

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОСУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ПРОДУКТУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ.....	11
1.1. Сутність та особливості формування регіонального туристичного продукту.....	11
1.2. Характеристика лікувально-оздоровчого туризму.....	21
1.3. Методичні засади просування регіонального туристичного продукту на міжнародний ринок.....	30
Висновок до розділу 1.....	36
РОЗДІЛ 2. Дослідження факторів, що впливають на процес просування туристичного продукту лікувально-оздоровчого туризму Вінницької області на міжнародний ринок.....	38
2.1. Характеристика потенціалу лікувально-оздоровчого туризму Вінницької області.....	38
2.2. Оцінка відповідності продукту лікувально-оздоровчого туризму Вінниччини вимогам міжнародного туристичного ринку.....	45
2.3. Маркетинговий стратегічний аналіз ситуації на ринку лікувально-оздоровчого туризму.....	55
Висновок до розділу 2.....	64
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ.....	65
3.1. Обґрунтування та основні положення стратегії просування продукту лікувально-оздоровчого туризму Вінницької області на міжнародному ринку.....	65
3.2. Пропозиції щодо реалізації стратегії просування продукту лікувально-оздоровчого туризму Вінницької області на міжнародному ринку.....	79
Висновок до розділу 3.....	87
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	88
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	91

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Останніми десятиліттями, завдяки стрімким темпам росту туризм як галузь вийшов на перше місце у світі за економічною ефективністю, і це незважаючи на світову кризу, ряд природних катаклізмів і загострення політичних конфліктів. Туризм є не лише могутнім інструментом економічного розвитку, а й може бути дієвим фактором створення іміджу певної території, пропаганди її історії та здобутків сьогодення. Однією з передумов розбудови туристичної галузі України є просування вітчизняного туристичного продукту на міжнародні ринки через визначення пріоритетних туристичних регіонів і продуктів, формування стратегії просування туристичних продуктів регіонів, її реалізації на міжнародних ринках і забезпечення постійного моніторингу даного процесу, що сприятиме динамічному розвитку та нарощенню конкурентоспроможності вітчизняних туристичних підприємств.

Враховуючи високу динамічність та рівень невизначеності зовнішнього середовища туристичного ринку, підвищення формування регіонального туристичного продукту в сучасних економічних умовах потребує належного управління стратегічними змінами в туризмі, що можна реалізувати за допомогою формування продукту простору туристичної рецепції.

Регіони України володіють багатим рекреаційно-туристичним потенціалом, який при ефективному використанні здатний не лише привести до відродження рекреаційно-туристичних комплексів, а й дати поштовх для розвитку всієї вітчизняної економіки. Світова практика показала, що при ефективному державному управлінні туризм спроможний продукувати відчутні позитивні результати як для окремих регіонів, так і для держав у цілому.

Незважаючи на те, що туризм є одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури, державна і регіональна політика формування механізму стратегічного управління туристичною сферою залишається, на жаль, недостатньо послідовною та обґрунтованою. Певною мірою, це обумовлено, по-

перше, безперервною реструктуризацією та реорганізацією центральних органів виконавчої влади, які здійснюються в системі управління туристичною діяльністю, по-друге, негативними економічними процесами останнього десятиліття, що охопили й туристичну сферу. Як наслідок, було порушено цілісність важливих складових туристичної інфраструктури, напрацьовані зв'язки, відбулося руйнування соціально орієнтованого внутрішнього туризму та погіршення його матеріально-технічної бази.

В той же час, слід відзначити, що в Україні діяльність у сфері туризму достатньо врегульована інституційним базисом, який включає закони, нормативно-правові акти, а також державні і регіональні стратегії та програми розвитку туризму.

В сучасних українських реаліях регіональні туристичні комплекси мають ряд серйозних проблем: низька якість рекреаційно-туристичних послуг, слабка інфраструктура, високий рівень зносу основних засобів, нестабільність (або, навіть, стагнація) розвитку внутрішнього та в'їзного туризму. Ситуацію можуть змінити розробка ефективної системи стратегічного управління та державного регулювання регіональних туристичних продуктів на місцевому та державному рівнях, що мають єдину мету, стратегію і програму реалізації.

Проблеми сутності та розвитку регіональних ринків та продуктів туристичної сфери присвячено багато наукових досліджень і публікацій вітчизняних і зарубіжних вчених, серед яких можна виділити праці вітчизняних авторів О. Бейдика, І. Бочана, Ю. Забалдіної, В. Кифяка та ін. Разом з тим, у наукових публікаціях недостатньо повно розкрито шляхи та стратегічні підходи до розвитку і успішного просування туристичного продукту регіонів України на міжнародному ринку.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є розробка стратегічних підходів до просування туристичного продукту лікувально-оздоровчого туризму Вінницької області на міжнародний ринок.

Виходячи з мети, сформульовано *ряд завдань* магістерського дослідження:

- Визначити сутність та особливості формування регіонального туристичного продукту;
- Надати характеристику лікувально-оздоровчого туризму ;
- Визначити методичні засади просування регіонального туристичного продукту на міжнародний ринок;
- Охарактеризувати потенціал лікувально-оздоровчого туризму Вінницької області;
- Оцінити відповідність продукту лікувально-оздоровчого туризму Вінниччини вимогам міжнародного туристичного ринку;
- Провести маркетинговий стратегічний аналіз ситуації на ринку лікувально-оздоровчого туризму;
- Обґрунтувати основні положення стратегії просування продукту лікувально-оздоровчого туризму Вінницької області на міжнародному ринку;
- Визначити пропозиції щодо реалізації стратегії просування продукту лікувально-оздоровчого туризму Вінницької області на міжнародному ринку.

Об'єктом дослідження роботи є просування продукту лікувально-оздоровчого туризму Вінницької області.

Предметом дослідження є особливості та підходи до просування туристичного продукту лікувально-оздоровчого туризму на міжнародний ринок.

Інформаційною базою роботи є закони та нормативні акти України у сфері туризму, праці провідних вітчизняних, зарубіжних вчених і фахівців у сфері туризму, дані статистичних збірників та опубліковані в періодичних виданнях та в мережі Інтернет матеріали, що стосуються проблем розвитку туризму і ефективності діяльності туристичних дестинацій, а також статистичні дані Головного управління статистики, в яких відображається характеристика туристичної галузі.

Методи дослідження. У процесі дослідження було використано: загальнонаукові методи пізнання (аналіз, синтез, узагальнення, абстракція) на

основі яких проводились дослідження в першому розділі роботи, методи системного аналізу, які використовувались у другому розділі роботи; соціологічні методи (анкетування, інтерв'ювання, опитування), за допомогою яких проводились дослідження у другому і третьому розділах. Оброблення інформації, отриманої в процесі дослідження, та апробація здійснено за допомогою сучасного програмного забезпечення.

Апробація дослідження. Окремі положення роботи викладено у статті «Просування туристичного продукту лікувально-оздоровчого туризму Вінницької області на міжнародний ринок», що опублікована у збірнику наукових статей студентів КНТЕУ (див. дод. А).

Структура магістерської роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОСУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ПРОДУКТУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність та особливості формування регіонального туристичного продукту

Регіональний туристичний комплекс (РТК) являє собою складну відкриту систему, що знаходиться в постійному розвитку. Основою формування РТК та потреби в ньому є єдність цілей його учасників. Основною ціллю РТК є надання якісного, унікального та конкурентоспроможного туристичного продукту, спрямованого на духовне та фізичне відновлення та вдосконалення людини [70].

З огляду на це, при формуванні регіонального туристичного комплексу необхідно врахувати та дослідити проблеми районування, специфіки туристичних та курортних районів, систематизувати комплекс рекреаційних ресурсів та провести його повну й об'єктивну інвентаризацію.

В той же час, формування та розвиток РТК повинні базуватися на поєднанні ринкових та державних механізмів регулювання. Очевидно, що в аналізі видів економічної діяльності йдеться, в першу чергу, про самостійні господарські суб'єкти ринку – підприємства та установи, що діють в ринкових умовах. Державне регулювання до категорії сфери діяльності не входить, воно стоїть над нею. В РТК держава виступає в якості окремого учасника, суб'єкта, що забезпечує більш тісний зв'язок інтересів регіону з інтересами окремих учасників РТК [23].

Доцільність формування РТК, планування його розвитку, побудова загальної стратегії, політики та тактик и базується на отриманні визначеного економічного ефекту за рахунок економії усіх видів ресурсів щодо створення та просування єдиного туристичного продукту території.

На основі досліджень вітчизняного та світового досвіду управління туристичним комплексом можна виділити три підходи до його формування [70].

Перший підхід полягає в тому, що регіональна політика в деяких секторах національної економіки, включаючи і туризм, часто не здійснюється відокремлено, а інтегрується в політику інших секторів економіки. Регіони включають в свої економічні стратегії плани розвитку туризму [8].

Така необхідність вирішення проблем туризму в загальному контексті соціально-економічного розвитку регіону обумовлюється рядом причин. По-перше, регіональний туристичний комплекс є невід'ємною частиною господарської та соціальної системи територіального утворення. На розвиток економіки туризму суттєвий вплив спричиняють стан кредитно-грошової системи, рівень розвитку суміжних секторів економіки, сфери послуг в цілому та ін. По-друге, розвиток туристичної індустрії потребує концентрації значних фінансових ресурсів та в багатьох випадках передбачає наявність великої кількості учасників як на стадії формування інвестиційного портфелю, будівництва, реконструкції, так і на стадії функціонування підприємства. По-третє, як показує практика, найбільш високі результати в плані окупності вкладеного капіталу досягаються при можливості формування конкурентоспроможного комплексного туристичного продукту, що передбачає наявність розвинутої супутньої інфраструктури та спеціалізацію на всіх стадіях виробництва та реалізації туристичних послуг.

Другий підхід базується на тому, що регіони, які характеризуються високою туристичною привабливістю та розвинутим туристичним сектором, розробляють самостійні стратегії розвитку туризму. Цей підхід являється доцільним за умови обґрунтування того, що розвиток туризму буде сприяти динамічному та збалансованому розвитку адміністративно-територіальних одиниць, тому що стратегічний план – це документ, який спрямований на досягнення головної мети (в даному випадку це розвиток туристичної індустрії) – підвищення конкурентоспроможності території.

Третій підхід враховує наступну характерну особливість туризму – часто привабливі для туристів місця знаходяться в межах більш ніж одної адміністративної одиниці, тому необхідним є їх співробітництво. Таке

співробітництво може передбачати спільну технічну інфраструктуру (водопостачання та відведення стічних вод, дороги, телекомунікації тощо). Розвиток туризму також передбачає координацію дій місцевої влади з державною адміністрацією на рівні району та вище. Усталення такої співпраці суттєво підвищує можливості для розвитку туризму [34].

Регіональний туризм має свою історію виникнення, стадії розвитку, структуру, внутрішню організацію, спеціалізацію на певних видах туризму та відпочинку, свої переваги та недоліки. У загальновизнаному сприйнятті поняття «регіон» визначають як частину країни, яка відрізняється від інших її територій сукупністю природних та/або історичних, відносно стійких економіко-географічних та інших особливостей, які часто поєднуються з особливостями національного складу населення.

Як правило, регіони виокремлюють за ознакою внутрішньої подібності відносно деяких властивостей, тобто за однорідністю, або відмінності від навколишніх територій. Як основні критерії виокремлення туристичних регіонів використовують:

- туристичні пам'ятки території (здебільшого природні, а також антропогенні);
- характер туристичної інфраструктури;
- туристичний рух (розглядається також як підтвердження коректності виокремлення регіону і як міра його значимості і привабливості) [35].

На сучасному етапі, два перших критерії значно втратили своє значення. Сучасний туризм уже не так тісно пов'язаний зі своєю матеріальною базою (інфраструктурою) і може розвиватися на територіях, які не мають спеціального оснащення. Однак дедалі слабшають зв'язки з природним довкіллям. Для туриста більш важливими виявляються культурні пам'ятки, додані людиною до природних цінностей (історична спадщина, пам'ятки архітектури, парки розваг тощо).

Туристичний продукт-місце не можна вважати простою сумою всіх туристичних цінностей і послуг, які пропонуються на певній території. Як

правило, це комбінація більшої або меншої кількості окремих туристичних продуктів, які формують єдине ідеологічно однорідне ціле. Відповідно слід докласти певних зусиль щодо його формування (створення інфраструктури, поліпшення транспортної доступності, розвиток додаткових послуг тощо). Але насамперед необхідне ефективне управління кожним елементом.

Туристичний продукт-місце є найважливішою частиною територіального туристичного продукту і відіграє роль своєрідної візитної картки місцевості, стає її фірмовим продуктом. Ідентифікувати його можна за допомогою спеціально організованої рекламної кампанії, важливими елементами якої є назва, логотип, рекламний слоган тощо [33].

Туристичний продукт-місце – особливий географічно детермінований продукт, котрий складається з деяких елементів туристичного потенціалу або наявних простих продуктів цієї території, об'єднаних вищою ідеєю, яка визначає оригінальність, унікальність і ринкову привабливість такого продукту.

Спеціалісти вирізняють два види регіонів.

А. Регіон, у якому явно домінує один туристичний продукт, котрий найчастіше визначається природними пам'ятками (наприклад, морське узбережжя – рекреаційний туризм). Відповідно, це гомогенний регіон, який повсюдно ототожнюється з виразним, найбільш напрацьованим продуктом (наприклад, Карибське море – прогулянки на яхтах і відпочинок на екзотичних островах).

Б. У межах одного регіону є декілька однаково значимих туристичних продуктів (наприклад, чорноморське узбережжя Криму має різноманітні можливості для рекреаційного, культурного або спеціалізованого туризму). Це гетерогенний регіон, різноманітність якого зумовлюється наявністю декількох продуктів. У цій категорії можна додатково виокремити два підтипи [46].

Туристичний продукт-місце пов'язаний з певною територією, а його просторовий характер вважається однією з найважливіших властивостей. Тому досить ґрунтовною вважається декомпозиція продуктів за критерієм розмірності, точніше – сфери територіального охоплення.

На найнижчому рівні такої ієрархічної структури перебуває локальний туристичний продукт-місце, який охоплює окрему місцевість – округ, групу округів, район, ландшафтний парк або інший невеликий географічний простір.

Другий рівень ієрархії займає регіональний туристичний продукт-місце у поширюється він на значно більшу територію. Як і у попередньому випадку, на цьому рівні можуть бути представлені різні просторові структури, які мають природний або штучно створений характер.

На найвищому рівні представлений національний туристичний продукт-місце (або декілька таких продуктів), охоплення якого збігається з територією, яка обмежена державними кордонами [34].

Такий підхід застосовується з урахуванням двох важливих принципів, які мають надзвичайно важливе значення. По-перше, територіальну сферу не можна ототожнювати зі сферою поширення. Туристичний продукт-місце, який має локальний масштаб, може мати як локальне, так і регіональне або міжнародне значення. По-друге, принцип необов'язкової участі всіх туристичних продуктів-місць нижнього порядку в продуктах вищого діє на всіх рівнях такої ієрархії. Наприклад, туристичний продукт-місце на регіональному рівні може вміщати лише окремі локальні продукти, а національний туристичний продукт-місце може бути комбінацією локальних і регіональних продуктів, а також продуктів інших категорій.

Представлену ієрархічну структуру туристичного продукту-місця можна порівняти з ієрархією туристичних регіонів, яку пропонують різні наукові джерела (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Ієрархія туристичних продуктів-місць і туристичних регіонів [35]

Туристичний регіон	Туристичний продукт-місце
Мікрорегіон (район)	Локальний
Регіон	Регіональний
Мезорегіон	Національний
Макрорегіон	Субконтинентальний. Континентальний

Цікавими в цьому контексті є продукти і регіони, які мають транзитний характер. В епоху глобалізації й об'єднання Європейського континенту політичні кордони вже не вважаються перешкодою для створення туристичного продукту-місця або для функціонування туристичного регіону: у багатьох випадках припинився штучний поділ територій, які історично, культурно або природно становили і становлять єдине ціле; більше того, виявляються навіть спроби об'єднати ворожі колись території.

В процесі туристичного освоєння територій створення РТК є невідворотнім та об'єктивно необхідним, тому що РТК виступає в якості більш високої стадії організації регіонального туризму [70].

Розвиток та утворення РТК полягає в переході від «очагового» створення туристичних об'єктів та продуктів до їх комплексної та цілеспрямованої розробки та розвитку, яке базується на його стратегічному управлінні.

Суттєве значення при формуванні РТК мають моделі його розвитку. В сучасних умовах можна виділити декілька підходів до управління розвитком туристичних комплексів.

В контексті теорії Ф. Котлера існує чотири методи розвитку визначеного місця:

- розвиток соціальної сфери;
- покращення середовища (міського, регіонального, територіального та ін.);
- економічний розвиток;
- стратегічне ринкове планування [70].

Використання перерахованих методів для розвитку туристичного комплексу безперечно буде мати позитивний ефект за умови поєднання усіх чотирьох методів.

Метою розвитку соціальної сфери є створення якісного середовища для двох цільових ринків:

- 1) людей, що мешкають в регіоні;

2) потенційних споживачів туристичних послуг. Тут необхідною є рівновага між адекватною та привабливою суспільною послугою та витратами на її створення та надання [34].

Метод, спрямований на покращення регіонального утворення, має велике значення для розвитку регіонального туристичного комплексу шляхом покращення середовища, архітектурного ансамблю міст та поселень, відкритих територій, землекористування, планування вулиць, пішохідних зон, чистоти та екологічного стану тощо.

З точки зору розвитку РТК важливим є економічний розвиток регіону. Дослідження світового досвіду дозволяють сформулювати твердження щодо виділення декількох підходів стимулювання економічного розвитку регіонів [70].

Масштабність туризму, його зв'язки з іншими сферами економіки свідчать про стратегічне значення його розвитку в регіональному та національному вимірах. Розвиток РТК потребує регульованого, пропорційного й оптимального поєднання економічного, соціокультурного та екологічного потенціалу. Регіональне управління розвитком туристичного комплексу в такий спосіб буде спрямованим на нівелювання негативних ефектів та зростання позитивних наслідків розвитку туристичного комплексу [20].

Головними управлінськими аспектами розвитку РТК на сучасному етапі є взаємодія та поєднання національних і регіональних програм, встановлення оптимального співвідношення в динаміці змін, що відбуваються постійно і цілком об'єктивно. У відповідності до цього регіональний туристичний розвиток як забезпечення сталого, збалансованого та соціально орієнтованого функціонування регіональних туристичних комплексів в рамках територіальних утворень неможливе без орієнтованих на соціально-економічні пріоритети системних перетворень, тобто без прагнення до структурної збалансованості; створення нових ланок управління (або таких, що не вистачає в даний час); подолання деструктивності окремих елементів; стимулювання внутрішньо- та міжрегіональних територіальних зв'язків [36].

Розвиток РТК, на наш погляд, це такий режим його функціонування, що:

- 1) орієнтований, в першу чергу, на позитивну динаміку параметрів рівня та якості туристичного продукту,
- 2) забезпечений стійким, збалансованим та багатофакторним відтворенням туристичного, соціального, культурного, економічного та екологічного потенціалів регіону [70].

Формування стратегій, тобто стратегічний вибір, є одним з найважливіших етапів стратегічного управління РТК. Стратегії розробляються для конкретного об'єкту управління та залежать від його специфіки, тому саме цей етап найменше піддається уніфікації. Формування стратегії - достатньо складний процес, що має незворотні наслідки (якщо припуститися помилки на цьому етапі). При реалізації цього етапу стратегічного управління РТК слід дотримуватись ряду принципів:

- цілеспрямованості, що передбачає вибір функцій, пріоритетних для об'єкту стратегічного управління та спрямованих на досягнення певних соціальних стандартів;
- комплексності, що передбачає визначення складу функцій об'єкту стратегічного управління з врахуванням узгодженості всієї сукупності прогностичних оцінок та факторів його розвитку;
- системності, що передбачає врахування передумов та обмежень розвитку об'єкту стратегічного управління, що обумовлені функціонуванням та змінністю зовнішнього середовища;
- адаптивності, що полягає у розробці спеціального механізму, який дозволяє вносити корективи у стратегічні плани та проекти під впливом змін як в самому об'єкті, так і в зовнішньому середовищі;
- ефективності, а з точки зору регіонального розвитку – соціально-економічної ефективності, що передбачає визначення такого набору функцій, який забезпечить досягнення стратегічних цілей при раціональному використанні його ресурсів;

- мінімізації ризиків: полягає у забезпеченні максимально можливої мінімізації ризиків (невизначеностей), обумовлених виконанням об'єктом стратегічного управління тих чи інших функцій в перспективі [18].

Процес формування стратегії складається з трьох послідовних етапів:

- 1) формування альтернативних варіантів стратегії розвитку РТК;
- 2) оцінки альтернативних варіантів стратегії;
- 3) стратегічного вибору [8].

