Наукова новизна отриманих результатів даного дослідження полягає у теоретичному обґрунтуванні суті, місця й значення вітчизняного лікувально-оздоровчого туризму в системі туристичного ринку країн ЄС, застосуванні методичного інструментарію і рекомендацій щодо вдосконалення вітчизняного лікувально-оздоровчого туризму на основі запропонованих рекомендацій щодо використання інноваційних каналів просування туристичного продукту Одеської області.

Інформаційною базою дослідження є статистичні данні регіону за 2017-2020 роки; законодавча, нормативна та довідкова література; наукові публікації вітчизняних та зарубіжних вчених з предмету дослідження, матеріали періодичного друку та наукові статті провідних вчених за темою дослідження.

Методи дослідження. У процесі дослідження використовувались такі методи дослідження: аналіз, систематизація, порівняльний аналіз, узагальнення та класифікація.

Практичне значення результатів. Реалізація запропонованих заходів призведе до значного покращення туристичної галузі регіону, популяризації лікувально-оздоровчого туризму та підвищення конкурентоспроможності Одеської області. Крім того, впровадження розвинутого туристичного продукту допоможе урізноманітнити туристичну пропозицію регіону та підтримати економіку.

Апробація результатів. Основні результати дослідження висвітлені в статті «Просування туристичного продукту Одеської області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму на ринку країн ЄС» у збірнику наукових статей студентів «Міжнародний туристичний бізнес» (додаток А).

Обсяг і структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох основних розділів, що містять сім підрозділів, проміжних висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел, що містить 57 найменувань.

РОЗДІЛ 1

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ

1.1 Лікувально-оздоровчий туризм як об'єкт наукового дослідження

На сьогоднішній день існує багато підходів щодо класифікації туризму. Це пояснюється неоднозначністю поняття туризм. Згідно до Закону України «Про туризм», туризм – це тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без зайняття оплачуваною діяльністю на термін від 24 годин до шести місяців та з зобов'язанням залишити країну або місце перебування у зазначений термін. Туризм класифікується за організаційними формами та видами [2].

За метою подорожі туризм поділяють на такі види: спортивний; діловий; пізнавальний (екскурсійний); релігійний; рекреаційний; реабілітаційний; професійно-прикладний; учбовий; краєзнавчий; пригодницький; любительський (мисливський, рибальський); експедиційний; комерційний; комбінований; культурно-освітній; лікувально-оздоровчий; екологічний (зелений), тощо.

Лікувально-оздоровчий туризм – це різновид як індивідуального, так і групового відпочинку, що передбачає проходження певних відновних і лікувальних процедур. Передбачається досягнення наступних цілей: відпочинок, рекреація (відновлення), лікування, оздоровлення. Лікувально-оздоровча мета здійснюється в процесі рекреаційного, реабілітаційного та зеленого туризму [3].

Лікувально-оздоровчий туризм користується такими основними оздоровчими ресурсами, як: клімат, мінеральні та термальні води, грязі, морська вода, гірське повітря, мікроклімат печер, цілющі властивості рослин.

Особливості лікувально-оздоровчого туризму є:

- тривалість перебування – становить не менше трьох тижнів, незалежно від типу курорту і захворювання;

- висока вартість перебування і лікування;
- вік – за статистикою, найчастіше на курорти їдуть люди старшої вікової групи і люди середнього віку, які страждають недугами.

Проаналізувавши відповідну наукову літературу, ми можемо прийти до висновку, що на теперішній час немає єдиного визначення поняття «лікувально-оздоровчий туризм». Вітчизняні науковці дають визначення лікувально-оздоровчого туризму з точки зору усталеної санаторно-курортної системи, яка збереглася ще з радянських часів.

З метою формування більш чіткого поняття «лікувально-оздоровчий туризм» було проаналізовано низку понять, що характеризують його основні риси, і наведено в даній табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Визначення поняття «лікувально-оздоровчий туризм»

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

Джерело: розроблено автором

Узагальнюючи усі дослідження авторів щодо визначення поняття «лікувально-оздоровчий туризм», останній слід розглядати як подорож на

визначений термін з метою отримання широкого комплексу послуг, які поєднують відпочинок, оздоровлення, лікування та рекреацію.

У західній науковій літературі найчастіше використовують такі поняття як «health tourism», «medical tourism», «wellness & spa tourism». Поряд з цим у англійській фаховій літературі також вживаються терміни «wellness tourism», «health care tourism», «cure tourism», «holistic tourism», «wellbeing tourism», «spa tourism», «medical tourism», «health and wellness tourism» тощо [4]. Хоча ці терміни інколи замінюють одне одного, й навіть вживаються замість поняття «лікувально-оздоровчий туризм», в більшості випадків під кожним з цих термінів маються на увазі різні концепції, які наведено у табл. 1.2. У світовій практиці єдності у термінології в даній галузі немає. Досягнення такої єдності визначено одним із завдань Global Spa Summit (Всесвітнім СПА Саммітом).

Таблиця 1.2

Визначення основних термінів

Терміни	Визначення у фаховій літературі	Джерело
Подорожі за здоров'ям (health tourism)	надання засобів оздоровлення з використанням природних ресурсів країни, зокрема мінеральних вод та клімату.	International Union of Official Travel Organizations [5].
Лікувально-оздоровчий туризм	спеціалізований вид туризму, спрямований на відновлення здоров'я чи профілактику захворювань. Метою є лікування, оздоровлення, рекреація і відпочинок.	Скабара Р.М [6], зазначено у переліку видів туризму без надання визначення (Закон України «Про туризм»).
Велнес (wellness tourism)	Напрямок оздоровчої медицини, ціллю якого є не лише зовнішня краса, а й психологічна релаксація, зняття стресу.	Карякіна А. (головна редакторка hromadske) [7].

Джерело: розроблено автором

Наведені поняття є складовими західноєвропейської моделі лікувально-оздоровчого туризму. За цією моделлю туристи та відпочиваючі розміщуються у готелях, які відомі своїми професійними інноваціями та багатим досвідом в області медицини і відпочинку. Закордонна практика розуміння лікувально-оздоровчого туризму та його особливостей концентрує свою увагу на

покращенні стану здоров'я, яке є основним мотивом подорожі; гармонійному поєднанні медичних та інших оздоровчих послуг з послугами розваг та проведення дозвілля; особистій ініціативі туриста при формуванні програми перебування та лікування і відповідальності за надані послуги, їх загальний ефект.

Як правило, лікувально-оздоровчий туризм здійснюється в курортних зонах. Тому цей вид туризму заснований на курортології.

Курортологія – це наука про природні лікувальні фактори, їх вплив на організм і методи використання в лікувально-профілактичних цілях [8].

Основні розділи курортології:

1. Бальнеологія – розділ курортології, що вивчає лікувальні мінеральні води, їх походження, фізико хімічні властивості, вплив на організм при різних захворюваннях, розробляє показання до їх застосування на курортах і в некурортних умовах.

2. Бальнеотерапія – методи лікування, профілактики і відновлення порушених функцій організму природними та штучно приготовленими мінеральними водами на курортах і в некурортних умовах.

3. Грязелікування (пелоїдотерапія) – метод лікування, профілактики захворювань організму з використанням пелоїдів, лікувальних грязей різного походження, на курортах і в некурортних умовах.

4. Кліматотерапія – сукупність методів лікування і профілактики захворювань організму з використанням дозованого впливу кліматопогодних факторів і спеціальних кліматопроектур на організм людини.

5. Курортографія – опис місця розташування та природних умов курортів і курортних місцевостей з характеристикою їх лікувальних факторів, бальнеотерапевтичних, кліматотерапевтичних та інших умов для лікування і відпочинку.

6. Теласотерапія – це лікування, засноване на використанні комбінації свіжого повітря, морської води, водоростей і тепла. Спеціально складені процедури впливають на весь організм, допомагаючи йому розслабитися і

відновити втрачені природні елементи і мінеральні солі, що призводить до поліпшення кровообігу і повному розслабленню і заспокоєнню тіла і свідомості.

7. Айротерапія – оздоровчі процедури з використанням гірського повітря.
8. Спелеотерапія – використання при лікуванні мікроклімату печер;
9. Фітотерапія – використання в ході оздоровчих процедур цілющих властивостей рослин.

На сьогоднішній день курортна рекреаційно-туристична сфера забезпечує близько 10% світового валового продукту, інвестицій, робочих місць і споживчих витрат. За прогнозами Всесвітньої туристської організації, в 2018 р. кількість туристських поїздок складала більше 980 млн., а надходження від них досягнули 1,5 трлн. доларів [9]. Рекреаційний туризм, пов'язаний з поїздками на курорт для відновлення здоров'я, в цьому відношенні є абсолютно новою формою діяльності. Причому, якщо за показником людино-дня перебування рекреаційний туризм займає поки що менше 1% в загальносвітовому туристичному обороті, то його прибутковість складає більше 5% [10]. Глобальна екологічна і економічна криза серйозно підвищила інтерес до рекреаційних можливостей курортної медицини, що оптимально впливає на стан трудових ресурсів. На початку III-го тисячоліття людство знову звернулося до природних методів оздоровлення.

В Україні, за прогнозами експертів, розвиток інноваційних центрів здоров'я у вигляді: рекропарків, рекрополісів, курортополісів і рекреаційних зон в традиційних курортних регіонах (Карпати, Полісся, узбережжя Азовського і Чорного морів) дозволить сформувати загальнонаціональну оздоровчу мережу, інтегровану в міжнародну світову спільноту [11]. Діяльність у сфері поліпшення роботи курортів і санаторіїв України повинна перетворити курортну справу на високорентабельну і конкурентноспроможну галузь економіки, оскільки Україна має великі природно-географічні та соціально-культурні рекреаційні ресурси. Ці ресурси мають такі незаперечні властивості, як привабливість, доступність, екскурсійну значущість, потенційний запас та ін.

Причому, привабливим мотивом прагнення до соціально-культурних ресурсів зазвичай служать відпочинок, дозвілля, розваги, пізнання, паломництво, ностальгія, а у останні роки – ділові зустрічі, переговори і конференції для вирішення різноманітних проблем бізнесу. Об'єднані з ними, як правило, територіально, природно-географічні ресурси є привабливими для реалізації завдань відновлювального лікування, оздоровлення, фізичного удосконалення і досягнення високих спортивних результатів.

1.2 Досвід реалізації лікувально-оздоровчого туристичного продукту на ринку країн ЄС

Основні райони лікувально-оздоровчого туризму Старого Світу знаходяться в Центральній і Східній, а також Західній Європі. Колишні соціалістичні країни мають багаті традиції курортної справи, володіють широким спектром цілющих природно-кліматичних ресурсів, використовують сучасні високоефективні методи профілактики захворювань, лікування і реабілітації пацієнтів. Встановивши порівняно низькі ціни на курортне обслуговування за високого терапевтичного ефекту, вони одержали конкурентну перевагу і контролюють більшу частку європейського ринку лікувально-оздоровчого туризму.

У країнах Західної Європи розміщені такі курорти світового значення: Баден-Баден і Вісбаден (Німеччина); Ніцца (Франція); Бат (Велика Британія); Спа (Бельгія) та інші. Більшість курортів Західної Європи зосереджені в Німеччині, Австрії і Швейцарії. У Південній Європі лікувально-оздоровчий туризм розвинений мало[12].

Європа має найбільший ринок лікувально-оздоровчого туризму за рахунок спа-послуг, що мають високі показники у світі по відношенню доходів, кількості спа-закладів та їх працівників. Налічувалося 22 618 спа-заклади, які отримали дохід у розмірі 18,36 млрд. дол. США та забезпечували місця праці для 441 768 осіб, станом на 2018 рік [13].

Розглянемо досвід реалізації лікувально-оздоровчого туристичного продукту на ринку країн Європейського Союзу. А саме на прикладі таких країн як Німеччина, Чехія та Польща.

У наведеній нижче табл. 1.3 наглядно показано, що статистика спа-лікувального сектору, яку веде Global SPA Summit не враховує традиційні санаторно-курортні заклади на вітчизняному просторі, адже за даними існує понад 3 тис. санаторно-курортних закладів України, в яких знаходяться близько 500 тис. ліжокмісць.

Таблиця 1.3

Найбільші спа-ринки Європи, 2018 р.

	Оціночна кількість спа-закладів	Оціночна вартість доходів від спа-закладів (млрд. дол. США)
Німеччина	3 973	3 841,5
Франція	2 748	2 296,0
Італія	2 396	2 235,3
Великобританія	2 465	2 723,4
Іспанія	1 814	1 526,1

Джерело: розроблено автором за даними [14]

Європейською СПА Асоціацією (ESPA) задекларовано 180 млн. ночівель у європейських спа-закладах. Показовим є те, що більше половини кількості ночівель (100 млн.) припадає на Німеччину [15].

Німеччина є найголовнішою спа-дестинацією Європи. Оскільки, значна частина споживачів спа-галузі Німеччини є її внутрішніми туристами, спа-лікувальний туризм та спа-велнес концепції тут отримали неабияку підтримку на державному рівні у вигляді промоції та маркетингу. З огляду на це, Німеччина для спа-лікувальної галузі України, одночасно виступає в ролі як конкурента, так і потенційного ринку постачальника туристів [16]. А популяризація традиційних та сучасних спа-велнес концепцій серед мешканців Німеччини підсилює маркетингові кампанії багатьох спа-дестинацій світу,

спрямовані на цей споживчий ринок.

В Німеччині найбільш відомим бальнеологічними курортами є БаденБаден, Вісбаден, Баденвейлер, Вільдбад і Баєрсбронн, які розташовані у підніжжя гірського масиву Шварцвальд, Бад Хомбург і Бад Наухайм – поблизу Франкфурта, Ахен – на заході країни та багато інших. Серед кліматичних курортів переважають гірські і лісові (Кведлінгбург, Оберхоф, Фюссен та ін.), а також приморські (Вангероге, Даме, Травемюнде, Хайлігенхафен, Фленсбург).

Хоча німці і віддають перевагу теплішим ніж Північне морям недостатньої кількості туристів ці оздоровниці не відчувають. Щорічно курорти Німеччини приймають приблизно 1 мільйона людей. Профілактичні і реабілітаційні програми, що пропонуються німецькими кліматичними і бальнеологічними центрами, мають популярність серед мешканців Франції, Бельгії, Люксембурга, США і Канади.