На регіональному рівні розробляються та затверджуються, як правило, три варіанти. Щодо регіонального туристичного комплексу варіанти стратегій можуть виглядати наступним чином:

1. Песимістичний, коли має місце складний, нестабільний економічний стан, як самого регіону, так і його туристичних ресурсів.
2. Реалістичний, найбільш доцільний в ситуації, коли регіон знаходиться в стадії економічної зрілості (за теорією життєвого циклу), його регіональний туристичний комплекс є сформованим та стабільно функціонує.
3. Оптимістичний, коли регіон має високі доходи, стійкий соціально-економічний стан, розвиток його туристичного комплексу здійснюється високими темпами, усі підсистеми знаходяться в стані інтенсивного використання та функціонування [70].

В рамках кожного з варіантів доцільно використовувати конкретні стратегії, які потрібні для розробки комплексних програм стійкого розвитку туризму та РТК, передусім, в тих напрямках, де регіон має конкурентні переваги .

Дослідження багатьох зарубіжних та українських авторів свідчить, що регулювання розвитку туризму здійснюється на різних рівнях та включає:

- управління розвитком туризму в глобальному масштабі через відповідні міжнародні організації (ЮНВТО, ООН та ін.);
- управління розвитком туризму на міжнаціональному рівні через посередництво регіональних туристичних організацій та міждержавних об'єднань;

- управління розвитком туризму на державному, регіональному та муніципальному рівнях через туристичні організації та об'єднання опосередковано через різні інструменти управління [70].

На державному та регіональному рівнях управління розвитком туристичного комплексу здійснюється шляхом використання двох основних механізмів:

- 1) саморегулювання (діють закони попиту та пропозиції на туристичний продукт);
- 2) державний та регіональний вплив шляхом використання різноманітних інструментів в економічній, правовій, соціальній, екологічній, науково-освітній та інших сферах [64].

Таким чином, до організації стратегічного управління РТК повинні долучатися різні суб'єкти управління на регіональному, муніципальному рівнях та рівні окремих підприємств, що утворюють туристичний кластер регіону (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Характеристика елементів регіонального туристичного кластеру [70]

Елемент	Характеристика елемента
Управлінський	Державні, регіональні та муніципальні органи управління
Організаційний	Туроператори, турагенти, організації, що здійснюють виключно реалізацію турпродукту, екскурсійні та інші туристичні організації, асоціації туристичних організацій
Інфраструктурний	Підприємства та організації інфраструктури РТК: колективні засоби розміщення; підприємства харчування; транспортні підприємства; спортивні організації; регіональні виробники туристичної та спортивної продукції; виробники сувенірної продукції та творів народних промислів; розважальні заклади; страхові організації; підприємства зв'язку; фінансово-кредитні установи
Забезпечувальний	Підприємства та організації регіонального господарства (інженерні комунікації, житлово-комунальне господарство, архітектура та будівництво)
Мотиваційний	Підприємства, сформовані на базі туристичних об'єктів: музеї, заповідники, парки та ін.
Забезпечення безпеки	Організації, що входять в систему забезпечення безпеки: правоохоронні органи, органи екологічного контролю, санітарно-епідеміологічна служба, служба МНС, медичні установи
Інформаційно-освітній	Організації, що входять в систему інформаційного

забезпечення: засоби масової інформації, рекламні та консалтингові організації, а також органи регіональної статистики Організації науково-освітньої сфери
--

Таким чином, організація стратегічного управління РТК повинна базуватися на принципах комплексного підходу. В процес стратегічного управління розвитком РТК мають бути залученими представники всіх елементів туристичного кластеру регіону, для чого необхідно активізувати діяльність регіональних туристичних асоціацій, а також асоціацій та спілок, сформованих в суміжних з туризмом сферах.

1.2. Характеристика лікувально-оздоровчого туризму

Останнім часом ринок лікувально-оздоровчого туризму зазнає змін. Традиційні санаторні курорти перестають бути місцем лікування і відпочинку осіб похилого віку і перетворюються на поліфункціональні оздоровчі центри, розраховані на широке коло споживачів. Така трансформація курортних центрів зумовлена двома причинами. Перша криється в зміні характеру попиту на лікувально-оздоровчі послуги. Модним стає здоровий спосіб життя, у світі стає більше людей, які хочуть підтримувати гарну фізичну форму і мають потребу у відновлювальних антистресових програмах. Переважно це люди середнього віку, що надають перевагу активному відпочинку і часто обмежені в часі. На думку багатьох експертів, споживачі такого типу будуть головними клієнтами санаторних курортів і гарантією процвітання лікувально-оздоровчого туризму XXI ст.

Друга причина переорієнтації полягає в тому, що курорти поступово втрачають традиційну підтримку, у тому числі фінансову, муніципалітетів і держави. Щоб вийти на нові сегменти споживчого ринку і залучити додаткових клієнтів, оздоровниці змушені диверсифікувати свій продукт.

Зберігаючи лікувальну функцію, курорти урізноманітнюють програму перебування пацієнтів культурними і спортивними заходами, пропонують широкий асортимент послуг з оздоровлення і відновлення сил, більш гнучко

підходять до визначення тривалості курсів лікування й оздоровлення. Останнім часом у приморських готелях дуже популярною є таласотерапія [51].

Важливість розвитку цього виду туризму для сучасного суспільства відзначалася на Міжнародному конгресі з лікувально-оздоровчого туризму 1999 р. в Іспанії. У зв'язку з цим підкреслювалася необхідність проведення широкомасштабного дослідження ринку відпочинку і лікування, розробки і впровадження стандартів курортного обслуговування.

Розрізняють три основних типи курортів: бальнеологічні, грязеві й кліматичні.

На бальнеологічному курорті головним лікувальним фактором слугують природні мінеральні води. Вони використовуються для питного лікування, ванн, купання в лікувальних басейнах, усіляких душів, а також для інгаляцій, полоскань і зрошень [30].

Відомості про цивілізоване використання цілющих мінеральних вод дійшли до нас з глибини віків. Численні археологічні знахідки свідчать про те, що практика оздоровлення мінеральними водами існувала ще тисячі років тому, давні люди вважали мінеральні води джерелом здоров'я, сили та краси. У працях Гіппократа описуються лікувальні властивості річкової, солоної і морської води. "In balneis salus" ("Здоров'я - це купання") - правдивість цього твердження Гіппократа доведена практикою використання оздоровчої сили води [5].

Мінеральні води допомагаютьвилікуватися від численних недуг. Серед пацієнтів бальнеологічних курортів переважають люди з захворюваннями шлунково-кишкового тракту, серцево-судинної і нервової систем, дихальних шляхів, опорно-рухового апарату. Ефективність лікування низки захворювань на бальнеологічних курортах підтверджують результати медичних досліджень.

Грязеві курорти прив'язані до родовищ лікувальних грязей (пелоїдів). Грязелікування використовується переважно при патології суглобів, нервової системи травматичного походження, а також гінекологічних та деяких інших захворювань. Завдяки сучасним методам і новітнім технологіям грязелікування дає змогу досягти високих медичних результатів, що сприяє зростанню

популярності грязевих курортів серед людей, які потребують лікарської допомоги.

Кліматичні курорти настільки ж різноманітні, як і сам клімат. У структурі кліматичних курортів світу лісові (рівнинні) становлять 11,3%, гірські – 24,2%, клімато-кумисо-лікувальні – 4,2%. Кожному з них властива унікальна комбінація погодно-кліматичних факторів (температура, атмосферний тиск, сонячне випромінювання тощо), що використовуються з лікувально-профілактичною метою. Від поєднання цих факторів залежить профіль курорту. Якщо лісові курорти з характерним для них континентальним кліматом приймають переважно осіб, що страждають захворюваннями верхніх дихальних шляхів, астмою, розладами нервової системи, то перебування на гірських курортах рекомендується при початкових формах туберкульозу і малокров'ї [65].

Найбільш поширений тип кліматичних курортів - приморські. У структурі кліматичних курортів світу вони становлять 60,3 %. Дедалі більше туристів відкривають для себе можливість поєднувати відпочинок на морі з ефективним лікуванням. Морський клімат сприяє подоланню багатьох хвороб. Він позитивно впливає на людей із захворюваннями крові, кісткової тканини, лімфатичних залоз. Після завершення курсу лікування самопочуття пацієнтів поліпшується, тривалий час вони можуть обходитися без медикаментів чи скоротити дози лікарських препаратів.

Ще один різновид кліматичних курортів – клімато-кумисо-лікувальні – розташовані в степовій зоні й відомі своїм комбінованим методом лікування, що поєднує цілющі властивості сухого степового клімату і кумису – кисломолочного напою з кобилячого молока. Кумис підвищує засвоюваність білків і жирів, сприяє збільшенню маси. Таких курортів у світі всього близько 40.

Окрім трьох основних типів курортів – бальнеологічних, грязевих і кліматичних – виокремлюють перехідні (проміжні). Це курорти, які використовують відразу кілька природних лікувальних факторів, наприклад, мінеральні води і грязі чи клімат і мінеральні води [65].

Лікувально-оздоровчий туризм достатньо поширений у Європі. До XIX ст. сформувалася німецька курортологічна школа, прихильниками якої, крім Німеччини, Австрії і Швейцарії, стали Чехія і Словаччина. У цих країнах сформувалися багаті традиції курортної справи, вони мають у своєму розпорядженні широкий спектр цілющих природно-кліматичних ресурсів, розвинену інфраструктуру, використовують сучасні ефективні методи профілактики і лікування захворювань, а також реабілітації. Чехія, Словаччина і Німеччина контролюють більшу частку європейського лікувально-оздоровчого туризму.

Закладені ще в XIX ст. принципи німецької школи курортології у країнах, які їх підтримують (Німеччина, Австрія, Швейцарія, Чехія, Словаччина та ін.), дотепер не зазнали суттєвих змін. Особам, які прибувають на курорти, зазвичай не пропонують суворий розпорядок дня, вони самі обирають час для лікувальних процедур і не зобов'язані діяти за лікарською порадою [26].

Курорти іншої групи, до якої входять Іспанія, Італія, Франція, Бельгія, мають переважно оздоровчий характер. Хоча саме в Бельгії знаходиться знаменитий курорт Спа, що дав загальну назву всім курортам із термальними водами.

За кількістю туристських прибуттів на санаторно-курортне лікування список європейських країн очолює Чехія. Найбільша і найвідоміша чеська оздоровниця - Карлові Вари, або Карлсбад, як називали цей курорт у XIX ст. Розташований він на заході країни. Історія курорту тісно пов'язана з відкриттям та освоєнням джерел мінеральних вод. Курортне лікування тут почалося ще в XV ст. У Карлових Варах на сьогодні офіційно налічується 12 джерел. Наймогутніше серед них – Вржидло – гейзер, що викидає близько 2000 л/хв. гарячої води (+ 72,6 °C) на висоту 12-14 м. На цьому курорті туристи не лише лікуються, а й знайомляться з багатою історією і культурою міста. Карлові Вари нині приймають відвідувачів з усіх п'яти континентів. Особливо любляють курорт німецькі туристи завдяки вигідному співвідношенню ціни та якості

лікування. Лікують у Карлових Варах хвороби травного тракту й обміну речовин.

Недалеко від Карлових Вар розташовані знамениті курорти Франтішкови Лазне і Маріанське Лазне.

Курорт світового значення Франтішкови Лазне знаходиться у західній частині Чехії і є одним із найстарших (заснований 1792 р.) і найбільших курортів країни. На ньому лікують хвороби системи кровообігу, вади серця і захворювання опорно-рухового апарату [26].

Курорт Маріанське Лазне теж належить до так званого західночеського трикутника і має світову популярність. На курорті й у найближчих околицях налічується 140 джерел мінеральної води, з яких для лікувальних цілей використовуються 39. Тут лікують захворювання нирок і сечовивідних шляхів, обміну речовин, деякі захворювання нервової системи.

На північному заході Чехії, у районі масиву Рудних гір, розташований бальнеологічний курорт Тепліце – один із найдавніших у Європі [41].

За 20 км на північ від Карлових Вар на висоті 650 м над рівнем моря знаходиться курорт Яхімов, що теж є курортом світового значення* Цілющими властивостями володіють термальні радіоактивні джерела, температура води в яких досягає + 28 °С. Подібних джерел у світі є дуже мало. До речі, Яхімов є першим у світі радоновим санаторним курортом. Тут лікують хвороби опорно-рухового апарату і деякі хвороби нервової системи.

Останнім часом спостерігається більш активне просування чеських оздоровниць на європейський ринок лікувально-оздоровчого туризму. Усі чеські курорти, крім лікувальних і оздоровчих, пропонують культурні, розважальні й спортивні програми. На курортах відкривають театральні сцени, галереї та виставкові зали, ігрові заклади тощо, розширюють можливості активного відпочинку, створюючи умови для гри в гольф і теніс, плавання, занять верховою їздою, пішохідних і велосипедних прогулянок. Лікувальні та оздоровчі програми вдало поєднуються з культурними, розважальними та пізнавальними заходами [48].

Головним конкурентом Чехії на європейському ринку лікувально-оздоровчого туризму є Угорщина. Її називають "країною термальних лазень". Тут в околицях Будапешта в 14 місцях із надр пробиваються 523 життєдайні потоки. Хоча лікування, пропоноване в цій країні, відрізняється від лікування на курортах Чехії і Словаччини, курорти Угорщини користуються великим попитом. Її природні джерела і свердловини за добу дають близько 0,5 млн м куб. термальних вод, частина з них використовується в медицині. Європейським центром водолікувального купання Угорщина стала в XIX ст. Нині 22 міста і 62 угорських селища мають офіційно визнані лікувальні джерела [7].

Відвідування бальнеологічних курортів є однією з головних мотивацій подорожей в Угорщину. Особливо популярні відпочинок і лікування на угорських курортах серед туристів із Німеччини, США, Австрії. Та й самі угорці люблять свої курорти. На ці країни припадає половина всіх прибуттів.

Туристські потоки спрямовуються за двома напрямками: у Будапешт і на озеро Балатон. Столиця Угорщини Будапешт ще в XIX ст. одержала статус міста лікувальних вод. Сьогодні це один з головних бальнеологічних курортів світу. На території міста щодоби зі 123 джерел одержують 70 млн л гарячої цілющої води, більше половини якої має температуру, що вища за + 40 °C. Озеро Балатон – одне з найтепліших озер Європи. Щорічно сюди приїжджає до 100 тис. туристів із різних країн.

Відомим є бальнеологічний курорт Хевіз, розташований на березі однойменного найбільшого гарячого озера Угорщини. Варто згадати і курорти Тата, Таполце (сірчанокисла тепла (+ 28 °C) мінералізована вода підземної річки) [34].

Польща на ринку лікувально-оздоровчого туризму представлена бальнеологічними та кліматичними курортами. Головні приморські бальнеологічні й бальнеогрязеві курорти – Свіноуйсьце, Камень-Поморській, Колбжег – знаходяться на узбережжі Балтійського моря. Вони менш відомі, ніж чеські чи угорські, і не є їх конкурентами. Відсутність належної реклами,

невисокий рівень медичного обслуговування, а також холодне море – все це обмежує можливості польських курортів [40].

На розвиток приморського лікувально-оздоровчого туризму Польщі, як і трьох прибалтійських держав – Естонії, Латвії та Литви, негативно впливає несприятлива екологічна ситуація в регіоні. Узбережні райони моря забруднені промисловими стоками і викидами. Через підвищений рівень бактеріального забруднення деякі балтійські пляжі закриваються, купатися там заборонено. Тому туристичні потоки в приморські райони Польщі скорочуються.

Більш сприятливою для кліматичних курортів є ситуація у гірській місцевості. Гірськокліматичний туризм можна розглядати як галузь спеціалізації Польщі в сфері лікувально-оздоровчого туризму [8].

Гірські кліматичні курорти країни зосереджені в Судетах і Карпатах. На східному схилі Сондецьких Бескидів знаходиться перлина польських курортів Криница. Віддавна це місце відоме в Європі завдяки цілющим властивостям мінеральних джерел і лікувальних грязей, а останнім часом стало гірськокліматичним і спортивним центром.

Крім Чехії, Словаччини, Угорщини і Польщі, лікувально-оздоровчий туризм розвивається в Болгарії, Румунії країнах – колишніх республіках Югославії. Ці країни мають вихід до теплих морів і пропонують переважно оздоровчі програми на курортах приморського кліматичного типу. Крім того, у Хорватії відкрите єдине в Європі родовище нафталану – різновиду лікувальної нафти з характерним ароматом, яка застосовується в медицині. Створений на його базі курорт ІванічГрад приймає пацієнтів, що страждають захворюваннями шкіри й опорно-рухового апарату [7].

На території Німеччини розташовані понад 300 курортів. Тільки в Баварії їх близько 50. Деякі мають світове значення, їх щорічно відвідують тисячі іноземних туристів. Це, насамперед, Баден-Баден – курорт із м'яким кліматом. Близько 2000 років тому римляни відкрили тут гарячі термальні джерела. Таких джерел у Баден-Бадені 20. Найбільшу світову популярність одержав Вісбаден (столиця землі Гессен), багатство якого полягає в 26 термальних лікувальних

джерелах із температурою + 68 °С Це зелена оаза (з одного боку – Рейн, з іншого – гори Таунус) із середземноморським кліматом і середньорічною температурою + 9 °с. Вісбаден називають "Ніццю півночі" [7].

Відомими бальнеологічними курортами Німеччини є також Баденвейлер, Вільдбад і Байерсброн, розташовані біля підніжжя гірського масиву Шварцвальд; Вад-Хомбург і Бад-Наухайм, розташовані неподалік від Франкфур-та-на-Майні; Ахен – на заході країни. Багато в Німеччині кліматичних курортів, серед яких переважають гірські й лісові: Кведлінбург, Оберхоф, Фюссен, а також приморські, розташовані біля Північного моря чи в Німецькій Прибалтиці: Вангероге, Дамі, Травемюнде, Тіммендорфер, Штранд, Хайлігенхафен, Фленсбург.

Щорічно курорти Німеччини приймають понад 1 млн осіб. Профілактичні та реабілітаційні програми, які вони пропонують, користуються попитом у жителів Австрії, Франції, Бельгії, Люксембургу, США і Канади.

Найвідоміший серед численних курортів Австрії – бальнеологічний курорт Бадгастайн - знаходиться на півдні федеральної провінції Зальцбург, у долині ріки Гастайн, Він створений на базі 17 гарячих радонових джерел із температурою + 44,3 °С. Бадгастайн почав швидко розвиватися з 1828 р. і до середини ХХ ст. став всесвітньо відомим. Потік туристів у Бадгастайн помітно зріс. Тут створені всі умови для відпочинку та лі* кування. За порадою лікаря можна пройти курс лікування в радонових цілющих штольнях гори Радхаусберг, що допомагають при захворюваннях нервової, серцево-судинної, бронхолегеневої системи, опорно-рухового апарату, гормональних порушеннях. Як свідчить медична статистика, 70% хворих після відвідування Бадгастайна відчувають поліпшення стану здоров'я, тому курорт, попри високі ціни, завжди заповнений більш ніж на 80% [7].

У цьому ж районі розташований ще один бальнеокліматичний курорт із гарячими джерелами – Бад-Хофгастайн. Він відомий і як гірський спортивний центр. Відомим курортом Австрії є Бад-Халь — чарівне містечко, розташоване між Віднем і Зальцбургом у мальовничому районі Альп. Лікування хронічних

запальних і дегенеративних ревматичних захворювань, жіночих хвороб засноване на використанні йодистої ропи з природних джерел.

Всесвітньо відомим курортним містом є Баден, розташований у східній околиці Віденського лісу. Свою репутацію як оздоровчий курорт він отримав завдяки 14 гарячим джерелам (+ 36 °C). Також варто назвати ще курорти Бад-Ішль, Бад-Блюмау і Бад-Дюррк-берг. Окрім бальнеологічних і кліматичних курортів, в Австрії розвивається приозерний лікувально-оздоровчий туризм. Щорічно озера Аттерзе, Мон-дзе, Топліцзе, Грюндлзе, Каммерзе відвідують близько 1 млн туристів. Загалом понад 20 % усіх туристських прибуттів в Австрію здійснюються з лікувальними цілями [40].

Швейцарія трохи поступається Німеччині й Австрії за кількістю курортів, але як регіон лікувально-оздоровчого туризму вона є не менш популярною. Правда, курортне обслуговування в цій країні доступне лише заможним клієнтам. Заслуженою славою у швейцарців і гостей з-за кордону користуються бальнеологічні здравниці Баден, Бад-Рагац і гірські кліматичні курорти Ароза, Давос, Сант-Моріц, Церматт та ін. Швейцарія однією з перших почала практикувати лікування травами. Тут розташований потужний фітотерапевтичний центр Кран-Монтана. Трав'яні відвари та настої допомагають активізувати захисні функції організму, позбутися зайвої маси, уповільнити старіння. У фітотерапевтичному центрі успішно лікують дерматоз, порушення обміну речовин, діабет, захворювання суглобів, розлади нервової системи.

Південна Європа на ринку лікувально-оздоровчого туризму представлена в основному Італією. Її бальнеологічні курорти зосереджені на північному сході країни, в області Емілья-Романья і на острові Іскья, багатому не тільки термальними водами, а й лікувальними грязями. Найбільш відомі італійські бальнеологічні курорти розташовані на Адріатичному узбережжі, в провінції Равенна. Найпопулярнішим в Європі курортом є Монтекатіні Терме, заснований ще 1345 р. Він розташований за 50 км від Флоренції в Тоскані. На острові Іскья – курорті, що працює під гаслом "краса і здоров'я", - є близько 70 діючих

термальних джерел. За 35 км від Верони розташоване курортне містечко Сірміоне, відоме своїми сірчаними джерелами, що б'ють із дна озера [40].

У Північній Європі лікувально-оздоровчий туризм розвинений недостатньо. Виділяють приморські кліматичні курорти Данії (Снеккерстен, Богенсе, Ассенс, Скагеррах, Тістед, Ренне, Кексе) і Нідерландів (Катвейкан-Зі, Терсхеллінг, Вліланд, Валкенбург, Фліссенген і Домбург), приморські курорти Норвегії (Лаврик, Баллестран, Лейкангер), її приозерні курорти (Ліллекхаммер, Хамар), а також курорти Фінляндії (Лаппенранта, Ла-урітсала, Іматра на березі озера Сайма) і Швеції (Сарна, Селен, Мура, Ретвік, Лександ), проте всі вони мають переважно внутрішнє значення [40].

Таким чином, лікувально-оздоровчий туризм є перспективним сучасним напрямом туристичної діяльності, розвинений у багатьох країнах. Відзначимо, що Україна також має неабиякий потенціал для розвитку лікувально-оздоровчого туризму, проте використовує його не в повній мірі та неефективно. Для подальшого розвитку регіонального продукту лікувально-оздоровчого туризму в регіонах України необхідно розробляти стратегічні підходи до його розвитку, популяризації та просування на закордонних ринках.

1.3. Методичні засади просування регіонального туристичного продукту на міжнародний ринок

У першому десятилітті ХХІ сторіччя завдяки стрімким темпам росту туризм як галузь, незважаючи на світову кризу, ряд природних катаклізмів і загострення політичних конфліктів, за економічною ефективністю вийшов на перше місце у світі. Туризм є не лише могутнім інструментом економічного розвитку, а й може бути дієвим фактором створення іміджу певної території, пропаганди її історії та здобутків сьогодення. Однією з передумов розбудови туристичної галузі будь-якої країни є просування вітчизняного туристичного продукту на міжнародні ринки через визначення пріоритетних туристичних регіонів і продуктів, формування стратегії просування туристичних продуктів регіонів, її реалізації на міжнародних ринках і забезпечення постійного монітори-

нгу даного процесу, що сприятиме динамічному розвитку та нарощенню конкурентоспроможності вітчизняних туристичних підприємств [15].

Розбудова туристичної галузі заснована важливим чином на інтеграції у світову туристичну індустрію, один з ключових напрямів структурної перебудови економіки. Пріоритетність розвитку в'їзного туризму позитивно позначається на підвищенні якості життя населення, створенні додаткових робочих місць, поповненні валютних запасів держави, підвищенні її авторитету на міжнародній арені. Актуальним завданням у сфері розбудови туристичної галузі, в сучасних умовах є формування програми просування регіональних туристичних продуктів різних напрямів на міжнародні ринки (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Структурно-логічна схема реалізації програми просування регіонального туристичного продукту на міжнародний ринок [1]

У процесі розробки програми просування туристичного регіонального продукту слід здійснювати діагностику зовнішнього середовища функціонування туристичної галузі, що дозволяє виявити фактори, які позитивно або негативно впливають на перспективи регіонального туристичного продукту на міжнародних ринках.

У групі міжнародних факторів виділяють зростання обсягів зовнішньої торгівлі, яке супроводжується збільшенням кількості взаємозв'язків між підприємствами різних країн, що призводить до зростання як в'їзних, так і виїзних туристичних потоків з діловою метою, що у свою чергу підвищує потенційний попит іноземних громадян на туристичні послуги туристичних підприємств. На перспективи розвитку регіонального туристичного продукту на світовому ринку позитивно впливає зростаючий обсяг міжнародного туристичного ринку [1].

При визначенні найперспективніших для розвитку туристичних напрямків слід враховувати сучасні тенденції у зміні видової структури світового туристичного ринку. Зокрема, ВТО прогнозує п'ять найперспективніших напрямків розвитку туризму у XXI ст., які мають перспективи динамічного розвитку із збільшенням частки в загальному обсязі всіх здійснюваних міжнародних поїздок і найбільш сприяють задоволенню індивідуальних культурних і пізнавальних потреб туристів: круїзи, екологічний, пригодницький, культурно пізнавальний і тематичний туризм. Оцінку привабливості туристичних регіонів проводять за основними факторами:

- загальний імідж регіону;
- природно-кліматичні умови для відпочинку та оздоровлення;
- соціальна стабільність та безпека;
- транспортна доступність;
- економічна привабливість;
- духовна привабливість центрів релігійного паломництва;
- привабливість пам'яток історії;
- культурно-освітня привабливість [52].

Наступним кроком у процесі формування програми просування регіонального туристичного продукту на міжнародний ринок, у відповідності з запропонованою вище структурно-логічною схемою, є визначення тих туристичних регіонів та їх продуктів, які мають значний потенціал і можуть користуватись попитом на світовому ринку.

Для оцінки сильних та слабких сторін, загроз та можливостей туристичних регіонів використовують методика SWOT-аналізу.

Третій крок у процесі формування стратегії просування – це визначення основних конкурентів регіональних туристичних продуктів (туристичних регіонів) на світовому ринку та оцінка їх сильних і слабких сторін у конкуренції (з точки зору ряду параметрів — рекреаційного та історико-культурного потенціалу, ступеня розвитку туристичної інфраструктури, інвестиційної привабливості для потенційних інвесторів, рекламно-інформаційної активності, екологічної і криміногенної ситуації та ін.). Варто сказати, що поліпшення конкурентних позицій туристичних регіонів на світовому ринку неможливе без створення нового рекреаційного продукту в межах підприємств туристичних кластерів, що у сполученні з уже наявним створив би всі умови для найповнішого задоволення різноманітних потреб рекреантів, у т.ч. й іноземних туристів. Нові або поліпшені послуги, позитивно сприйняті клієнтами, забезпечують компанії перевагу перед конкурентами, що дозволяє зменшити інтенсивність цінової конкуренції. Слід зазначити, що поняття «новий рекреаційний продукт» у деяких випадках необхідно розуміти як «недостатньо використовуваний рекреаційний продукт». У межах туристичного регіону можуть мати місце практично всі види рекреаційних занять, однак у силу слабкої інформованості потенційних рекреантів і значної орієнтації цих занять на визначені цільові сегменти, більшість з них могла не одержати належного розвитку [1].

Аналіз досвіду управління туристичними фірмами як поодинці, так і в межах кластерних утворень показує, що компанії, які успішно функціонують у

сфері туризму, керуються двома стратегічними методами, застосовуваними як окремо, так і в сполученні:

1) розвиток наявного туристичного продукту: компанії, що вибирають даний варіант стратегії найчастіше зберігають майже постійний зростання туристичних продаж і пропозицій;

2) розширення географії поїздок і продажу за рахунок освоєння нових туристичних напрямків і розширення пропозиції в рамках існуючого асортименту. Отже, враховуючи усе наведене, ми можемо відзначити, що основним стратегічним напрямком подальшого розвитку туристичних кластерів є постійне розширення портфеля туристичних послуг, виведення на туристичний ринок «новинок» і розширення та поглиблення асортименту пропонованих туристичних послуг [71].

Заключним кроком у процесі розробки програми просування регіонального туристичного продукту на міжнародний туристичний ринок є реалізація комплексу збутових і комунікативних заходів з метою забезпечення рекламно-інформаційної підтримки виходу його на світовий ринок. Ключова роль у цьому процесі має належати представництвам державних органів за кордоном, які створено відповідно до регіональних програм розвитку туризму [1].

Створення таких структур підвищить економічну ефективність туристичної індустрії, збільшить валютні надходження до державного бюджету. Туристичне представництво за кордоном – це дієва система просування національного туристичного продукту на міжнародному ринку, проведення реклами туристичних можливостей регіону, розширення зв'язків з туристичними відомствами та підприємствами країни перебування, налагодження прямих контактів туристичних підприємств із зарубіжними партнерами. Нагальність потреби створення туристичної представницької структури зумовлюється й можливістю залучення більшої кількості іноземних туристів до регіону, забезпечення захисту прав та інтересів вітчизняних туристичних підприємств і

вітчизняних туристів за кордоном, залучення іноземних інвестицій у туристичну галузь приймаючої країни.

Слід зазначити, що дуже важливим інструментом щодо просування регіонального туристичного продукту на міжнародний ринок є участь у спеціалізованих міжнародних туристичних виставках. Досвід участі в туристичних виставках показує, що вони – один з найважливіших елементів системи маркетингу туристичної компанії. При цьому вирішується відразу кілька завдань:

- вивчення ринку, реклами, встановлення особистих контактів з партнерами та клієнтами;
- питання управління асортиментами послуг або його коректування, напрямків підвищення якості пропозиції;
- питання ціноутворення, можливих знижок на ціни, кредитування покупців, взаєморозрахунків;
- пошук нових партнерів по каналах збуту [71].

Просування туристичного продукту як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках туристичних послуг неможливе без належного інформаційно-рекламного забезпечення. До основних напрямів розвитку інформаційних технологій у туристичній сфері слід віднести: інформаційну інфраструктуру, бази даних, сайти і портали туристичного профілю в мережі Інтернет, електронний маркетинг, рекламу, автоматизацію діяльності туристичних організацій та управління діяльністю сфери туризму.

Важливим елементом системи управління просуванням туристичного продукту на міжнародний ринок є організація продажу послуг через мережу Інтернет. Відзначимо, що це відносно новий канал продажу туристичних послуг для українських компаній, який відкрився, завдяки активному розвитку та використанню туристичними підприємствами інформаційних технологій.

Світовий досвід показує, що індустрія туризму – один з найбільших споживачів телекомунікаційних технологій, який володіє одним з найвищих рівнів комп'ютерної оснащеності в діловому світі. Частково це впливає з

природи інформації, яка використовується в індустрії подорожей. По-перше, ця інформація дуже чутлива до часу, оскільки дуже часто змінюються різні дати – події, розклади і т.п. По-друге, до інформації про туристичні продукти з різних точок земної кулі повинен бути своєчасний доступ. По-третє, туристичний продукт складається з великої кількості складових, які також вимагають швидкої доставки інформації для координування постачання на достатньому рівні [32].

За оцінками фахівців туристичного бізнесу, найперспективнішим напрямком розвитку туризму є саме його розвиток з використанням можливостей мережі Інтернет. Туризм сьогодні розвивається бурхливими темпами: з року в рік зростає число туристів, розширюють свій бізнес компанії і в умовах конкурентної боротьби залучають нові технології для його розвитку. З поширенням Інтернет-технологій в Україні збільшується кількість туристичних компаній, які мають власні сайти. Туристичні компанії і портали займають високі позиції в рейтингах, на ринку з'являється спеціалізоване програмне забезпечення для туристичних організацій, покликане оптимізувати їхню роботу і розширити їхні можливості.

Висновок до розділу 1

Лікувально-оздоровчий туризм є перспективним сучасним напрямом туристичної діяльності, розвинений у багатьох країнах. Відзначимо, що Україна також має неабиякий потенціал для розвитку лікувально-оздоровчого туризму, проте використовує його не в повній мірі та неефективно.

Для подальшого розвитку регіонального продукту лікувально-оздоровчого туризму в регіонах України необхідно розробляти стратегічні підходи до його розвитку, популяризації та просування на закордонних ринках.

Актуальним завданням у сфері розбудови туристичної галузі, в сучасних умовах є формування програми просування регіональних туристичних продуктів різних напрямів на міжнародні ринки. Просування туристичного продукту як на

внутрішньому, так і на міжнародному ринках туристичних послуг неможливе без належного інформаційно-рекламного забезпечення.

До основних напрямів розвитку інформаційних технологій у туристичній сфері слід віднести: інформаційну інфраструктуру, бази даних, сайти і портали туристичного профілю в мережі Інтернет, електронний маркетинг, рекламу, автоматизацію діяльності туристичних організацій та управління діяльністю сфери туризму.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПРОЦЕС ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ЛІКУВАЛЬНО- ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК

2.1. Характеристика потенціалу лікувально-оздоровчого туризму Вінницької області

Вінницька область є адміністративно-господарською територіальною структурою України. Населення області – 1701, 6 тис. чол. (на 01.01.2006 р.), що складає 3,6 % від загальної кількості населення України. В адміністративному відношенні Вінницька область поділяється на 27 районів, 18 міст, в тому числі 6 міст обласного підпорядкування: Вінниця, Могилів – Подільський, Жмеринка, Козятин, Хмільник, Ладизин; 29 селищ міського типу та 1466 сіл. Вінницька область має вигідне суспільно-географічне положення.

Це одна з центральних областей України, що входить до складу Подільського суспільно-географічного району. Протяжність її території з півночі на південь - 204 км, зі сходу на захід - 196 км. Таким чином, території притаманна така риса як компактність [35].

Географічний центр області знаходиться у Немирівському районі між селами Никифорівці і Лука. Розглядаючи Вінницьку область як зовнішньо відкриту систему, слід зазначити, що шістнадцять її районів – Козятинський, Погребищенський, Оратівський, Іллінецький, Барський, Хмільницький, Могилів-Подільський, Бершадський та ін. мають значну частку кордонів із «зовнішніми системами» – із Одеською, Черкаською, Кіровоградською, Київською, Житомирською, Хмельницькою, Чернівецькою областями та Республікою Молдова. Це сприяє розширенню зв'язків з цими регіонами, в тому числі і в галузі рекреації та туризму. Отже, аналіз ступеня сусідства області та її адміністративних одиниць свідчить про те, що він може розцінюватись (поряд з іншими чинниками) пріоритетним аргументом на їх користь, особливо при визначенні місцеположення об'єктів рекреаційної інфраструктури [15].

Аналіз показників віддаленості адміністративних районів відносно Південного Бугу та Дністра вказує на те, що найбільш вигідне прирічкове положення мають Тульчинський, Немирівський, Тиврівський, Ямпільський, Могилів-Подільський, Тростянецький, Томашпільський райони. Несприятливі показники характерні для Оратівського, Погребищенського, Козятинського районів.

Суспільно-географічне положення адміністративно-територіального суб'єкта визначається як сума оцінок ступеня сусідства та положення території відносно великих річок. В цьому плані найкращі показники мають Тульчинський, Тиврівський, Немирівський, Шаргородський та Жмеринський райони.

Географічне положення в центрі України обумовлює транзитність території – область перетинають важливі автомобільні магістралі Київ – Одеса, Київ – Львів, Київ – Кишинів, Харків – Львів тощо. Вінницьку область також перетинають залізниці, які використовуються для міждержавних сполучень: Москва-Прага, Москва-Софія, Москва-Бухарест, Київ – Легніце, Київ-Будапешт-Любляна-Трієст тощо [19].

Таким чином, говорячи про суспільно-географічне положення Вінницької області в контексті його впливу на розвиток територіально-рекреаційного комплексу, слід зазначити, що воно є сприятливим фактором перспективного розвитку області в цілому та рекреації і туризму зокрема.

Ключову роль у забезпеченні розвитку лікувально-оздоровчого туризму у Вінницькій області відіграють багаті природні ресурси, що склали основу природно-ресурсного потенціалу, необхідного для функціонування саме цього напрямку туризму [23].

До складу природних ресурсів Вінниччини входять ландшафти, компоненти природи, які використовують у сфері рекреації та туризму (геологічні, орографічні, кліматичні, гідрологічні, ґрунтово-рослинні, фауністичні).

Одним з факторів, що визначає ступінь придатності території для рекреаційної діяльності, є рельєф. Рельєф Вінницької області сформувався під дією ендегенних та екзогенних факторів. Особливе значення у створенні рельєфу мала і має діяльність річок. Тому сучасна поверхня області – це хвиляста, подекуди горбиста рівнина. Південна і центральна частина Вінницької області лежать у межах Подільської, а північна – Придніпровської височин. Загальний похил території – на південний схід. В цьому напрямку тече головна річкова артерія області – Південний Буг.

На території Вінницької області знаходяться найбільші висоти Подільської (370 між м. Жмеринкою і с. Рахнами) і Придніпровської (323 мс. Перемога Козятинського району) височин. Вінницьке Придністров'я — це своєрідна “гірська країна”. Тут Подільське плато має нахил в бік Дністра і відзначається значною розчленованістю річками на окремі пасма. Для Придністров'я також характерні цікаві форми вивітрювання. Все це створює можливості для організації зимових видів відпочинку, навчальних та пізнавальних екскурсій. Побужжя значно менше розчленоване долинами річок. Кристалічні породи тут перекриті шаром (0,5-3 м) антропогенових відкладів, тому виходять на поверхню в долинах річок, утворюючи пороги. Ці території сприятливі для розвитку водного туризму [45].

Північна частина області зайнята Придніпровською височиною. Її схили розчленовані долинами річок і ярами, особливо в південно-східній частині. Середня висота височини в межах області становить 300 м. Низовин, у повному розумінні цього визначення, в межах області немає. Але долини та заплави річок області придатні для полювання, збирання ягід, грибів та лікарських рослин. Важливе значення для рекреації має естетична цінність території, можливість її залучення для потреб рекреації. Визначивши коефіцієнти горизонтального і вертикального поділу рельєфу Вінниччини, можна зробити висновки, що територія області характеризується високими естетичними якостями, виразністю рельєфу. Незважаючи на незначні відносні перевищення є можливість панорамного огляду ближніх та середніх планів пейзажу, вибору найбільш

вигідних точок огляду, що збільшує естетичну цінність території області в рекреаційному відношенні. Кліматичні особливості області також сприяють створенню клімато-терапевтичних закладів та проведенню відпочинку і оздоровлення з використанням кліматичних ресурсів [10].

За температурним режимом та режимом зволоження клімат Вінницької області є помірно-континентальним. Проведення зимового відпочинку вимагає поєднання відповідних погодних умов. Середня місячна температура січня в області змінюється від $-6,0\text{ }^{\circ}\text{C}$ (північний схід) до $-4,3\text{ }^{\circ}\text{C}$ (південний захід). Середня тривалість зими області складає 100 днів. В розрізі адміністративних районів тривалість змінюється від 98 днів в Могилів-Подільському та Ямпільському до 113 в Літинському та Вінницькому районах. Важливою характеристикою кліматичних умов холодного періоду є наявність снігового покриву, що є сприятливим для зимових видів відпочинку. На території області стійкий сніговий покрив утворюється у другій декаді або в кінці грудня. Звичайно ці строки коливаються в залежності від характеру погоди та особливостей атмосферної циркуляції. Середня висота снігового покриву на півночі області у лютому становить 15-19 см, на півдні – до 11 см, і лише в деякі зими може сягати 40 см. На півдні області близько 50% зим не мають сталого снігового покриву через відлиги.

Оптимальними температурами влітку, за яких можливі всі види рекреаційної діяльності, є температури вище 15°C . Середня місячна температура липня коливається від $+18,5^{\circ}\text{C}$ на півночі до $+20,6^{\circ}\text{C}$ на півдні. Середня тривалість літнього періоду становить в області 111 днів. В розрізі адміністративних районів вона коливається від 106 днів в Літинському, Вінницькому, до 124 – в Могилів-Подільському, Ямпільському районах. Активні види відпочинку можливі при температурі вище 12°C . Одним з основних видів рекреаційної діяльності влітку є купально-пляжний відпочинок. Тривалість купально-пляжного періоду в області коливається від 95 до 110 днів, що відповідає оптимальним для рекреаційних цілей параметрам цього показника. У кліматичному відношенні Вінницька область належить до областей із

найсприятливішим співвідношенням тепла і вологи, що звичайно сприяє розвитку різних видів рекреаційної діяльності. Вінницька область має досить густу мережу річок, що представлена річковими системами Південного Бугу, Дністра і Дніпра [45].

Басейн Південного Бугу займає 62 % території області. Густота річкової мережі – 0,43 км/км. З середніх річок тут протікає Соб і бере початок Гірський Тікич.

Басейн Дністра займає 28 % території області, густота річкової мережі складає 0,41 км/км. Протікає одна середня річка Мурафа

Басейн Дніпра представлений середньою річкою Рось і займає 10 % території області. Густота річкової мережі — 0,48 км/ км.