У Cockerell and Trew зазначається, що в структурі спа-туристів з Німеччини частка жінок дещо переважає частку чоловіків, але співвідношення двох статей корелюється з відповідним співвідношенням у загальній структурі населення Німеччини. Також в цьому джерелі зазначається, що схильність німців до спа-лікувального туризму зростає з віком [17].

Відповідно до дослідження Угорської ради з туризму (KPMG), у Німеччині відзначається високий рівень «спа культури», тому найбільше спа-відвідувачів у Європі, що мають на меті оздоровлення та велнес, є з Німеччини. У 2018 році серед основних чинників, які впливали на рішення німців подорожувати були відпочинок/рекреація та сонце/пляж. Тільки 3,5% німців зазначили таку мотивацію як «велнес/лікування/здоров'я» (це вище середнього європейського показника 3%) [18]. Попри це, на прийняття рішення про відпочинок впливає також низка інших факторів, серед яких основними є розумне співвідношення якості та ціни (46%), безпека (14%) та якість послуг (11%).

Список європейських держав, які є лідерами за туристськими прибуттями на санаторно-курортне лікування, очолює Чехія. Найбільш відомою і крупною

оздоровницею у цій країні є Карлови Вари. За даними національної туристської адміністрації, щорічно місто відвідують приблизно 50 тисяч осіб з більше ніж 70 країн для лікування і приблизно 2 мільйони екскурсантів [19]. Крім Карлових Вар, на території Чехії діє один з найстаріших у Європі курорт Тепліце, перший у світі радоновий санаторій Яхімов, курорти Мар'янске Лазне і Франтішкове Лазне, Лугачовіце, а також Янске 4 Лазне, де відкрили перший у Європі санаторій, що спеціалізувався на лікуванні дитячого паралічу.

Польща представлена на ринку лікувально-оздоровчого туризму бальнеологічними і кліматичними курортами. Головними приморськими бальнеологічними і бальнеогрязевими курортами країни є Свіноуйсьце, Камень Поморскі і Колобжег, що розташовані на узбережжі Балтійського моря. Проте вони є менш відомим, ніж чеські чи угорські, тому не можуть конкурувати з ними. Відсутність великих вкладень у рекламу, невисокий рівень медичного обслуговування, а також холодне море – все це обмежує можливості польських курортів.

За інформацією Польського інституту туризму приблизно 4% всіх внутрішніх подорожей поляків були здійснені з метою оздоровлення та лікування (у Польщі налічується 44 лікувальних курорти та 70 місцевостей зі спа-можливостями). Більшість поляків подорожували у 2018 році з метою відпочинку (приблизно 53%, стосується внутрішніх та зовнішніх подорожей) [20].

Дослідження Європейської комісії у 2019 році – для 4,5% поляків серед мотивацій до відпочинку в 2018 році визначили «велнес, оздоровлення та спа» (середньоєвропейський показник склав 3,3%), у той час як просто «відпочинок та рекреація» стали основними мотивами для подорожей 48% поляків [21]. Це ж дослідження також демонструє, що вирішальним фактором при виборі місця відпочинку для поляків є ціна (36%), розумне співвідношення ціни та пропозиції, стан довкілля та соціальні питання (по 14%). Одночасно для польської молоді вирішальними є добре співвідношення пропозиції та ціни, цікаві міста, доброзичливі люди, смачна їжа [22].

Висновки до розділу 1

1. На сьогоднішній день як у вітчизняній, так і у світовій літературі немає єдності щодо визначень понять, пов'язаних з лікувально-оздоровчим туризмом. Це зумовлюється тим, що представники галузі та дослідники сповідують різні концепції розвитку, зумовлені історичними особливостями розвитку лікувального туризму у різних частинах світу. Разом з тим, у світі спостерігається тенденція до уніфікації визначень, пов'язаних зі лікувальною галуззю з метою підвищення якості досліджень, кращого співставлення даних, розуміння термінології та концепцій, в тому числі з боку споживачів.

2. Традиційний та основний експортер лікувально-оздоровчих послуг у світі – Європа. В той же час спа-індустрія в Європі перестає бути складовою системи охорони здоров'я. До цієї індустрії активно інкорпорується готелі, для яких створення спа-зон стало принциповим іміджевим та маркетинговим питанням, але вони не мають належного наукового та методологічного підґрунтя, кадрового забезпечення медичними фахівцями, що послаблює їхню позицію, порівняно з традиційними лікувальними курортами. Слід також сказати, що прагнучи зберегти позиції на ринку, традиційні спа вдаються до своєрідних «фільтрів» у вигляді сертифікатів, підтвердження відповідності тощо.

Одеська область займає територію Північно-Західного Причорномор'я від гирла Дунаю до Тилігульського лиману (довжина морської берегової лінії в межах області перевищує 300 км) і тягнеться від моря на північ, в глиб суші на 200-250 км. На півночі Одеська область межує з Вінницькою та Кропивницькою, на сході – з Миколаївською областями, на заході – з Республікою Молдова, на південному заході – частина державного кордону України з Румунією. Усього в межах області пролягають 1362 кілометри державного кордону. Площа Одеської області складає 5,5 % території України (33,3 тис. кв. км). Північна частина області розташована в лісостеповій, а південна – в степовій зоні. У ґрунтовому покриві переважають звичайні та південні чорноземи. Середньорічна температура коливається від +8,2 °С на півночі до +10,8 °С на півдні. Тривалість вегетаційного періоду від 180 до 210 діб. Середньорічна кількість опадів – від 340 мм на півдні області до 460 мм на півночі.

Клімат Одеської області помірно-континентальний з середнім зволоженням, короткою м'якою зимою і тривалим спекотним літом. Кліматичний фактор, зокрема, середня температура повітря за липень, вологість, інтенсивність сумарної сонячної радіації, тривалість сонячного сяйва за рік, кількість днів з $t \geq 15^\circ\text{C}$, швидкість вітру, тривалість періоду можливої геліотерапії, майже однаковий для всієї території і є сприятливим для літньої рекреації. Найбільш комфортні та сприятливі для рекреації узбережні райони та райони, на території яких є озера та річки рекреаційного призначення. Дисконфортною для рекреантів є смуга між лініями Велика Михайлівка та Ширяєве – на півночі та між Суворовим, Арцизем, Біляївкою, Комінтернівським – на півдні як найбільш посушлива. У цій смузі 20-30 днів на рік і більше спостерігається температура повітря понад $+30^\circ\text{C}$. При цьому на крайньому півдні області таких днів буває 20-10 і менше за рахунок пом'якшення клімату морем [24].

Середня тривалість періоду комфортного літнього відпочинку на одеському узбережжі становить 120 днів. Особливістю клімату є значна

кількість ясних сонячних днів – до 290 на рік. У теплий період року з травня по жовтень тривалість годин сонячного сьйва сягає 1678 в Одесі, є достатньо високим для розвитку геліотерапії [25].

Взимку переважає нестійка похмура погода з частими відлигами і короткочасними похолоданнями, зі стійким сніговим покривом та оптимальними температурами нижче 0°C це впливає на обмеженість для зимової рекреації. Тривалість зими збільшується від 56 днів у районі Ізмаїла до 72 у Білгород-Дністровському та до 105-106 днів – на півночі області. Температури січня змінюються з -5 до -1,2°C з півночі на південь.

Природно-заповідний фонд (далі ПЗФ) Одеської області станом 01.01.2019 має в своєму складі 123 об'єкта, з них 16 об'єктів загальнодержавного значення, та 107 об'єктів – місцевого значення [26]. Загальна площа об'єктів природно-заповідного фонду становить 159974,1992 га. З урахуванням того, що 12 об'єктів загальною площею 9133,25 га знаходяться у складі природно-заповідних територій, фактично займана ПЗФ площа в області становить – 150840,9492 га. Відношення площі ПЗФ до площі Одеської області («показник заповідності») становить 4,5 %.

Чорне море та лікувальні грязі Куяльницького лиману створюють винятково високий рекреаційний потенціал Одещини. У пониззі великих річок (Дунай, Дністер) і лиманів, на морських узбережжях і в шельфовій зоні розташовані високоцінні й унікальні природні комплекси, водно-болотні угіддя, екосистеми, що формують високий біосферний потенціал регіону, який має національне і міжнародне значення.

Важливою складовою природних рекреаційних ресурсів області є море. Влітку вода біля берегів моря прогривається до +20 °С...+24 °С. Купальний сезон у середньому триває 114 днів. Морська вода багата хлоридами натрію та магнію, сульфатами кальцію, магнію, калію, солі йоду, залізом. Середній показник солоності прибережних вод моря становить 16 ‰. Хвилі, що розбиваються об береги, несуть на узбережжя значну кількість негативно заряджених іонів, корисних для організму людини. На організм людини тут

сприятливо впливають: кліматичні, бальнеологічні, гідротерапевтичні фактори. Морські купання є своєрідним методом лікування, що в медицині отримав назву «таласотерапія».

Довжина морських і лиманних узбереж від гирла річки Дунай до Тилігульського лиману сягає 300 км. На території області знаходяться прісноводні озера – Кагул, Ялпуг, Катлабух, солоні озера – Сасик, Шагани, Алібей, Бурнас, а також Хаджибейський і Куяльницький лимани, відомі своїми лікувальними грязями. Водопостачання Одеської області здійснюється як з поверхневих джерел, так і за рахунок підземних джерел.

Найбільш цінним ресурсом для кліматолікування, таласотерапії є наявність пляжів. В Одеському регіоні поширені піщані, гравійні, заболочені (дельта Дунаю, лиманів) пляжі, які можна використовувати для рекреаційних цілей у теплий період року. Протяжність морських пляжів становить 175 км, які придатні для використання з рекреаційною метою. Найкращими серед них є природні пляжі пересипів, піщаних кіс [25].

Водні ресурси області в табл. 2.1 Водного фонду Одеської області та її приклади.

Таблиця 2.1

Водний фонд Одеської області

Вид	Кількість	Назва
Море	1	Чорне море
Річки	1134	3 великі річки: Дунай, Дністер та Південний Буг та їх притоки.
Лимани	15	Прісноводні та морські лимани (Дністровський, Тилігульський, Хаджибейський, Алібей, Бурнас, Будакський, Куяльницький, Кучурганський).
Водосховища	68	Кучурганське, Барабойське, Хаджибейське водосховища.
Озера	53	Ялпуг, Кугурлуй, Катлабух, Китай, Сасик, Кагул, Картал, Саф'яни.
Ставки	992	-
Родовища мінеральних вод	4	Одеське, Куяльницьке, Кароліно-Бугазьке, Сергіївське.

Джерело: розроблено автором за даними Додатку Б

Рельєф Одещини достатньо одноманітний і разом з тим атрактивний і туристично привабливий. Окремі елементи рельєфу – долини річок, балки, кургани (Причорноморська низовина) – є пам'ятками природи або заказниками і віднесені до рекреаційних ресурсів. Загалом рельєф Одеської області можна оцінювати як сприятливий для розвитку рекреаційної і туристичної діяльності.

Ще одна особливість регіону – наявність протяжної берегової зони (приморської смуги), що має виключно високу атрактивність і для рекреації (море, озера, лимани), і для лікування (море, грязі, мінеральні води), і для туризму. Одеський регіон в лідерах по протяжності пляжів майже вдвічі він переважає Донецьку та Запорізьку області (табл. 2.2). Загальна протяжність морських узбереж, з урахуванням лиманів, в Одеській області становить 394 км, з них 175 км – це морські пляжі, придатні для використання з рекреаційною метою. Найкращими серед них є природні пляжі пересипів, піщаних кіс. Це ділянки узбережжя в районі Лузанівки, Кароліно-Бугазу, Затока, Будацький пересип, пересип Тилігульського лиману, Жебріянська коса. В межах міської зони Одеси створені штучні пляжі «Аркадія», «Дельфін», «Отрада», «Золотий Берег», «Великий Фонтан» [25].

Таблиця 2.2.

Пляжні ресурси Одеської області

Район, територія міста	Загальна довжина берега	Довжина пляжів, км			Береги іншого призначення, км
		у тому числі пляжі:			
		Придатні для рекреації	Вибірково придатні для рекреації	Не придатні для рекреації	
Комінтернівський	52	30	4	15	3
Одеса	44	35	-	-	9
Овідіопольський	28	18	3	5	2
Білгород-Дністровський	46	36	3	5	2
Татарбунарський	118	56	11	49	2
Кілійський	106	-	-	50	56
Разом по області	394	175	21	124	74

Джерело: розроблено автором за даними [27]

Більш складна ситуація з лікувально-оздоровчими закладами. В межах цієї групи необхідно окремо виділяти санаторно-лікувальні та курортно-оздоровчі заклади. В південно-західній частині обласного регіону, не дивлячись на наявність унікальних рекреаційних ресурсів, дуже мало санаторних закладів. Декілька таких закладів є і в молодих курортах області – Затока (2 санаторія) та Сергіївка (7). Окрім вказаних лікувально-оздоровчих центрів найбільш відомими курортами є Затока та Кароліно-Бугаз.

Область суттєво збільшила свою питому вагу у розвитку баз відпочинку і дитячих оздоровчих таборів у потенціалі країни. На Одеську область припадає 6,8% суб'єктів господарювання, а обсяг реалізованої ними продукції та послуг у 2018 році склав 6,8% [28].

У 2018 році кількість колективних засобів розміщення в області збільшилася у 1,3 рази і склала 13,8% від загального рівня по країні; кількість місць в них зросла у 1,17 рази. Інформаційний перелік таких санаторно-курортних закладів наведено у таблиці (Додаток В). На 2018 рік питома вага оздоровчих закладів області збільшилася відносно їх кількості по Україні з 8,4% до 13,7% через тимчасову втрату окупованої АР Крим. Особливо це помітно на показниках готелів і спеціалізованих місць розміщення [29]. При цьому питома вага Одеської області в потенціалі України на 2018 рік склала по:

- санаторіям та пансіонатам з лікуванням - 10%;
- санаторіям-профілакторіям – 7,6%;
- будинкам і пансіонатам відпочинку – 8,9%;
- базам та іншим закладам відпочинку – 26,9%;
- дитячим оздоровчим таборам – 7,1%.