Майже всі водні об'єкти області можна використовувати для відпочинку населення, але найбільш перспективними в цьому плані є малі річки, які служать природною основою для розвитку таких видів відпочинку як комплексно-купальний та оздоровчий відпочинок, рибальство.

Найбільші рекреаційні ресурси річок зосереджені в центральних та південних районах Вінниччини, головні з них Південний Буг та Дністер з притоками. Слід зазначити, що на Південному Бугу у незміненому природному вигляді збереглися пороги. Окремі брили граніту піднімаються тут над водою на висоту понад 1,5 м. Побужські пороги відомі далеко за межами області, тут можна здійснювати водні походи на байдарках, проводити змагання з туризму тощо. Значна кількість водних ресурсів області акумулюється в озерах, водосховищах і ставках. Озер, проте, на Вінниччині немає, тому що значна дренажність території не сприяє їх утворенню. Загальна площа водосховищ і ставків у Вінницькій області складає близько 32 тис га. На 1 км території припадає 1,2 водної поверхні водойм – це один із найбільших показників серед областей України [3].

Найбільш придатними для відпочинку та оздоровлення серед рослинних ресурсів є ліси. Крім естетичних якостей, ліс виконує також оздоровчі та санітарно-гігієнічні функції. Станом на 01.01.2006 р. в області налічувалась

376,90 тис. га земель лісового фонду, з них вкрито лісовою рослинністю – 364,52 тис. га (13,7 % від загальної площі області). По території області ліси розміщені нерівномірно. У Чечельницькому, Піщанському районах ліси займають понад 20% території; в більшості районів області лісистість коливається в межах 15-20% (Тульчинський, Тростянецький, Літинський тощо), а в Козятинському та Липовецькому районах менше 5% . Лісові ресурси займають важливе місце в структурі природно-рекреаційного потенціалу області і можуть задовольнити різноманітні потреби рекреантів у короткочасному, довготривалому відпочинку, лікуванні та оздоровленні. Найбільшу забезпеченість лісовими рекреаційними ресурсами мають Чечельницький, Піщанський, Тульчинський, Тростянецький, Літинський, Жмеринський, Гайсинський, Іллінецький райони області.

Об'єкти природоохоронного фонду, за винятком заповідників, теж складають рекреаційний потенціал Вінниччини. Адже крім свого основного призначення – збереження і відтворення природного фонду, вони виконують і рекреаційні функції, особливо як передумова для розвитку екологічного туризму [39].

На території Вінницької області функціонує 338 природоохоронних об'єктів, серед яких: 90 заказників (21 – загальнодержавного і 69-місцевого значення), 182 пам'яток природи (10 – загальнодержавного і 172 – місцевого), 36 парків пам'яток садово-паркового мистецтва (11 – загальнодержавного і 25 – місцевого значення) та 30 заповідних урочищ.

Загалом території і об'єкти природно-заповідного фонду Вінниччини займають 23878,67 га, що складає лише 0,78 % від площі області. Це один з найнижчих показників заповідності в Україні. За ним область знаходиться на одній сходинці з дуже розораними областями країни, такими як Дніпропетровська, Луганська, тобто територіями де заповідність нижча 1%. За кількістю природоохоронних об'єктів і територій в області виділяються Вінницький (33) та Могилів-Подільський (29) райони. У найкритичнішому стані за цим показником знаходяться Калинівський, Крижопільський (4), Липовецький

і Оратівський (5) райони. Проте за часткою природоохоронних площ лідерство утримує Чечельницький район. Лише сім заповідних територій і об'єктів нараховує ПЗФ району, але розміщуються вони на площі в 4674 га, що складає 23 % заповідної площі області [11].

За ступенем доступності для рекреаційного використання природно-заповідні об'єкти області поділяються на:

- загальнодоступні, що мають статус охоронних об'єктів; відкриті для організованого туризму – всі парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва і більша частина пам'яток природи;
- відкриті для суворо регламентованого і організованого туризму – частина пам'яток природи і більшість заказників;
- закриті для туризму – частина пам'яток природи, як правило, зоологічних [22].

У компонентній структурі природно-ресурсного потенціалу Вінниччини природні рекреаційні ресурси складають 5,1 % . Підсумувавши оцінки естетичної цінності території адміністративних районів області, оцінки їх забезпеченості кліматичними, водними, лісовими ресурсами та врахувавши показники рекреаційного навантаження визначена інтегральна бальна оцінка забезпеченості території Вінницької області природними рекреаційними ресурсами. Найвищою вона є в Вінницькому, Літинському, Хмельницькому, Могилів-Подільському. Жмеринському. Муровано Куриловецькому та Немирівському районах.

На основі багатих природно-рекреаційних ресурсів у Вінницькій області створено потужну мережу закладів для лікування і оздоровлення. Рекреаційні ресурси Вінниччини, являються унікальними для Європи. Одеським інститутом курортології підтверджується державне значення цих ресурсів:

- Мінеральні радонові води;
- Лікувальна торф'яна грязь [18].

12 травня 2011 року Верховна Рада Україна прийняла законопроект «Про оголошення природних територій міста Хмільник Вінницької області курортом державного значення» [7].

Отже, на території Вінницької області зосереджено значний природно-ресурсний потенціал для розвитку різних видів лікувально-оздоровчого туризму. Такий потенціал є основою для створення у межах Вінницької області дестинації лікувально-оздоровчого туризму та популяризації його на закордонних ринках.

2.2. Оцінка відповідності продукту лікувально-оздоровчого туризму Вінниччини вимогам міжнародного туристичного ринку

Для оцінки продукту лікувально-оздоровчого туризму Вінницької області обрано клінічний санаторно-курортний заклад «Авангард». Санаторій «Авангард» у м. Немирів – це багатопрофільний лікувально-оздоровчий заклад. Розташований на території колишньої садиби графині Щербатової в Немирівському дендропарку (XIX ст.) загальною площею 86 га з архітектурними та скульптурними композиціями, каскадом штучних озер, сполучених греблями і ажурними містками.

Санаторій спеціалізується на лікуванні захворювань системи кровообігу, нервової системи, опорно-рухової системи і різних обмінних порушень в організмі. Санаторій «Авангард» має велику лікувально-діагностичну базу (47 кабінетів), лікувальний басейн, бювет мінеральних вод, радонові ванни [55].

У санаторії «Авангард» є 5 спальних корпусів на 246 номерів. Номери санаторію одно- і двомісні номери зі зручностями категорії «стандарт», є номери «напівлюкс» з поліпшеними меблями і сантехнікою, також є двокімнатні номери «люкс» і апартаменти. У всіх номерах в наявності повний санвузол, телевізор, холодильник. Розглянемо ціни на путівки в залежності від категорії номерів в санаторії «Авангард» в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Ціни путівок до санаторію «Авангард» [55]

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

Зазначимо, що у вартість санаторно-курортної путівки санаторію «Авангард» входить:

- Проживання в санаторії відповідно до категорії (ціни) путівки;

- Харчування (4-разове для дорослих і 5-разове для дітей в обідніх залах або в залі ресторанного харчування (згідно категорії номера і ціни путівки);
- Лікування (комплекс медичних процедур, вид і кількість яких визначаються лікарем на підставі основного діагнозу, віку відпочиваючого, стандартів санаторно-курортного лікування, з урахуванням супутньої патології, в межах коштів, відведених на лікування із загальної вартості путівки) [55].

Медичні працівники санаторію «Авангард» зазначають, що повний курс лікування становить 18-21 днів, для реабілітаційних путівок – 24 дні.

Науково доведено, що сприятливий ефект досягається при курсі санаторно-курортного лікування терміном в 21 день. Зниження 14-денного терміну перебування знижує ефективність лікування, адже є багато методів лікування, несумісних в один день, відповідно знижується число процедур і в результаті лікування стає неповним і в потрібній мірі не відповідає стандартам.

У санаторії «Авангард» існує перелік додаткових платних лікувально-оздоровчих послуг, які не входять до вартості путівки. Тому, по бажанню відпочиваючих можна замовити додаткові послуги:

1. УЗД;
2. Діагностика по Фолю;
3. Лікувальний басейн;
4. Інфрачервона сауна;
5. Кріосауна;
6. Солярій;
7. Пневмопресингтерапія;
8. Підводне витягування хребта;
9. Індивідуальні заняття на профілакторі Євмінова;
10. Заняття в тренажерному залі;
11. Плазмаферез;
12. Іглорефлексотерапія;
13. Біорезонансна стимуляція;
14. Гірудотерапія [55].

Варто зазначити, що процедури зазначені в пунктах 3, 7, 8, 10, 13 входять до вартості реабілітаційних путівок санаторію «Авангард».

В санаторії «Авангард» пропонується широкий асортимент додаткових послуг. Пропонуємо розглянути вартість додаткових лікувально-оздоровчих послуг санаторію «Авангард» у табл. 2.5.

Санаторій «Авангард» має у своєму розпорядженні велику та сучасну матеріальну базу, яку складає лікувальна техніка та апаратура:

- апарати для інгаляції фірми "ПАРІ" (Німеччина) – інгаляції;
- апарат для сольових інгаляцій виробництва фірми "Галонерб";
- апарат "Потік" для електрофореза і гальванізації;

Таблиця 2.5.

Вартість додаткових медичних та лікувально-оздоровчих послуг санаторію «Авангард» [55]

Назва послуг	Одиниця виміру	Вартість за одиницю, грн.
Загальний аналіз крові	1 досл.	20,00
Загальний аналіз сечі	1 досл.	15,00
Аналіз сечі на ацетон	1 досл.	10,00
Визначення глюкози в сироватці крові	1 досл.	20,00
Визначення білку в сироватці крові	1 досл.	30,00
Визначення креатиніну в сироватці крові	1 досл.	30,00
Визначення сечовини в сироватці крові	1 досл.	30,00
Визначення холестерину в сироватці крові	1 досл.	30,00
Визначення сечової кислоти в сироватці крові	1 досл.	30,00
Визначення АЛТ (аланінамінотрансфераза)	1 досл.	30,00
Визначення АСТ (аспартатамінотрансфераза)	1 досл.	30,00
Визначення загального білірубіну в сироватці крові	1 досл.	30,00
Визначення білірубіну в сироватці крові фракційно (прямий і непрямий)	1 досл.	50,00
Пакет ліпидограма (холестерин, тригліцерид, ЛПВІЩ, ЛПНІЩ)	1 досл.	90,00
Протромбіновий індекс	1 досл.	15,00
Забір крові для біохімічного аналізу	1 проц.	10,00
Комп'ютерна реоенцефалографія	1 обстеження	50,00
Комп'ютерна реовазографія кінцівок	1 обстеження	50,00
Комп'ютерна кардіограма	1 обстеження	50,00
Голкорексфлексотерапія	1 процедура	20,00

Продовження табл. 2.5

Назва послуг	Одиниця виміру	Вартість за одиницю, грн.
Пневмопресінгтерапія	1 процедура	25,00
Біорезонансна стимуляція	1 процедура	35,00
Комбінована біорезонансна стимуляція	1 процедура	50,00
ЛФК (в групах) зал №1	1 заняття	15,00
ЛФК (індивідуально)	1 заняття	30,00
Консультативний прийом лікарем-гастроентерологом (1-й прийом)	1 відвід.	100,00
Консультативний прийом лікарем-гастроентерологом (2-й прийом)	1 відвід.	50,00
Консультативний прийом лікарем-гастроентерологом (3-й прийом)	1 відвід.	30,00
Інгаляції, СКТ	1 процедура	20,00
Галокамера, аромотерапія, фітотерапія	1 процедура	10,00
Ін'єкції лікувальні (ліки замовника)	1 ін'єкція	10,00
Фізпроцедури	1 процедура	20,00
Електрофорез з пелодексом	1 проц.	30,00
Електрофорез з калій-йодом	1 проц.	22,00
Електрофорез з лідазою	1 проц.	75,00
Плазмаферез	1 процедура	1550,00
Вани лікувальні: хвойні, скипидарні, перлині, радонові	1 процедура	20,00
Вани лікувальні: морські	1 процедура	20,00
Вани лікувальні: сірко-водневі	1 процедура	82,00
Експресдіагностика по Фолю	1 процедура	50,00
Душ лікувальний	1 відвідування	25,00
Душ гігієнічний	1 відвідування	20,00
Душ "Шарко"	1 відвідування	40,00
Синглетно-киснева фітотерапія	1 склянка	6,00
Інфрачервона камера	1 процедура	30,00
Підводне витягування хребта	1 процедура	50,00
Кріотерапія	1 хвилина	60,00
Взяття матеріалу для мазка	1 процедура	20,00
Мікроскопія мазка	1 процедура	20,00
Процедура на апараті «Інтрамаг» (медикаменти виконавця)	1 процедура	25,00
Процедура на апараті «Інтрамаг» (медикаменти замовника)	1 процедура	12,00
Фітованочка	1 процедура	16,00
Фітозрошення	1 процедура	18,00
Мазевий тампон (медикаменти виконавця)	1 процедура	17,00
Мазевий тампон (дзеркало та рукавиці мед. стерильні замовник)	1 процедура	9,00
Вібромасаж ступнів	1 процедура	10,00
Консультація лікаря-хірурга (онколога)	1 відвід.	100,00
Масаж	1 ум.од.	15,00

- апарат "Полюс", "Мустанг", "Міт", "Олімп" - для магніто і магнітолазерної терапії;
- апарат "ЕОЛ" для вібраційного масажу легенів;
- апарат "УЗТ", "Барвінок", "Гамма ЛОР" для ультразвукової терапії;
- апарат "Зонд", "Рупор", "РАДМІР" - для КВЧ терапії;
- лампа Чижевського для аероіонотерапії;
- апарат "МІТ" - для кисневої терапії;
- апарат "УІ" - для аерозольтерапії;
- апарати серії "МІТ" - для ультрафіолетового і лазерного опромінення крові;
- апарати для промивання носових пазух, мигдалин;
- апарати для масажу барабаних перетинок середнього вуха;
- апарати для електросонтерапії;
- апарат "Фітон" для аероцветомузикотерапії;
- ванни комбіновані для лікувальних ванн вихрових і масажних;
- душі для циркулярного, висхідного, Шарко, струменевого методів душа;
- апарати серії "МІТ" для гідролазерний душів;
- ендотрахеальні, ендобронхіальні зрошення як спец. метод лікування;
- плавальний басейн;
- масажі;
- лазер терапевтичний офтальмологічний ЛТО-02Р;
- електростимулятор офтальмологічний «Фосфен»;
- мускулотренер офтальмологічний периметричний МОП-1;
- акомодотренер оптичний АТО-3;
- сіноптор Сінф-1;
- тренажер для стимуляції сітківки ока панорамними фігурними полями «Амбліопанорама»;
- макулостимулятор «МКС-ц»;
- апарат спектральний офтальмологічний АСО-3 ум;
- апарат вакуумного масажу офтальмологічний АВМО 2м;
- прилад для обстеження поля зору «Періком» [55].

У санаторії «Авангард» є великий басейн, який успішно використовується у комплексних лікувальних програмах або просто для задоволення відпочиваючих. У басейні надаються послуги лікувального плавання, підводного душ-масажу, гідромасажу, аквафітнесу та інше.

В санаторії є їдальня, розрахована на 500 посадкових місць, яка представляє собою окремих 2-поверховий будинок. На першому поверсі розташований харчоблок і обідній зал на 200 осіб. На другому поверсі обідній зал на 250 осіб та зал ресторанного харчування на 40 осіб. Два зали їдальні, оснащені сучасними кондиціонерами, вільно вміщують в одну зміну всіх відпочиваючих.

В санаторії розроблена ефективна система харчування, яка включає попереднє замовлення страв, що дозволяє відпочиваючим самостійно кожен день обирати меню за власним смаком. В основних залах харчуються відпочиваючі по путівках стандартної категорії, а також ті, кому потрібне дієтичне меню або страви на замовлення. Зал ресторанного харчування призначений для відпочиваючих по путівках номерів категорій «напівлюкс» і «люкс». Також в них можуть харчуватися з доплатою відпочиваючі по путівках стандартної категорії.

У залах працюють медичні сестри з дієтичного харчування вищої категорії, які для кожного пацієнта складають персональну програму харчування з урахуванням основного і супутнього захворювання. При необхідності можна отримати консультацію у лікаря-дієтолога. Харчування в санаторії «Авангард» - диференційоване: для дорослих – 4-разове; для дітей – 5-ти разове. При плануванні дитячого харчування та складанні харчового раціону основна увага приділяється оптимальному задоволенню фізіологічної потреби росту і розвитку дитячого організму в необхідних харчових речовинах, а також енергії з урахуванням вікових особливостей дозрівання. Харчування дорослих організовано згідно лікувальних дієт, які є невід'ємною частиною комплексної терапії при багатьох захворюваннях. Харчування в санаторії організовано за наступними дієтами (табл. 2.6.): Дієта № 15 - загальна; Дієта № 10 – при

захворюваннях серцево-судинної системи; Дієта № 9 –при цукровому діабеті; - Дієта № 8 - розвантажувальна, при ожирінні; - Дієта № 5 - при захворюваннях печінки і жовчно-вивідних шляхів [55].

Значно підвищують ефективність санаторно-курортного лікування при багатьох захворюваннях у дорослих і дітей використання екологічно чистих продуктів, сучасних передових технологій їх обробки, приготування та подачі.

У меню їдальні при санаторії «Авангард» представлений широкий асортимент м'ясних і рибних закусок, салатів, холодних і гарячих блюд, гарнірів, свіжих овочів і фруктів, домашньої випічки і напоїв. Всі рецепти страв складені за рекомендаціями медсестри з дієтології. При необхідності можливе дробове і вегетаріанське харчування.

Таблиця 2.6.

Організація дієтичного харчування у їдальні при санаторії «Авангард»

Дієта №	Показання і меню
15	Різні захворювання, які не потребують спеціальних лікувальних дієт. Дозволено все їсти, без обмеження, людина в стадії одужання. Фізіологічно повноцінне харчування з виключенням важко перетравлюваних і гострих продуктів. Використовують практично будь-які продукти та страви за винятком жирних сортів м'яса і птиці, перцю и гірчиці.
10	Захворювання серцево-судинної системи з недостатністю кровообігу ступеня I-PA. Рекомендовані продукти і страви: хліб вчорашньої випічки, не здобне печиво і бісквіт; будь-які вегетаріанські супи; нежирні сорти м'яса, риби, птиці; молоко, кисломолочні напої і сир; страви з різних круп; відварні макаронні вироби; овочі в відвареному і запеченому вигляді; м'які стиглі фрукти і ягоди, мед, варення. Виключаються: свіжий хліб, вироби із здобного тіста; супи з бобових, м'ясні, рибні та грибні бульйони; жирні сорти м'яса, риби, птиці; нирки, копченості, ковбаси; солена риба, солоні і жирні сири.
9	Цукровий діабет середньої та легкої тяжкості. Виняток - вуглеводам, 4-5 прийомів їжі в день, парова нежирна їжа, тушковані овочі. Цукор заміняється на ксиліт. Рекомендовані продукти і страви: житній, пшеничний, білково-висівковий хліб, не здобні борошняні вироби; будь-які овочеві супи, нежирні м'ясні і рибні бульйони; нежирні сорти м'яса, птиці та риби; молоко, кисломолочні продукти, нежирний сир і сири; крупи, гречана, ячна, пшоняна, вівсяна, перлова; бобові, картопля і овочі; свіжі фрукти і ягоди кисло-солодких сортів. Виключаються: вироби з здобного тіста; міцні і жирні бульйони; нежирні сорти м'яса, риби, птиці, ковбаси, солена риба; солоні сири, вершки, солодкі сирні сирки; рис, манна крупа, макаронні вироби; солоні і мариновані овочі.

Продовження табл. 2.6

Дієта №	Показання і меню
8	<p>Захворювання - ожиріння, мета - скинути вагу.</p> <p>При складанні меню необхідно розраховувати калорії, разом з тим необхідно вести активний спосіб життя таким чином, щоб витрата енергії перевищувала її прихід у вигляді їжі.</p> <p>Рекомендовані продукти і страви: житній, білково-пшеничний та білково-вівсяний хліб; овочеві супи з невеликим додаванням крупи, борщ, окрошка; 2-3 рази на тиждень супи на слабкому м'ясному або рибному бульйоні з фрикадельками; нежирні сорти м'яса, птиці, риби - у відварному, запеченому або тушкованому вигляді, яловичі сардельки або холодець; продукти моря; молоко і кисломолочні продукти, сир. Овочі та фрукти використовуються широко, у всіх видах, частиною обов'язково сирими.</p> <p>Виключаються продукти: вироби з пшеничного борошна вищого і 1-го сорту, здобного тіста; картопляні, круп'яні, бобові, макаронні супи; жирні сорти м'яса, птиці, риби; ковбаси, копченості, м'ясні та рибні консерви; жирний сир, сири, вершки, рис, манна і вівсяна крупи, макаронні вироби, бобові, солодкі сорти плодів і ягід; цукор, кондитерські вироби, варення, мед, солодкі соки, какао; м'ясні і кулінарні жири; жирні та гострі закуски, соуси, майонез, всі прянощі та спеції.</p>
5	<p>Особливе харчування при захворюванні печінки і жовчовивідних шляхів.</p> <p>Не можна сирі овочі, копченості, гострі та жирні страви, алкогольні напої, сирі кислі фрукти. Всі страви повинні бути парові, відварні в подрібненому вигляді. Надзвичайно легкі і корисні печені яблука, відвар шипшини.</p> <p>Склад: вегетаріанські фруктові, молочні супи, круп'яні супи на овочевому відварі, відварне м'ясо, птиця нежирних сортів, варена нежирна риба, молоко, свіжа кисле молоко, кефір, ацидофільне молоко, сир, каші і борошняні страви (за винятком здоби), хліб білий, чорний черствий, стиглі фрукти, ягоди (окрім кислих сортів) в сиром, запеченому, вареному вигляді, овочі і зелень у вареному вигляді і сирі (особливо морква, буряк), варення, мед, цукор (до 70 г в день), овочеві, фруктові соки в значній кількості, чай німецький з молоком.</p> <p>Обмежують жири (вершки, масло вершкове до 10 г, олія 20-30 г), яйце (одне на день).</p> <p>Виключаються: алкогольні напої, печінка, мізки, шпиг, бобові, гриби, шпинат, щавель, цибуля, здоба, жирні сорти м'яса, риби, смажені, гострі, копчені продукти, екстрактивні речовини м'яса, риби, прянощі, оцет, консерви, морозиво, какао, газовані напої, шоколад, креми.</p>

Їдальня при санаторії «Авангард» має сучасний інтер'єр обідніх залів, гарне сервірування столів, якісне обслуговування, що сприяє хорошему апетиту, кращому засвоєнню їжі і прекрасному настрою відпочиваючих.

За даними відділу статистики санаторію «Авангард» за останній рік санаторій відвідали туристи з таких країн світу: Італія, Німеччина, Ізраїль,

Бахрейн, Чехія, США. Наведемо розподіл іноземних туристів за країнами вибуття на рис. 2.1.

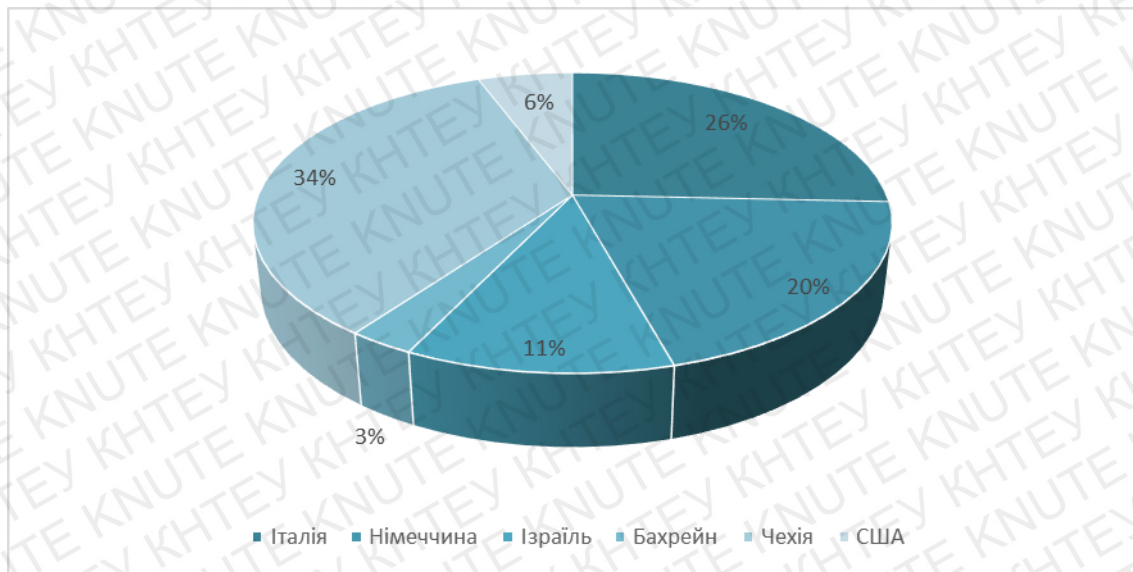


Рис 2.1. Структура потоку туристів із зарубіжних країн санаторію «Авангард» у 2018 році

Наведені дані показують, що послугами санаторію користуються іноземні туристи, проте попит з їхнього боку не є високим та постійним, оскільки санаторій «Авангард» ніяк не позиціонує себе на міжнародному туристичному ринку. Проте, у санаторію є всі передумови до приваблення туристів з-за кордону на формування привабливості закладу в очах світової туристичної спільноти.

Популярною послугою санаторію «Авангард» є оздоровлення дітей в літній період. Для дітей у санаторії створено прекрасні умови для оздоровлення та відпочинку. Для проживання дітей задіюють комфортні та затишні тримісні номери із телевізором, холодильником, душем та санвузлом у кімнаті.

Для дітей організують повноцінне, вітамінізоване чотирьохразове харчування. До раціону входять збалансовані страви, свіжі фрукти, соки.

Для дітей у санаторії «Авангард» пропонуються оздоровчі та лікувальні процедури: лікувальні ванни, мінеральні води, лікувальна фізкультура, галокамера, синглетно-киснева терапія, інгаляція, психотерапія, магнітотерапія та інші фізпроцедури, озокерит-парафінолікування, вітамінопрепарати та інші медикаменти (за потребою). У високоспеціалізованих, оснащених сучасним

обладнанням кабінетах лікуємо широкий спектр захворювань, в тому числі, органів дихання та зору. В санаторії функціонує лікувальний басейн [55].

Отже, проведене дослідження показує, що санаторій «Авангард» надає широкий спектр послуг за сучасними і прогресивними методиками лікування. В санаторії «Авангард» є сучасне обладнання, висококваліфіковані лікарі і якісний номерний фонд. Клієнтами санаторію «Авангард» є не тільки українські туристи, а й закордонні туристи з різних країн. Тому послуги, що надає санаторій «Авангард» цілком і повністю відповідають сучасним вимогам і тому можуть бути запропоновані іноземному споживачу.

2.3. Маркетинговий стратегічний аналіз ситуації на ринку лікувально-оздоровчого туризму

В цілому області діють 14 санаторіїв, у тому числі 7 дитячих, 9 санаторіїв-профілакторіїв, з будинки та 7 баз відпочинку, 30 дитячих таборів відпочинку. Добре відомий в Україні і далеко за її межами курорт «Хмільник» (6 санаторіїв), де успішно лікуються із застосуванням мінерально-лікувальної води «Радон» високої мінералізації люди з різноманітними патологіями, і в першу чергу – остеохондрозом. Немирівський санаторій «Авангард» проводить лікування в спеціалізованих відділеннях: післяопіковому, пульманологічному й патології вагітності жінок. Санаторії оснащені сучасною лікувальною діагностичною апаратурою, мають високі клімато-бальнеологічні показники.

Розглянемо найбільш відомі санаторно-курортні заклади Вінницької області, що складають основу для розвитку лікувально-оздоровчого туризму.

1. Санаторій «Поділля» знаходиться в лісовому масиві, більшу частину якого займають хвойні породи дерев. Площа лісопарку – 10 га. У зоні лісопарку знаходиться озеро. Санаторій розрахований на 610 місць [58].

Санаторій "Поділля" є бальнеологічним курортом державного значення.

Санаторій спеціалізується на лікуванні захворювань опорно-рухового апарату, серцево-судинної системи, нервової системи, органів дихання, захворювання шкіри, ендокринної системи. Лікувальна база:

- лікувально-діагностичний корпус;
- бальнеолікарня;
- торфолікарня;
- спортивно-оздоровчий комплекс із залом ЛФК та плавальними басейнами;
- кабінет радіоеманаторії;
- кабінет електрогальваногрязелікування;
- кабінет сухих вуглекислих ванн;
- стоматологічний кабінет;
- масажний кабінет;
- інгаляторій;
- солярій.

Методи лікування, що практикуються в санаторії «Поділля»:

- торф'яні аплікації;
- електросвітлолікування;
- лікувальний масаж;
- діадинамічний ток;
- мікрохвильова і магнітна терапія;
- лазерна терапія;
- гідротерапія;
- гідроклонолазеротерапія;
- гірудотерапія (лікування медичними п'явками);
- спелеотерапія [58].

Номерний фонд санаторію представлений різними категоріями номерів (табл. 2.1.)

Таблиця 2.1

Номерний фонд та ціни на путівки в санаторії «Поділля» [58]

№пп.	Категорія номерів	Особливості	Вартість, грн. за одну особу
1.	Економ клас 2-місний	В номері є телевізор, санвузол з туалетом та умивальником	285-00
2.	Економ клас	В номері є телевізор, санвузол з туалетом,	300-00

	покращений 2-місний	умивальником і душем	
--	---------------------	----------------------	--

Продовження табл. 2.1.

№пп.	Категорія номерів	Особливості	Вартість, грн. за одну особу
3.	Стандарт 2-місний	В номері є телевизор, санвузол з туалетом, умивальником і душем	335-00
4.	Напівлюкс 2-місний	В номері є холодильник, телевизор, санвузол з туалетом, умивальником і душем	350-00
5.	Напівлюкс 1-місний	В номері є холодильник, телевизор, санвузол з туалетом, умивальником і душем	465-00
6.	Напівлюкс покращений. 2-місний	Номер з двох кімнат. У номері є холодильник, телевизор, санвузол з туалетом, умивальником і душем	425-00
7.	Напівлюкс покращений 1-місний	Номер з двох кімнат. У номері є холодильник, телевизор, санвузол з туалетом, умивальником і душем	545-00
8.	Люкс 2-місний	Номер з двох кімнат. У номері є холодильник, телевизор, санвузол з туалетом, умивальником і душем	470-00
9.	Люкс 1-місний	Номер з двох кімнат. У номері є холодильник, телевизор, санвузол з туалетом, умивальником і душем	630-00

2. Дитячий лікувально-оздоровчий пансіонат «Дністер» розташований в місті Могилів-Подільський, Вінницької області.

Профіль санаторію – лікування верхніх дихальних шляхів і легень.

Лікувальна база пансіонату «Дністер»:

- кімната ароматерапії для лікування захворювань шляхом вдихання масел лікарських трав (лаванди, шавлії, ялиці, евкаліпта та ін.);
- кабінет масажу;
- кабінет мануальної терапії;
- зал для проведення занять лікувальною фізкультурою;
- фізіотерапевтичне відділення;
- відділення водолікування;
- фотокамера;
- парафіно-озокеритне відділення;
- інгаляторій.

Методи лікування у пансіонаті «Дністер»:

- нагріті високо і низько-дисперсні аерозолі;
- антибіотики;
- відвари лікарських трав [57].

Номерний фонд складають 2-ох і 4-місні кімнати. Корпуси облаштовані душовими, кімнатами особистої гігієни, в пансіонаті працює пральня. Організовано п'ятиразове дієтичне харчування.

3. Медичний центр реабілітації залізничників розташований у м. Хмільник Вінницької області.

Профіль санаторію:

– лікування захворювань і пошкоджень опорно-рухового апарату (суглобів, м'язів, сухожиль, кісток та ін.).

– лікування захворювань обміну речовин і ендокринної системи:

- цукровий діабет (легка форма та середньої ваги) в стадії компенсації;
- подагра, сечокислий діатез;
- ожиріння I-II ступеня при недостатності кровообігу не вищого I стадії [50].

– лікування опікової хвороби:

- реабілітація з переважним ураженням шкіри, серцево-судинної системи, органів травлення;
- реабілітація хворих з післяопіковими деформаціями, гіпертрофічних рубців;
- психокорекція опікових хворих.

Лікувальна база санаторію:

- 30 загальних ванн, 10 з яких з установками для підводного душ-масажу;
- басейн для підводного витягування хребта в радонової воді;
- вихрові ванни;
- кисневі ванни;
- установка для гідромасажу ясен;
- обладнання для вагінальних зрошень;
- кабінет для гідропатії (душ Шарко, циркулярний і висхідний душ).

Методи лікування:

- грязьові аплікації;
- апаратна фізіотерапія;
- бальнео- і грязелікування [50].

Номерний фонд санаторію складають одно, двох і трьохмісні кімнати, номери "Люкс", ВіР-апартаменти, винесені в окремий корпус.

4. Санаторій «Березовий гай» розташований в мальовничому лісовому масиві в межах міста-курорту Хмільник Вінницької області на відстані 4 км від центру міста.

Профіль санаторію – хвороби кісток, м'язів, сухожиль, захворювання шкіри, захворювання нервової системи, захворювання опорно-рухового апарату, захворювання серцево-судинної системи, неврози і неврастенії, травми хребта і спинного мозку.

Методи лікування в санаторії «Березовий гай»:

- радонові ванни з місцевих природних джерел;
- грязелікування;
- озокерито-парафінові аплікації;
- світлолікування;
- лікувальні сауни: надницьких температур (кріосауна); інфрачервона сауна;
- різноманітні види масажу: від класичного до ексклюзивного - чакра-стоун, мармуровими морськими і напівкоштовними каменями;
- лімфодренаж обличчя [56].

Лікувальна база санаторію:

- Сучасна лабораторно-діагностична апаратура;
- вакуумна гідромасажна лазерна кабіна;
- суха вуглекисла ванна;
- комп'ютерна система для витягування хребта;
- ударно-хвильова установка.

Номерний фонд санаторії «Березовий гай» складають такі категорії номерів:

- Апартаменти – камін з мангалом, міні-бар, міні-кухня, холодильник, супутникове телебачення, роздільний санвузол / WC, душова кабіна, умивальник, біде.
- Люкс – холодильник, супутникове телебачення, роздільний санвузол / WC, ванна умивальник.
- Напівлюкс – холодильник, супутникове телебачення, WC, душ, умивальник.
- Стандарт – холодильник супутникове телебачення, WC, душ, умивальник [56].

5. Санаторій «Сокілець» знаходиться на крутому березі Південного Бугу, в 15 кілометрах від м. Немирова, в с. Сокілець.

Профіль санаторію – лікування захворювань органів дихання, опорно-рухового апарату, лікування супутніх захворювань, системи кровообігу, органів травлення, сечовидільної системи, нервової системи.

Лікувальна база санаторію:

- Кабінет водолікування;
- Кабінет теплолікування;
- Кабінет електролікування;
- Кабінет лазерної терапії;
- Масажний кабінет;
- Зал для лікувальної фізкультури;
- Спелеокамера [60].

6. Санаторій «Радон» розташований в м. Хмільник.

Спеціалізується на лікуванні нервової системи, серцево-судинної системи, опорно-рухового апарату, ендокринної системи.

Розглянемо варіанти розміщення на ціни на путівки санаторію «Радон» в табл. 2.2.

6. Санаторій «Хмільник профспілковий» розташований в лісі, недалеко від міста Хмільник, Вінницької області.

Таблиця 2.2

Номери санаторію «Радон» та вартість путівок (за 1 особу) [59]

Тип номера	Ціна путівки для людини при одномісному розміщенні	Ціна путівки для людини при 2х місному розміщенні	Ціна путівки (без лікування) для дітей від 7 до 12 років на основному місці
RADON TWIN (розміщення 2-х людей в 2-х місному номері з 2 ліжками)	605	420	280
RADON STANDART (розміщення 2-х людей в номері з двоспальним ліжком)	605	420	280
RADON STANDART + (двомісний номер підвищеної комфортності)	775	495	350
RADON VIP (2-х кімнатний номер)	935	665	495
RADON TWIN (розміщення 2-х людей в 2-х місному номері з 2 ліжками) 3 корпус	495	330	200

В санаторії лікують такі захворювання:

- захворювання кістково-м'язової системи;
- захворювання нервової системи;
- захворювання органів дихання;
- захворювання жіночих статевих органів;
- захворювання ендокринної системи та порушення обміну речовин (цукровий діабет, ожиріння), хвороби шкіри та підшкірної клітковини (в тому числі після опіків) [61].

Лікувальна база санаторію «Хмільник профспілковий»:

- клініко-біохімічна лабораторія (комп'ютерна діагностика, нейрофункціональних, ультразвукова діагностика, рентген-кабінети, кабінети тамографії);
- ванне відділення (вуглекислі, мінеральні, магнітні ванни);
- басейн Гідрокінезотерапія, підводного вертикального витягування хребта, кабінет гідропатії на радонової воді;

- Бювет з мінеральною водою "Збручанська".

Ціни на путівки в санаторії «Хмільник профспілковий» залежать від профілю лікування та обраного варіанту розміщення, розглянемо їх в табл. 2.3.

Таблиця 2.3.

Ціни на путівки в санаторії «Хмільник профспілковий» [61]

Категорії номерів і профілі лікування	1 день (ціна, грн.)
1. Лікування органів опори, руху і нервової системи	
"Економ клас" 1-кімнатний 2-місний	325.00
"Підвищена комфортність"	
1-кімнатний 2-місний	465.00
1-кімнатний 2-місний	360.00
1-кімнатний 2-місний (сімейне ліжко)	360.00
"Люкс"	
1- кімнатний 1- місний	485.00
1- кімнатний 2- місний (сімейне ліжко)	385.00
2- кімнатний 1- місний	675.00
2- кімнатний 2- місний	480.00
"Люкс " +	
1- кімнатний 1- місний	535.00
1- кімнатний 2- місний (сімейне ліжко)	410.00
2- кімнатний 1- місний	740.00
2- кімнатний 2- місний	515.00
"Апартаменти"	
2- кімнатний 1- місний с кухнею	825.00
2- кімнатний 2- місний с кухнею	565.00
2. Спеціалізоване лікування	
"Економ клас"	
- кардіологічне, церебро-васкулярної відділення 2-місний номер	365.00
- діабетичне відділення 2-місний номер	355.00
- реабілітація органів опорно-рухового апарату 2-місний номер	325.00

Зважаючи на проведені дослідження різних аспектів розвитку лікувально-оздоровчого туризму у Вінницькій області можна сказати, що в першу чергу галузь лікувально-оздоровчого туризму будується на основі існуючого природного потенціалу, яких в межах області є досить привабливим. Проте, одного потенціалу недостатньо, тому в Вінницькій області створено мережу санаторно-курортних закладів, які успішно використовують в своїй діяльності існуючі ресурси. Зважаючи на всі аспекти розвитку лікувально-оздоровчого туризму у Вінницькій області можна скласти матрицю SWOT – аналізу, що

характеризує ситуацію на ринку лікувально-оздоровчого туризму Вінниччини (табл. 2.6.)

Таблиця 2.7

SWOT – аналіз ринку лікувально-оздоровчого туризму Вінницької області

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> - доступність послуг; - індивідуальний підхід; - широкий вибір закладів і послуг; - широка спеціалізації місцевих санаторно-курортних закладів; - сприятливі природні фактори; - сприятливе законодавство в окремих галузях; 	<ul style="list-style-type: none"> - несприятлива політико-економічна ситуація; - недостатній рівень туристичної інфраструктури; - інвестиційні ризики; - недостатній рівень туристичного сервісу;
<ul style="list-style-type: none"> - сприятливе географічне положення області; - Етнічна строкатість; - Наявність матеріально-технічної бази рекреаційного комплексу; - Можливість розвитку повного спектра туристичних продуктів; - Розташування в географічному центрі Європи; - Сприятлива екологічна ситуація; - Потужний пропускний потенціал. 	<ul style="list-style-type: none"> - висока конкуренція з боку іноземних гравців; - Занедбаний стан історико-культурних пам'яток - Слабка диверсифікація туристичної пропозиції; - Відсутність системності в питаннях розвитку галузі; - Відсутність ініціативності в створенні іміджу та брендуванні; - Постійна реорганізація управлінського апарату.
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> - Диверсифікація туристичної пропозиції; - Зростання світового та регіонального ринків медичного туризму; - Використання інноваційних підходів та новітніх технологій; - Створення та впровадження програм розвитку туризму за регіональним принципом; - Системний та поетапний підхід до реалізації програм; - Розробка, пропозиція та реалізація інвестиційних проектів щодо розбудови ринку лікувально-оздоровчого туризму; - Розвиток транскордонного туристичного співробітництва; - Удосконалення законодавчої бази; - Просування туристичного продукту лікувально-оздоровчого туризму на міжнародному ринку; - Активізація внутрішнього туризму. 	<ul style="list-style-type: none"> - Нестабільність економічної ситуації; - Нестабільність політичної ситуації; - Необхідність створення конкурентоспроможного туристичного продукту у сфері лікувально-оздоровчого туризму; - Відсутність стратегій розвитку ринку лікувально-оздоровчого напряму туризму у Вінницькій області.