Статистичні матеріали свідчать, що у 2018 році в регіоні нараховували 428 санаторно-курортні та оздоровчі заклади. В 6 адміністративних одиницях концентруються 402 лікувально-оздоровчих заклади, що складає 93,9% від їх загальної кількості в обласному регіоні. Більше чверті господарських суб'єктів цього профілю знаходяться в межах поселень Білгород-Дністровської міської ради (127 одиниць, або 29,7% від загальної чисельності в обласному регіоні).

Відзначимо, що до складу цієї адміністративної одиниці окрім міста Білгород-Дністровський входять курортні селища Затока та Сергіївка. Далі ідуть Татарбурський (18,7%) та Кілійський райони (17,5%). Це при тому, що в адміністративній одиниці вказаної другою офіційно немає жодної курортної території державного значення. Найбільшими темпами зростає кількість закладів лікувально-оздоровчого господарства в Кілійському районі. За 10 років тут з'явилися 46 нових санаторно-курортних та оздоровчих закладів. І навпаки, найбільше скорочення спостерігається в місті Одеса (41,8% – з 55 до 32) [30].

У розвитку рекреаційного комплексу регіону є низка складних проблем. По-перше, внаслідок погіршення екологічної ситуації спостерігається постійна втрата рекреаційної цінності території. По-друге, необхідна реконструкція існуючої рекреаційної інфраструктури, а також підвищення якості обслуговування відпочиваючих та туристів. По-третє, значна частина діючих рекреаційних закладів лікувально-оздоровчого типу розташована вздовж узбережжя хаотично, без відповідного інженерного забезпечення і благоустрою, що збільшує негативний антропогенний вплив на пляжі та прибережну акваторію лиманів та Чорного моря.

2.2 Дослідження ринку туристичних послуг Одеської області

Проведемо аналіз ринку туристичних послуг Одеської області. Дослідження ринку базується на його пропозиціях та попиту. Перш за все, проаналізуємо пропозиції туристичних послуг. Туристичні послуги за українським законодавством, на Одещині надають 22 курорти, розташовані переважно на чорноморському узбережжі у межах таких адміністративно-територіальних одиниць:

- Білгород-Дністровський район – 7 селищ: Затока, Сергіївна, Косівка, Курортне, Миколаївка, Попаздра, Приморське;
- Комінтернівський район – 6 селищ: Гвардійське, Ліски, Вапнярка,

Крижанівка, Нова Дофінівка, Сичавка;

- Овідіопольський район – 5 селищ: Грибівка, Дальник, Кароліно-Бугаз, Санжійка, Іллічівка.

Характеристика санаторно-курортного комплексу регіону має враховувати туристичні потоки (у тому числі осіб, які прибувають з метою лікування та оздоровлення), структуру та динаміку санаторно-курортних і оздоровчих закладів, розподіл ліжко-місць, характеристику персоналу закладів тощо.

Одеській області належить стабільно високий рейтинг практично за всіма показниками розвитку санаторно-курортного комплексу. У 2019 р. кількість спеціалізованих лікувально-оздоровчих закладів Одещини становила 22,8% в їх загальному обсязі, що надало можливість регіону посісти 1 місце (табл. 2.3). За кількістю ліжок у місяць максимального розгортання Одеська область стабільно займала третє місце протягом 2016-2018 (з часткою 10,1%-12,6%), а у 2019 р. зайняла перше місце (17,8%) [31].

Таблиця 2.3

Оцінка Одеської області за показниками діяльності закладів санаторно-курортного комплексу

Показники		Роки			
		2016	2017	2018	2019
Кількість спеціалізованих засобів розміщення, од.	Місце	3	3	3	1
	Частка, %	8,1	14,0	15,3	22,8
Загальна кількість обслугованих приїжджих, осіб	Місце	3	2	3	3
	Частка, %	8,3	7,8	10,8	7,9
Кількість місць у місяць максимального розгортання, од.	Місце	3	3	3	1
	Частка, %	10,1	11,9	12,6	17,8
Загальні доходи від надання послуг, тис. грн.	Місце	5	5	4	2
	Частка, %	4,4	5,4	5,9	12,3
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	Місце	3	3	3	2
	Частка, %	7,3	8,0	8,0	11,9
Середньооблікова кількість лікарів, осіб	Місце	3	3	3	2
	Частка, %	8,5	8,4	9,2	12,9
Середньооблікова кількість серед. мед. персоналу, осіб	Місце	3	3	3	2
	Частка, %	7,0	7,6	7,6	10,1

Джерело: створено автором за даними [32]

Однак, якщо за показниками матеріально-технічної бази санаторно-курортного комплексу Одеський регіон зараз знаходиться на перших місцях, то потужність туристичного потоку, який прибуває з метою лікування та оздоровлення, навіть зменшився.

Аналізуючи темпи приросту санаторно-курортних та оздоровчих засобів розміщення Одеської області, необхідно зазначити, що заклади лікувального спрямування мають тенденцію до скорочення (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

**Динаміка кількості закладів санаторно-курортного комплексу
Одеської області (у % до базового року)**

Роки	Санаторії та пансіонати з лікуванням		Санаторії-профілакторії		Будинки та пансіонати відпочинку		Бази та інші заклади відпочинку		Дитячі оздоровчі табори	
	всього	%	всього	%	всього	%	всього	%	всього	%
2016	35	81,4	9	47,4	8	53,3	373	104,8	1073	271,0
2017	32	74,4	9	47,4	8	53,3	379	106,5	1033	260,9
2018	30	69,8	9	47,4	9	60,0	358	100,6	1036	261,6
2019	28	65,1	10	52,6	9	60,0	384	107,9	998	252,0

Джерело: створено автором за даними [32]

Так, кількість санаторіїв та пансіонатів з лікуванням скоротилась, санаторіїв-профілакторіїв стало удвічі менше. Будинків та пансіонатів відпочинку зараз тільки 60% від кількості закладів з початку незалежності України.

Найпоширенішими закладами лікувально-оздоровчого туризму в Одеському регіоні визначено бази відпочинку, питома вага яких становить 87,8% зі всієї кількості санаторно-курортних та оздоровчих закладів [33].

Смність лікувально-оздоровчої бази Одеського регіону розділяється нерівномірно по містах та районах області. Так, на 3 міста Одещини (Одеса, Іллічівськ та Южне) доводиться біля 23% усіх наявних місць у санаторно-курортних та оздоровчих підприємств, у той час як основна кількість баз відпочинку зосереджена по районах області – Білгород-Дністровському,

Біляївському, Ізмаїльському, Кілійському, Комінтернівському, Овідіопольському, Савранському, Татарбунарському, які забезпечують 77% одноразової місткості досліджуваних закладів (рис. 2.2) [34].

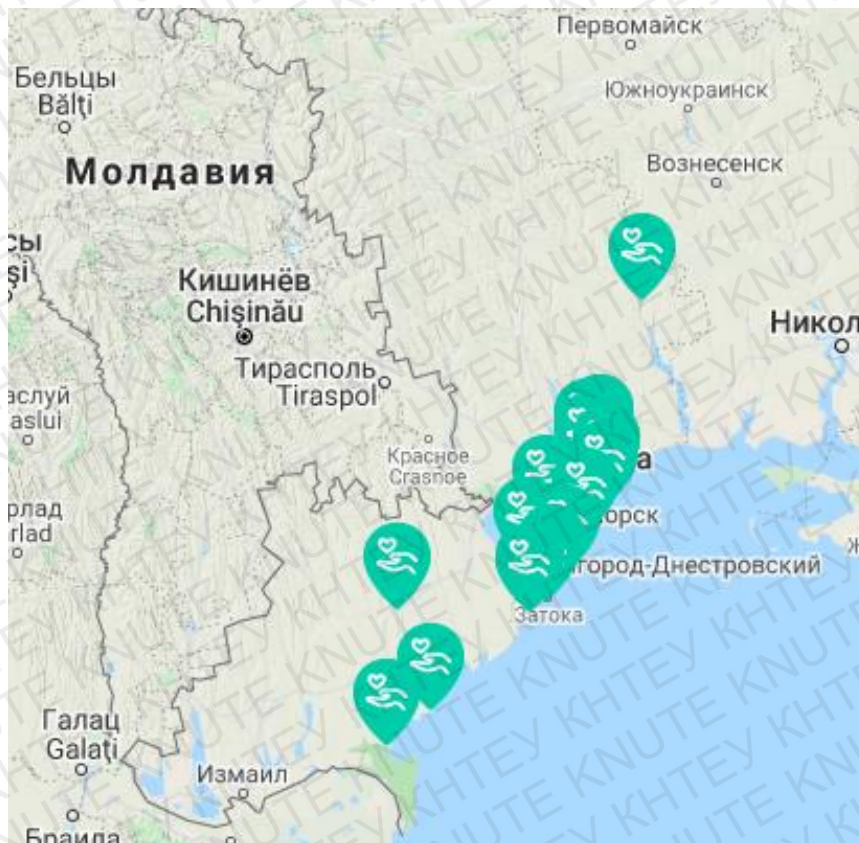


Рис. 2.2 Розташування лікувально-оздоровчої бази Одеської області [34]

Спочатку розглянемо загальний туристичний потік Одеського регіону. В табл. 2.5 наведено розподіл кількості туристів.

Таблиця 2.5

Туристичні потоки Одеської області за 2015–2019 рр., осіб

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, всього	Із загальної кількості туристів:		
		іноземні туристи	Туристи – громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи
2015	43382	1126	34811	10939

Закінчення табл. 2.5

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, всього	Із загальної кількості туристів:		
		іноземні туристи	Туристи – громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи
2016	45809	2097	33744	18596
2017	59077	2103	35749	21231
2018	61589	2975	44136	25441
2019	72302	7047	44758	26609

Джерело: створено автором за даними [35]

Дослідження розподілу кількості клієнтів санаторно-курортних та оздоровчих закладів Одещини наведено у табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Кількість відпочиваючих за типами лікувально-оздоровчих закладів Одеського регіону у 2017 – 2019 роках

Тип закладу	Од.вим	Роки		
		2017	2018	2019
Санаторій	Осіб	106 434	86 958	82 053
	%	34,7	32,0	30,7
Санаторій-профілакторій	Осіб	14 705	14 575	17 369
	%	4,8	5,3	6,4
Пансіонати	Осіб	12 360	6 411	7 458
	%	4,0	2,4	2,8
Заклади 1-2 денного перебування	Осіб	64	929	57
	%	0,1	0,2	0,1
Бази відпочинку	Осіб	172 972	163 677	159 762
	%	56,4	60,1	60,0
Усього	Осіб	306 535	272 550	266 699
	%	100,0	100,0	100,0

Джерело: створено автором за даними [32]

Аналізуючи дані таблиці можна зробити наступні висновки: протягом аналізованого періоду в Одеському регіоні кількість відпочиваючих зменшилась на 39836 осіб (або на 13%); у санаторіях кількість клієнтів скоротилося найбільше – на 24381 особу (або на 22,9%); також, бази відпочинку, будинки і пансіонати обслужили менше споживачів – на 13210 осіб

та на 4902 осіб відповідно; стосовно санаторіїв-профілакторіїв, чисельність відпочиваючих збільшилася – на 2664 особи (або на 18,1%).

На основі дослідження кількості відпочиваючих по Одеському регіону (табл. 2.7), можна стверджувати, що дві третини туристичному потоку з метою лікування та оздоровлення обслуговується по районах області, де в основному зосереджені бази відпочинку, розташовані на морському узбережжі.

Частіше всього найбільш популярними є Білгород-Дністровський та Овідіопольський райони. У містах Одещини решта тур.потоку можуть отримати послуги по санаторно-курортному обслуговуванню. Загальна кількість відпочиваючих, а також їх чисельність в розрізі міст та районів області, має тенденцію до скорочення.

Таблиця 2.7

Кількість відпочиваючих по адміністративно-територіальних підрозділах Одеського регіону за 2017 – 2019 роки

Місця відпочинку	Од. виміру	Роки		
		2017	2018	2019
У містах (Одеса, Іллічівськ, Южне)	Осіб	103 167	82 856	682 954
	%	33,7	30,4	31,1
У районах	Осіб	203 368	189 694	183 745
	%	66,3	69,6	68,9
Усього	Осіб	306 535	272 550	266 699
	%	100,0	100,0	100,0

Джерело: створено автором за даними [35]

В Одеській області спостерігається зниження рівня завантаженості закладів санаторно-курортного комплексу (табл. 2.8), що може бути викликано як інфраструктурними, так і фінансовими причинами: незадоволеність споживачів санаторно-курортних послуг якістю матеріально-технічної бази, високим рівнем цін на лікування та проживання тощо.

Відпочинок в Одеському регіоні є неймовірно популярним серед туристів. Курорти Одеської області знаходяться на узбережжі, таким чином використовуючи хорошу можливість оздоровлення за допомогою дарів моря.

Здравниці й пансіонати знаходяться уздовж прибережної смуги моря, з чистими пляжами та мілководною зоною. Коротко розповімо про всі переваги відпочинку в Одеській області.

Таблиця 2.8

**Рівень завантаження закладів санаторно-курортного комплексу
Одеської області**

Показники	Роки			
	2016	2017	2018	2019
Кількість ліжко-місць у місяць максимального розгортання, од.	41 888	50 354	51 581	48 336
Тривалість перебування у СЗР, людино/діб	2 914 509	3 381 092	3 366 972	2 948 199
Коефіцієнт завантаження СЗР	19,1	18,4	17,9	16,7

Джерело: розроблено автором за даними [32]

Проаналізуємо сайт TripAdvisor і виділимо десять кращих закладів оздоровлення в Одеській області [36]. У список входять такі заклади:

- Санаторій «Куяльник» (м. Одеса) – від 545 грн. за добу;
- Санаторій «Біла Акація» (м. Одеса) – від 1 035 грн. за добу;
- Санаторій «Лермонтовський» (м. Одеса) – від 750 грн.;
- Санаторій «Одеса» СБУ – від 1130 грн.;
- Санаторій ім. Горького в Одесі – від 540 грн.;
- Санаторій «Villa Penta» – від 1400 грн.;
- Санаторій «Орізонт» (сmt. Сергіївка) – від 870 грн.;
- Санаторій ім. Сергія Лазо в Сергіївці – від 690 грн.;
- Санаторій «Золота Нива» (сmt. Сергіївка) – від 625 грн.;
- Готель «Maristella Club» (м. Одеса) – від 4 000 грн.