Отже, як показує дослідження Вінниччина має потужний природно-ресурсний потенціал та матеріально-технічну базу для розвитку лікувально-оздоровчого туризму. На базі існуючих рекреаційних ресурсів у Вінницькій області створено мережу санаторно-курортних та оздоровчих закладів які

спеціалізуються на лікуванні широкого спектру захворювань. Курорти Вінниччини оснащені сучасним обладнанням, номерний фонд санаторіїв знаходиться в гарному стані та постійно оновлюється. Таким чином, можна констатувати що курорти Вінницької області можуть стати достойним гравцем на ринку лікувально-оздоровчого туризму Європи, проте для цього необхідно розробити якісні стратегічні підходи до розвитку та популяризації даного напрямку туризму.

Висновок до розділу 2

На території Вінницької області зосереджено значний природно-ресурсний потенціал для розвитку різних видів лікувально-оздоровчого туризму. Такий потенціал є основою для створення у межах Вінницької області дестинації лікувально-оздоровчого туризму та популяризації його на закордонних ринках.

Санаторій «Авангард», що дає на ринку лікувально-оздоровчого туризму Вінницької області надає широкий спектр послуг за сучасними і прогресивними методиками лікування. В санаторії «Авангард» є сучасне обладнання, висококваліфіковані лікарі і якісний номерний фонд. Клієнтами санаторію «Авангард» є не тільки українські туристи, а й закордонні туристи з різних країн. Тому послуги, що надає санаторій «Авангард» цілком і повністю відповідають сучасним вимогам і тому можуть бути запропоновані іноземному споживачу.

Вінниччина має потужний природно-ресурсний потенціал та матеріально-технічну базу для розвитку лікувально-оздоровчого туризму. На базі існуючих рекреаційних ресурсів у Вінницькій області створено мережу санаторно-курортних та оздоровчих закладів які спеціалізуються на лікуванні широкого спектру захворювань. Курорти Вінниччини оснащені сучасним обладнанням, номерний фонд санаторіїв знаходиться в гарному стані та постійно оновлюється.

РОЗДІЛ 3

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

3.1. Обґрунтування та основні положення стратегії просування продукту лікувально-оздоровчого туризму Вінницької області на міжнародному ринку

Сфера туризму та курортів стає однією з основних галузей, що впливає на загальний стан і тенденції світової економіки. Україна розташована у центрі Європи та має всі умови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, проте суттєво відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг.

У сучасному глобалізованому світі провідні держави дали належну оцінку перевагам від розвитку туристичної галузі. Туризм сприяє зростанню зайнятості населення, диверсифікації економіки, оскільки туристична галузь пов'язана з роботою більше як 50 галузей, що підвищує інноваційність національного господарства.

Туристична галузь набуває все більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери у Вінницькій області. Становлення внутрішнього і в'їзного туризму має перспективи стати важливим чинником соціального-економічного розвитку області. Основним завданням є формування сучасної конкурентоспроможної туристичної індустрії Вінницької області, спроможної задовольнити потреби іноземних та вітчизняних громадян в туристично-рекреаційних послугах [11].

Поряд з багатими природними рекреаційними ресурсами та розвиненою мережею санаторно-курортним закладів, що характеризують стан сфери лікувально-оздоровчого туризму на Вінниччині, існує ряд проблем в сфері туризму, на усунення яких має бути спрямована стратегія розвитку. Зазначимо ці проблеми:

- недостатній розвиток туристичної інфраструктури, зокрема, реконструкція та будівництво закладів розміщення туристів різних стандартів (готелів, мотелів, кемпінгів);
- відсутність індустрії відпочинку та розваг (за винятком м. Вінниці);
- необлаштовані місця короткочасного відпочинку туристів;
- незадовільний стан доріг, відсутність під'їздів до туристичних об'єктів;
- незадовільний стан більшості пам'яток культурної спадщини, н розроблені дієві програми їх збереження та пристосування для потреб туристів;
- неефективна діяльність відповідних структур щодо забезпечення екологічної безпеки територій для розвитку рекреаційного бізнесу;
- відсутність системного рекламного та інформаційного забезпечення [64].

Для ефективного використання наявного потенціалу області туристами, необхідно значні капіталовкладення для переоснащення та модернізації матеріально-технічної бази туристично-рекреаційних об'єктів, які відповідали б сучасним вимогам.

На заваді вищезазначеним процесам стоїть відсутність повноцінної регіональної політики розвитку туризму. Вкрай недостатньо використовується потенціал розвитку туризму в сільській місцевості як одного із чинників зменшення безробіття в селах. Низьким є рівень забезпеченості автомобільних доріг туристичною, сервісною та інформаційною структурою (відсутність рекламних щитів та єдиної системи маркування автошляхів щодо об'єктів туризму, готелів, хостелів тощо).

Згідно з визначеними проблемами розвитку туристичного потенціалу та туризму загалом можна визначити пріоритетні напрямки вдосконалення та шляхи їх вирішення (табл. 3.1.)

Таким чином, наявні проблеми гальмують розвиток туризму та туристичного потенціалу на Вінниччині. На вирішення розглянутих проблем і повинна бути спрямована стратегія розвитку туризму, яка має здійснити позитивний вплив на туристичну сферу району, а також і на покращення економічного і соціального розвитку області в цілому.

Таблиця 3.1

Проблеми розвитку туристичного потенціалу та можливі шляхи їх вирішення

Сутність проблеми	Шляхи вирішення
1. Недостатній розвиток правової бази. Проблеми, пов'язані з ліцензуванням екскурсійної діяльності, обов'язковою сертифікацією послуг харчування та умовами проведення діяльності з надання туристичних послуг у сфері туризму без реєстрації як суб'єктів підприємницької діяльності.	- доопрацювання та прийняття Закону України про „Сільський туризм”, інших нормативно-правових документів, які регламентують організації туристичних послуг; - спрощення податкової політики;
2. Недосконалість системи державного управління.	- розробка регіональних і муніципальних програм розвитку туризму
3. Відсутність єдиних методик і стандартів оцінювання якості туристичних послуг.	- розробка нормативних документів з вимогами до організації туристичних послуг
4. Відсутність якісних рекламно-інформаційних матеріалів.	- проведення маркетингових досліджень; - розробка пакету рекламно-інформаційних матеріалів з інформацією про туристичні об'єкти, умови проживання, надані послуги, рекреаційні можливості.
5. Відсутність можливостей виходу на міжнародний ринок.	- відповідність міжнародним вимогам з організації туризму; - участь у міжнародних організаціях туризму; - використання міжнародних баз даних; - використання інформаційних ресурсів мережі Інтернет.
6. Низький рівень надання послуг і рівень комфорту.	- розробка нормативних документів із переліком вимог до послуг туризму; - розвиток інфраструктури; - конкурси з якості послуг; - надання банківських кредитів на пільгових умовах; - професійна підготовка і підвищення кваліфікації працівників галузі; - розробка нових екскурсійних маршрутів
7. Відсутність спеціалізованих туроператорів, гідів та екскурсоводів.	- розробка семінарів і курсів з підготовки кадрів туроператорів в галузі.
8. Незацікавленість і необізнаність місцевої влади та місцевого населення в організації високого рівня туристичних послуг.	- проведення семінарів із туризму, присвячених принципам організації, методам і системам управління; - створення бізнес-планів, проектів діяльності; - залучення місцевих жителів до послуг, супутніх туризму; - друк просвітних матеріалів; - створення пільгових умов організації туристичної діяльності; - взаємодія з населенням і підприємцями регіонів.
9. Низькі доходи від туристичної діяльності	- збільшення кількості наданих послуг, розробка різноманітних програм для різних категорій населення.

Основною метою стратегії розвитку туризму у Вінницькій області на найближчі роки є створення конкурентоспроможного на національному та міжнародному ринках туристичного продукту лікувально-оздоровчого та інших видів туризму, здатного максимально задовольнити туристичні потреби мешканців області та її гостей, на основі здійснення заходів, спрямованих на розвиток туристичної галузі області. У цьому питанні важливо приділити увагу створенню інтегрованих туристичних продуктів, які будуть сполучати лікування та оздоровлення з пізнавальною діяльністю, розвагами, спортивно-активними заходами, екологічними напрямками туризму тощо.

Окрім цього, особлива увага має приділятися доступу до туристичних послуг осіб з функціональними обмеженнями. Крім того, необхідно передбачити створення та розвиток матеріально-технічної бази і сучасної інфраструктури туризму лікувально-оздоровчого напрямку, сприятливих умов для залучення інвестицій, ефективного використання природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалу, етнографічних особливостей регіону, забезпечення умов для повноцінного функціонування суб'єктів туристичної діяльності, підвищення якості та асортименту туристичних послуг, розширення мережі туристично-екскурсійних маршрутів, підготовка кваліфікованих екскурсиводів, здійснення системної рекламно-інформаційної діяльності, підтримку в'їзного та внутрішнього туризму, зокрема лікувально-оздоровчого, екологічного, рекреаційного, зеленого тощо [62].

Перспективні напрями стратегії розвитку лікувально-оздоровчого туризму у Вінницькій області:

- посилення ролі в'їзного та внутрішнього лікувального та відновлювального туризму на основі залучення інвестицій у спа- та лікувальну інфраструктуру існуючої мережі санітарно-курортних закладів області;
- використання історико-етнічної спадщини для розвитку в'їзного, внутрішнього туризму («Духовна спадщина М.І. Пирогова», музична композиція «Щедрик» М.Д. Леонтовича, «Чайковський на Поділлі», історичні місця сіл Четвертинівки Тростянецького району, Красного і Черемошного Тиврівського

району, які пов'язані з Батозькою битвою та вшанування пам'яті Брацлавського полковника, соратника Богдана Хмельницького Данила Нечая та інше);

- розвиток пізнавального, релігійного та паломницького туризму до святих місць Вінниччини в програмах лікувально-оздоровчого туризму;
- розвиток зеленого, активного та спортивного туризму та їх поєднання з програмами лікувально-оздоровчого туризму [62].

Стратегія розвитку туризму в цілому і лікувально-оздоровчого зокрема має стати дієвим інструментом реалізації державної політики у сфері розвитку туристичного потенціалу Вінницької області. Її перевагою є можливість забезпечення комплексного підходу до розв'язання проблем розвитку туристичної сфери регіону.

Головні шляхи досягнення цілей стратегії розвитку туризму в Вінницькій області можна визначити так:

- створення позитивного іміджу Вінниччини як туристичної дестинації лікувально-оздоровчого та інших супутніх видів туризму на загальнодержавному та міжнародному рівнях;
- презентація області як дестинації лікувально-оздоровчого туризму на регіональних та міжнародних туристичних виставках;
- залучення грантових коштів та міжнародної технічної допомоги для вдосконалення та модернізації ресурсної бази для лікувально-оздоровчого туризму;
- забезпечення підготовки кваліфікованих спеціалістів в області надання послуг лікувально-оздоровчого туризму;
- сприяння у створенні безпечних умов для туристів;
- проведення заходів щодо підтримки в'їзного туризму;
- підвищення якості відпочинку туристів;
- створення додаткових робочих місць;
- забезпечення підготовки фахівців для туристичної галузі;
- координація дій місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, суб'єктів туристичної діяльності, громадських організацій,

наукових закладів, залучення громадськості для подальшого розвитку різних видів туризму в області [62].

Проведене дослідження ситуації у галузі лікувально-оздоровчого туризму на Вінниччині дозволяє визначити ключові проблеми і фактори, які стримують розвиток туристичного потенціалу необхідного для подальшого розвитку зазначеного напрямку туризму.

1. Імідж та позиціонування

- Відсутність чіткої та сприйнятої громадою ідеології і стратегії розвитку області як дестинації туризму.
- Невиразний образ Вінниччини на туристичному ринку.
- Неefективний муніципальний маркетинг, відсутність системності та цілеспрямованості у формуванні нового іміджу Вінниччини як туристично-привабливої території.
- Низька представленість туристичних місць Вінниччини у зовнішньому медійному просторі.

2. Розвиток громади:

- Високий рівень недовіри з боку громади і бізнесу до ініціатив влади.
- Низький рівень місцевого та загальнонаціонального патріотизму.
- Низький рівень культурно-естетичного виховання мешканців області.
- Низький рівень обізнаності місцевої громади щодо природніх, історичних, культурних особливостей своєї області.
- Брак культури гостинності, створення атмосфери просторового та емоційного комфорту.

3. Об'єкти та ресурси необхідні для розвитку лікувально-оздоровчого туризму:

- Незадовільний стан переважної більшості курортних та санаторних закладів і їх інфраструктури.
- Незадовільний стан пам'яток архітектури, знакових об'єктів.
- Незадовільний стан пам'яток історико-культурної спадщини.

- Недостатність сучасних культурних, виставкових, розважальних, спортивних та інших закладів для організації дозвілля.
- Відсутність подій національного та міжнародного масштабу для залучення туристів.
- Невиразність місцевого колориту в місцях обслуговування туристів, у т.ч. відсутність традицій широкого використання місцевої та національної кухні.

4. Туристична інфраструктура району, туристичні продукти і послуги:

- Загальний низький рівень розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури.
- Відсутність під'їздів до багатьох туристичних об'єктів.
- Відсутність дорожніх вказівників і туристично-інформаційних знаків.
- Недостатність сучасних місць розміщення (готелів) для різних категорій споживачів, в т. ч. двох-зіркових готелів, орієнтованих на середнього туриста, а також хостелів.
- Невідповідність засобів розміщення світовим стандартам.
- Неналежний стан туристичних маршрутів, у т. ч. брак обладнаних місць короткочасного відпочинку.
- Відсутність достатньої кількості стоянок та інших об'єктів туристичної інфраструктури (туалети та ін.).
- Низька якість та недостатній асортимент туристичних та супутніх послуг: проживання, транспорт, харчування, інформаційні послуги, зони відпочинку, санітарні зони тощо.

5. Загальний благоустрій, транспортна та комунальна інфраструктура:

- Проблеми з благоустроєм: висока "природна" засміченість та занедбаність окремих територій, у т. ч. таких, що мають високий туристичний потенціал.
- Незадовільний стан доріг – магістральних, загальноміських та внутрішньо-квартальних.

- Невідповідність якості транспортних, інших комерційних та муніципальних послуг сучасним вимогам.

6. Інформаційна підтримка:

- Відсутність якісної, комплексно оформленої пропозиції щодо лікувально-оздоровчого туризму.
- Недостатність туристичної інформації як для туристів, так і для підприємств, що надають послуги у сфері туризму (туристичних карт і схем, путівників, рекламної продукції, актуалізованої пізнавальної інформації про область тощо).
- Відсутність систематизованої доступної інформації щодо наявної ресурсної бази (об'єктів та їх стану), що можуть бути використані для розвитку туризму.
- Нерозвиненість інформаційної інфраструктури, у т.ч. інформаційних центрів.

7. Управлінське, фінансове, кадрове та інше ресурсне забезпечення галузі:

- Відсутність традицій системного управління процесами стратегічного розвитку області і застосування інструментів проектного менеджменту в цілому.
- Відсутність цілеспрямованого управлінського процесу у сфері розвитку туризму.
- Незабезпечення професійними кадрами в галузі туризму і рекреації, а особливо медичними кадрами для сфери лікувально-оздоровчого туризму.
- Відсутність ефективної організаційної структури з управління розвитком туризму, брак кадрів у системі муніципального управління.
- Прояви корумпованості окремих дозвільних, контролюючих та правоохоронних органів, що перешкоджає розвитку бізнесу.

8. Партнерство:

- Низька активність громади і готовність до широкої співпраці у сфері туризму, послуг, розвитку малого та середнього бізнесу, орієнтованого на залучення та обслуговування туристів.
- Відсутність дієвого механізму взаємодії влади, бізнесу, громади щодо спільного втілення програм розвитку міста, у т.ч. туристичної галузі.
- Відсутність досвіду й активної зацікавленості у формуванні міжсекторних партнерств (туристичних бізнес-асоціацій, кластерів тощо).
- Відсутність системної підтримки виробників сувенірної продукції, народних майстрів.

9. Стан довкілля:

- Значне техногенне навантаження на довкілля.
- Неєфективна система поводження з твердими побутовими та промисловими відходами.
- Недостатня робота відповідних структур щодо забезпечення екологічної безпеки території, діяльності промислових підприємств та інших суб'єктів господарювання.

Відтак, таке співвідношення факторів є підставою для обрання стратегії розвитку туризму, яка передбачає комплексний розвиток туристичної галузі з більш ефективним використанням наявних історико-культурних, природних, виробничих, інтелектуальних та соціальних ресурсних можливостей на основі широкого партнерства, залучення та об'єднання потенціалу різних зацікавлених сторін. Особлива увага під час реалізації стратегії розвитку туризму має приділятися питанням збалансованого розвитку Вінниччини в екологічній, соціальній та економічній сферах.

Тому, стратегія розвитку туристичного потенціалу для розвитку лікувально-оздоровчого та супутніх напрямів туризму як найбільш перспективних сфер у Вінницькій області буде включати три етапи (табл. 3.2.)

Таблиця 3.2

**Етапи стратегії розвитку лікувально-оздоровчого та інших видів туризму у
Вінницькій області**

№ пп.	Основна ціль етапу	Завдання етапу	Термін виконання
I етап	створення базових умов для розвитку туристичної галузі	<ul style="list-style-type: none"> - створення організаційної структури з управління розвитком туристичної галузі; - покращення загального благоустрою, розвиток інфраструктури; - фіксація у документації рекреаційних та інших територій, які будуть задіяні для розвитку лікувально-оздоровчого та інших видів туризму в області; - започаткування системної роботи у сфері охорони, відновлення та збереження архітектурної та іншої історичної спадщини - навчання (підвищення кваліфікації) кадрів у сфері лікувально-оздоровчого та інших видів туризму в області, вивчення та поширення кращих практик управління туристичною галуззю, міжсекторної співпраці, надання послуг та ін.; - підвищення якості муніципальних і комерційних послуг, у т.ч. транспортних; - активізація залучення мешканців населених пунктів Вінниччини, громадських об'єднань, органів самоорганізації та інших зацікавлених сторін до процесу розбудови туристичної галузі; 	01.2019-04.2019
		<ul style="list-style-type: none"> - формування атмосфери гостинності, просторового та емоційного комфорту; - запровадження першочергових туристичних продуктів лікувально-оздоровчого та інших видів туризму в області; - забезпечення ефективної інформаційної підтримки галузі, у т.ч. широкої інформаційної присутності області у мережі Інтернет та покращення інформаційного обслуговування туристів; - покращення кадрової, матеріально-технічної та іншої ресурсної підтримки туристичної сфери області, адаптація діючих комунальних закладів до потреб туристичної галузі; - створення сприятливих умов для започаткування і розвитку бізнесу у галузях, пов'язаних із залученням та обслуговуванням туристів; 	
II етап	збільшення присутності продуктів лікувально-оздоровчого туризму Вінниччини на ринку туристичних послуг України	<ul style="list-style-type: none"> - формування іміджу області як дестинації лікувально-оздоровчого та інших видів туризму; - впровадження цілеспрямованої муніципальної маркетингової політики для залучення туристів; - комплексне облаштування територій пріоритетного розвитку туризму і туристичних коридорів; - розробка і запровадження муніципальних стандартів надання послуг; - забезпечення комплексних досліджень на території області для підвищення конкурентоспроможності у сфері пізнавального туризму; - розвиток музейної справи, музеєфікація основних культурно-історичних та інших об'єктів; 	04.2019-07.2019

Продовження табл. 3.2

№ пп.	Основна ціль етапу	Завдання етапу	Термін виконання
		<ul style="list-style-type: none"> - активізація залучення фінансових ресурсів з альтернативних джерел для розвитку туристичної галузі; - залучення стратегічних інвесторів для подальшого розвитку туристичної галузі; - створення нових туристично-привабливих лікувально-оздоровчих, пізнавальних, розважальних, спортивних та інших об'єктів; - розбудова туристичної інфраструктури населених пунктів туристичного значення (готелів і закладів харчування, транспортної мережі, сервісних об'єктів та ін.) з урахуванням динаміки збільшення туристичної популярності; - організація заходів подієвого туризму загальноукраїнського рівня за визначеними пріоритетами. 	
III етап	формування стабільного попиту на туристичні продукти з боку цільових сегментів споживачів	<ul style="list-style-type: none"> - вирішення ключових екологічних проблем, які стримують розвиток туризму; - подальше розширення співпраці з містами і регіонами України, міжнародними туристичними організаціями; - збільшення попиту за рахунок виведення на ринок інноваційних продуктів лікувально-оздоровчого та інших видів туризму; - формування та просування туристичних брендів районів Вінниччини з метою підвищення загальної конкурентоспроможності області як туристично-привабливої території 	07.2019-12.2019

Наступний етап передбачає розробку пріоритетних стратегічних цілей та операційних завдань стратегії розвитку лікувально-оздоровчого та інших видів туризму у Вінницькій області.