Всі санаторії Одещини пропонують комфортний відпочинок на березі моря і ефективне лікування за прийнятними цінами зі збалансованим харчуванням. Розглянемо пропозиції одного з туроператорів, що пропонує такі тури до Одеських закладів оздоровлення для внутрішніх та іноземних туристів (табл.2.9). Це улюблене багатьма місце відпочинку і оздоровлення, яке так

хочуть відвідати тисячі українців й іноземні жителі. Чистий первозданна природа, грязелікування та інноваційний медичне обладнання допомагають відпочиваючим відчувати прилив сил, позбутися від хронічних і важких недуг.

Туризм виступає важливою складовою світової економіки. За даними Міжнародної туристичної організації, питома вага туризму у світовому ВВП становить близько 9% і близько 30% у світовому експорті послуг станом на 2018 рік. На 2021 рік UNWTO прогнозує зростання міжнародного туризму на 3-4%, що буде і далі сприяти глобальному економічному відновленню [37]. Одеська область з її потенціалом теж повинна приєднатися до світових тенденцій.

Таблиця 2.9

Путівки до лікувально-оздоровчих закладів Одещини для внутрішніх та іноземних туристів

Назва	Рівень відпочинку	Сезон	Ціна	Місцезнаходження
Курортний комплекс «Едем»	середній + 3 зірки	цілорічний	від 800 грн.	смт Затока, вул. Озерна (курортний район Центральний »)
Санаторій «Біла Акація»	середній +	цілорічний	від 1035 грн.	м. Одеса, Французький бульвар, 59
Клінічний санаторій ім. Горького	економ	березень – грудень	від 840 грн.	м. Одеса, Фонтанська дорога, 165
Санаторій «Куяльник»	економ	березень – грудень	від 545 грн.	м. Одеса, курорт "Куяльник",
Оздоровчий комплекс «Одескабель»	середній +	цілорічний	–	м. Одеса, вул. Миколаївська дорога, 144а
Оздоровчий комплекс «Одеса»	середній	цілорічний	від 485 грн.	м. Одеса, Гагарінське плато, 5
Санаторій «Одеса» СБУ	середній	цілорічний	від 1130 грн.	м. Одеса, Французький бульвар, 52
Санаторій ім. Сергія Лазо	економ	травень – жовтень	від 690 грн.	смт. Сергіївка, вул. Набережна, 3
Санаторій «Орізонт»	середній	цілорічний	від 870 грн.	Сергіївка смт, вулиця Гагаріна, 1а

Джерело: створено автором

Туризм в Україні цього року через пандемію COVID-19 набуває певних темпів розвитку, розвиваються нові види туризму. Цього літа на тлі карантинних обмежень у світі українці подорожують своєю країною значно більше, ніж торік. Це визнають і експерти, і туристичні оператори, і навіть компанії мобільного зв'язку, які фіксують аномально велику кількість абонентів на українських курортах. Так, компанія «Vodafone Україна» заявила, що на українських південних курортах цього літа значно побільшало абонентів, порівняно з літом 2019-го: у Одеській області, судячи зі зростання мобільного трафіку, нині на 30% більше туристів, ніж в аналогічні дні минулого літа [38]. Південь України, і особливо Одеська область, починають відігравати провідну роль в цьому процесі. В Одеській області є належні умови поєднати різні види туризму у туристичні кластери.

2.3 Стейкхолдери розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Одеській області

В оцінюванні ринку туристичних послуг Одеської області є визначення рівня залучення стейкхолдерів до процесів реалізації туристичних послуг. Для цього охарактеризуємо їх діяльність за останні 4 роки щодо підтримки розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Одеському регіоні.

Вагомий внесок робить Управління туризму Одеської обласної Державної Адміністрації (далі ОДА). В січні 2020 року вона презентувала мобільний додаток для туристів Odessa Region Guide, яке допоможе краще орієнтуватися серед туристичних об'єктів. Разом з додатком на туристичній раді презентували аудіогіди за трьома туристичним субрегіонами Одеської області: Дунайському, Білгород-Дністровському та Нижньодністровському регіонах. "Odessa Region Guide" – це наступний крок регіональної влади з популяризації місцевого туризму [39].

Програму представили на засіданні Туристичної ради Одеської області. Можливості програми полягають в тому, що тепер кожен турист або місцевий

житель може сам створити собі туристичний маршрут. Мобільний додаток можна завантажити з Google Play або App Store, в ньому вже є українська, російська та англійська мови [40].

Всі об'єкти в додатку згруповані за певними розділами або пам'яток: що поїсти, де відпочити, що цікавого побачити. Можна увійти в кожен з представлених підгруп. Крім того, підприємці зможуть самостійно розміщувати в додатку відомості про свої об'єкти.

В 2018 році було створено Управління туризму, рекреації та курортів Одеської області. Відділ, до якого входять 3 співробітники. Основними функціями є:

- забезпечення реалізації державної політики у сфері туризму та курортів на відповідній території;
- підготовка пропозицій до проектів регіональних програм розвитку туризму та курортів, вжиття заходів щодо виконання цих програм;
- сприяння туристичній діяльності в регіоні та утворення сучасної туристичної інфраструктури;
- розробка та впровадження заходів для захисту місцевих туристичних ресурсів;
- сприяння розвитку дитячого та молодіжного туризму.

Від 23 грудня 2016 року було створено Програму розвитку туризму і курортів в Одеській області на 2017 – 2020 рр. На реалізацію програм і заходів в галузі туризму та курортів на 2020 рік було виділено бюджет у сумі 4 000 000 гривень [41].

Мета Програми направлена на вирішення ключових проблем у галузі туризму, що сприятиме щороку:

- збільшенню кількості потоку туристів до Одещини на 20,0 % ;
- збільшенню кількості проведених туристичних заходів на 15,0 %;
- збільшенню кількості нових маршрутів на 25,0 %;
- збільшенню кількості установ у сфері туризму в Одеській області на 15,0 %, що у свою чергу дасть можливість наповненню обласного бюджету та

бюджетів місцевого рівня.

Побачити результат Програми можна у звіті про виконання паспорта бюджетної програми місцевого бюджету на 2019 рік (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Звіті про виконання паспорта бюджетної програми місцевого бюджету на 2019 рік

№	Показники	Од.в им.	Затверджено		Досягнуті результати		Відхилення	
			загал. фонд	спец. фонд	загал. фонд	спец. фонд	загал. фонд	спец. фонд
1.	Просування регіонального туристичного веб-сайту та мобільного додатку у пошукових і соціальних мережах	грн.	175000	0	174980	0	-20	0
2.	Розробка та підтримка мобільного додатку та інтерактивної мапи.	грн.	200000	0	198946	0	-1054	0
3.	Організація промоційних турів для представників туристичної індустрії та засобів масової інформації.	грн.	400000	0	18177	0	-21823	0
4.	Організація конференцій та круглих столів.	грн.	50000	0	50000	0	-50000	0
5.	Проведення семінарів та майстер-класів для підвищення кваліфікації.	грн.	10000	0	8495	0	-1505	0

Джерело: [42]

Головний стейкхолдер Одеського регіону у своїй діяльності розвитку туристичної діяльності має партнерів. Це компанія «e-HUB» та ГО «Суспільне Око».

IT-engineering «e-HUB» – це компанія, що є українським розробником програмного забезпечення геоінформаційної системи (ГІС), веб-ГІС та програм управління базами геоданих для установ та організацій державного управління,

а також рішень SAAS для комерційних установ на основі обробки великих даних. Допомагає розробляти сайти та мобільні додатки для Управління туризму, рекреації та курортів Одеської області [43].

Громадська організація «Суспільне Око» – була зареєстрована в 2014 році. Їх метою є донесення інформації до людей про справжній стан справ в економіці, фінансах, соціальній та культурній сферах території, на якій вони проживають. Основними видами діяльності є: допоміжні освітні послуги; видання книг, довідників і списків передплатників, газет, журналів та періодичних публікацій та інші види видавничої справи; діяльність з виробництва телевізійних програм; пост виробничий етап телевізійних програм; діяльність по створенню і трансляції телевізійних програм; діяльність у сфері комп'ютерного програмування; види діяльності у сфері інформаційних технологій і комп'ютерних систем; веб-портали; дослідження кон'юнктури ринку та виявлення суспільної думки [44].

Серед основних маркетингових заходів, що проводилися у Південному регіоні України, у період 2018-2019 рр. для розвитку туристичної привабливості регіону, слід відзначити: виставкові заходи, туристичні форуми та фестивалі; рекламу по радіо та телебаченні; Інтернет-рекламу; зв'язки з громадськістю (PR); зовнішню рекламу із зазначенням телефону гарячої лінії; інфотур для туроператорів, турагентів та представників ЗМІ тощо [45]. Так, протягом 2018 р. регіональний туристичний продукт було презентовано в рамках: Міжнародної туристичної виставки «ІТВ-2018» (Берлін), XXI Міжнародної туристичної виставки UITT «Україна – подорожі і туризм» (Київ), XII Міжнародної асамблеї туристичного бізнесу (Одеса).

Для популяризації туристичного потенціалу області проведено: робочу зустріч представників туристичного бізнесу Одеської області з литовськими туроператорами та презентацію закладів тимчасового розміщування і популярних об'єктів туристичних відвідувань області; зустріч представників засобів масової інформації Чехії і Словаччини з провідними туроператорами області, у рамках якої відбулася презентація туристичних можливостей регіону;

workshop «Іновації туристичного сезону-2018» та промотур «Одеська гостинність»; форум «Біла акація» з питання розвитку медичного туризму, у рамках якого було проведено презентацію потенціалу області у сфері лікувально-оздоровчого туризму тощо [46].

Результати аналізу діяльності основних стейкхолдерів дозволяють занести їх в матрицю (рис. 2.3).

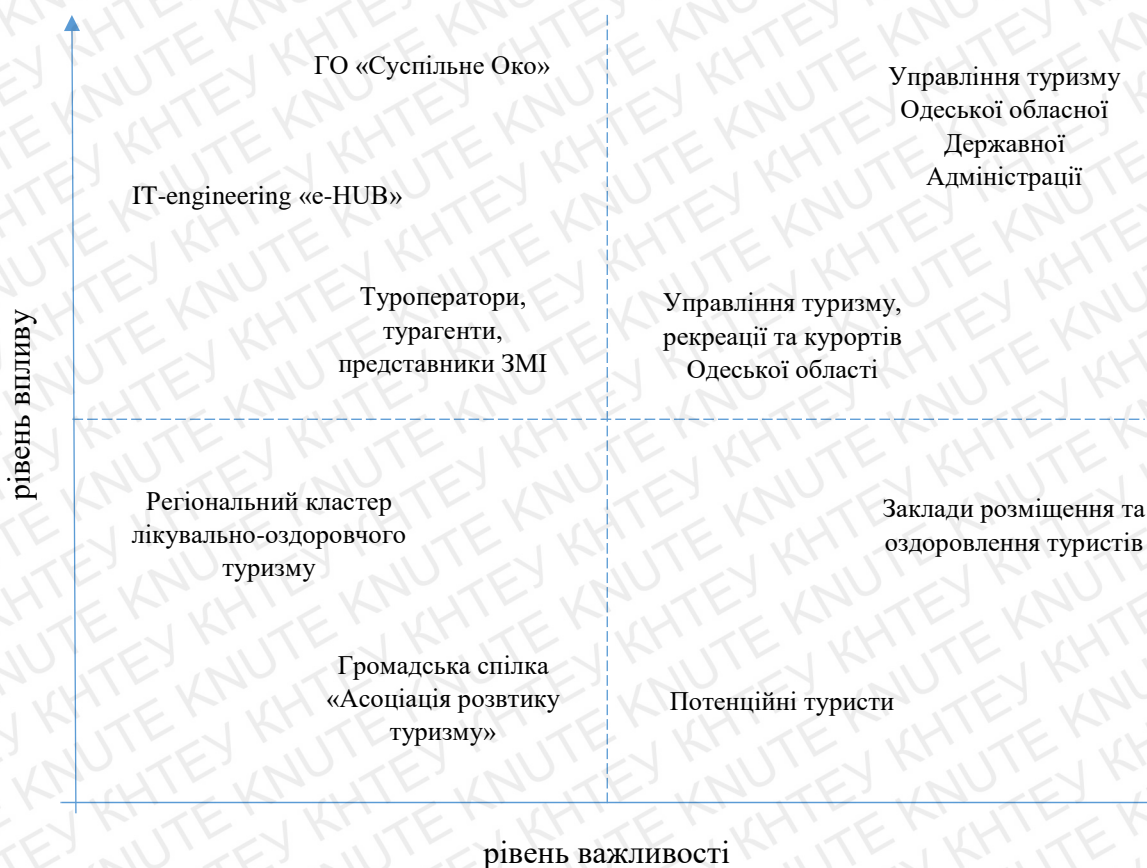


Рис. 2.3 Матриця основних стейкхолдерів розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Одеській області

Джерело: побудовано автором

З рис. 2.3 можна зробити висновок, що ключовими стейкхолдерами лікувально-оздоровчого туризму в Одеській області є Управління туризму Одеської обласної Державної Адміністрації та Управління туризму, рекреації та курортів Одеської області, які провадять активну діяльність, спрямовану на розвиток лікувально-оздоровчого туризму в регіоні. Партнерство таких

компаній як «e-HUB» та ГО «Суспільне Око» мають позитивний вплив на мобільний додаток Odessa Region Guide. Також високий рівень впливу мають туроператори, але оскільки переважна частина іноземних та внутрішніх туристів подорожують самостійно, то більше значення мають заклади розміщення та оздоровлення туристів. Високий рівень впливу мають всеукраїнські громадські організації, які роблять промоцію регіону.

Конкурентні переваги та обмеження перспективного розвитку туристичного потенціалу Одеської області виявлено на основі діагнозу стартових умов регіонального розвитку шляхом SWOT-аналізу. Характеристика сильних та слабких сторін області, зовнішніх можливостей та загроз для її розвитку подано в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

SWOT-аналіз розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Одеській області

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> - сприятливі умови для поєднання різних видів туризму та оздоровлення. - значні рекреаційні та бальнеологічні ресурси. - привабливий туристичний імідж Одеси. - широкий спектр можливостей щодо забезпечення організованого відпочинку та оздоровлення. - велика кількість пляжів на узбережжі. - наявність історичної та культурної спадщини та інших атракцій. - перспективні умови розвитку нових видів туризму. 	<ul style="list-style-type: none"> - незадовільний стан доріг та під'їзних шляхів до об'єктів туристичного призначення, непривабливість супутньої інфраструктури. - низький рівень інформаційного супроводження туристичної діяльності. - недостатня облаштованість рекреаційних територій та низький рівень туристичного сервісу. - обмеження забезпечення зростання кількості туристів та рекреантів. - слабка координованість роботи різних профільних установ з надання туристичних, оздоровчих та інших супутніх послуг. - недостатня розвиненість інфраструктури туристичної галузі.
Зовнішні можливості	Зовнішні загрози
<ul style="list-style-type: none"> - збільшення значення регіону щодо надання рекреаційно-оздоровчих послуг. - активне співробітництво з державами Чорноморського регіону. 	<ul style="list-style-type: none"> - конкуренція з боку інших регіонів та держав. - корупція та нестабільність «правил гри» в економіці.

Зовнішні можливості	Зовнішні загрози
<ul style="list-style-type: none"> - членство у європейських міжрегіональних об'єднаннях. - транзитні можливості території регіону. - можливості активного розвитку та розширення сфери послуг. - відкриття нових можливостей через підписання Асоціації з ЄС. - реформування ключових елементів державного управління. - активна позиція місцевої влади щодо поліпшення інвестиційного клімату в регіоні. 	<ul style="list-style-type: none"> - недостатня інноваційність підприємств. - слабка забезпеченість гарантій із боку держави для внутрішніх та закордонних інвесторів. - недовіра іноземних бізнесових кіл до гарантування державою захисту інвестицій та економічних інтересів. - незадовільна структура зовнішніх інвестицій. - слабка інформованість потенційних партнерів про можливості регіону.

Джерело: створено автором за даними [42]

Грунтуючись на проведеному SWOT-аналізі розвитку туристичного потенціалу Одеської області, стратегічними напрямками розвитку регіону є:

- підвищення рівня якості автодорожнього покриття, введення європейських стандартів проектування, розроблення та обслуговування автомобільних доріг;
- створення привабливого інвестиційного клімату у сфері туризму та курортів;
- промоції туристичного потенціалу регіону на зовнішньому ринку туристичних та рекреаційних послуг;
- створення та наповнення туристичних інформаційних сайтів, сторінок у соціальних мережах та мобільних додатків;
- проведення промоційних турів для представників туристичної індустрії та ЗМІ;
- поширення інформації туристичного спрямування в ЗМІ та соціальних мережах;
- підтримка участі представників туристичної сфери в міжнародних туристичних виставках, форумах, круглих столах;
- залучення бізнесу до участі у проектах з розвитку туристичної інфраструктури на принципах державно-приватного партнерства та інших

умовах співпраці.

На початку 2020 року Україна вперше прийняла всесвітній форум медичного туризму Global Healthcare Travel Forum 2020 (далі ГНТС). У квітні 2019 року представника нашої країни обрали президентом Глобальної ради ГНТС. Загалом в організації 56 країн, тому наступний шанс продемонструвати свої медичні послуги на міжнародному рівні ми матимемо лише через 56 років.

Це унікальний шанс для України заявити про себе як про одну з провідних країн медичного та оздоровчого туризму у світі. Щороку потік медичних туристів до країни зростає. Минулого року до України приїхало 65 тисяч медичних пацієнтів, що принесло країні близько 182 мільйонів доларів. У 2019 році медичні туристи витрачали в середньому 2800 доларів за поїздку. Затребуваними є такі галузі медицини, як офтальмологія, реабілітація, онкологія, а також високотехнологічні клітинні технології та репродуктивна медицина. Серед переваг для іноземців – доступні ціни та відсутність списку очікування.

До участі у форумі запрошуються лікарі та медичні заклади, особливо ті, які вже мають досвід роботи з іноземними пацієнтами. Детальніша інформація розміщена на сайті Української Асоціації Медичного Туризму.

Висновки до розділу 2

1. Одеська область знаходиться серед регіонів-лідерів України за рекреаційним потенціалом. Головною особливістю території Одеської області є її приморське положення, широкий «вихід» до моря і положення на європейських і світових водних шляхах (вагомий чинник міжнародного туризму). Одещина має високий рекреаційний природно-ресурсний потенціал, зокрема, теплий клімат, морські пляжі, лікувальні грязі, джерела мінеральних вод, ропу лиманів та озер, унікальні природні комплекси, мальовничі краєвиди, мисливські та рибальські угіддя, акваторії лиманів, озер, моря, придатні для водного спорту та оздоровлення. Поєднання всіх цих факторів створює умови,

надзвичайно сприятливі для організації відпочинку і розвитку рекреаційно-туристичної діяльності.

2. Провівши аналіз туристично-ресурсного потенціалу та туристичної інфраструктури Одеського регіону, можна дійсно стверджувати, що Одещина має неабиякі перспективи для подальшого розвитку сфери туризму, незважаючи на низку проблем та недоліків. Аналіз даних Державної служби статистики України щодо туристичної інфраструктури Одеської області дав змогу визначити, що Одеський регіон посідає перше місце в Україні за кількістю закладів розміщення – 13% від загального обсягу по країні. Також зі статистичних даних встановлено, що число суб'єктів туристичної діяльності в Одеському регіоні на кінець 2018 р. становило 264 підприємства, або 7,6% від загальної кількості суб'єктів туристичної діяльності в Україні.

3. Санаторно-курортне господарство формується під впливом різноманітних чинників, основними з яких є підтримка стейкхолдерів. Результати SWOT-аналізу дозволяють стверджувати, що неналежний стан транспортної інфраструктури та нестача нової матеріально-технічної бази в санаторно-курортних закладах, низька якість послуг стримують розвиток лікувально-оздоровчого туризму в Одеському регіоні, а от підтримка ініціатив місцевої влади з боку центральних органів влади на високому рівні.

РОЗДІЛ 3

ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА РИНКУ КРАЇН ЄС

3.1 Рекомендації щодо просування туристичного продукту

Не зважаючи на чинники, які гальмують розвиток лікувально-оздоровчого туризму в Одеській області існують шляхи, за допомогою яких цей сегмент туризму в Одеській області розвиватиметься.

Основною метою регіону повинне бути створення конкурентоздатного туристичного продукту, який буде успішним як серед українців, так і серед іноземних туристів. Лікувально-оздоровчий туризм має великі перспективи для розвитку, а організація турів сприяє збереженню та відродженню локальних рекреаційних ресурсів.

Одеська область має великий потенціал для розвитку та просування лікувально-оздоровчого туризму. У 2019 році Одеською обласною державною адміністрацією було складено програму «Стратегія розвитку Одеської області на період 2021-2027 роки» [47]. Більш детальні цілі і завдання програми наведено в Додатку Г.

Сьогодні серед основних завдань для просування сучасної системи лікувально-оздоровчого туризму Одеського регіону ми виділяємо:

- розробка і впровадження стандартів відповідності якості, використання ресурсів, вимог до устаткування, що залучається для лікування та оздоровлення туристів;
- включення критеріїв Європейської асоціації курортів (ЄАК) до правової бази України;
- підготовка програм навчання персоналу, підготовки лікарів для якісної роботи в лікувально-оздоровчих закладах;
- створення сучасної системи контролю стану пацієнта лікувально-оздоровчих закладів;
- впровадження стандартів якості надання послуг і рівня проведення процедур в лікувально-оздоровчих закладах за міжнародними стандартами.

Оздоровчий відпочинок корисний усім і передбачає, в першу чергу, перебування на курортах з проходженням курсу профілактичних чи лікувальних процедур згідно медичних показань. Окрім традиційних санаторно-курортних закладів, потрібно приділити увагу SPA-курортам, які дійсно можуть вивести туристичний продукт Одеської області на ринки країн ЄС.

Лікувально-оздоровчий туризм має свою специфіку: окрім якісного готельного сервісу, туристичного обслуговування, багаті екскурсійної програми, клієнта цікавить високоякісне медичне обслуговування. Перспективною перевагою наших курортів є можливість якісного оздоровлення, шляхом застосування SPA-процедур або відновлювального лікування в рамках SPA-програм.

Одна з можливих нових форм роботи курортів – weekend-тури. Оздоровчі, релаксаційні або естетичні SPA-пакети на кілька днів давно завоювали популярність на європейському ринку SPA -послуг. Така форма роботи курорту приваблива для клієнтів незалежно від пори року.

Актуальним також є впровадження естетичних SPA-технологій в практику санаторно-курортного лікування, що дозволить дотримати холістичний підхід в SPA і забезпечить відповідність європейським стандартам SPA-курортів.

Сучасні SPA-програми дозволяють вирішувати всілякі завдання з підтримки резервів здоров'я. На підставі наявної матеріально-технічної бази і обраного напрямку необхідно розробляти SPA-програми, враховуючи сумісність процедур і потенційну дію SPA-чинників для пропозицій як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку туризму. Існує необхідність створення в Україні конкурентоспроможних санаторно-курортних закладів. Доволі перспективним напрямком є розробка пропозицій по дієтичному і SPA-харчуванню з метою корекції ваги, програм здорового харчування.

Рекомендуємо такі практичні кроки:

- збір інформації для прийняття управлінських рішень: офіційних

статистичних спостережень для розуміння реального позиціонування вітчизняного SPA-туризму щодо інших SPA-дестинацій слід заохочувати постійні дослідження та бенчмаркінг з іншими SPA-дестинаціями світу [48]. Дослідження характеристик SPA-лікувальних туристів, їх мотивів, уподобань, повторюваності візитів, витрат туристів та інших аспектів галузевого розвитку здатні суттєво вплинути на стратегії та тактики позиціонування українського SPA-лікувального сектору на конкретних потенційних ринках. Звичайно, комплексні дослідження зазвичай замовляються не окремими провайдерами туристичних послуг, а професійними об'єднаннями чи владою, яка зацікавлена у розвитку галузі, наповненні бюджетів та зайнятості населення. При цьому незалежно від того, хто замовляє дослідження, надзвичайно важливою є співпраця влади та суб'єктів господарювання як на стадії формування завдань та критеріїв дослідження, так і на етапі донесення результатів досліджень до широкого загалу або спеціалізованих аудиторій. Результати релевантних досліджень слугує підґрунтям для прийняття оптимальних рішень кожним окремим учасником ринку для посилення своїх позицій;

- розвиток брендів регіонів та асоціацій зі SPA: у плані просування рекреаційних регіонів як SPA-туристичної дестинації ключовими є не створення нового бренду, а створення потрібних стійких асоціацій у свідомості бажаних потенційних сегментів споживачів територіального бренду зі SPA та wellness-концепціями. Наприклад, в Україні на даний час бренд Одеського регіону як відпочинкової території вже сформований, цей бренд є загальновідомим в Україні та світі, одним з найбільш відомих (серед регіонів України). Основна проблема полягає в тому, щоб створити потрібні асоціації та вдало позиціонувати регіон на бажаних ринках, постачальниках SPA-туристів. Одещина насамперед є брендом для пляжного туризму, активного культурно-пізнавального туризму, однак майже не асоціюється зі SPA та wellness.

- об'єднання зусиль: робота на українському та європейському ринках вимагає більших зусиль, ніж на решті ринків через недостатню поширеність тут сучасних SPA- та wellness- концепцій. Для повнішого з'ясування новітніх

тенденцій на ринку доцільним є ретельне відстеження ринкових кроків нових виникаючих дестинацій, що прагнуть позиціонувати себе у площині SPA та wellness.

- культивування SPA та wellness в регіоні потребує об'єднання з іншими зацікавленими суб'єктами для спільних промоційних заходів (створення спільних спеціалізованих видань, телепродуктів, веб-сайтів, присутність у вже популярних виданнях тощо). Також доречно відзначити ефективність Інтернету як засобу підвищення обізнаності та формування бажаних асоціацій, при відносно незначних затратах. Немає сумнівів, що прив'язка Одеського регіону до сучасних концепцій SPA та wellness значно полегшить просування SPA- та wellness-продуктів на українському ринку. Слід визнати, що скоординовані зусилля, як правило, є результативними та ефективними, аніж зусилля окремо взятого готелю чи санаторію [49].

- донесення інформації до споживачів за кордоном: у просуванні SPA-лікувальної галузі Одеської області на зовнішніх ринках (зокрема, Німеччина та Польща). Wellness- та SPA-концепції набувають дедалі більшого поширення в Європі, що є значною перевагою для SPA-галузі регіону [50]. Через явний брак шляхів донесення інформації, тут важливою є співпраця з фаховими та тематичними виданнями, а також ознайомлювальні візити для туристичних оглядачів.

Пропонуємо наступні рекомендації щодо просування лікувально-оздоровчого сектору Одеської області:

- розширення споживчої аудиторії одеського лікувально-оздоровчого туристичного продукту. Стратегічною метою слід визначити репозиціонування Одеського регіону на прийом і обслуговування міжнародних туристів. Для цього необхідно освоювати ринки країн ЄС, ініціювати в'їзні потоки туристів за рахунок створення та просування нових лікувально-оздоровчих турпродуктів, створених на європейському рівні, і при кооперуванні з європейськими виробниками туристських послуг. Важливим є розширення клієнттури локальних здравниць за рахунок іноземних туристів «третього віку»

й осіб зі спеціальними потребами.

- подолання сезонності функціонування лікувально-оздоровчого туристичного комплексу. Стратегічна мета – розширення меж курортних сезонів. Для цього варто перевести частину оздоровчих закладів на цілорічну роботу або розширення термінів прийому відпочиваючих шляхом створення спеціальних інфраструктурних об'єктів (соляріїв, критого басейну, SPA-центрів і центрів нетрадиційної медицини). Також необхідним видається впровадження економічних методів розширення курортного сезону (зниження собівартості лікувально-оздоровчих послуг і цін до рівня безбитковості в міжсезонний період; використання системи знижок і бонусів на послуги) [51].

- розробка та впровадження маркетингової стратегії підвищення конкурентоспроможності регіонального лікувально-оздоровчого туристичного продукту на європейському ринку. Тобто досягнення висококонкурентних позицій одеського туристичного продукту на основі інноваційності, високої якості лікувально-оздоровчих послуг, використання гнучкої цінової політики та впровадження ефективної системи просування. Для цього необхідно стимулювати внутрішню і зовнішню конкуренції в сфері лікувально-оздоровчого туризму для забезпечення його сталого прогресивного розвитку [52]. Моніторинг новітніх досягнень в області курортного лікування, туроперейтинга, трансферт ліцензій і ноу-хау, впровадження передових інформаційно-комунікаційних технологій в діяльність лікувально-оздоровчого сектору туризму.