Стратегічна ціль 1: Розбудова системи управління туристичною галуззю і партнерських відносин:

1. Створити організаційну структуру з управління розвитком туристичної галузі області та організувати її діяльність;
2. Покращити організаційну, кадрову, правову, матеріально-технічну та іншу ресурсну підтримку лікувально-оздоровчого та інших перспективних видів туризму в області;
3. Створити систему фінансового забезпечення розвитку туристичної галузі;
4. Активізувати співпрацю з іншими містами, регіонами, країнами у сфері розвитку туризму, розширити міжнародні та міжкультурні зв'язки.

Стратегічна ціль 2: Розвиток інфраструктури, орієнтованої на потреби туристів:

1. Покращити загальний благоустрій, дотримання санітарних і будівельних норм на території Вінницької області
2. Підвищити туристичну привабливість та ефективність використання наявних туристично-привабливих об'єктів і територій
3. Створити умови і забезпечити розвиток багатофункціональної туристичної інфраструктури
4. Розбудувати транспортну інфраструктуру в області
5. Створити сучасні території відпочину і рекреації на базі природно-ландшафтного потенціалу області

Стратегічна ціль 3: Створення атмосфери гостинності, підвищення якості муніципальних та комерційних послуг

- 1 Підвищити рівень місцевого патріотизму, культурно-естетичного виховання і просвіти городян, сприяти розвитку творчого потенціалу місцевого населення області
- 2 Забезпечити досягнення якості муніципальних та комерційних послуг європейського рівня
- 3 Організувати науковий супровід розвитку туристичної галузі Вінниччини
4. Покращити стан довкілля та підвищити безпеку життєдіяльності

Стратегічна ціль 4: Формування конкурентоздатних туристичних продуктів у сфері лікувально-оздоровчого та інших перспективних напрямів туризму і забезпечення їх маркетингової підтримки

1. Запровадити цілеспрямовану політику муніципального маркетингу і формування іміджу населених пунктів Вінницької області
2. Активізувати інформаційну підтримку розвитку туристичної галузі
3. Підвищити ефективність використання туристичного потенціалу Вінницької області

4. Забезпечити відродження та розвиток культури і традицій населення Вінницької області
5. Активізувати діяльність у сфері пізнавального туризму на основі багатих культурно-історичних ресурсів Вінницької області
6. Створити комплексні туристичні продукти що будуть поєднувати в собі лікувально-оздоровчі програми з культурно-розважальними, екскурсійними, спортивними, активними, подієвими програмами перебування туристів;
7. Сформувати нові напрями розвитку туристичної галузі області, у першу чергу – перспективного лікувально-оздоровчого туризму;
8. Організувати змістовне дозвілля, активно-оздоровчий відпочинок мешканців і гостей міста на основі інноваційного підходу з використанням туристичного потенціалу.

Виконання операційних завдань для досягнення визначених стратегічних цілей забезпечується шляхом розробки і реалізації плану дій з виконання стратегії на відповідний період, в якому зазначається перелік пріоритетних проектів і заходів, строки їх виконання, відповідальні особи, бюджет і джерела залучення коштів, очікувані результати та ефективність з огляду на сталий розвиток економічної, соціальної (у т. ч. культурної) та екологічної сфери.

Реалізація стратегії передбачає, у першу чергу, створення дієвого механізму, який повинен забезпечувати своєчасне прийняття ефективних рішень на всіх етапах управлінського циклу: планування, постановка завдань, організація виконання, забезпечення ресурсами, управління ризиками, контроль виконання, моніторинг та оцінювання результатів впровадження стратегії, а також подальше регулювання процесу й актуалізацію цілей.

Вирішення визначених проблем можливе за рахунок здійснення таких конкретних засобів:

1. Підвищення координуючої ролі органів виконавчої влади та місцево самоврядування у практичній допомозі територіальним громадам, малому та середньому бізнесу, громадським організаціям та іншим зацікавленим особам в розвитку туристичної інфраструктури області.

2. Залучення грантових коштів та міжнародної технічної допомоги для реалізації проектів у рамках міжнародних програм, що на сьогодні є найбільш дієвим способом співробітництва з країнами Європейського Союзу, так як дозволяє у максимально стислі строки досягти високих стандартів у всіх сферах життєдіяльності.

3. Активізація інформаційної роботи щодо промоції туристичного потенціалу області.

4. Проведення науково-практичних конференцій, семінарів, засідань «круглих столів», форумів, зустрічей, в тому числі міжнародних, з метою активізації розвитку туристичної сфери області.

5. Широке представлення місцевих надавачів туристичних послуг на вітчизняних та міжнародних виставкових заходів, що мають пріоритетне значення для Вінницької області.

Розв'язання визначених проблем потребує комплексного вирішення та належить до сфери спільної діяльності виконавчих органів влади області, органів місцевого самоврядування, громадських організацій, навчальних закладів тощо.

Стабільний розвиток туристичної сфери області, успішне впровадження проектів, залучення та реалізація грантових проектів, а також створення та підтримка позитивного туристичного іміджу Вінницької області є основою досягнення стабільності і процвітання регіону, підвищення рівня життя населення, а також встановлення демократичних цінностей, поваги до прав людини, тощо.

З метою створення умов для розвитку якісного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити потреби населення області, забезпечити комплексний розвиток туристичної сфери необхідно передбачити виконання таких завдань:

- ефективного сприяння туристичному обміну та збільшенню потоку туристів;
- виготовлення високоякісної рекламної продукції про туристичні можливості краю та поліпшення якості екскурсій;

- збільшення кількості екскурсантів;
- розвиток передумов для залучення вітчизняних та іноземних інвестицій;
- покращення умов відпочинку та оздоровлення населення;
- збільшення частки в'їзного туризму, що у свою чергу призведе до можливості отримання додаткових фінансових ресурсів у місцеві бюджети [62].

3.2. Пропозиції щодо реалізації стратегії просування продукту лікувально-оздоровчого туризму Вінницької області на міжнародному ринку

З метою дослідження думки місцевого населення, щодо розроблення стратегій розвитку регіону, необхідно проводити дослідження та анкетування. Тому, для розроблення стратегічних напрямів розвитку туризму в Вінницькій області, було проведене опитування у формі анкетування. Анкетування не є статистичним дослідженням і мало на меті виявити основні тенденції та очікування мешканців території щодо розвитку туристичної галузі в цілому. Анкетування здійснювалось у мережі Інтернет, у соціальній спільноті Вінниччина у Фейсбуку. За віком і статтю респонденти розподілилися наступним чином (табл. 3.3)

Таблиця 3.3

Респонденти анкетування за віком і статтю

№пп		чоловіки	жінки
1	Разом	106	284
2	18-30 років	34	58
3	31-45 років	38	125
4	46-60 років	28	86
5	61 і старші	6	15

В цілому співвідношення вікових груп відповідає середньостатистичній віковій структурі населення областей України. Жінки середнього віку стали найактивнішими учасниками опитування.

Під час проведення анкетування щодо їхнього бачення проблем і пріоритетів розвитку туристичної галузі, а також першочергових завдань різних

партнерських груп у контексті розвитку туризму були отримані наступні результати.

За масштабом (спроможністю до залучення туристів) респонденти вважають, що місцева влада області наступних 10 років повинна зосередити зусилля на залученні до туристів, які мешкають на території України (так вважають 27% респондентів). Близько 20% віддали перевагу області як пріоритетній території для залучення туристів, 12% вважають, що Вінниччина може стати потужним центром лікувально-оздоровчого туризму в Україні. Стільки ж (12%) вказують на спроможність даної сфери досягнути загальноєвропейський чи навіть світовий масштаб. Ще близько 20% висловили сумнів у тому, що область може стати відомим туристичним центром.

За пріоритетними напрямками розвитку внутрішнього та в'їзного туризму Вінниччини уподобання жителів розподіляється наступним чином (з переліку було запропоновано вибрати 3 пріоритети):

1. «Зелений», екологічний та агротуризм – 66%.
2. Лікувально-оздоровчий туризм – 64%.
3. Спортивний та активний туризм – 44%.
4. Пізнавальний історико-культурний туризм – 26%.
5. Подієвий туризм – 23%.
6. Діловий туризм та конференц-сервіс – 20%.

Ці дані свідчать про те, що жителі Вінниччини найвище оцінюють природно-ресурсний потенціал області та ресурсну базу для лікувально-оздоровчого туризму. Перше місце «зеленого» туризму говорить скоріше про особисте бажання відпочивати в екологічно безпечному середовищі, а також про наявність попиту на тури вихідного дня.

Крім того, Вінничани високо оцінюють рекреаційний потенціал своєї області, що є основою розвитку лікувально-оздоровчого, зеленого, екологічного, рекреаційного та інших видів туризму.

Таким чином, представникам туристичного та інших галузей бізнесу додатково слід врахувати досить високий попит жителів області на туристичні

послуги, пов'язані з природною рекреаційно-ресурсною базою туристичної діяльності.

Серед першочергових завдань місцевої влади для вдосконалення туристичної діяльності у межах Вінницької області міста учасниками опитування були визначені:

- покращення транспортної інфраструктури району і транспортних послуг;
- забезпечення чистоти у населених пунктах району, покращення загального стану довкілля;
- розвиток державно-приватного (муніципального) партнерства;
- збільшення інвестицій у туристичну галузь та місто в цілому;
- розвиток туристичної та комунальної інфраструктури населених пунктів району;
- формування нового іміджу Вінниччини, розвиток муніципального маркетингу;
- розроблення та реалізація комплексної програми розвитку туристичної галузі.

Головні завдання бізнесу для розвитку туризму, на думку жителів району:

- використання нових можливостей для власного розвитку;
- активізація участі бізнесу у розвитку міста в цілому;
- збільшення інвестицій у туристичну та суміжні галузі;
- підвищення якості товарів і послуг;
- ефективне використання рекламних можливостей і PR;
- запровадження кооперації для розвитку туризму.

Серед пріоритетних завдань активної частини громади та пересічних мешканців респондентами було названо:

- підвищення особистої культури, самоосвіта, виховання патріотизму;
- збереження чистоти вулиць міста, дворів, місць відпочинку;
- ініціювання та реалізація громадських проектів;
- участь у формуванні позитивного іміджу району;
- організація творчих спілок та інших громадських об'єднань;

– збереження та охорона культурних цінностей.

Таким чином, спільними завданнями для всіх учасників процесу розвитку Вінниччини, як дестинації лікувально-оздоровчого туризму, та інших перспективних напрямів туристичної діяльності жителі району визначають, перш за все: створення партнерств, покращення стану довкілля, формування нового іміджу області, покращення ресурсного забезпечення, розбудова інфраструктури на підтримку туризму, комплексний стратегічний підхід до розвитку туристичної галузі.

Моніторинг та оцінка реалізації стратегії розвитку лікувально-оздоровчого та інших перспективних напрямів туризму є окремими етапами процесу стратегічного планування розвитку туристичної сфери, які передбачають збір та аналіз інформації, необхідної для забезпечення досягнення очікуваних результатів і вдосконалення процесу реалізації стратегії.

Моніторинг та оцінка реалізації стратегії розвитку лікувально-оздоровчого та інших перспективних напрямів туризму Вінниччини здійснюються за пріоритетними стратегічними цілями і напрямками, з урахуванням операційних завдань та відповідних індикаторів моніторингу і оцінки, які визначені стратегією, а також ухваленими на її виконання рішеннями.

Оцінка реалізації стратегії розвитку лікувально-оздоровчого та інших перспективних напрямів туризму Вінниччини здійснюються – управлінський процес, який спрямований на періодичну системну, незалежну й об'єктивну перевірку та аналіз результатів впровадження стратегії у відповідності з визначеними критеріями.

Загальна мета оцінки – на основі системного аналізу визначити, наскільки процес реалізації стратегії розвитку лікувально-оздоровчого та інших перспективних напрямів туризму Вінниччини здійснюються в цілому та/або впровадження її окремого етапу чи напрямку є результативним, ефективним, економічним та соціально-орієнтованим.

Основними завданнями оцінки є:

- визначення, наскільки виконання стратегії відповідає пріоритетам розвитку туристичної галузі та міста в цілому;
- формування першочергових завдань щодо подальшого розвитку туристичної галузі;
- обмеження непродуктивних витрат та оптимізація використання фінансових, кадрових, матеріально-технічних та інших ресурсів, задіяних у процесі реалізації стратегії;
- підвищення якості управлінських рішень у сфері стратегічного планування розвитком туристичної галузі;
- визначення відповідності очікуванням громади області фактичних результатів реалізації стратегії, а також подальших наслідків і впливів від впровадження стратегії.

Оцінка стратегії проводиться за рішенням міської влади. Загальну координацію, методичне та інформаційне забезпечення процесу оцінки, а також організацію роботи з підготовки підсумкового звіту за результатами оцінки стратегії здійснює відділ розвитку туризму.

Для забезпечення прозорості процесу й отримання більш об'єктивних результатів оцінки, а також з метою підвищення зацікавленості громади міста у результатах і наслідках реалізації стратегії для проведення оцінки створюється експертна (робоча) група, до участі у якій на паритетних засадах залучаються експерти, представники наукових кіл, громадських об'єднань, ЗМІ, суб'єктів туристичного бізнесу та інших зацікавлених сторін.

Основними джерелами інформації для здійснення оцінки є:

- статистичні звіти, адміністративні звіти структурних підрозділів міської ради, аналітичні записки, експертні висновки (у т.ч. звіти про результати моніторингу стратегії та звіти за підсумками попередньо проведених оцінок);
- соціологічні, маркетингові, експертні дослідження (у т.ч. опитування, анкетування, фокус-групи тощо) та інші документальні джерела

Критеріями оцінки реалізації стратегії розвитку лікувально-оздоровчого та інших перспективних напрямів туризму Вінниччини є наступні (табл. 3.4.)

Таблиця 3.4

Критерії оцінки реалізації стратегії розвитку лікувально-оздоровчого та інших перспективних напрямів туризму Вінниччини

Критерій (показник)	Джерела інформації	Одиниці вимірювання та механізм визначення	Періодичність
Коротко- та середньострокова результативність	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про моніторинг та оцінювання стратегії Звіти про виконання програм, проєктів і заходів Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	Одиниці вимірювання кількісних результатів визначаються згідно з одиницями вимірювання очікуваного результату за відповідними стратегічними цілями, операційними завданнями, програмами, проєктами і заходами. Якісні результати вимірюються шляхом проведення фокус-груп, анкетувань, інших форм соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	1 раз на 2 роки і після закінчення реалізації стратегії
Довгострокова результативність (вплив)	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	Одиниці вимірювання кількісних результатів визначаються згідно з одиницями вимірювання очікуваного результату за відповідними стратегічними цілями. Якісні результати вимірюються шляхом проведення фокус-груп, анкетувань, інших форм соціологічних, маркетингових та експертних досліджень.	Протягом 3-х років після впровадження стратегії
Бюджетна ефективність	Статистичні та адміністративні звіти	Розрахунковий коефіцієнт, який вказує на співвідношення фінансових видатків і надходжень до відповідного бюджету, пов'язаних з впровадженням програм і проєктів та стратегії в цілому.	1 раз на рік – після підведення підсумків виконання місцевого бюджету
Економічна ефективність	Звіти про виконання проєктів і програм	Розрахунковий коефіцієнт, який вказує на співвідношення сукупних витрат та економічних вигід від впровадження проєктів і програм, спрямованих на реалізацію стратегії (BCR, NPV, IRR) – дисконтованих та недисконтованих	1 раз на 2 роки і після закінчення реалізації стратегії – окремо за кожним проєктом

Продовження табл. 3.4

Критерій (показник)	Джерела інформації	Одиниці вимірювання та механізм визначення	Періодичність
Соціальна ефективність	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про проведення соціологічних та експертних досліджень	Одиниці вимірювання кількісних результатів визначаються згідно з одиницями вимірювання очікуваного результату за відповідними стратегічними цілями, операційними завданнями, програмами, проектами і заходами. Якісні результати вимірюються шляхом проведення фокус-груп, анкетувань, інших форм соціологічних та експертних досліджень. Предметом оцінювання є специфічні соціальні вигоди, отримані від впровадження стратегії (створені робочі місця, покращення соціального комфорту тощо).	1 раз на 2 роки і після закінчення реалізації стратегії
Екологічна ефективність	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про проведення соціологічних та експертних досліджень	Одиниці вимірювання кількісних результатів визначаються згідно з одиницями вимірювання очікуваного результату за відповідними стратегічними цілями, операційними завданнями, програмами, проектами і заходами. Якісні результати вимірюються шляхом проведення фокус-груп, анкетувань, інших форм соціологічних та експертних досліджень. Предметом оцінювання є специфічні екологічні впливи (зменшення негативного впливу та збільшення позитивного впливу на довкілля), які є наслідком впровадженням стратегії.	Протягом 3-х років після впровадження стратегії
Стойкість (сталість)	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про моніторинг та оцінювання стратегії Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	Якісний показник, який вказує на подальшу спроможність влади, бізнесу, громади міста до ефективного використання нових здобутків та потенціалу, сформованого упродовж реалізації стратегії (кадрового, фінансового, ринкового та іншого)	Протягом 3-5-ти років після впровадження стратегії

Результати моніторингу і оцінки реалізації стратегії розвитку лікувально-оздоровчого та інших перспективних напрямів туризму Вінниччини є відкритими та оприлюднюються шляхом розміщення відповідної інформації у мережі Інтернет, а також шляхом публікацій у засобах масової інформації, видання окремих брошур, буклетів тощо.

Оприлюднення результатів моніторингу і оцінки реалізації стратегії здійснюється в обсязі та у формі, які є доступними для сприйняття різними категоріями споживачів цієї інформації. Звітна інформація має бути наочною, подаватися з використанням пояснювальних висновків і коментарів, порівняльних таблиць, діаграм, карт, ілюстрацій та інших графічних зображень.

Дані звітів про результати моніторингу й оцінки є обов'язковими для використання при розробці і корегуванні програм, проектів, заходів Стратегії розвитку лікувально-оздоровчого та інших перспективних напрямів туризму Вінниччини, формуванні і корегуванні стратегічних цілей та операційних завдань Стратегії, а також при розробці стратегії розвитку туризму на наступний період, інших програмних і розпорядчих документів.

Результати моніторингу і оцінки є підставою для прийняття рішень щодо виділення чи перерозподілу фінансових та інших ресурсів, формування бюджетних запитів і впровадження інших заходів щодо ресурсного забезпечення туристичної галузі та розвитку міста в цілому.

Очікувані результати реалізації стратегії розвитку лікувально-оздоровчого та інших перспективних напрямів туризму Вінниччини у відповідності з обраним підходом до стратегічного планування розподіляються на кількісні і якісні:

- короткострокові, досягнення яких очікується вже під час реалізації стратегії на відповідних етапах;
- середньострокові, досягнення яких очікується одразу після закінчення реалізації стратегії;
- довгострокові результати (впливи), досягнення яких відбувається протягом кількох років в майбутньому, завдяки успішному виконанню цієї

стратегії та з урахуванням наступного періоду стратегічного планування розвитку туристичної галузі Вінницької області.

Висновок до розділу 3

Туристична галузь набуває все більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери у Вінницькій області. Становлення внутрішнього і в'їзного туризму має перспективи стати важливим чинником соціального-економічного розвитку області. Основним завданням є формування сучасної конкурентоспроможної туристичної індустрії Вінницької області, спроможної задовольнити потреби іноземних та вітчизняних громадян в туристично-рекреаційних послугах. Наявні проблеми гальмують розвиток туризму та туристичного потенціалу на Вінниччині. На вирішення розглянутих проблем і повинна бути спрямована стратегія розвитку туризму, яка має здійснити позитивний вплив на туристичну сферу району, а також і на покращення економічного і соціального розвитку області в цілому.

Розроблена стратегія розвитку лікувально-оздоровчого та інших перспективних напрямів туризму Вінниччини буде включати три етапи: створення базових умов для розвитку туристичної галузі, збільшення присутності області на ринку туристичних послуг України, формування стабільного попиту на туристичні продукти з боку цільових сегментів споживачів.

На основі розроблених етапів визначено пріоритетні стратегічні цілі та операційних завдань стратегії розвитку лікувально-оздоровчого та інших перспективних напрямів туризму Вінниччини.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки:

1. Організація стратегічного управління рекреаційно-туристичним комплексом повинна базуватися на принципах комплексного підходу. В процес стратегічного управління розвитком рекреаційно-туристичного комплексу мають бути залученими представники всіх елементів туристичного кластеру регіону, для чого необхідно активізувати діяльність регіональних туристичних асоціацій, а також асоціацій та спілок, сформованих в суміжних з туризмом сферах. До організації стратегічного управління рекреаційно-туристичного комплексу повинні долучатися різні суб'єкти управління на регіональному, муніципальному рівнях та рівні окремих підприємств, що утворюють туристичний кластер регіону.