- створення умов для зростання інвестиційної активності в лікувально-оздоровчому секторі туристично-рекреаційного господарства Одеського регіону. Поліпшення загальної інформованості потенційних інвесторів про можливості інвестиційних вкладень в об'єкти лікувально-оздоровчого туристично-рекреаційного комплексу Одеського регіону (розробка інвестиційних паспортів міст і районів регіону, створення детальних електронних карт міст і районів з виділенням лікувально-оздоровчих об'єктів тощо).

- системне поліпшення лікувально-оздоровчої туристської інфраструктури. Модернізація номерного фонду існуючих санаторних та оздоровчих підприємств з метою підвищення їх комфортності та подолання сезонних коливань у завантаженні, знесення застарілих споруд, оснащення здравниць високотехнологічним медичним та діагностичним обладнанням новітнього покоління, благоустрій пляжних територій.

- оптимізація ринку робочої сили лікувально-оздоровчої туристичної сфери. Зростання професійної кваліфікації працівників, удосконалення навчальних планів і програм підготовки кадрів навчальних закладів у сфері організації лікувально-оздоровчого туризму з урахуванням передових освітніх технологій і запитів ринку.

- оптимізація рекламно-інформаційного забезпечення розвитку туристично-рекреаційного комплексу Одеського регіону. Створення і просування засобами сучасних інформаційно-комунікаційних технологій образу регіону як привабливого району рекреації і туризму Європи. Активне просування позитивного образу Криму в інформаційному просторі з використанням різних каналів масової інформації (публікацій у національних і зарубіжних періодичних виданнях, реклами в мережі Інтернет, створення рекламних відеороликів для основних телевізійних і радіомовних каналів країн СНД і провідних цільових європейських і глобальних телеканалів: Euronews, Discovery Channel, Viasat, National Geographic).

Інтернет-присутність Одеського регіону як лікувально-оздоровчої дестинації та його закладів в Інтернеті є явно недостатньою і знаходиться лише на початковій стадії. Тому вкрай важливою є співпраця з провідними міжнародними та національними веб-ресурсами у сферах туризму та wellness-відпочинку, створення та підтримка місцевих тематичних сайтів про лікувально-оздоровчі заклади в регіоні, можливо навіть створення інноваційного мобільного додатку, який поєднуватиме в собі систему всіх лікувально-оздоровчих закладів, оптимальне подання інформації всіма мовами основних потенційних ринків (зокрема, англійською, німецькою, польською)

тощо.

Щодо маркетингових дій для просування туристичного продукту, звичайно це вже зазначений Інтернет, але крім цього існує декілька інструментів: партнерство – поєднання зусиль та ресурсів зацікавлених сторін; привернення уваги до лікувальної галузі в широкому розумінні (а не лише до традиційного санаторно-курортного комплексу) на національному рівні.

Стрімкий перехід бізнесу до мережі Інтернет приводить до необхідності застосування специфічних інструментів Інтернет-маркетингу, які б активно привертати увагу споживачів на електронні ресурси туристичних підприємств. Але, для ефективного функціонування та отримання прибутків туристична галузь Одеської області повинні займатися просуванням власних сайтів, бути на «одній хвилі» зі споживачами, відстежувати їх потреби та надавати послуги найзручнішим для них способом. А це передбачає використання широкої номенклатури інструментів і технологій Інтернет-маркетингу.

Для моніторингу ефективності рекламної діяльності з просування санаторно-курортних закладів Одеської області на ринки країн ЄС рекомендую використовувати формулу по знаходженню коефіцієнта ефективності рекламної діяльності ($K_{\text{ерд}}$).

Коефіцієнт ефективності рекламної діяльності ($K_{\text{ерд}}$) виражається в ос./1000 грн. і показує кількість туристів, які прибули в регіон у звітному періоді, у розрахунку на 1000 грн. рекламно-маркетингового бюджету за звітний період.

Запропонована методика оцінки ефективності проведення рекламно-маркетингової діяльності з просування санаторно-курортних закладів дає змогу оцінити ефективність рекламної діяльності у цілому, оскільки зростання потоку туристів забезпечується у тому числі й за рахунок комунікативної ефективності рекламної діяльності [53].

Слід застерегти, що етапи просування Одеського регіону на ринки країн ЄС можуть бути представлені і реалізовані як послідовність відповідних проектів. Але реалізація маркетингової програми просування території та

відповідальних проектів в жодному разі не повинна початися до того часу, як вже буде частково створена відповідна туристична інфраструктура; рекламувати треба не природні ресурси, а їх привабливість для туристів завдяки створеній інфраструктурі, що дозволить формувати організований туристичний потік. Якщо просування території починається раніше, ніж буде сформований туристичний продукт, то результатом стане зростання потоку неорганізованих туристів, перевантаження природних екосистем і в кінцевому рахунку втрата унікального для півдня одеської області природних та історичних ресурсів.

3.2 Розробка інфотуру з метою просування туристичного продукту Одеської області на ринку країн ЄС

З метою просування туристичного продукту Одеської області на ринку країн ЄС ми розробили інфотур до закладів оздоровлення. За допомогою туру представники іноземних турагенств та туроператорів зможуть ознайомитися з потенціалом Одещини та рівнем надання послуг в сегменті лікувально-оздоровчого туризму.

Назва туру – «Морська терапія». Морські дари, які лікують і продовжують молодість. Крім плавання і вдихання цілющого повітря, море приховує набагато більше безцінних ресурсів. Ми вирушили в колоритне місто-курорт Одеса, щоб показати, як у відпустці ваше тіло може змінитися не тільки завдяки гарній засмазі.

Маршрут туру налічує три основні пункти, що показані на рис. 3.1 і закінчується прогулянкою по узбережжю Чорного моря.

З рисунку видно, що схема маршруту: санаторій «Куяльник» ім. Пирогова – санаторій ім.Горького – NEMO Hotel Resort & Spa – Дельфінарій «Nemo». Під час усього туру буде надано трансфер для групи.

Пропонований тур призначений на групу, орієнтовано з 10 осіб. Кількість туристів невелика, тому що в закладах, які ми пропонуємо для огляду,

знаходяться туристи на оздоровленні або лікуванні, то му не бажано їх турбувати. Мова екскурсії – англійська. Кількість днів туру – 2 дні.

Транспорт, який використовується на маршруті – туристичний автобус «Mercedes-Benz» Sprinter Classic на 16 місць, який буде орендовано в транспортній компанії.

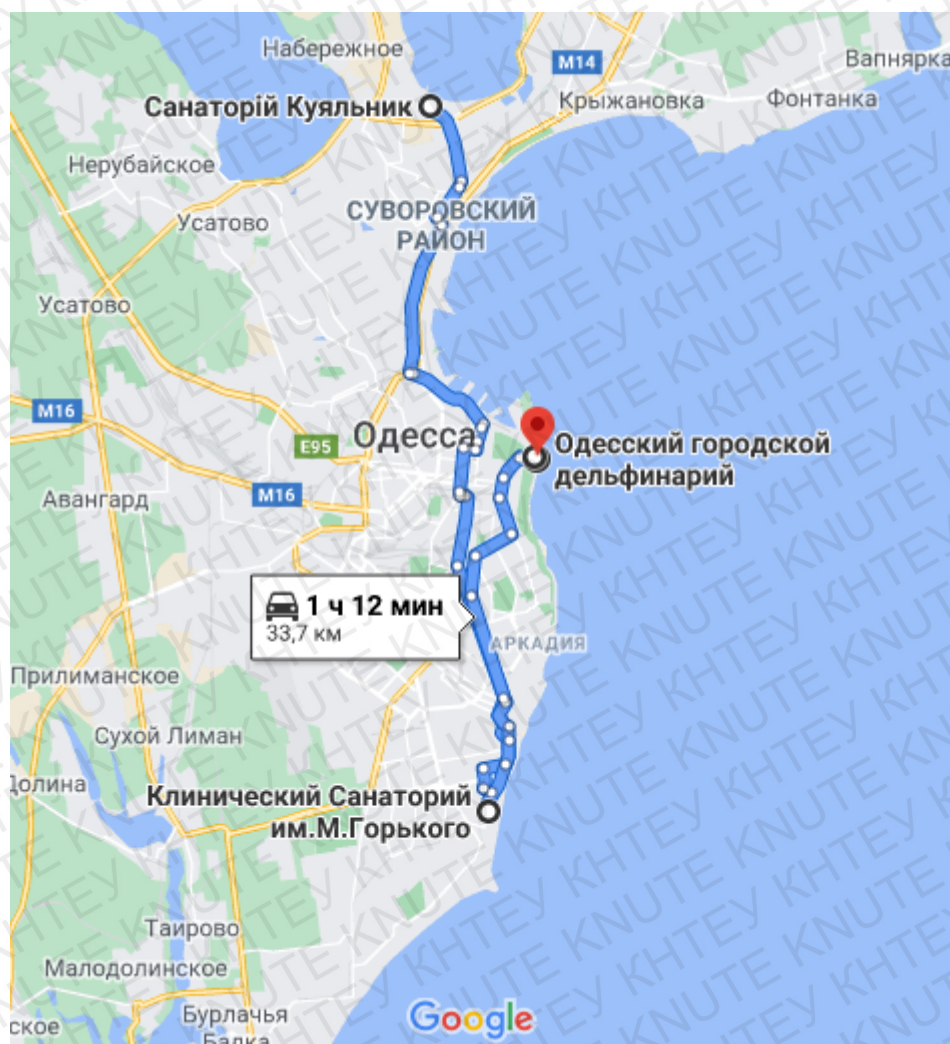


Рис. 3.1 Маршрут туру «Морська терапія»

Джерело: побудовано автором

Цільова аудиторія – це представники іноземних турагенств та туроператорів. Вік від 25 до 45 років. Вони мають високий рівень освіти, досвід у туристичній діяльності, інтерес до лікувально-оздоровчого туризму та досвід закордонних подорожей. Така цільова аудиторія підібрана для залучення

іноземних турагентів та туроператорів до Одеської області.

Графік інфотуру «Морська терапія» представлений у табл. 3.1. та 3.2.

Таблиця 3.1

Розклад туру «Морська терапія» 1 день

Час прибуття	Час зупинки	Час відправлення	Локація
09:00	30 хвилин	09:30	Зустріч в міжнародному аеропорту «Одеса»
10:00	2 години	12:00	Санаторій «Куяльник» ім. Пирогова Адреса: вул. Лиманська, 170
	1 година		Оглядова екскурсія міста у транспорті по вулицям Отамана Головатого, Приморська, Польський узвіз, Жуковського, Рішельєвська, Фонтанська дорога.
13:00	1 година	14:00	Обід в REEF. Адреса: вул. Фонтанська дорога, 77
14:10	2 години	16:10	Клінічний санаторій ім.Горького Адреса: вул. Фонтанська дорога, 165
16:40	2 години	18:40	NEMO Hotel Resort & Spa Адреса: пляж Ланжерон, 25
19:00	45 хвилин	19:45	Вечеря при готелі
20:00	1 година	21:00	Програма «Знайомство з дельфінами» в дельфінарії «NEMO»
21:10	20 хвилин	21:30	Поселення в номери готель NEMO Hotel Resort & Spa.

Джерело: створено автором

Другий день туру призначений для власних інтересів туристів. Розклад виселення і закінчення туру показано в табл. 3.2.

Тур включає в себе три 2-хгодинні екскурсії по санаторіям та готелю. Це оглядові екскурсії для представників турагенст задля їх заохочення та просування туристичного продукту та потенціалу Одеського регіону.

Санаторій «Куяльник» ім. Пирогова. «Куяльник» – один з перших в світі санаторіїв, де почали застосовувати грязелікування. І влітку 2018 року його успішно відсвяткував 185 років з дня заснування [55].

Розклад туру «Морська терапія» 2 день

Час	Локація
12:00	Виселення з готелю NEMO Hotel Resort & Spa.
12:30 – 13:30	Презентація «Просування туристичного продукту Одеської області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму на ринки країн ЄС»
14:00	Трансфер до аеропорту. Кінець туру.

Джерело: створено автором.

Зараз в санаторії діє сучасна поліклініка, в якій працює спортзал для проведення ЛФК, басейн з ропою, кабінет масажу, фізіотерапії і інші процедурні. Терапія із застосуванням грязелікування проводиться цілий рік. Санаторій спеціалізується на лікуванні: хвороб і травм опорно-рухового апарату; дерматології; захворювань органів дихання; захворювань нервової системи; хвороб кровоносної системи; суглобових захворювань; дитячих хвороб; захворювань чоловічої та жіночої сечостатевої системи.

Санаторій ім. Горького в Одесі – це єдиний курорт в Україні, що має власні родовища мінеральної води. Знаходиться в парковій зоні Одеси, на березі Чорного моря. В 100 метрах від Санаторію ім. Горького розташований піщаний пляж з пологим виходом на воду. Площа території санаторію складає 8 га зеленого парку [56]. Гості санаторію ім. Горького мають можливість щоденно вживати мінеральну воду, яка поступає у бювети із власних родовищ. Спеціалісти назначають її вживання для лікування та профілактики різних захворювань. На території санаторію знаходиться Оздоровниця ім. Горького, що спеціалізується на санаторно-курортному лікуванні. Понад 175 років тут практикується бальнеологія.

NEMO Hotel Resort & Spa – п'ятизірковий готель на березі Чорного моря. Готель розташовується в історичному центрі, в районі парку культури і відпочинку ім. Т.Шевченка, на набережних з площею фонтанів популярного

пляжу Ланжерон. На території готелю: 9 басейнів з підігрітою морською водою, 7 гідромасажних джакузі, а також 35 гідромасажних джакузі в номерах. Унікальний басейн у формі дельфіна, працює цілий рік. У зимовий період – критий плавальний басейн [57]. У будь-який час року працює банний комплекс. Доступними є такі послуги: критий плавальний басейн з підігрітою морською водою, фінська сауна, турецька хамам, прохолодна купіль, відроводоспад, душ «вражень», релакс зона з масажними кріслами, солярій і багато іншого. Додатково гості можуть скористатися послугами розкішного Wellness SPA NEMO: індивідуальний хамам, римська парна, душ "Шарко", бальнеологічна ванна з гідромасажем і фіто-бочка. Професійні масажисти потішають авторськими масажами, а також унікальними SPA-ритуалами.