2. Лікувально-оздоровчий туризм є перспективним сучасним напрямом туристичної діяльності, розвинений у багатьох країнах. Відзначимо, що Україна також має неабиякий потенціал для розвитку лікувально-оздоровчого туризму, проте використовує його не в повній мірі та неефективно. Для подальшого розвитку регіонального продукту лікувально-оздоровчого туризму в регіонах України необхідно розробляти стратегічні підходи до його розвитку, популяризації та просування на закордонних ринках.

3. Просування туристичного продукту як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках туристичних послуг неможливе без належного інформаційно-рекламного забезпечення. До основних напрямів розвитку інформаційних технологій у туристичній сфері слід віднести: інформаційну інфраструктуру, бази даних, сайти і портали туристичного профілю в мережі Інтернет, електронний маркетинг, рекламу, автоматизацію діяльності туристичних організацій та управління діяльністю сфери туризму. Туризм сьогодні розвивається бурхливими темпами: з року в рік зростає число туристів, розширюють свій бізнес компанії і в умовах конкурентної боротьби залучають нові технології для його розвитку. З поширенням Інтернет-технологій в Україні

збільшується кількість туристичних компаній, які мають власні сайти. Туристичні компанії і портали займають високі позиції в рейтингах, на ринку з'являється спеціалізоване програмне забезпечення для туристичних організацій, покликане оптимізувати їхню роботу і розширити їхні можливості.

4. Вінницька область є адміністративно-господарською територіальною структурою України. Це одна з центральних областей України, що входить до складу Подільського суспільно-географічного району. Говорячи про суспільно-географічне положення Вінницької області в контексті його впливу на розвиток територіально-рекреаційного комплексу, слід зазначити, що воно є сприятливим фактором перспективного розвитку області в цілому та рекреації і туризму зокрема. На території Вінницької області зосереджено значний природно-ресурсний потенціал для розвитку різних видів лікувально-оздоровчого туризму. Такий потенціал є основою для створення у межах Вінницької області дестинації лікувально-оздоровчого туризму та популяризації його на закордонних ринках.

5. Санаторій «Авангард», що знаходиться в місті Немирів Вінницької області, надає широкий спектр послуг за сучасними і прогресивними методиками лікування. В санаторії «Авангард» є сучасне обладнання, висококваліфіковані лікарі і якісний номерний фонд. Клієнтами санаторію «Авангард» є не тільки українські туристи, а й закордонні туристи з різних країн. Тому послуги, що надає санаторій «Авангард» цілком і повністю відповідають сучасним вимогам і тому можуть бути запропоновані іноземному споживачу.

6. Вінниччина має потужний природно-ресурсний потенціал та матеріально-технічну базу для розвитку лікувально-оздоровчого туризму. На базі існуючих рекреаційних ресурсів у Вінницькій області створено мережу санаторно-курортних та оздоровчих закладів які спеціалізуються на лікуванні широкого спектру захворювань. Курорти Вінниччини оснащені сучасним обладнанням, номерний фонд санаторіїв знаходиться в гарному стані та постійно оновлюється. Таким чином, можна констатувати що курорти Вінницької області можуть стати достойним гравцем на ринку лікувально-оздоровчого туризму

Європи, проте для цього необхідно розробити якісні стратегічні підходи до розвитку та популяризації даного напрямку туризму.

7. Туристична галузь набуває все більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери у Вінницькій області. Становлення внутрішнього і в'їзного туризму має перспективи стати важливим чинником соціально-економічного розвитку області. Основним завданням є формування сучасної конкурентоспроможної туристичної індустрії Вінницької області, спроможної задовольнити потреби іноземних та вітчизняних громадян в туристично-рекреаційних послугах. Наявні проблеми гальмують розвиток туризму та туристичного потенціалу на Вінниччині. На вирішення розглянутих проблем і повинна бути спрямована стратегія розвитку туризму, яка має здійснити позитивний вплив на туристичну сферу району, а також і на покращення економічного і соціального розвитку області в цілому.

8. Вибір стратегії розвитку туризму у Вінницькій області ґрунтується на проведенні аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, оцінці його загального соціально-економічного стану та наявного туристичного потенціалу. Дієва стратегія здатна примножити внутрішній потенціал туристичної галузі району і за рахунок використання зовнішніх можливостей зміцнити положення території на міжрегіональному туристичному ринку.

Розроблена стратегія розвитку лікувально-оздоровчого та інших перспективних напрямів туризму Вінниччини буде включати три етапи:

1. Створення базових умов для розвитку туристичної галузі
2. Збільшення присутності області на ринку туристичних послуг України
3. Формування стабільного попиту на туристичні продукти з боку цільових сегментів споживачів.

На основі розроблених етапів визначено пріоритетні стратегічні цілі та операційних завдань стратегії розвитку лікувально-оздоровчого та інших перспективних напрямів туризму Вінниччини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк К. В. Стратегія просування туристичного продукту України на міжнародний ринок / К. В. Антонюк // Міжнародна економічна політика. – 2012. – Спец. вип. : у 2 ч. – Ч. 2. – С. 22–29.
2. Антонюк К.В. Інноваційно-маркетингова модель розвитку конкурентоспроможності туристичного сектору в Україні // Економіка та підприємництво. Зб. наук. праць. Вип. 19. – К.: КНЕУ ім. В. Гетьмана, 2007. – С. 56-65.
3. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації / Л.Л. Антонюк – К.: КНЕУ, 2004.
4. Архипова В.Ф. К вопросу о методике исследования инфраструктуры регионального туризма / В.Ф. Архипова, А.С. Левизов // Туризм и регион. развитие: сб. науч. стат. – 2006. – Вып. 4. – С. 88-94.
5. Бабкін О.В. Спеціальні види туризму / Ростов-на-Дону: Фенікс, 2008. - 252 с.
6. Бакурова Г.В. Оцінка рекреаційної привабливості регіону / Г.В. Бакурова, Д.В. Очеретін // Вісник Дніпропетровського ДНУ : зб. наук. праць. – У 3-х т. – Т. 3. – Дніпропетровськ : Вид-во Дніпропетровського ДНУ. – 2002. – Вип. 183. – С. 617-622.
7. Барчуков Н. С. Санаторно-курортное дело: Учебное пособие / Н. С. Барчуков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 303 с.
8. Бейдик О. О, Новосад Н. О. Фактори формування туристичних регіонів і центрів в'їзного туризму України. Проблеми міжнародного туризму : зб. наук. праць. Київ : ППНВ, 2010. С. 285–299.
9. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. - К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський ун-тет», 2001. - 395 с.
10. Боков М. А., Ветитнев А. М., Попков В. П., Угрюмов Е. Є., Шаповалов В. И. Менеджмент в санаторно-курортных организациях: В 3-х т. / М. А. Боков,

- А. М. Ветитнев, В. П. Попков, Е. Є. Угрюмов, В. И. Шаповалов. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – 320 с.
11. Борушак М. Стратегія розвитку туристичних регіонів: автореф. дисерт. на здобуття ступеня докт. екон. наук: спец. 08.00.05 / М. Борушак. – Інститут регіональних досліджень НАН України. – Львів, 2008. – 28 с.
 12. Бочан І.О. Технологія туристичної діяльності: підручник для студ. І.О. Бочан, М.Ф. Цимбалюк, В.М. Цимбалюк. - Л., 2011. - 419 с.
 13. Бурдейний П.А. Вінницька область (Географічний нарис) /П.А. Бурдейний, М.Б. Рубін. – К., 1967. – 166 с.
 14. Бутко І. І. Туристический бизнес: основы организации / Бутко І. І. – Изд. 2-е. – Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 384 с.
 15. Ветитнев А. М. Курортное дело: Учебное пособие / А. М. Ветитнев, Л. Б. Журавлева. – М.: КНОРУС, 2006. – 528 с.
 16. Влащенко Н. М. Потенціал санаторно-курортного комплексу: завдання дослідження і розвитку / Н. М. Ващенко. Електронний ресурс – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua
 17. Годфри Х. Стимулирование международного туризма / Годфри Харрис, Кеннет М. Кац; пер. с англ. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 240 с.
 18. Головчан А. І. Теоретико-методичні підходи до оптимізації розвитку туризму в дестинаціях / А. І. Головчан // Вісник ДІТБ. – 2011. – № 15. – С. 139-145.
 19. Головчан А. І. Туристичні дестинації: теоретико-методичні основи формування та механізми оптимізації: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / А. І. Головчан; М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т екон. і торг. ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2012. – 20 с.
 20. Голод А.П. Використання Інтернету для промоції турпродукту (на прикладі туристичних підприємств м. Львова) / А. П. Голод // Туристич на освіта в Україні: проблеми і перспективи: Зб. наук. праць. – К. : То нар, 2007. – 356 с.

21. Гонгало П.Ф. Проблеми відтворення ресурсного комплексу України // Економіка і екологія. – 2004. – №15. – С.125-127.
22. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні: Навч. посіб. - Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. - 180 с.
23. Горб К. Туристичні дестинації в системі міжнародної маркетингової діяльності. Вісник Львівського університету. Серія географічна. 2013. – Випуск 43. – Ч.2. – С.26-33.
24. Данилишин Б.Д. Природно-ресурсний потенціал сталого розвитку України / Б.Д. Данилишин, С.І. Дорогунцов, В.С.Міщенко та ін. – К: РВПС України НАН України, 1999. – 716 с.
25. Денисик Г.І. Містечка Східного Поділля /Г.І. Денисик. – Вінниця: «Тезис», 2002. – 92 с.
26. Дмитриевский Ю..Д. Туристские районы мира: Учеб. пособие / Ю..Д..Дмитриевский. - Смоленск, 2010. – 316 с.
27. Дмитрук О. Ю. Спортивно-оздоровчий туризм : навч. посіб. / О. Дмитрук, Ю. Щур. – К. : Альтерпрес, 2008. – 280 с.
28. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» №1282-IV від 18 листопада 2003 року / Державна служба туризму та курортів України. Електронний ресурс – Режим доступу: <http://tourism.gov.ua/doc.aspx?id=209>
29. Закон України «Про курорти» (№2026-III від 05.10.2000 р.) [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>.
30. Закон України «Про курорти». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2000, N 50, ст.435. Електронний ресурс – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2026-14>
31. Закон України «Про туризм» Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, N 31, ст. 241. Електронний ресурс – режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>

32. Заячківська Г. А. Маркетинг міжнародних туристичних послуг: монографія / Г. А. Заячківська. – Тернопіль: ВПЦ «Економічна думка ТЕЕУ», 2011. – 394 с.
33. Зорин А. Дестинація: монографія / А. Зорин, И. Зорин. – М.: РМАТ, 2009. – 90 с.
34. Кифяк В.Г. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Г. Кифяк. - Чернівці: Карпати, 2003. - 312 с.
35. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму : підручник / В. К. Кіптенко. -К. : Знання, 2010. - 502 с.
36. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму : підручник / В. К. Кіптенко. - К. : Знання, 2010. - 502 с.
37. Козубова Н. В. Туристичні послуги як об'єкт ринкових відносин в Україні. Інноваційна економіка. 2014. № 2. С. 137–143.
38. Концепція розвитку санаторно-курортної галузі, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України № 231-р. від 23.04.2003 р. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>
39. Котлер Ф. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф.Котлер, К. Асплунд, И.Рейн, Д.Хайдер. – Пер. с англ. Ст.-Петербург: Стокгольмская школа экономики, 2005 – 376 с.
40. Курортні ресурси України. – К.: Лтд, 2005. – Вип. IV, ч. I. – 155 с.
41. Кусков А. С., Листикова О. В. Курортология и оздоровительный туризм: Учебное пособие / А. С. Кусков, О. В. Листикова. – Ростов н/Д: Феникс, 2004. – 320 с.
42. Лавриненко Г. Формування міжнародного іміджу України в Західному світі (на прикладі Польщі) / Г. Лавриненко / Журнал «Схід». - № 4 (111). - 2011.
43. Лебедева В.В. Стратегія розвитку підприємств санаторно-курортного комплексу: дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / Лебедева Віра Василівна. – Одеса, 2011. – 167 с.

44. Леонтьєва Ю. Ю. Формування та реалізація стратегії розвитку регіональної туристичної дестинацій: автореф. дис. канд. екон. наук: спец. 08.00.05 “Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка” / Ю. Ю. Леонтьєва. – Х., 2010. – 24 с.
45. Липа О.Л. Визначні сади і парки України та їх охорона / О.Л. Липа. – К., 1960. – 172 с.
46. Любіцева О.О. Туристичні ресурси України / Любіцева О.О., Панкова Є.В., Стафійчук В.І. – К. : Альтерпрес, 2007. – 369 с.
47. Мазаракі А. А. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг): монографія / А. А. Мазаракі, Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко та ін.; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 388 с.
48. Мальська М. П., Рутинський М. Й., Білоус С. В., Мандюк Н. Л. Економіка туризму: теорія та практика. Київ : Центр учб. л-ри, 2014. 544 с.
49. Маньшина Н. В. Спа-туризм: исторический опыт и перспективы развития./ Н. В. Маньшина; 7-ая международная выставка эксклюзивного туризма – LUXURY [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.luxury-moscow.ru/forum/arch/2006/article.php>.
50. Масюк Ю. Формування брендів туристичних підприємств / Ю. Масюк // Вісник Львівського університету. Серія: міжнародні відносини. – 2008. - Випуск 24. – С. 201-207.
51. Медичний центр реабілітації залізничників розташований у м. Хмільник – електронний ресурс – режим доступу: <http://www.medicalcentr.com/ua/main/>
52. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. Затверджено МОН / Мальська М.П., Антонюк Н.В. — К., 2008. — 661 с.
53. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території Монографія. - Львів: Новий Світ-2000, 2012. - 176 с.
54. Наказ Про затвердження Положення про парк-пам'ятку садово-паркового мистецтва загальнодержавного значення "Немирівський парк" від 10 квітня 2013 року N 158 – електронний ресурс – режим доступу:

<http://document.ua/pro-zatverdzhennja-polozhennja-pro-park-pamjatku-sadovo-park-doc145358.html>

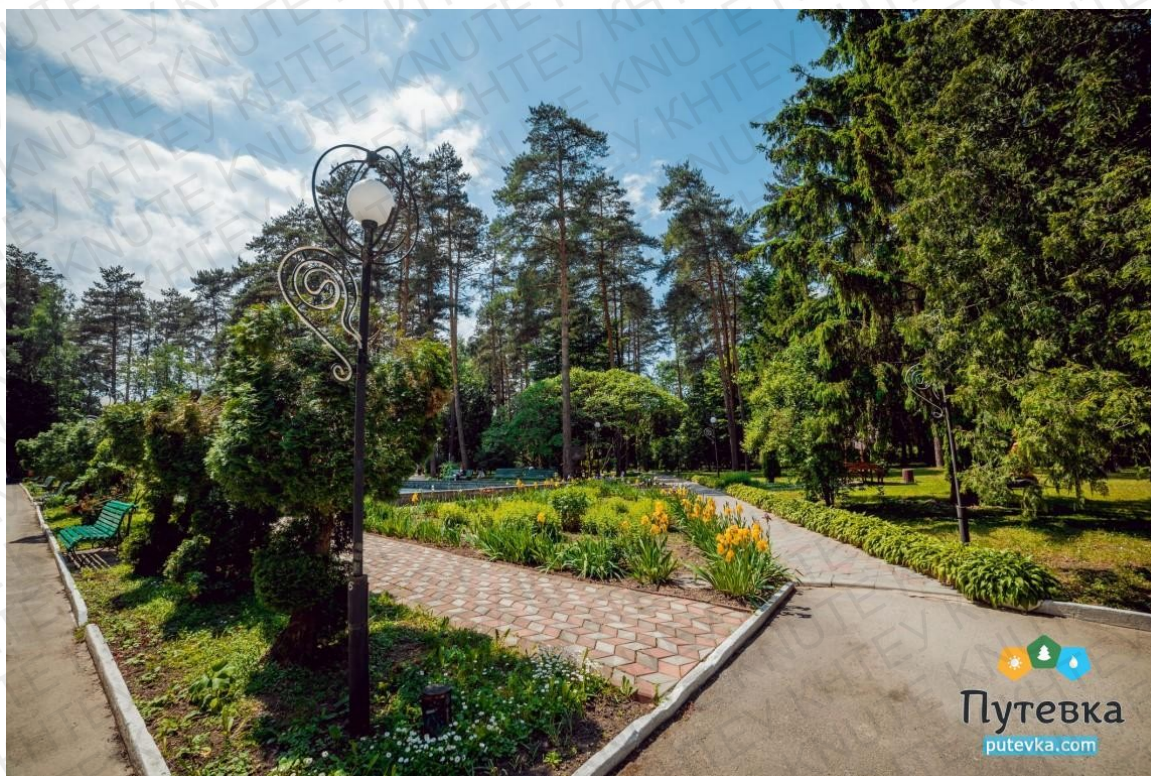
55. Осипчук М. Брендинг як інструмент підвищення ефективності функціонування туристичної дестинації / М. Осипчук // Дослідження міжнародної економіки: Збірник наукових праць. – 2007. – № 2 (67). – С. 144-155.
56. Офіційний веб-сайт санаторію «Авангард» – електронний ресурс – режим доступу: <http://sanatoriy-avangard.com/>
57. Офіційний веб-сайт санаторію «Березовий гай» – електронний ресурс – режим доступу: <http://sanatory.vn.ua>
58. Офіційний веб-сайт санаторію «Дністер» – електронний ресурс – режим доступу: http://tourpalata.org.ua/rus/basy_sanatoriy-43-390/dnestr.html
59. Офіційний веб-сайт санаторію «Поділля» – електронний ресурс – режим доступу: <http://radon.com.ua/ru/>
60. Офіційний веб-сайт санаторію «Радон» – електронний ресурс – режим доступу: <http://radon.hm.ua>
61. Офіційний веб-сайт санаторію «Сокілець» – електронний ресурс – режим доступу: <http://ukrzdraz.com/dp-sanatorij-sokilets.html>
62. Офіційний веб-сайт санаторію «Хмільник профспілковий» – електронний ресурс – режим доступу: https://zahid.travel/ua/sanatoriy-hmelnik/?gclid=EAIAIQobChMIxvbJ6v7n3gIVyrYYCh0EYgtSEAAyAAEgKvEPD_BwE
63. Офіційний інформаційний сайт Вінницької області – електронний ресурс – режим доступу: <http://www.vinrada.gov.ua/>
64. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO World Tourism Organization). – електронний ресурс – Режим доступу: <http://www.world-tourism.org>
65. Пробоїв А. Передумови та перспективи ефективного розвитку туристичної галузі України в контексті політики державного регулювання / А.Пробоїв,

- Г. Станіславська // Науковий вісник Ужгородського університету. - 2011. - С. 164-169.
66. Редін В. Курорти як ринок лікування та відпочинку [Електронний ресурс] / В. Редін, І. Решетов, І. Ільчішина // Часопис соціально-економічної географії. Міжрегіональний збірник наукових праць. – 2009. – №6. – 117
Режим доступу до журн.: http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Chseg/2009_6/Redin,Reshetov,Ichishyna.pdf
67. Рутинський М. Класифікація та типологія курортів // Вісник Львівського ун-ту. Серія географічна. – 2007. – Вип. 34. – С. 236-246.
68. [Рутинський М.](#) Лікувально-оздоровчий туризм: актуальні цілі та сучасні підходи до організації / М. Рутинський, В. Петранівський // [Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини.](#) - 2012. - Вип. 29(1). С. 179-189. Електронний ресурс – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Mv_2012_29%281%29__24
69. Саак А. Э. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме / А. Э. Саак, Ю.А. Пшеничных – СПб. : Питер, 2007. – 480 с.
70. [Савіцька О. П.](#) Формування туристичної привабливості території / О. П. Савіцька, Н. В. Савіцька, І. Я. Кулиняк // [Науковий вісник НЛТУ України.](#) – 2012. – Вип. 22.15. – С. 148-154.
71. Саух І.В. Основні проблеми, принципи, стратегії формування та розвитку регіональних туристичних комплексів Економіка. Управління. Інновації. - 2013. - №1 (9).
72. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / [Ткаченко Т. І. , Мельниченко С. В. , Бойко М. Г. та ін.]; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 596 с.
73. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: від теорії до реалій: матеріали Міжнародної наукової конференції. Туризм: реалії та перспективи розвитку, 24 жовт. 2014. Київ : КНТЕУ. С. 41–43.
74. Томаневич Л. Структуризація лікувально-оздоровчих послуг як об'єкту маркетингового управління / Л. Томаневич // Вісник Донецького

державного університету управління. Наук. зб. – Вип. 2 (28). – Донецьк, 2004. – С.119-122.

75. Щур Ю. В. Спортивно-оздоровчий туризм : навч. посіб. / Ю. В. Щур, О. Ю. Дмитрук ; Київ. нац. ун-т культури і мистец. – К. : Альтерпрес, 2003. – 232 с.

Огляд санаторіїв Вінницької області Санаторій Поділля



Санаторій Березовий Гай



Санаторій Хмільник (профспілковий)



Санаторій Хмільник (Військовий ЦВКС)