Бонусом туру є візит до дельфінарію «NEMO», який складається з океанаріуму, центру дельфінотерапії і, звичайно ж, дельфінарію. У «NEMO» надаються такі послуги: відвідання шоу з дельфінами, плавання з дельфінами, занурення на дно басейну з інструктором з дайвінгу, фотосесія та курс дельфінотерапії. Сеанси дельфінотерапії сприяють релаксації і оздоровлення людей, схильних до хронічних стресів, а також реабілітації дітей з психофізіологічними порушеннями в розвитку.

Таким чином і закінчується головний маршрут туру «Морська терапія». Так, як це є інфотур для просування туристичного продукту Одеської області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму на ринки країн ЄС, він є безкоштовним для учасників туру. Усі витрати лягають на Управління туризму, рекреації та курортів Одеської області і входять до Програми «Стратегія розвитку Одеської області на період 2021-2027 роки».

Результатом інфотуру є залучення іноземних турагенств та туроператорів до туристичного продукту Одеської області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму. Це означає, що запланована кількість відвідувачів до санаторно-курортних закладів Одеського регіону в 2021 та 2022 роках може бути збільшена на 5 та 10 відсотків відповідно (рис. 3.2).

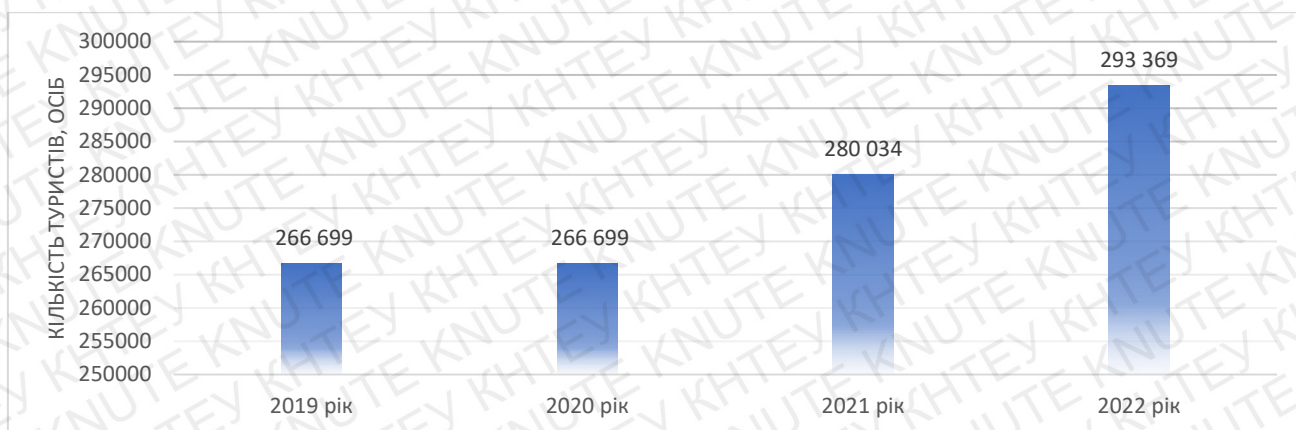


Рис. 3.2 Прогнозована кількість туристів, що відвідують Одеський регіон з метою оздоровлення до 2022 року

Джерело: побудовано автором

Таким чином, ми бачимо, що до 2022 року кількість туристів досягне позначки 293 369 осіб.

Висновки до розділу 3

Для просування туристичного продукту Одещини на ринки країн ЄС спочатку необхідно створити сприятливий інвестиційний клімат на макrorівні і мікрорівні у цілях припливу вітчизняного й іноземного капіталу, безпосередня участь і підтримка держави в здійсненні крупних інвестиційних проєктів. Для підвищення конкурентоспроможності національні компанії можуть привернути міжнародного оператора. Таким чином, підводячи підсумок усьому вищесказаному, можна зробити висновок, що поява в Одеському регіоні європейських операторів досить реальна. В секторі санаторно-курортних послуг середньої категорії національний оператор має всі шанси для розвитку, оскільки цей сегмент ще ненасичений і одночасно перспективний. За умови розвитку національних українських мереж, Одеська область може бути не лише новим ємким ринком, але й стати новим рівноправним учасником на туристичному ринку країн ЄС.

Вітчизняна SPA-галузь має потужні перспективи, які необхідно найближчим часом реалізувати. Лікувально-оздоровчий напрямок в міжнародному туризмі останніми роками активно розвивається. Одеський лікувально-оздоровчий туризм меншою мірою організований і ще недостатньо визнається як важливий економічний актив для країни. В цей час у багатьох країнах світу SPA-сектор динамічно зростає, отримуючи вагому урядову й недержавну підтримку. Лікувально-оздоровчий туризм стрімко розвивається, впроваджуючи різноманітні системи акредитації та рейтинги, якими користуються споживачі.

Слід резюмувати, що для проведення ефективної рекламно-маркетингової політики з просування туристичного продукту Одещини на міжнародному рівні необхідним є збільшення маркетингового бюджету та ретельне постатейне планування заходів маркетингового плану. Доцільним видається посилення маркетингового впливу в мережі Інтернет, на ринку мобільної реклами. Результати усіх заходів просування слід регулярно оцінювати, вносячи корективи в маркетингові заходи як на етапі розробки плану та бюджету маркетингової діяльності на рік, так і протягом року – на основі аналізу поточної оцінки ефективності окремих інструментів рекламної політики.

ВИСНОВКИ

Отже, зі сказаного вище можна зробити наступні узагальнення:

На сьогоднішній день як у вітчизняній, так і у світовій літературі немає єдності щодо визначень понять, пов'язаних із лікувально-оздоровчим туризмом. Це зумовлюється тим, що представники галузі та дослідники сповідують різні концепції розвитку, зумовлені історичними особливостями розвитку лікувального туризму у різних частинах світу. Разом з тим, у світі спостерігається тенденція до уніфікації визначень, пов'язаних з лікувальною галуззю з метою підвищення якості досліджень, кращого співставлення даних, розуміння термінології та концепцій лікувально-оздоровчого туризму, в тому числі з боку споживачів.

Лікувально-оздоровчий туризм – масовий і популярний напрямок медичного туризму. Один з найбільш давніх – відомий з античних часів. У ХХ ст. виникає курортна індустрія. Поширюються нові види курортів та послуг – SPA-курорти, wellness-програми (оздоровчі, антистресові, косметологічні), морські курорти, зокрема з центрами таласотерапії.

В Україні сектору лікувально-оздоровчого туризму відповідають санаторно-курортні заклади (перш за все санаторії та пансіонати з лікуванням, а також бальнеологічні та грязелікарні), що належать до під сектору традиційного лікувального туризму, готелі та інші місця для тимчасового проживання, а також окремі заклади, які відносяться до сфери торгівлі та побутового обслуговування населення (зокрема, спа-центри, салони краси тощо), що належать до сектору відпочинково-оздоровчого, wellness -туризму.

У Європі країною-лідером за численністю іноземних туристів, що перебувають на курортно-санаторному лікуванні, на початку ХХІ ст. є Чехія. Одним з найвідоміших у Чехії є курорт Карлові Вари.

Великими курортними країнами у Європі є Німеччина (понад 300 курортів, які приймають понад 1 млн. осіб), Австрія, Швейцарія (бальнеологічні курорти), Франція (Віші, Євшан), Італія, Іспанія, Португалія і

Греція. Останнім часом швидкими темпами розвивається лікувально-оздоровчий туризм у Польщі, Угорщині, Словаччині, Болгарії, Румунії, республіках колишньої Югославії.

Одеська область знаходиться серед регіонів-лідерів України за рекреаційним потенціалом. Головною особливістю території Одеської області є її приморське положення, широкий «вихід» до моря і положення на європейських і світових водних шляхах (вагомий чинник міжнародного туризму). Одещина має високий рекреаційно-ресурсний потенціал, зокрема, теплий клімат, морські пляжі, лікувальні грязі, джерела мінеральних вод, ропу лиманів та озер, унікальні природні комплекси, мальовничі краєвиди, мисливські та рибальські угіддя, акваторії лиманів, озер, моря, придатні для водного спорту та оздоровлення. Поєднання всіх цих факторів створює умови, надзвичайно сприятливі для організації відпочинку і розвитку рекреаційно-туристичної діяльності. Туристично-екскурсійний потенціал області представлений численними пам'ятками різних часів (епохи палеоліту і неоліту, стародавніх народів, античної культури, а також історико-культурними осередками, архітектурними пам'ятками, та музеями.

Аналіз даних Державної служби статистики України щодо туристичної інфраструктури Одеської області дав змогу визначити, що Одеський регіон посідає перше місце в Україні за кількістю закладів розміщення – 13% від загального обсягу по країні. Також зі статистичних даних встановлено, що число суб'єктів туристичної діяльності в Одеському регіоні на кінець 2018 р. становило 264 підприємства, або 7,6% від загальної кількості суб'єктів туристичної діяльності в Україні.

На підставі проведеного дослідження ефективності рекламно-маркетингових заходів із просування туристичного продукту на регіональному рівні, зокрема санаторно-курортних закладів Одеської області, можна зробити такі висновки, що у період 2016-2020 рр. $K_{\text{ерд}}$ був низький на тлі кризових явищ у світовій і українській економіці та падіння попиту на туристичному ринку, а також пандемії COVID-19. Збільшення рекламного бюджету у ці роки дало

зможу звести до мінімуму зниження туристичного потоку до санаторно-курортних закладів Одеської області і підтримати маркетингову діяльність самих закладів відпочинку

Слід резюмувати, що для проведення ефективної рекламно-маркетингової політики з просування туристичного продукту Одеської області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму на ринки країн ЄС необхідні збільшення маркетингового бюджету і ретельне постатейне планування заходів маркетингового плану з подальшою оцінкою ефективності діяльності за кожною статтею.

Також, було представлено один із способів просування туристичного продукту. Створення інфотуру для представників іноземних турагенств та туроператорів. Метою туру є просування туристичного продукту Одеської області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму на ринки країн ЄС.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Статистична інформація. Держкомстат України: веб-сайт. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення 02.09.2020)
2. Про внесення змін до Закону України «Про туризм» щодо удосконалення деяких положень : Закон України. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2004. №13. Ст.180
3. Мальська М. П., Рутинський М. Й. Лікувально-оздоровчий туризм. Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2016. С. 191-210.
4. Miller, J.W. Wellness: The History and Development of a Concept. Spektrum Freizeit, 2013, P. 84-106.
5. Офіційний сайт ЮНВТО: веб-сайт. URL: www.world-tourism.org (дата звернення 16.09.2020)
6. Скабара Р. Передумови та основні напрями інвестування санаторно-курортного господарства Львівської області: веб-сайт. URL: <http://confiarpv.at.ua/publ> (дата звернення 22.10.2020)
7. Корякина А. Влияние восточной философии на формирование современного направления оздоровительной индустрии – велнесфилософии. автореферат дис.: Екатеринбург, 2018. 140 с.
8. Кравець О. М., Рябев А. А. Курортологія : підручник. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 167 с.
9. Tourism highlights 2018 Edition, UNWTO. World Tourism Organization UNWTO: веб-сайт. URL: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu> (дата звернення 17.10.2020)
10. Muller H. and Lanz Kauffman E. Wellness tourism: market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. Journal of Vacation Marketing, 2016. № 7 (1). P. 5-17: веб-сайт. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1356> (дата звернення 23.10.2020)
11. Бондаренко М.П. Туристичний сектор економіки України: реалії та

перспективи. Економіка і прогнозування. 2011. № 1. С. 104-119.

12. Окладникова Е. А. Международный туризм. География туристских ресурсов мира. СПб., 2010. 384 с.

13. European Travel Monitor: веб-сайт. URL: <http://www.ipkinternational.com/en/business-sectors/> (дата звернення 23.10.2020)

14. The Global Spa Economy. Global Spa Summit: веб-сайт. URL: <http://www.globalspaandwellnesssummit.org/> (дата звернення 23.10.2020)

15. European Spa (Європейські спа): веб-сайт. URL: <http://www.european-spa.com/> (дата звернення 23.10.2020)

16. Вивчення потенційний ринків для Спа-лікувального туристичного сектору Європи // Звіт Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) Проекту «Локальні інвестиції та національна конкурентоспроможність». Київ, 2010. 110 с.

17. Health and Spa Tourism in the UK — the Potential: веб-сайт. URL: www.insights.org.uk (дата звернення 19.10.2020)

18. European Commission, Eurostat. Panorama on tourism: веб-сайт. URL: <http://err.eurostat.ec.europa.eu> (дата звернення 19.10.2020)

19. SpaGoersCom: веб-сайт. URL: <http://www.spagoers.com/spa-search.html> (дата звернення 19.10.2020)

20. Destination Spa locations: веб-сайт. URL: http://destinationspa-vacations.typepad.com/destination_spa_vacations/ (дата звернення 19.10.2020)

21. Wellness Tourism and Medical Tourism: Where Do Spas Fit? RESEARCH Report: Global Spa Summit 2018: веб-сайт. URL: <http://www.globalspasummit.org> (дата звернення 25.10.2020)

22. European Commission Study into Attitudes towards tourism: веб-сайт. URL: <http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/documents/studies.htm> (дата звернення 25.10.2020)

23. Паспорт Одеської області 2019 рік. Одеська обласна державна адміністрація: веб-сайт. URL: <https://oda.odessa.gov.ua/odeshhyna/pro-odeshhynu/pasport-oblasti/> (дата звернення 14.08.2020)

24. Екологічний паспорт Одеської області: веб-сайт. URL: <http://www.menr.gov.ua/protection/protection1/odeska> (дата звернення 21.08.2020)
25. Регіональна доповідь про стан навколишнього природного середовища в Одеській області у 2018 році: веб-сайт. URL: <http://ecology.odessa.gov.ua/zvti/> (дата звернення 16.09.2020)
26. Регіональні показники. Статистична інформація. Держкомстат України: веб-сайт. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення 02.11.2020)
27. Одеський регіон: передумови формування, структура та територіальна організація: навч. посіб. Одеса: Астропринт, 2012. 336 с
28. Галасюк С. С. Оцінка конкурентоспроможності підприємств готельного господарства Одеської області. Еконо-міка. Управління. Інновації: електрон. наук. фах. вид. 2018.
29. Гайдук А. Формування туристичної ринкової інфраструктури як фактор підвищення ефективності функціонування ринку туристичних послуг. Регіональна економіка. 2016. №2. С. 172-177.
30. Головне управління статистики в Одеській області: веб-сайт. URL: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 08.10.2020)
31. Туристична діяльність в Україні у 2019 році: Статистичний бюлетень. Відп. за випуск І. В. Калачова. К.: Державна служба статистики, 2019. 272 с.
32. Курорти та санаторії України: веб-сайт. URL: <http://sankurort.ua/uk/> (дата звернення 23.10.2020)
33. Колективні засоби розміщення в Україні у 2018 році: Статистичний бюлетень. Відп. за випуск О. О. Кармазіна. К. : Державна служба статистики, 2018. 200 с.
34. Усі місця. Оздоровчі заклади. Одеська область. Офіційний сайт: веб-сайт. URL: <https://tourism.odessa.gov.ua/#/places> (дата звернення 23.10.2020)
35. Державна служба статистики Одеської області: веб-сайт. URL: http://www.od.ukrstat.gov.ua/stat_info/tyrizm1.htm (дата звернення 02.11.2020)
36. Отели и гостиницы Одесской области и другие варианты

размещения. Tripadvisor: веб-сайт. URL: https://www.tripadvisor.ru/Hotels-g2693138-Odessa_Oblast-Hotels.html (дата звернення 25.09.2020)

37. The Global Competitiveness Report 2018-2019 / World Economic Forum. – Geneva, Switzerland 2019: веб-сайт. URL: www.weforum.org/GC2018-2019/05FullReport (дата звернення 02.11.2020)

38. Євген Солонина. Стаття: Внутрішній туризм в Україні – на підйомі через COVID-19. Чи надовго?: веб-сайт. URL: <https://www.radiosvoboda.org/> (дата звернення 25.10.2020)

39. Укрінформ. Стаття: Мандрувати Одещиною допоможуть новий додаток й аудіогіди: веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism.html> (дата звернення 25.10.2020)

40. Сергей Бяков: Экоферма из Визирской ОТГ попала в приложение "Odessa Region Guide": веб-сайт. URL: <https://lan.od.ua/ru/main/2874.html> (дата звернення 25.10.2020)

41. Програма розвитку туризму та курортів в Одеській області на 2017-2020 рр. Додаток до рішення Одеської обласної ради від 23 груд-ня 2016 р. № 285-VII: веб-сайт. URL: <http://dair.odessa.gov.ua/files/ved/text.pdf> (дата звернення 12.11.2020)

42. Стратегія економічного та соціального розвитку Одеської області до 2020 року. Одеська обласна державна адміністрація: веб-сайт. URL: <http://oda.odessa.gov.ua/> (дата звернення 22.10.2020)

43. IT-engineering «e-HUB». Офіційний сайт: веб-сайт. URL: <https://ehub.com.ua/> (дата звернення 22.10.2020)

44. Громадська організація «Суспільне Око». Офіційний сайт: веб-сайт. URL: <http://suspilneoko.org.ua/> (дата звернення 22.10.2020)

45. Програма розвитку туризму та курортів в Одеській області на 2017–2020 рр. Рішення Одеської обласної ради від 23.12.2016 № 285-VII. URL: <https://oda.odessa.gov.ua/statics.pdf>. (дата звернення 24.10.2020)

46. Стратегія економічного та соціального розвитку Одеської області до 2020 року. Одеська обласна державна адміністрація. URL:

<http://oda.odessa.gov.ua>. (дата звернення 24.10.2020)

47. Стратегія розвитку Одеської області на період 2021-2027 роки від 23 грудня 2019 р. № 285-VII: веб-сайт. URL: <http://dair.odessa.gov.ua/files/ved/text.pdf> (дата звернення 27.10.2020)

48. Spa Industry Benchmark: веб-сайт. URL: <http://www.intelligentspas.com> (дата звернення 27.10.2020)

49. Кожухівська Р. Б. Напрями застосування інформаційних технологій в комунікаційних стратегіях українських туристичних підприємств та підприємств індустрії гостинності. Бізнес Інформ. 2015. Вип. 10. С. 55-60.

50. Кучиркина М. Знакомтесь: SPA-индустрия. Парад Отелей. 2016. №3. С.10-12.

51. Лащик І. П., Соціально-економічний аспект розвитку туристичної інфраструктури України. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. Львів, 2018. С. 52-58

52. Гайванович Н.В. Комплекс маркетингу у сфері послуг: процес та забезпечення. Вісн. нач. ун-ту «Львів. Політехніка». 2015. № 649. С. 145-153.

53. Горбаль Н.І. Оцінка та формування витрат на рекламну діяльність в системі маркетингу підприємства. Львів: Львівська політехніка, 2015. 20 с.

54. Вечірній Київ. Стаття: Всесвітній форум медичного туризму вперше відбудеться в Києві.: веб-сайт. URL: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/> (дата звернення 29.10.2020)

55. Санаторій «Куяльник». Про санаторій. Офіційний сайт: веб-сайт. URL: <https://kuyalnik.com/> (дата звернення 05.11.2020)

56. Санаторій ім. Горького в Одесі. Про санаторій. Офіційний сайт: веб-сайт. URL: <https://gorkogo-resort.com/> (дата звернення 05.11.2020)

57. NEMO Hotel Resort & Spa. Про готель. Офіційний сайт: веб-сайт. URL: <https://odessa.nemohotels.com/> (дата звернення 05.11.2020)

Стаття

Паспорт Одеської області

Відстань від обласного центру до Києва	залізницею	654 км	
	автодорогами	489 км	
Географічні дані та ресурсний потенціал	Територія області, тис. кв. км/% території України:	33,3 тис. км ² (5,5% території України)	
	Межує із 3-ма областями України:	Вінницькою, Кіровоградською, Миколаївською обл., республікою Молдова та Румунією	
	Середня температура зима/літня, t° за Цельсієм	-2° до -5° C/ +21° до +23° C	
	Середньорічні опади, мм	від 340 мм до 460 мм	
	Природа, ландшафт	північна частина області розташована в лісостеповій, а південна – в степовій зоні	
	Наявні природні копалини	пісок, вапняк, глина, граніт та підземні мінеральні води	
	Ґрунти	чорноземи південні і звичайні, середньо- і мало гумусні	
	Лісові ресурси	Площа лісового фонду становить 223,4 тис. га, що складає 6,7% від загальної площі землі області.	
	Водні ресурси	3 великі річки: Дунай, Дністер та Південний Буг. Всього в області нараховується: 1134 річки та їхні притоки; 45 озер; 15 лиманів, 68 водосховищ; 992 ставків. Розвідані та експлуатуються Одеське, Куяльницьке, Кароліно-Бугазьке, Сергіївське та інші родовища мінеральних вод	
	Демографічні дані		2018р.
Всього населення, тис. осіб/% населення України		2 380,3/ 5,6	2377,2/ 5,8
<i>Природний рух:</i>			
Народжуваність тис. осіб		23,1	20,9
смертність, тис. осіб		33,6	33,1

Демографічні дані	Природний рух:		
	2018	2019	
Природний приріст (скорочення), тис. осіб.	-10,4	-12,2	
Міське населення, %	7,7	9,1	
Міське населення, %	66,9	61,7	
Сільське населення, %	33,1	32,8	
Діти, тис. осіб	464,0	468,8	
Пенсіонери, тис. осіб	621,6	522,7	
Рівень зайнятості населення, % (працездатного віку)	67,0	68,1	
Рівень безробіття, % (працездатного віку)	6,6	6,1	
Адміністративно-територіальний устрій	Районів	26	
	<i>Населених пунктів всього</i>	1 176	
	Міст обласного значення	9	
	Міст районного значення	10	
	Селищ міського типу	33	
	селищ	23	
	сіл	1100	
	<i>Об'єднаних територіальних громад</i>	37	
	міських	5	
	селищних	10	
	сільських	22	
	Найбільші міста (наявне населення, тис. жителів)		
	м.Одеса	1 017,7	
м.Чорноморськ	71,7		
м.Ізмаїл	71,3		
м.Білгород-Дністровський	55,8		
Транспортна інфраструктура	Залізничні колії	1043,6 км	
	Автошляхи	8327,9 км	
	Аеропорти	2	
	Порти, у тому числі:	8	
	– морські	7	
	– річкові	1	
	Трубопроводи	1 627,0 км	
Туризм		2018 р.	2019 р.
	– Туризм всього, (тис.осіб)	81,4	99,8
	– у тому числі іноземних	2,1	0,8

Джерело: [49]

Санаторно-курортні заклади Одещини

Назва санаторно-курортного закладу	Профілі лікування, за якими надаються послуги з санаторно-курортного лікування потерпілим	Місцерозташування санаторно-курортного закладу (адреса, веб-сайт, контактні телефони)
Клінічний санаторій «Аркадія» (військова частина 1489) ДПС України	Захворювання: системи кровообігу; кістково-м'язової системи; нервової системи; урологічного профілю.	65009, м. Одеса, Гагаринське плато, буд. 1 http://www.arkadiya-dpsu.com.ua контактні телефони: (048) 785-43-95
ПП ЛОК «Біла акація»	Захворювання: системи кровообігу; органів травлення; кістково-м'язової системи; нервової системи; органів дихання; органів зору.	65058, м. Одеса, Французький бульвар, буд. 59 http://www.akacia.od.ua контактні телефони: (048) 753-03-33
ТОВ «Золота нива»	Захворювання: системи кровообігу; органів травлення; кістково-м'язової системи; нервової системи; органів дихання; ендокринної системи; шкіри; урологічного профілю.	67780, Одеська обл., Білгород-Дністровський р-н, смт Сергіївка, вул. Чорноморська, буд. 16 http://zniva.com контактні телефони: (097) 939-95-67 (067) 868-86-86
ДП «Клінічний санаторій ім. Горького «ПрАТ «Укрпрофоздоровниця»	Захворювання: системи кровообігу; органів травлення; кістково-м'язової системи; нервової системи; органів дихання; ендокринної системи; урологічного профілю; органів зору.	65038, м. Одеса, вул. Фонтанська дорога, буд. 165 https://gorkogo.org контактні телефони: (048) 747-82-45 (050) 333-92-15
ДП «Клінічний санаторій ім. Пирогова» ЗАТ «Укрпрофоздоровниця»	Захворювання: кістково-м'язової системи; нервової системи; хребта та спинного мозку; урологічного профілю.	65102, м. Одеса, вул. Лиманна, буд. 170, курорт «Куюльник» https://www.kuyalnik.com.ua контактні телефони: (048) 701-07-78
Санаторій «Одеса» СБУ	Захворювання: системи кровообігу; кістково-м'язової системи; нервової системи; хребта та спинного мозку; урологічного профілю.	65067, м. Одеса, Французький бульвар, буд. 52 https://ssu.gov.ua/ua/pages/249 контактні телефони: (048) 746-51-44

Назва санаторно-курортного закладу	Профілі лікування, за якими надаються послуги з санаторно-курортного лікування потерпілим	Місцерозташування санаторно-курортного закладу (адреса, веб-сайт, контактні телефони)
Санаторій МРЦ «Одеський»	Захворювання: кістково-м'язової системи; нервової системи; органів дихання.	65038, м. Одеса, вул. Рибача балка, буд. 3 http://www.odesskiy-sanatoriyy.com.ua контактні телефони: (048) 234-90-67
ДП «Південь-Курорт-Сервіс» Санаторій «Орізонт»	Захворювання: системи кровообігу; органів травлення; кістково-м'язової системи; нервової системи; хребта та спинного мозку; органів дихання; ендокринної системи; шкіри; урологічного профілю.	67780, Одеська область, Білгород-Дністровський р-н, смт Сергіївка, вул. Гагаріна, буд. 1-А https://www.pivdenks.com контактні телефони: (04849) 4-79-88, 4-76-67
ТОВ «Примор'я» (санаторій імені Сергія Лазо)	Захворювання: системи кровообігу; кістково-м'язової системи; нервової системи; органів дихання; ендокринної системи; шкіри.	67780, Одеська область, Білгород-Дністровський р-н, смт Сергіївка, вул. Набережна, буд. 3 http://www.lazo.com.ua контактні телефони: (04849) 9-93-71
Санаторій «Салют»	Захворювання кістково-м'язової системи.	65058, м. Одеса, вул. Академічна, буд. 28 контактні телефони: (048) 268-15-82
ТОВ «Багатопрофільний санаторій «Сартус»	Захворювання: системи кровообігу; кістково-м'язової системи; нервової системи; органів дихання; ендокринної системи; шкіри; органів зору.	65000, м. Одеса, Французький Бульвар, буд. 60 контактні телефони: (048) 737-34-39

Джерело: створено автором

Стратегічний пріоритет 3: Глобалізація туристично-культурного середовища та інфраструктурний розвиток

Операційна ціль	Завдання	Потенційні сфери реалізації	2018	2021	2023	2027
3.1.Потужний туристичний потенціал	3.1.1.Створення привабливого інвестиційного клімату у сфері туризму та курортів	Проведення та участь у інвестиційних форумах та інших заходах, одиниць	1	3	5	7
		Участь у виставкових та фестивальних заходах	5	7	9	12
		Брендування населених пунктів та територій регіону, кількість брендів	3	10	15	20
	3.1.3.Створення сучасних туристичних продуктів	Проведення інформаційних семінарів, круглих столів, консультацій та інше	2	3	4	4
3.3.Якісний інфраструктурний розвиток	3.3.1.Підвищення рівня якості автодорожнього покриття, введення європейських стандартів проектування, розроблення та обслуговування автомобільних доріг	Збільшення загальної протяжності відремонтованих доріг шляхом поточного дрібного/середнього ремонту та експлуатаційного утримання автомобільних доріг загального користування державного та місцевого значення, км	164	190	250	300
	3.3.2.Розвиток транспортної інфраструктури в сфері надання туристичних послуг	Перевезено пасажирів усіма видами транспорту, млн пасажирів	295	300	310	325

Джерело: [50].